



# Revista NUEVAS PROPUESTAS

EDICIONES UCSE |  
Año XLIV |

64  
VOLUMEN

Julio 2025

UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DEL ESTERO  
República Argentina

# NUEVAS PROPUESTAS

ISBN 2683-8044  
91 PÁGINAS - AÑO XLIV - VOLUMEN NRO. 64  
EDICIONES UCSE 2025  
Revista incluida en Catálogo Latindex v1.0



La revista “Nuevas Propuestas” (ISSN 2683-8044) es un producto multidisciplinario, científico-cultural editado por Ediciones UCSE dependiente del Vice-Rectorado académico. Se publica desde el año 1980 hasta la actualidad con una periodicidad de dos números anuales con opción a edición de suplementos. La Revista Nuevas Propuestas fue declarada de interés académico por el Consejo Superior de la Universidad Católica de Santiago del Estero, Resolución Nro. 035/2019.

Universidad Católica de Santiago del Estero. Campus Santiago, Av. Alsina y Dalmacio Vélez Sarsfield, (CP 4200). Ediciones UCSE, Campus Rafaela, Bv. Hipólito Yrigoyen 1502 Rafaela (CP 2300). Depto Castellanos - Pcia. Santa Fe - República Argentina.  
Tel. (+54 3492) 432832- Correo electrónico: [eucse@ucse.edu.ar](mailto:eucse@ucse.edu.ar)

## CAMPO EDITOR - EDITORIAL - EDICIONES UCSE

### Autoridades

**Rector:** Luis Eugenio Lucena

**Vice Rector Académico:** Víctor Manuel Feijóo

**Vice Rector de Administración:** Luis Alberto Rezola

**Vice Rector de Relaciones:** Luis Alberto Guantay

**Director Ediciones:** Rodolfo Pedro Arancibia

### Comité Científico

Dr. Borbón Morales Carlos Gabriel. Investigador Titular. Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo A.C. México.

Dr. Cosci Lucas Daniel. Doctor en Filosofía UNC. Docente e investigador UNSE y UNT.

Dra. Durán Elena B. Doctora en Ciencias de la Computación.

Dr. Elz Rubén O. Doctor en Filosofía. Profesor de Filosofía y Psicología UCSF.UNL

Dr. Godoy Juan Carlos. Doctor en Psicología. Investigador - director del Laboratorio de Psicología adscripto al CIPSI Grupo Vinculado CIECS-CONICET-UNC.

Dra. Herrera Susana. Doctora en Ciencias Informáticas.

Dr. Sixto Sánchez-Lauro director del Anuario de la Facultad de Derecho Facultad de Derecho. Universidad de Extremadura.

### Consejo Editor

María Mercedes Clusella (Secretaria de Ciencia y Tecnología); Liliana Figueroa (Facultad de Ciencias para la Innovación y el Desarrollo); Lucas Cosci (Facultad de Ciencias de la Salud); María Adriana Victoria (Facultad de Ciencias Políticas, Sociales y Jurídicas); Aldo Yunes (Facultad de Ciencias Económicas) Mónica E. Montenegro (Departamento Académico San Salvador); Pablo A. Micheletti (Departamento Académico Rafaela); Eduardo Galvez (Departamento Académico Buenos Aires).

### Equipo Editor/Editorial

**Director:** Dr. Rodolfo Pedro Arancibia

**Configuración y diseño en plataforma Latex/OJS:** Lucas D. Poggi / Andrés Vuotto

**Diseño de caratula:** Diego Porello. Centro de Comunicación Institucional -CPC UCSE-

**Sitio Web:** Depto. de Tecnología e Informática - DTI UCSE

**Normas de Publicación:** Ver Normativas para autores (pto. 7 del sumario) o el que corresponda en este número. Las normas se ubican en distintas páginas dependiendo del número de artículos.

**Clausula de garantía:** los contenidos de los artículos de esta revista son de exclusiva responsabilidad de los autores, así como la fidelidad y precisión de las citas realizadas en aquellos. Los manuscritos remitidos y aceptados se consideran documentos confidenciales por el Consejo Editor, manteniéndose el anonimato de los evaluadores o árbitros de los artículos publicados. Prohibida la reproducción total o parcial del material contenido en esta publicación, sin citar la fuente.

**Participación en la comunidad:**

Los objetivos y políticas de la revista Nuevas Propuestas -acordes a la Política marco vigente para Ediciones UCSE- en cuanto a aspectos académicos y científicos, acciones de indexación y visibilidad, trabaja de forma permanente en su calidad editorial y en el aumento de su visibilidad e impacto en espacios de evaluación, interoperabilidad de metadatos e indexación.

**Declaración de aspectos éticos:****Integridad en la investigación académica y su publicación.**

La presente declaración plantea un conjunto de aspectos éticos direcionados a cada uno de los elementos y roles importantes involucrados en el proceso editor / editorial. Está basada en las Directrices sobre Buenas Prácticas para Publicaciones desarrolladas por el Committee on Publication Ethics (COPE)

**1. Sobre los Artículos**

1.1. La información y los datos declarados en los artículos deben ser reales y auténticos. Todos los artículos deben incluir las citas y referencias a las fuentes respectivas.

1.2. Está prohibido el plagio y los datos fraudulentos en los artículos bajo cualquier modalidad. Es considerada una práctica desleal someter a evaluación un artículo a más de una revista. Es considerada una práctica antiética publicar un mismo artículo en más de una revista.

**2. Sobre el Autor**

2.1. La presentación de ideas de otros autores como propias constituye una práctica no aceptable.

2.2. Los autores deberán reportar cualquier fuente de financiamiento que haya permitido desarrollar el estudio, así como cualquier otro compromiso que pudiere influir en la interpretación de los resultados.

2.3. Todos los autores están obligados a facilitar las rectificaciones necesarias a los errores.

**3 . Sobre los Evaluadores y la Revisión por Pares**

3.1. Los evaluadores deberán emitir su dictamen de forma objetiva y sin sesgos.

3.2. Reportar oportunamente al editor cualquier conflicto de interés que pudieran detectar al leer un artículo que le haya sido enviado para revisión.

3.3. Alertar cualquier posible situación de plagio en un trabajo, tanto parcialmente como en la totalidad de un artículo. Así también indicar si alguna fuente teórica está siendo utilizada en un artículo sin ser citada.

3.4. La revisión por pares es un proceso confidencial. Cualquier información de los artículos evaluados debe ser mantenida en reserva por parte de los evaluadores.

#### **4 . Sobre el Editor**

4.1. Es responsabilidad del editor evaluar los artículos sin tomar en cuenta la raza, género, orientación sexual, creencia religiosa, creencia política, nacionalidad, origen étnico o posicionamiento personal de los autores.

4.2. Debe decidir qué artículos deberán ser enviados a evaluación por pares, así como cuáles están en condiciones de ser publicados luego de su revisión, además de preservar la confidencialidad de los artículos evaluados, no revelando ninguna información sobre su contenido, temática, autoría, datos incluidos, análisis realizados o conclusiones finales.

4.3. Corresponde al editor procurar satisfacer las necesidades de los lectores y los autores, mejorar e innovar constantemente la revista, asegurar la calidad de los artículos publicados.

4.4. El editor debe evitar cualquier conflicto de interés con los artículos rechazados o aceptados y promover la publicación de correcciones, aclaraciones, rectificaciones y disculpas cuando se encuentren errores y cada vez que sea necesario.

#### **5 . Sobre el Consejo Editor**

5.1. El Consejo Editor es responsable de vigilar y salvaguardar los distintos aspectos de ética editorial de la revista, resolviendo cualquier conflicto ético a la brevedad y en coordinación con el editor, con el propósito de mantener la integridad y credibilidad académica de la revista.

5.2. El Consejo Editor rechaza el plagio y los datos fraudulentos en los artículos bajo cualquier modalidad.

5.3. El Consejo Editor está predisposto a publicar correcciones, aclaraciones, rectificaciones y disculpas cuando sea necesario.

# Sumario

1	Estereotipos de género y elección de carrera en ingresantes de Informática y Abogacía del Departamento Académico Rafaela de la Universidad Católica de Santiago del Estero entre 2021-2023. María Celeste DUTRUEL; Berenice GENERO; Gisela Belén GIORGETTI . . . . .	1
2	La magia como poder simbólico: de Giordano Bruno a la cultura contemporánea. Fabricio Manuel RODRIGUEZ . . . . .	18
3	Hacia un análisis genealógico de la noción de “coopetencia”. Fernando Francisco MAS . . . . .	23
4	Narrativa Transmedia como herramienta de promoción de Turismo Rural. El Caso Ramona después de la pandemia (2022/2023). Iván Andrei GARBULSKY VICUÑA; Giselle LOCATELLI . . . . .	36
5	La política de vivienda en Colombia y en España frente a la exclusión residencial. Gloria María CARAVANTES LÓPEZ DE LERNA; Magda Yolima ARIAS-CANTOR . . . . .	54
6	Politica de ediciones de la UCSE . . . . .	79
7	Normativas para autores de publicaciones . . . . .	84

# 1. Estereotipos de género y elección de carrera en ingresantes de Informática y Abogacía del Departamento Académico Rafaela de la Universidad Católica de Santiago del Estero entre 2021-2023

Gender stereotypes and career choices among new students enrolling in Computer Science and Law at the Rafaela Academic Department of the Catholic University of Santiago del Estero between 2021 and 2023

María Celeste Dutruel  
Docente UCSE DAR  
<https://orcid.org/0009-0009-9868-6429>  
[dutruelcelestegmail.com](mailto:dutruelcelestegmail.com)

Berenice Genero  
Docente UCSE DAR  
<https://orcid.org/0009-0004-1405-2300>  
[beregenerogmail.com](mailto:beregenerogmail.com)

Gisela Belén Giorgetti  
Docente UCSE DAR  
<https://orcid.org/0009-0004-1566-4456>  
[giselagiorgetti@gmail.com](mailto:giselagiorgetti@gmail.com)

---

## Resumen

Este artículo tiene como fin analizar si existen representaciones sociales que dan cuenta del estereotipo en la elección de carrera del hombre proveedor versus la mujer ligada a lo doméstico, en ingresantes de las carreras de Ingeniería en Informática y Abogacía en el período de 2021-2023 en la Universidad Católica de Santiago del Estero, Departamento Académico Rafaela. En objetivos específicos, se propuso caracterizar al alumnado según género autopercebido y prevalencia o no de familiares directos con estudios superiores, y recabar las ideas que tiene el alumnado sobre el ejercicio de la profesión que motivó su elección. Se utilizaron técnicas e instrumentos asociadas al enfoque cuantitativo y cualitativo (cuestionario autoadministrado y grupo focal). Los resultados obtenidos dieron cuenta de la predominancia del género masculino por sobre el femenino en la carrera de Ingeniería en

Informática a diferencia de Abogacía. En ambas carreras y para ambos géneros, surge la importancia de articular la vida familiar y laboral, el ocio y los contactos interpersonales, lo que difumina el estereotipo del varón independiente fuera del hogar. Los estereotipos no son estancos, se observa cierta variación en la elección de las mujeres por estas carreras aunque las diferencias en Ingeniería aún son notables entre géneros.

**Palabras clave:** Estereotipos de género en la elección de carrera; Representaciones sociales.

## Abstract

This article aims to analyze whether there are social representations that reflect the stereotype of men choosing careers as breadwinners versus women being tied to domestic roles among new students enrolling in computer engineering and law programs between 2021 and 2023 at the Catholic University of Santiago del Estero, Rafaela Academic Department. The specific objectives were to characterize the students according to their self-perceived gender and the prevalence or absence of immediate family members with higher education, and to gather the students' ideas about the profession that motivated their choice. Techniques and instruments associated with quantitative and qualitative approaches (self-administered questionnaire and focus group) were used. The results obtained showed a predominance of males over females in the Computer Engineering program, in contrast to the Law program. In both degree programs and for both genders, the importance of balancing family and work life, leisure, and interpersonal contacts emerges, which blurs the stereotype of the independent man outside the home. Stereotypes are not rigid; there is some variation in women's choice of these degree programs, although the differences in engineering are still notable between genders.

**Keywords:** Gender stereotypes in career choice; Social representations.

## Introducción

El género como categoría de análisis hace referencia a los roles, atributos, responsabilidades, características y representaciones sociales que la sociedad asigna a las personas por el hecho de ser mujeres u hombres, en una cultura y en un momento determinado (Lamas, 1986). Surge a partir de la idea de que lo “femenino” y lo “masculino” no son hechos naturales o biológicos, sino construcciones sociales. Las construcciones empiezan incluso antes del nacimiento y a partir de éste se enseñan las formas en que mujeres y hombres deben: comportarse, pensar, sentir, imaginar, ocupar espacios físicos y sociales, desear. En este sentido, se puede decir que la división de roles, cualidades y capacidades “masculinas” y “femeninas” se han estructurado históricamente en una lógica de opuestos.

Es sobre ésta lógica y distribución de características diferenciadas que se construyen los estereotipos de género, que “son representaciones simplificadas, esquematizadas,

deformadas y socialmente compartidas sobre un grupo de personas, que conforman opiniones sobre rasgos atribuidos a dicho grupo, en ausencia de experiencias directas con tales individuos.” (Sánchez García et al., 2013) citado por Ruiz Gutierrez y Santana Vega (2018). Dichos estereotipos se pueden encontrar en diferentes ámbitos de la vida cotidiana como ser el personal, familiar, social, laboral, cultural, de tiempo libre, educativo, entre otros.

Al respecto, desde 1970 hay numerosos estudios que debaten si la segregación de género en la elección de estudios universitarios se debe a factores psico-socio-culturales más que biológicos-genéticos. En algunos de ellos, los resultados arrojan que tiende a desaparecer la brecha de género en las sociedades más igualitarias, lo que confirma que es la socialización y no la biología la que influye en las elecciones formativas (Martín Rodrigo, 2018).

Según Ana María Fernández (2019), uno de los rasgos más característicos del siglo XX es la irrupción de mujeres en espacios sociales (laborales, científicos, culturales y políticos) que anteriormente eran ocupados por hombres, que la sitúan en la visibilidad, lo público. “Si bien hay nuevas prácticas sociales y mentalidades colectivas persisten fuertes resistencias. Se cuestionan los ordenamientos sociales basados en las diferencias ‘naturales’ de los sexos” (p. 14). Todavía estamos lejos de la superación de la desigual distribución de bienes y poderes materiales y simbólicos.

Evans (2006) y Martín Rodrigo (2018) establecen que las mujeres se orientan en mayor medida a especialidades y oficios ligados con lo administrativo, la educación, el cuidado de personas, la atención de la salud. Los varones por su parte, tienden a elegir la tecnología, las ingenierías y la manipulación de objetos. Según el estudio de Barberá, Candela y Ramos (2008), se arriba a la conclusión de que existe una percepción estereotipada entre el alumnado que vincula las profesiones de Psicología e Ingeniería Industrial con los roles tradicionales de mujeres y varones, respectivamente. Por otra parte, los análisis del perfil profesional afirman la existencia de demandas laborales más flexibles y diversas que las reflejadas en la percepción social de ambas profesiones.

Al respecto, Rivas (1989) citado por Capilla Navarro y Casero Martínez (2012) establece que el proceso de toma de decisiones en relación a la elección de estudios universitarios se caracteriza por una muy limitada experiencia en el momento de analizar su situación de elección; el azar juega un papel importante; están fuertemente condicionados a la hora de plantear la situación de elección, tanto por factores internos (desconocimiento de sí mismos, características psicológicas del periodo evolutivo, entre otros), como por elementos externos o del medio sociocultural (recursos familiares, oportunidades, etc.); y hay una falta de madurez vocacional en la mayoría del alumnado.

Por otro lado, Freytes Frey y Barbetti (2020) en su investigación establecieron que

la segregación de género en la elección de estudios universitarios tiene su mayor poder explicativo en la reproducción de estereotipos. Estos son construcciones sociales y definen cómo las mujeres y los hombres deben ser y comportarse en diferentes esferas de la vida, como se ha adelantado. Los autores determinan que, los estereotipos pueden cambiar a lo largo del tiempo y en función del contexto sociocultural, por lo que invitan a seguir investigando cómo estos discursos binarios se van deconstruyendo con el tiempo dando lugar a nuevos imaginarios. A partir de esto, llegan a la conclusión de que la elección de carrera está influida por los problemas de empleo que experimentan las/os jóvenes y ciertas limitaciones de la oferta educativa, el peso de los motivos expresivos (el «gusto» por la práctica y la satisfacción por el tipo de aprendizaje logrado) y el costo-beneficio entre inversión educativa y rentabilidad, y también modelos de identificación significativos para las/os estudiantes. Establecen que las “instituciones como la familia, la educación y el mercado laboral producen y transmiten representaciones y prácticas que están en la base de la perpetuación de desigualdades genéricas” (Freytes Frey y Barbetti, 2020, p.367).

Mosteiro García (1997) estudió los factores condicionantes a la hora de elegir la carrera (socioeconómicos, psicológicos, pedagógicos e institucionales) y analiza la variable sexo- genérica. La conclusión a la que arriba es que la preferencia de las mujeres sigue siendo profesiones vinculadas al rol tradicional que se les ha adjudicado, como por ejemplo: educación, relaciones laborales y áreas de la salud. Relaciona la expectativa de autoeficacia de la mujer en la elección de la carrera, que termina siendo más tradicional, mientras que el hombre elige carreras tanto tradicionales como no tradicionales, según este estudio. Los estereotipos de género dividen la elección y transmiten expectativas, valores y destrezas que orientan a los géneros por vías diferentes. El miedo al fracaso, las posibilidades de inserción laboral, la inhibición de la mujer a ingresar a carreras más largas que la alejen de lo afectivo, inciden en la decisión académica.

A pesar de lo establecido anteriormente, los condicionantes de género no son los únicos que intervienen en tales procesos sino que hay que apelar a una perspectiva multidimensional (Tarabini y Curran, 2015). La información que reciben futuras/os aspirantes a carreras universitarias, los modelos de identificación pero también, la percepción de rentabilidad de la carrera, los antecedentes familiares y experiencias tempranas de conocimientos previos sobre alguna materia influyen.

Conforme a las investigaciones revisadas, al hombre se lo vincula con rasgos como independencia, fuerza, autonomía, dominio y competitividad, mientras que a la mujer se la sigue viendo como dependiente, emotiva, sensible y cuidadora, desplegándose en el ámbito doméstico. Los varones desempeñan ocupaciones de prestigio social, que suponen ejercicio del poder o contribución al progreso de la sociedad, mientras que las mujeres priorizarían las relaciones interpersonales.

En el ámbito universitario, cabe preguntarse si al momento de elegir una carrera de grado universitaria ¿existen representaciones sociales estereotipadas que intervienen en los procesos de elección? y a partir de esto pensar ¿qué estereotipos de género confluyen en esas representaciones?. En este artículo se pretende recuperar los estereotipos de género que se presentan en el ámbito laboral y sociofamiliar de las profesiones de Abogacía e Ingeniería en Informática, en base a la opinión de estudiantes de dichas carreras que hayan ingresado durante el período 2021-2023, en el Departamento Académico Rafaela (DAR), Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE).

El objetivo principal es analizar la convergencia de representaciones sociales que conforman el estereotipo del varón proveedor y la mujer en lo doméstico. Y los objetivos de carácter específico constan de: caracterizar al alumnado según género autopercibido y prevalencia o no de familiares directos con estudios superiores y describir las ideas que tiene el alumnado sobre el ejercicio de la profesión que motivó su elección.

Para la elaboración del artículo, se toma como referencia un estudio exploratorio realizado en el año 2024 en el marco de un Proyecto de Iniciación a la Investigación titulado: “Estereotipos de género y elección de carreras universitarias. Un análisis en Ingeniería en Informática y Abogacía en UCSE-DAR en el período 2021-2023”. Su diseño metodológico fue flexible, en el cual se utilizaron técnicas e instrumentos correspondientes al paradigma de investigación cuantitativo y cualitativo. A través de cuestionarios autoadministrados se receptionó de forma estandarizada la opinión de estudiantes de Abogacía e Ingeniería en Informática sobre el género y elección de carrera. Para complementar sus opiniones y poder captar las representaciones sociales sobre las profesiones estudiadas, se implementaron dos grupos focales, uno por cada carrera, con la intención de que sean homogéneos en cuanto a la elección de la carrera pero heterogéneos en cuanto a género, edades y puntos de vista; y así enriquecer los datos obtenidos del cuestionario con distintas experiencias y creencias de las y los partícipes.

Los resultados que se obtuvieron fueron variados. En primer lugar, se identificó la predominancia del género masculino por sobre el femenino en Ingeniería en Informática ya sea en el ámbito universitario (estudiantes, cuerpo docentes, cargos directivos) como en el ámbito profesional. En Abogacía sucedió lo contrario, con mayor presencia femenina en el alumnado y docentes pero evidenciándose la predominancia masculina en el ámbito penal según la perspectiva de estudiantes. En segundo lugar, en Ingeniería apareció la representación de “carrera difícil” en cuanto al nivel intelectual, una carrera más práctica y más objetiva elegida mayormente por varones. En tercer lugar, aparecieron representaciones estereotipadas de las profesiones en el ámbito laboral, asociándose ciertos ámbitos a mujeres, como ser en Abogacía el ámbito civil y familiar. Y en cuarto lugar, en ambas

profesiones la búsqueda del equilibrio entre familia y trabajo profesional y los contactos interpersonales. Según los resultados se ve cierta variación del estereotipo de género del varón proveedor y la mujer dedicada a lo doméstico siendo para ambos géneros importante articular la vida familiar y laboral, otros intereses y los contactos interpersonales. Los estereotipos varían de acuerdo a cada época histórica pero se van reproduciendo a partir de ciertas representaciones sociales que se replican en los diversos ámbitos de socialización por lo que aún sigue habiendo una predominancia del varón en las carreras breves y de cierta dificultad, objetividad y prestigio como se da en Ingeniería en Informática, y por otro lado en la rama del derecho penal en Abogacía, considerada una disciplina que requiere carácter y determinación según la percepción del alumnado, mientras que hay una mayor presencia femenina en el ámbito civil y familiar y la docencia.

En este artículo, sólo se profundizará en las representaciones estereotipadas sobre Ingeniería en Informática y Abogacía en el ámbito laboral y sociofamiliar.

### **Metodología**

Tal como se adelantó, en la investigación se empleó un diseño mixto, combinando las perspectivas cuantitativa y cualitativa a fin de enriquecer el proyecto. Este diseño se justifica en teorías pragmáticas que valoran los efectos prácticos y el conocimiento científico, reconociendo el carácter híbrido y la difuminada frontera entre ambas perspectivas metodológicas. Inicialmente, se aplicó el enfoque cuantitativo para interpretar la realidad mediante instrumentos objetivos y medibles, reduciendo la complejidad a variables que pueden ser cuantificadas para predecir fenómenos y verificar teorías, manteniendo una distancia objetiva por parte del investigador.

A posteriori, se profundizó con el enfoque cualitativo, el cual se fundamenta en la generación de datos flexibles y sensibles al contexto social, permitiendo indagar en la vida cotidiana y conocer la valoración y perspectiva de los participantes.

Para ello, se esgrimieron dos técnicas para la recolección de datos: cuestionarios autoadministrados y grupos focales. El cuestionario buscó medir de manera estandarizada opiniones, conductas o actitudes, empleando preguntas directas e indirectas a estudiantes de las carreras de Abogacía e Ingeniería en Informática que ingresaron a ellas en el período abarcado por los años 2021 y 2023. Para los grupos focales, se conformaron grupos homogéneos en cuanto a la elección de la carrera pero heterogéneos en cuanto a género autopercibido, edades y puntos de vista.

A tal fin se le asignó a cada participante un código (letra) para el posterior análisis de los resultados teniendo en cuenta lo verbal y extra-verbal para corroborar lo que se dijo con las miradas, gesticulación, expresión facial y posturas (categorías emergentes de grupo). Para proteger la identidad de las y los participantes en las respuestas, el cuestionario fue anónimo y en el grupo focal se utilizó un consentimiento informado.

## Resultados

Para analizar la convergencia de representaciones sociales que conforman el estereotipo del “varón proveedor” y la “mujer en lo doméstico”, objetivo principal de este artículo, se recuperan representaciones estereotipadas mencionadas por estudiantes de Ingeniería en Informática y Abogacía, pudiendo agruparse en aquellas que se presentan en el ámbito universitario, laboral/profesional, y por último el socio familiar.

### Ámbito Universitario

En el ámbito universitario, se encontró predominancia de un género por sobre otro ya sea en el cuerpo estudiantil, como en graduadas/os, docentes y cargos directivos.

Se identificó que la carrera de Ingeniería en Informática en UCSE-DAR, continúa con predominancia del género masculino por sobre el femenino en su estudiantado, así como también en su cuerpo docente o en los cargos directivos. Es así que, de las 34 personas (estudiantes) que respondieron el cuestionario, el 79,4 % se autopercibe en el género masculino y el 20,6 % femenino, dejando por fuera la selección del género no binario.

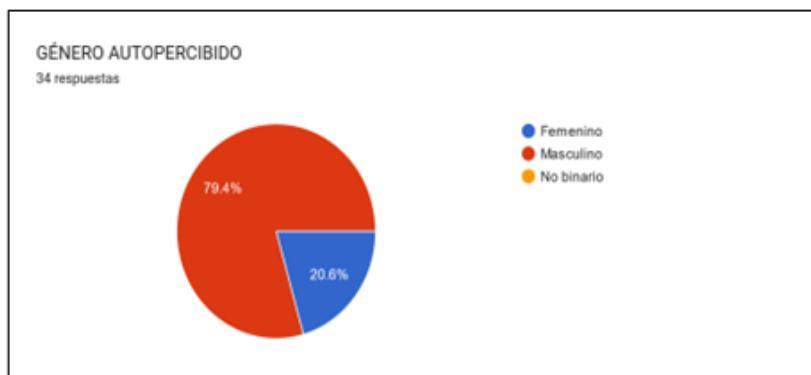


Gráfico 1, apartado “Aspectos personales y familiares”. Cuestionario dirigido a estudiantes de la Ingeniería en Informática (UCSE-DAR) que han ingresado en el año 2021-2023 y continúan sus estudios en el 2024.

Del grupo focal, participaron dos estudiantes autopercebidos como masculinos encontrándose en el cuarto año de la carrera, y cuatro personas autopercebidas femeninas (dos del segundo año y dos del tercero). También pudo verse reflejado la predominancia anteriormente mencionada ya que, al preguntarles sobre la cantidad de estudiantes mujeres que eligen estudiar Ingeniería, dicen ser minoría frente a los hombres, a pesar de que en los últimos años ha aumentado el ingreso de las mismas a la carrera. Esto también se vió reflejado en otra de las preguntas del cuestionario, dirigida a saber sobre la elección de la carrera, en donde se les preguntó si al ingresar

eran más hombres que mujeres. Las 34 personas que participaron del cuestionario respondieron afirmativamente.

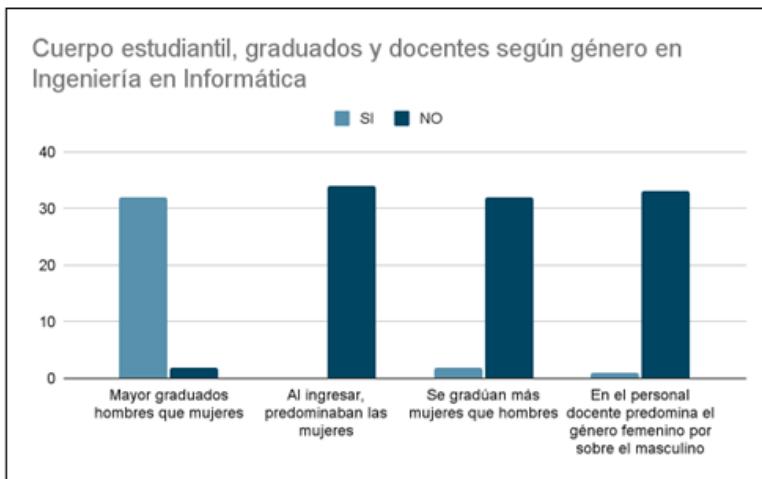


Gráfico construido en base a los resultados obtenidos del cuestionario dirigido a estudiantes de Ingeniería en Informática (UCSE-DAR) que han ingresado en el año 2021-2023 y continuaban sus estudios en el 2024.

En el caso de la carrera de Abogacía en UCSE-DAR, los datos se invierten siendo mayoría de estudiantes autopercebidas como femeninas (77,8%) frente a los masculinos (22,2%) ante las 18 respuestas obtenidas. Se coincide con Ingeniería en Informática en que, ninguna de las personas que respondieron el cuestionario se autoperceben en un género no binario, es decir, que no sea femenino o masculino.

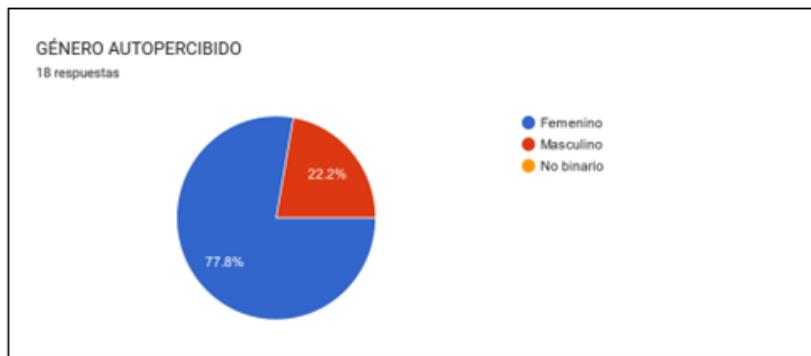


Gráfico 1, apartado “Aspectos personales y familiares”. Cuestionario dirigido a estudiantes de Abogacía (UCSE-DAR) que han ingresado en el año 2021-2023 y continúan sus estudios en el 2024.

En el grupo focal, participaron cuatro personas autopercibidas femeninas y una autopercibida como masculina. Se encontraron opiniones similares diciendo que no encuentran una diferencia notoria entre la cantidad de estudiantes mujeres y hombres. Aunque al indagar sobre en el cuerpo docente, respondieron que, en las materias vinculadas al Derecho Penal predominan los hombres y en las restantes las mujeres.

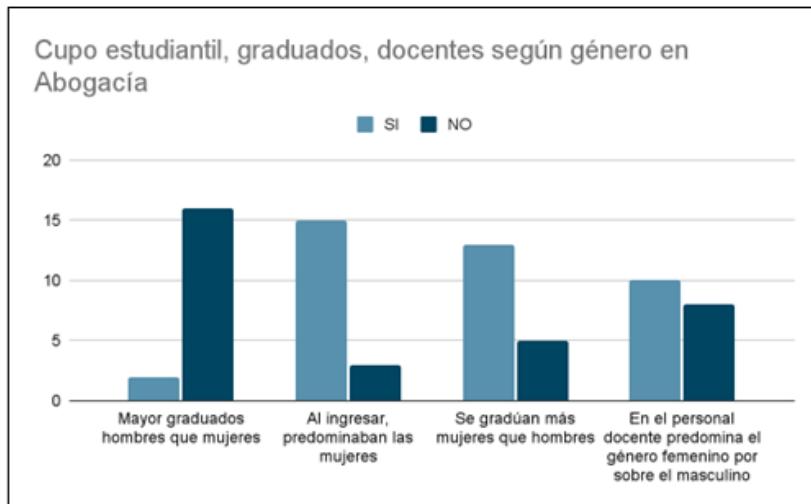


Gráfico construido en base a los resultados obtenidos del cuestionario dirigido a estudiantes de Abogacía (UCSE-DAR) que han ingresado en el año 2021-2023 y continuaban sus estudios en el 2024.

Sobre la diferencia de género en el cupo estudiantil en ambas carreras, se les preguntó en el grupo focal ¿por qué creían que sucedía esto?. En Ingeniería en Informática apareció la idea “común” de asociar a los hombres con la computadora y videojuegos, siendo más habitual que en mujeres. Por lo tanto, el estudiantado femenino mencionó que frente a terceros (familiares, amistades, público en general), aparece la sorpresa al saber que están estudiando esa carrera. En Abogacía, si bien en la actualidad el cupo femenino estudiantil es superior al masculino, las estudiantes mujeres han mencionado en el grupo focal que anteriormente no era así ya que “no era común que las mujeres estudien”.

Al tener datos opuestos entre las carreras, se les preguntó a los estudiantes de Abogacía qué diferencias encuentran entre su carrera elegida e Ingeniería y por qué creen que en ésta última hay más hombres que mujeres estudiando. Las respuestas en el grupo focal se dividieron en dos: la primera respuesta fue que asocian que a los hombres les gusta la informática-programación y software, a diferencia de las mujeres, que a la mayoría antes no les gustaba; la segunda opinión fue que se

puede estudiar cualquier carrera por gusto pero para el estudiantado de Abogacía su carrera elegida es “más pesada” porque entienden que estudiar aspectos teóricos les demanda mayor tiempo de preparación para rendir las materias a diferencia de Ingeniería que es “más práctica”.

### **Ámbito laboral y/o profesional**

En el ejercicio de la docencia en la profesión Ingeniería en Informática, tal y como se ha evidenciado, existe una diferencia de género en el cuerpo docente. El 97,06 % de las personas consultadas afirmaron que predomina el género masculino por sobre el femenino en docencia.

En el grupo focal, estudiantes de dicha carrera que se encontraban cursando tercer y cuarto año, dijeron que durante toda la carrera sólo tuvieron tres docentes mujeres, explicando que puede ser consecuencia de que son más hombres que mujeres los que eligen estudiar esta disciplina. Pero se preguntó: ¿es para el estudiantado la docencia, una salida laboral elegida? como respuesta se obtuvo de las cuatro mujeres participantes, dos respuestas afirmativas junto a uno de los hombres, mientras que los otros tres participantes respondieron que no creen posible seguir la carrera docente, lo que genera una diferencia igualitaria de opiniones.

Sobre el ejercicio profesional, se indagó en el cuerpo estudiantil si la carrera les brinda mayores oportunidades laborales que otras profesiones. En ambas carreras coincidieron en que sí. Sin embargo, existen diferencias entre una y otra, pudiendo evidenciarse en el Grupo Focal.

En Ingeniería en Informática, consideraron que es fácil insertarse en el mundo laboral y cobrar un buen salario en poco tiempo porque hay mucha oferta y es un carrera del futuro, muy amplia. Se hizo hincapié en la actualidad, sobre la modalidad de trabajo virtual o conocido también como “home office”, en donde esta profesión se adapta sin dificultades ya que es una disciplina que se orienta al desarrollo personal, al desenvolvimiento individual. La mayoría de los partícipes del grupo focal trabajaban por lo que da cuenta que es una carrera que posibilita combinar empleo y estudio, algunos trabajos estaban vinculados a su profesión y otros no.

En cambio en Abogacía, con respecto al trabajo, la minoría se encontraba trabajando y debieron interrumpir por el estudio ya que les demandaba tiempo. Asimismo, creían que era difícil obtener empleo, porque se exige cierta formación o contar con contactos, concluyendo que la trayectoria laboral es progresiva. Todas/os hicieron hincapié en primero graduarse para luego trabajar.

En cuanto a si existen estereotipos de género en el ámbito profesional (por fuera del ejercicio de la profesión en docencia), de las 34 respuestas del estudiantado de Ingeniería en Informática, 20 respondieron que sí y 14 no.

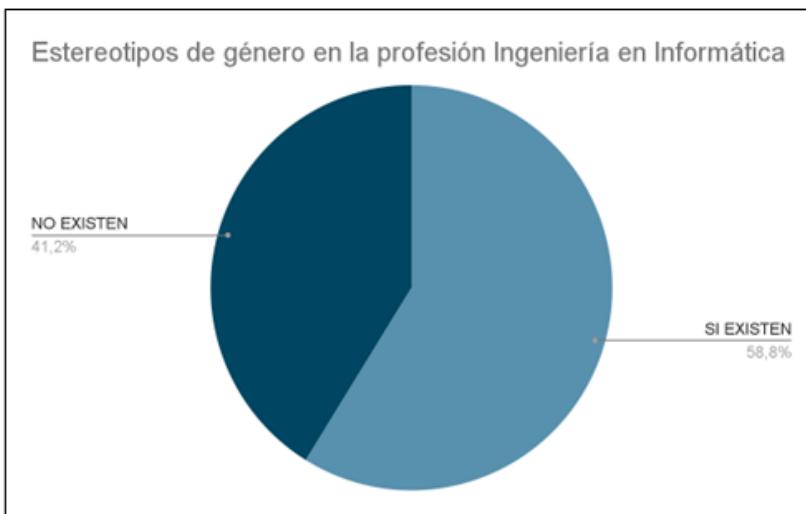


Gráfico construido en base a los resultados obtenidos del cuestionario dirigido a estudiantes de Ingeniería en Informática (UCSE-DAR) que han ingresado en el año 2021-2023 y continuaban sus estudios en el 2024.

En Abogacía, los resultados se invierten, respondiendo de forma negativa ante la existencia de estereotipos de género.

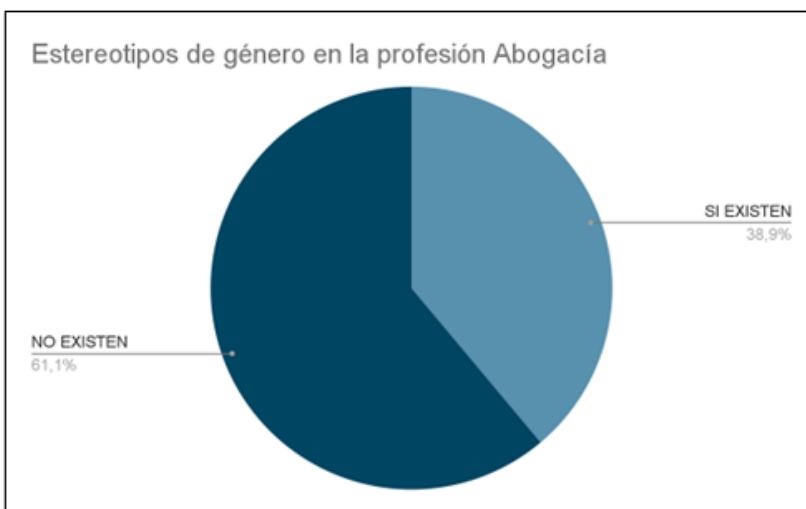


Gráfico construido en base a los resultados obtenidos del cuestionario dirigido a estudiantes de Abogacía (UCSE-DAR) que han ingresado en el año 2021-2023 y continuaban sus estudios en el 2024.

A pesar de que en la encuesta mencionaron la no existencia, en el grupo focal se pudo identificar estereotipos vinculados a los ámbitos de ejercicio profesional de acuerdo a las ramas del Derecho, la existencia de ciertas ramas del Derecho para hombres y otras para mujeres. En Derecho Penal, el estudiantado identificó que continúa siendo una rama del Derecho mayormente ejercido por profesionales de abogacía masculinos ya que circula la idea de que se requiere “carácter”, mientras que en el Derecho Civil o de Familia es más común ver profesionales de Abogacía femeninos.

Esta idea de tener “carácter” sigue circulando en el ámbito penal, pero también creen que es algo intrínseco de la carrera. Se vio reflejado en el cuestionario cuando se les preguntó si el carácter es importante para la profesión elegida obteniendo 15 respuestas afirmativas y sólo 3 negativas. En el grupo focal, se les preguntó si el carácter se va formando, a lo cual la mayoría de los partícipes respondieron que sí, ya sea en la universidad como parte del proceso de aprendizaje, como también de acuerdo a la rama del derecho que se elige ejercer. Para profundizar, también se les preguntó si creían que los estereotipos iban cambiando, respondiendo dos estudiantes que sí, de acuerdo a los cambios que se han producido a nivel social, impulsado por movimientos sociales, pero también diciendo que algunos retrocedieron sin especificar por qué.

### **Ámbito socio-familiar**

Para profundizar los datos obtenidos sobre los cupos femeninos y masculinos tanto en el estudiantado como en el cuerpo docente en ambas carreras, y poder realizar un análisis más completo pensando en la simbiosis Universidad-Sociedad, en el cuestionario se les preguntó: ¿consideran que la sociedad lleva a que estudien más hombres que mujeres la carrera? y ¿consideran que en el último tiempo la sociedad influyó a que más mujeres comiencen a estudiar la carrera elegida?.

En ambas carreras, los estudiantes respondieron a la primera pregunta con un no en su mayoría (en Ingeniería el 73,53 % respondió de manera negativa y el 26.47 % afirmativas, y en Abogacía los porcentajes fueron 72,20 % y 27.8 % respectivamente). En la segunda respuesta, en Ingeniería el 61,76 % respondió que sí y el 38,24 % que no; mientras que en Abogacía hubo un 72.2 % de respuestas positivas y un 27.8 % negativas.

Respecto de la sociedad, y al trabajo voluntario no remunerado, es decir, en ayudar sin que se pague por ello, un porcentaje alto respondieron positivamente (88,88 % en Abogacía; 88,23 % en Ingeniería en Informática).

Y sobre el respeto de la población por la carrera elegida, en el cuestionario se encontraron respuestas divididas. No obstante, en el grupo focal de Ingeniería en Informática, creen que la sociedad las/os respetará más, por el aspecto económico, porque es una carrera complicada, larga y que tiene estatus. Y en Abogacía, creen

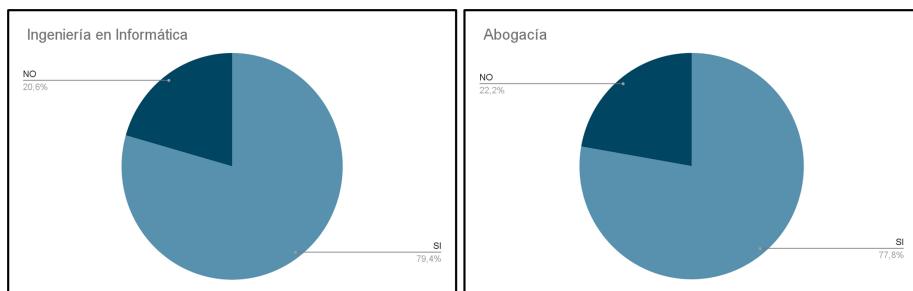
que es una profesión respetada, que hay que estudiar mucho, porque es larga y necesaria para la sociedad pero que otras carreras tienen que ver con el futuro y dan más dinero como Ingeniería en Informática. Asimismo piensan que es larga y densa, con cierta formalidad implícita en la formación asociada al estatus social, según las representaciones del estudiantado.

Respecto de los mitos que circulan en la sociedad sobre la carrera, en el grupo focal de Ingeniería en Informática piensan que hay un estereotipo de ser un “freaky encerrado” mientras que según sus creencias es una carrera que tiene que ver con el trabajo en grupo y los vínculos, destacando que la universidad les aporta contacto con profesores y sus pares

En Abogacía, según lo obtenido en el grupo focal, el mito tiene que ver con que todos los abogados son “chantas”, que cualquiera se recibe y que saben un poco de todo pero nada de nada, pero quienes fueron encuestadas/os creen que no es tan fácil ni recibirse ni obtener empleo, que requiere de una gran capacitación.

Por último, tanto en el cuestionario como en el grupo focal, la familia determinó como opción definitiva estudiar o trabajar. Acerca de tener en cuenta la opinión familiar al momento de elegir la carrera, en Abogacía respondieron mayoritariamente que no y en Ingeniería sí. Posterior a la elección, todas las personas encuestadas acordaron en que la familia está de acuerdo con la elección de la carrera, insistiendo en que lo más importante era llegar a un estudio o un trabajo. Las expectativas más recurrentes de las personas consultadas y sus familias consisten en que se gradúen y trabajen de lo que les gusta. En abogacía sí creían que es una carrera con aceptación social y por eso había apoyo familiar para esa elección.

Ante la pregunta de si les interesa que la profesión permita articular vida familiar/profesional, la gran mayoría respondió que sí en ambas carreras.



Gráficos construidos en base a los resultados obtenidos del cuestionario dirigido a estudiantes de Abogacía (UCSE-DAR) e Ingeniería en Informática que han ingresado en el año 2021-2023 y continuaban sus estudios en el 2024.

En el caso de Ingeniería en Informática, determinaron que el trabajo “home office” les permite una mayor articulación de los dos ámbitos, el familiar y el laboral. Y en

Abogacía, muchas de las respuestas en el grupo focal, apuntaron a que dar clases y/o dedicarse a la investigación facilita la articulación de la vida familiar con la carrera, así como también, brinda mayor tiempo personal para poder viajar.

## Discusión

Los resultados arrojan una mayor participación del varón en la carrera de Ingeniería en Informática, tanto en ingresantes, graduados, como docentes y directores de carrera. Es considerada por el alumnado como una carrera breve y de status, difícil, que requiere de altas capacidades. En el grupo focal aparecieron representaciones que dan cuenta de que la información que reciben y los intereses que son ofrecidos en la socialización desde la infancia, que tienen que ver con cierta preponderancia al varón por las computadoras y la informática, por lo que sus familias se sorprenden cuando una mujer decide estudiar dicha carrera.

Muchos de los alumnos/as ya tenían conocimientos previos en la escuela secundaria y acercamientos al área. Tanto en el cuestionario como en el grupo focal, el alumnado cree que es una carrera con prestigio y buenos ingresos, por lo que esto podría indicar que persiste cierto estereotipo de la prevalencia de los varones por carreras que aporten dinero y estabilidad económica. No obstante, es una carrera que permite trabajar home office y permanentemente en equipo, con lo cual se vería una modificación del estereotipo de la separación binaria entre: mujer en lo doméstico y varón proveedor. Según el grupo entrevistado para ambos géneros es importante el equilibrio con la vida familiar, los viajes y otros intereses o hobbies mientras se desarrollan profesionalmente.

En ambas carreras se ve que hay algunos familiares directos con estudios superiores pero que la incidencia de la familia tuvo que ver más con la idea de que estudien o trabajen a que elijan una carrera en específico, aunque sí reciben ciertas objeciones las mujeres que estudian carreras largas como Abogacía o carreras difíciles como Ingeniería en Informática.

En el caso de Abogacía, actualmente hay mayor preponderancia femenina en el cupo de estudiantes, aunque cree el alumnado que no siempre esto fue así, anteriormente mayor cantidad de hombres estudiaban esa carrera. Actualmente se ve una división entre mayor cantidad de mujeres en docencia, directoras de carrera y el Derecho Civil, en detrimento del Derecho Penal que es ejercido mayormente por hombres. Reciben las mujeres cierta crítica porque se considera que en el Derecho Penal hay que tener carácter y determinación, rasgo que la sociedad atribuye al varón.

La mayoría de alumnos/as cree que es una carrera con prestigio, difícil pero que el estatus depende de un largo camino, por la longitud de la carrera y el comienzo de la profesión, que suele ser complejo y no bien pago en un comienzo. Esto también incide en el estereotipo de mujer en lo doméstico, ya que al haber mayor presencia femenina en una carrera que es larga y que requiere un largo trecho para lograr

estabilidad, despejaría esta representación asociada a la mujer con presencia en lo doméstico. Aunque en ambos géneros el deseo es poder equilibrar la vida familiar y otros intereses.

Por otro lado, en ambas carreras opinan que ayudarían a la sociedad a pesar de que no les paguen por eso, esto disiparía la idea de que al varón le interesa el progreso social y a la mujer las relaciones interpersonales, ya que en ambos géneros se vio la importancia de ambas cuestiones.

En Abogacía aparece la idea de que muchos ingresantes han cambiado a la carrera de Ingeniería en Informática porque es una carrera más breve que aporta mayor estatus en menor tiempo.

Se podría decir a la luz de la teoría que los estereotipos son cambiantes, pero que hay ciertas representaciones que son difíciles de arrancar del imaginario, como por ejemplo que la mujer no tenga carácter o interés por determinadas actividades que son más destinadas a los varones (siguiendo este estereotipo de la mujer sensible, emotiva y cuidadora) y que el varón se sienta frustrado ante elecciones de carrera largas que atenten con su desarrollo económico. Estos estereotipos corresponden a los ámbitos sociales y familiares y de cierta manera si bien el alumnado los ha podido poner en tensión en el grupo focal, sí tuvieron incidencia en dudas o inseguridades en torno a su elección de carrera.

A la hora de elegir las carreras, la información que reciben los aspirantes, las identificaciones, los antecedentes familiares y los conocimientos previos que les son aportados, inciden en su decisión, tal como afirman Tarabini y Curran (2015) y Freytes Frey y Barbetti (2020). Todavía hay desigualdades en la distribución de bienes y poderes materiales y simbólicos, como establece Fernández (2019) es decir que muchas veces como afirma Lamas (1986) la biología sigue comandando ciertas determinaciones para lo que se espera de un hombre o de una mujer, que según algunas opiniones tendieron a cambiar con el tiempo a partir del feminismo y otros movimientos sociales. Por lo que se podría decir que en un futuro los cambios socio-históricos pueden impactar en este estereotipo y en las elecciones de carrera.

### **Reflexiones Finales**

A lo largo de la historia de la humanidad, los deseos, aspiraciones y atributos se han dividido de modo bipartito de acuerdo a hechos biológicos pero según construcciones que son sociales. Esto designa el modo de actuar, pensar, los intereses y lo que se espera para la mujer o el varón con cierta simplificación y fácilmente reproducidos en los discursos familiares, sociales e institucionales y en este caso se verifica en las elecciones de carrera, por lo que es la socialización y no la anatomía lo que influye en esas decisiones.

Si bien hay avances en los movimientos sociales y la distribución de bienes simbólicos,

persiste la desigualdad en una brecha de género a partir de fuertes resistencias.

Los estereotipos transmiten lo que se espera de un sujeto según el género y persiste el cupo femenino en áreas de docencia, salud y de bajo prestigio, asociando a la mujer con la sensibilidad y la dependencia, mientras que hay mayor presencia del varón en carreras de alto prestigio social, competitividad y estabilidad económica, de corte más objetivo que subjetivo.

En el proyecto aparecen nuevas motivaciones y representaciones, de acuerdo a lo estudiado, una característica en común entre los estudiantes de ambas carreras es el deseo de equilibrar su vida profesional con la vida personal, en particular los varones que estudian Ingeniería en Informática manifestaron que la flexibilidad de horarios favorece a la organización familiar y también han cuestionado el imaginario del ingeniero solitario.

También se observa que tanto hombres y mujeres valoran los contactos interpersonales, el aporte a la sociedad y el trabajo en equipo. Ello supone un cambio en el estereotipo que vincula lo femenino al ámbito doméstico y lo masculino.

Aunque hay avances en la deconstrucción de ciertos estereotipos, la persistencia de la brecha de género en la distribución de poder sigue siendo un desafío fundamental a superar. En este sentido, es importante abordar estos temas tanto a nivel familiar, social y desde la Universidad misma, generando una estrategia que mejore la divulgación y orientación vocacional y con ello, deconstruir los mitos de género así las elecciones de carreras son más libres y con menores sesgos.

## Bibliografía

Barberá, Ester; Candela, Carlos y Ramos, Amparo (2008). Elección de carrera, desarrollo profesional y estereotipos de género, Revista de Psicología Social, 23:2, 275-285, DOI: 10.1174/021347408784135805. En: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1174/021347408784135805>

Capilla Navarro, Guzmán y Casero Martínez, Antonio (2012). Análisis de la diferencia de género en la elección de estudios universitarios. Estudios sobre educación, Vol 22, 115-132. En: <https://revistas.unav.edu/index.php/estudios-sobre-educacion/article/view/2075/1940>

Evans, Karen (2006): “Achieving Equity Through ‘Gender Autonomy’: The Challenges for VET Policy and Practice”. Journal of vocational education and training, 58 (4), 393-408. DOI: <https://doi.org/10.1080/13636820601005453>.

Fernández, Ana María (2019). La mujer de la ilusión. Pactos y contratos entre hombres y mujeres. Buenos Aires: Paidós.

Freytes Frey, Ada y Barbetti Pablo (2020). Los estereotipos de género en las elecciones y expectativas de estudiantes de Educación Técnica Profesional en Argentina:

diferencias regionales y de género. Revista de Sociología de la Educación-RASE, 13 (3), 346-370. <http://dx.doi.org/10.7203/RASE.13.3.17451>.

Lamas, M. (1986). La antropología feminista y la categoría "género". Nueva antropología, 8(30), 173-198.

Martín Rodrigo, María José (2018). Influencia de los estereotipos de género en la elección de estudios universitarios. R.B. Servicios Editoriales, S.L. España: Madrid.

Mosteiro García, María Josefa (1997). El género como factor condicionante de la elección de la carrera: hacia una orientación para la igualdad de oportunidades entre los sexos. Revista galego-portuguesa de psicoloxía e educación, 1997, 1: 305-315 ISSN: 1138-1663

Ruiz Guiterrez, Jairo; Santana Vega, Lidia (2018). Elección de carrera y género. En: <https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/reid/article/view/3470>

Tarabini, Aina y Curran, Marta (2015): "El efecto de la clase social en las decisiones educativas: un análisis de las oportunidades, creencias y deseos educativos de los jóvenes". Revista de Investigación en Educación, 13 (1), 7-26. En: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5092753>

## 2. La magia como poder simbólico: de Giordano Bruno a la cultura contemporánea

Magic and Symbolic Power in Contemporary Culture: Philosophical and sociocultural perspectives from Giordano Bruno to Castoriadis

Fabricio Manuel Rodriguez  
JTP UCSE DASS  
fabro1984@hotmail.com

---

### Resumen

El presente ensayo explora la vigencia de la noción de magia como forma de poder simbólico, iniciando con la concepción de Giordano Bruno en el Renacimiento y su vínculo con la persuasión, para luego ponerla en diálogo con la teoría del poder simbólico de Pierre Bourdieu y los aportes de Cornelius Castoriadis y Charles Taylor sobre los imaginarios sociales. Finalmente, se analizan expresiones contemporáneas en la cultura de masas, la publicidad y las redes sociales, donde la magia reaparece bajo nuevas formas de manipulación simbólica. La hipótesis central sostiene que la magia, lejos de haber desaparecido, persiste como lógica cultural que opera en la construcción de sentido y en la legitimación de estructuras de poder.

**Palabras clave:** Magia, poder simbólico, Giordano Bruno, cultura, comunicación.

### Abstract

This essay explores the validity of the notion of magic as a form of symbolic power, starting with Giordano Bruno's conception in the Renaissance and its link to persuasion, then placing it in dialogue with Pierre Bourdieu's theory of symbolic power and the contributions of Cornelius Castoriadis and Charles Taylor on social imaginaries. Finally, it analyzes contemporary expressions in mass culture, advertising, and social networks, where magic reappears in new forms of symbolic manipulation. The central hypothesis is that magic, far from having disappeared, persists as a cultural logic that operates in the construction of meaning and the legitimization of power structures.

**Keywords:** Magic, symbolic power, Giordano Bruno, culture, communication.

## **Introducción**

En el mundo occidental contemporáneo, la magia suele ser mirada con recelo. Se la considera una pseudociencia fallida, una práctica religiosa esotérica o una espiritualidad de consumo asociada al New Age. Sin embargo, estas lecturas reduccionistas oscurecen un hecho fundamental: la magia ha tenido un papel central en la constitución de la cultura occidental y, lejos de desaparecer, se ha transformado en nuevas formas de poder.

Durante la Antigüedad y la Edad Media, la magia fue concebida con ambivalencia: Platón la entendía como phármakon, fuerza capaz de curar o envenenar, mientras que Agustín de Hipona la condenaba como superstición. El Renacimiento marcó un punto de inflexión. Giordano Bruno, en sus tratados mágicos, subrayó que la magia no debía ser vista como superstición, sino como disciplina filosófica que otorga al hombre el poder de deificarse.

La hipótesis que aquí se plantea es que la magia, entendida como poder de persuasión y manipulación simbólica, se ha reconfigurado en lo que hoy llamamos poder simbólico. Para mostrarlo, recorreremos cuatro momentos: la concepción bruniana de la magia, el poder simbólico en Bourdieu, los imaginarios sociales en Castoriadis y Taylor, y la reaparición de lo mágico en la cultura contemporánea.

## **Desarrollo**

### **1. La magia como forma de conocimiento y poder en Giordano Bruno**

Bruno concebía la magia como una técnica de vínculos (*vincula*) capaz de operar sobre el cosmos y las almas. En *De vinculis in genere*, explica que el mago actúa creando conexiones invisibles que atan la voluntad de los hombres. Clasifica estos vínculos en naturales (basados en fuerzas físicas), voluntarios (basados en afectos y creencias) y artificiales (producidos por técnicas e imágenes). Esta clasificación revela que la magia es, para Bruno, una ciencia de la influencia sobre las almas.

El eros ocupa un lugar central en esta teoría: el deseo y la atracción funcionan como fuerzas mágicas universales. El mago, al conocerlas, puede dirigirlas y usarlas para persuadir. La magia es, por tanto, una técnica de gobierno de los afectos.

La imaginación es otro pilar. Para Bruno, “la vista es el más espiritual de todos los sentidos”, lo que justifica que el arte de la memoria y la manipulación de imágenes tengan un poder particular. En *De imaginum, signorum et idearum compositione*, desarrolla complejas técnicas mnemónicas que, además de servir para recordar, producen un impacto afectivo que orienta la voluntad.

Su cosmología refuerza este planteo: “Hay por tanto soles innumerables y tierras infinitas que giran por igual en torno a aquellos soles”. El universo es infinito y

animado, y el hombre, como parte de él, puede ejercer poder simbólico al manipular las correspondencias entre lo visible y lo invisible.

Finalmente, en su metafísica, la noción de Anima Mundi (Alma del Mundo) es decisiva: “El Alma del Mundo es el principio constitutivo formal del universo... No hay nada sin principio vital”. La magia, como ciencia del alma universal, permite influir en el todo a través de sus partes.

Aunque otros pensadores del Renacimiento, como Ficino y Agrippa, también reflexionaron sobre la magia, Bruno fue más radical: subordinó todas las ciencias a la magia como conocimiento supremo. Con ello anticipa la noción moderna de poder simbólico: un poder no físico, pero real, basado en creencias, imágenes y significados compartidos.

## 2. El poder simbólico en la teoría social contemporánea

Pierre Bourdieu ofrece, siglos después, un marco conceptual que permite comprender la magia en clave social. Para él, el poder simbólico es “el poder de constituir lo dado mediante la enunciación, de hacer ver y hacer creer”. Este poder no se impone por la violencia, sino por la aceptación tácita de los sujetos.

Dos categorías complementan esta noción: habitus y campo. El habitus es el conjunto de disposiciones que guían la acción de los individuos; el campo, el espacio social donde se lucha por el capital simbólico. La escuela, la iglesia, los medios de comunicación son campos en los que se ejerce el poder simbólico, moldeando creencias y conductas.

Un ejemplo es el sistema educativo, que transmite una visión legítima de la cultura y excluye otras formas de saber. Otro es la religión, que mediante símbolos y rituales impone significados que los fieles aceptan como naturales. La política y los medios también ejercen esta forma de poder, construyendo realidades a través del discurso.

La analogía con la magia bruniana es evidente: ambos poderes dependen de la creencia compartida. Así como el mago influye mediante imágenes que resuenan en el alma, el poder simbólico actúa mediante signos legitimados que orientan el comportamiento social.

## 3. Imaginarios sociales y persistencia de lo mágico

Cornelius Castoriadis sostuvo que las sociedades se autoinstituyen creando significaciones imaginarias sociales. Estas significaciones no son producto de la razón instrumental, sino de la imaginación radical colectiva. Son “hechizos sociales” que dan coherencia a la vida en común.

Charles Taylor, por su parte, define el imaginario social como “la forma en que la gente corriente imagina su existencia social, cómo se relaciona con otros, con las instituciones y con las normas que la rigen”. Estos imaginarios no son meros relatos, sino horizontes de sentido que orientan prácticas.

Ejemplos históricos muestran la fuerza de estos imaginarios: la idea de progreso en la modernidad, la nación como comunidad imaginada, el consumo como promesa de felicidad en el capitalismo. Todos estos imaginarios funcionan como magias seculares, capaces de movilizar afectos colectivos y guiar conductas sociales.

La magia persiste aquí bajo nuevas formas. En el siglo XX, lo esotérico se transformó en mercancía cultural, domesticado por el New Age: “la segunda mitad de ese siglo fertilizó el terreno para que lo esotérico devenga una mercancía apta para el consumo masivo”. Hoy, símbolos y relatos funcionan como tecnologías sociales que producen adhesión y modelan identidades colectivas.

#### 4. La magia en la cultura contemporánea

La sociedad actual ofrece múltiples ejemplos de la persistencia de lo mágico.

- Publicidad y consumo: Marcas como Nike o Apple no venden productos, sino estilos de vida. Coca-Cola, por ejemplo, ha logrado asociar una bebida azucarada con la felicidad global, convirtiéndose en un hechizo cultural planetario.

- Política y populismo: Los discursos políticos movilizan símbolos nacionales, gestos y relatos que generan adhesión emocional más allá de la argumentación racional. En América Latina, los populismos han demostrado un uso eficaz de símbolos y narrativas que funcionan como conjuros colectivos.

- Medios y espectáculo: Como señaló Guy Debord, “toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos”. La representación sustituye a la realidad y ejerce un poder fascinante.

- Redes sociales y algoritmos: Umberto Eco recordó que “el signo es todo aquello que puede ser tomado como sustituto significante de otra cosa”. En las plataformas digitales, los algoritmos manipulan signos e imágenes, generando burbujas informativas que funcionan como hechizos colectivos. TikTok o Instagram construyen realidades encantadas en las que millones participan diariamente.

Estos ejemplos muestran que la magia no ha desaparecido: se ha reconfigurado como poder simbólico en la cultura global.

### Discusión

El recorrido realizado permite identificar un hilo conductor: la eficacia de lo simbólico como poder. Bruno, Bourdieu, Castoriadis y Taylor, con lenguajes distintos, señalan que los significados y las imágenes moldean percepciones, acciones e instituciones.

Queda abierta la pregunta: ¿es la magia/poder simbólico emancipador o alienante? Por un lado, puede estimular la creatividad, la imaginación y la construcción de comunidad. Por otro, puede volverse manipulación, dominación y consumo acrítico.

Adorno y Horkheimer, en Dialéctica de la Ilustración, advirtieron que la industria cultural produce estandarización y pasividad, transformando el símbolo en herramienta de control. Jean Baudrillard, por su parte, sostuvo que vivimos en una era de simulacros, donde los signos ya no representan la realidad, sino que la reemplazan. Ambos planteos refuerzan la idea de que la magia moderna puede derivar en alienación. Este doble filo recuerda la definición platónica de la magia como phármakon: remedio y veneno.

## Conclusión

La magia, comprendida como poder simbólico, no ha desaparecido sino que se ha transformado. De Bruno a Bourdieu, de Castoriadis a los fenómenos culturales actuales, se confirma que lo simbólico es un espacio de poder decisivo en la vida social.

Las imágenes, signos y relatos no son adornos, sino fuerzas activas que legitiman instituciones y orientan conductas. La cultura contemporánea, mediada por la publicidad y los algoritmos digitales, muestra que lo mágico persiste bajo nuevas máscaras.

Reconocer esta vigencia no implica renunciar a la crítica, sino todo lo contrario: exige desarrollar una conciencia filosófica capaz de discernir entre símbolos que liberan e imaginarios que dominan. El filósofo tiene aquí un papel irrenunciable: desenmascarar los poderes mágicos del presente para abrir posibilidades de emancipación.

## Bibliografía

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1998). Dialéctica de la Ilustración. Madrid: Trotta.
- Baudrillard, J. (1993). El crimen perfecto. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1997). Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Barcelona: Anagrama.
- Bruno, G. (1584). La cena de las cenizas.
- Bruno, G. (1590). De magia.
- Bruno, G. (1591). De vinculis in genere.
- Bruno, G. (1591). De imaginum, signorum et idearum compositione.
- Castoriadis, C. (1993). La institución imaginaria de la sociedad. Barcelona: Tusquets.
- Debord, G. (1999). La sociedad del espectáculo. Valencia: Pre-Textos.
- Eco, U. (1976). Tratado de semiótica general. Barcelona: Lumen.
- Taylor, C. (2004). Imaginarios sociales modernos. Barcelona: Paidós.

### 3. Hacia un análisis genealógico de la noción de “coopetencia”

Towards a genealogical analysis of the notion of 'coopetition'

Fernando Francisco Mas

Universidad del Aconcagua; Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales  
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina  
[fernandomas@hotmail.com](mailto:fernandomas@hotmail.com)

---

#### Resumen

El artículo analiza la configuración histórica y conceptual de la noción de “coopetencia” en el campo del management estratégico. Se adopta un enfoque cualitativo basado en la genealogía de saberes propuesta por Michel Foucault, con el propósito de examinar cómo la teoría de los juegos fue reconfigurada en el discurso managerial contemporáneo. Los resultados evidencian que la coopetencia se presenta como una racionalidad híbrida que combina la cooperación y la competencia, pero lo hace subordinando la primera a los fines estratégicos de la segunda. De esta manera, la cooperación se convierte en un instrumento funcional a la competitividad y a la gestión de la conducta organizacional. Se concluye que la coopetencia no resuelve la paradoja entre colaborar y competir, sino que la institucionaliza como principio estructural del management contemporáneo, modelando subjetividades orientadas a la eficacia, la flexibilidad y el rendimiento dentro de una lógica empresarial que mantiene la primacía de la competencia.

**Palabras clave:** Coopetencia; Management estratégico; Genealogía; Subjetividad.

#### Abstract

The article analyzes the historical and conceptual configuration of the notion of coopetition in the field of strategic management. A qualitative approach based on Michel Foucault's genealogy of knowledge is adopted to examine how game theory was reconfigured in contemporary managerial discourse. The results show that coopetition is presented as a hybrid rationality that combines cooperation and competition but does so by subordinating the former to the strategic ends of the latter. In this way, cooperation becomes a functional instrument for competitiveness and the management of organizational behavior. It is concluded that coopetition does not resolve the paradox between collaboration and competition but rather institutionalizes it as a structural principle of contemporary

management, shaping subjectivities oriented toward efficiency, flexibility, and performance within a business logic that maintains the primacy of competition.

**Keywords:** Coopetition; Strategic management; Genealogy; Subjectivity.

## Introducción

La relación entre cooperación y competencia constituye una paradoja persistente en el campo del management estratégico contemporáneo. Bajo la apariencia de categorías opuestas y excluyentes, ambas han coexistido, se han tensionado y, al mismo tiempo, se han nutrido mutuamente en el desarrollo de teorías y prácticas empresariales durante las últimas décadas. Esta tensión no es menor: en ella se juega una forma particular de concebir la vida económica y social, donde la cooperación aparece subordinada y como condición de posibilidad de la competencia, y la competencia, a su vez, como motor de innovación y eficiencia. La pregunta que orienta este trabajo es, precisamente: ¿cómo se ha configurado históricamente la dinámica entre cooperación y competencia en el saber del management estratégico, y de qué manera se manifiesta en términos de una guía ética (*ethos*) de la conducta de los sujetos?

La elección de este tema responde a la necesidad de problematizar uno de los conceptos más influyentes y, a la vez, más ambiguos del pensamiento gerencial reciente: la coopetencia. Lejos de constituir una mera herramienta técnica, este dispositivo teórico condensa un entramado de saberes y racionalidades que han orientado la práctica empresarial desde fines del siglo XX. Revisar su genealogía implica, por tanto, interrogar no solo las condiciones de posibilidad de su surgimiento, sino también las formas de subjetivación que tales saberes han contribuido a consolidar mediante la constitución de un *ethos* que incide directamente en la orientación de la conducta del sujeto contemporáneo.

El problema que guía esta investigación se centra, entonces, en comprender la dinámica de cooperación y competencia que caracteriza al saber del management estratégico contemporáneo. Este saber, que ha evolucionado notablemente en las últimas décadas, articula influencias teóricas provenientes de la economía —en particular, de la teoría de los juegos— y las adapta a los desafíos específicos de la gestión empresarial. El concepto de coopetencia es prueba de esta evolución, pues representa intentos de reconciliar principios aparentemente opuestos dentro del sistema productivo y del mercado: la competencia, que impulsa la innovación, y la cooperación, que optimiza recursos y genera valor compartido.

El alcance de este artículo se sitúa en el análisis conceptual de la noción de coopetencia dentro del management estratégico y en la exploración de las reinterpretaciones que, desde la microeconomía liberal del siglo XX, se incorporaron al discurso gerencial contemporáneo, con el propósito de examinar su impacto ético en las subjetividades actuales. En esta línea, el objetivo general es comprender

cómo se manifiesta la dinámica entre cooperación y competencia en las teorías del management estratégico, a través de tres ejes específicos: el origen de la teoría de los juegos; la explicación del concepto de coopetencia; el análisis de las reformulaciones históricas del management en diálogo con la microeconomía y la teoría de los juegos; y la exploración de las formas de divulgación ética vinculadas al despliegue de una racionalidad empresarial híbrida.

El supuesto de partida es que la genealogía de estos saberes revela un doble movimiento: por un lado, la apropiación y relectura de matrices (micro)económicas —en particular, la teoría de los juegos de Von Neumann, Morgenstern y Nash— dentro del campo del management; y, por otro, la capacidad de figuras como Nalebuff y Brandenburger para traducir y popularizar dichas teorías en fórmulas manageriales estratégicas que, bajo la retórica del ganar–ganar, modelaron nuevas formas de concebir la empresa, el mercado y la sociedad, influyendo a su vez en la configuración de la subjetividad y en la orientación de la conducta individual.

Metodológicamente, el estudio adopta una estrategia cualitativa basada en la genealogía de saberes. En lugar de un análisis clásico del discurso, se propone aquí una perspectiva sociológica e histórica que busca desenterrar, al modo foucaultiano, los procesos mediante los cuales ciertas nociones pasadas se naturalizan en el presente como valores “normales” del management. Esta mirada permite no solo identificar las condiciones de emergencia de los conceptos, sino también repensar críticamente sus implicancias actuales en el gobierno o conducción de la conducta.

Es decir, el análisis genealógico resulta clave para comprender cómo se han configurado históricamente la racionalidad managerial contemporánea. La genealogía, siguiendo a Foucault, no se limita a rastrear el origen de las ideas, sino que examina cómo ciertas prácticas y discursos se naturalizan en el presente, revelando las relaciones de poder que las sustentan. Aplicado al management estratégico, este enfoque permite indagar cómo conceptos como el de coopetencia —hoy naturalizado— emergieron de contextos históricos específicos vinculados al desarrollo del régimen de producción y a la evolución de las teorías económicas.

En este sentido, el aporte del artículo es doble: por un lado, ofrecer una reconstrucción genealógica que ilumine los cruces entre cooperación y competencia como ejes constitutivos del saber estratégico; y, por otro, evidenciar la dimensión ética de estos conceptos, mostrando cómo categorías aparentemente técnicas han funcionado como tecnologías de gobierno en la organización de la vida económica, empresarial y social.

### **La Teoría de los Juegos: de la matemática, pasando por la economía, al management**

La teoría de los juegos fue introducida, a mediados de la década del cuarenta, por el matemático John von Neumann y el economista Oskar Morgenstern en *Theory of Games and Economic Behavior* (1944). Este enfoque matemático de la teoría de los

juegos representó un cambio paradigmático en la forma de analizar las decisiones económicas: mientras la economía clásica concebía a los actores como individuos aislados que buscaban maximizar su utilidad, la teoría de los juegos demostró que las decisiones individuales están intrínsecamente ligadas a las elecciones de los demás. En otras palabras, no se trata de decisiones independientes, sino de decisiones estratégicas que dependen de las posibles reacciones de otros actores dentro de un sistema de interdependencia. De esta manera, Von Neumann y Morgenstern establecieron el marco matemático contemporáneo para estudiar los fenómenos económicos y sociales a través de la modelización de las interacciones estratégicas (Von Neumann & Morgenstern, 1944).

Ahora bien, esta teoría fue reformulada y complejizada posteriormente por el matemático estadounidense John Nash en la década de 1950 mediante el llamado “equilibrio de Nash”. Este equilibrio describe una situación en la cual ningún jugador puede mejorar su posición si los demás mantienen sus estrategias. En términos prácticos, cada participante adopta la mejor estrategia posible dadas las decisiones de los otros, de modo que no tiene incentivos para cambiar unilateralmente su comportamiento (Nash, 1951). Este modelo ha resultado especialmente útil para analizar mercados oligopólicos, donde unas pocas empresas dominan y sus decisiones están profundamente interrelacionadas. Por ejemplo, en la industria de las aerolíneas, las decisiones sobre precios, rutas o capacidad dependen de las estrategias anticipadas de los competidores. Si todas las empresas eligen estrategias que maximizan sus beneficios sin desestabilizar el mercado, se alcanza un equilibrio de Nash.

El equilibrio de Nash (1950; 1953) permitió comprender que no todos los juegos implican ganadores y perdedores —como en los juegos de suma cero—, sino que también existen juegos de suma no cero en los que todos los participantes pueden beneficiarse si coordinan sus acciones o cooperan parcialmente. En el ámbito económico, el denominado equilibrio de Cournot–Nash amplía esta idea y remite a la formulación original de Antoine Augustin Cournot (1838), quien modeló la competencia entre dos empresas que deciden sus niveles de producción suponiendo que la otra mantendrá constante la suya. El resultado es un punto de equilibrio en el que ninguna firma tiene incentivos para modificar unilateralmente su decisión, ya que cualquier cambio reduciría su beneficio. Nash generalizó este principio un siglo después, extendiéndolo a múltiples jugadores y contextos estratégicos. Así, el equilibrio de Cournot–Nash describe una situación de estabilidad donde cada agente elige su mejor respuesta dadas las decisiones de los demás, permitiendo entender cómo cooperación y competencia pueden coexistir razonablemente dentro de un mismo sistema de incentivos.

Esta simplificación basta para dimensionar su impacto tanto en el análisis económico como en el campo del management. Por un lado, la teoría de los juegos y el equilibrio de Cournot–Nash revolucionaron la comprensión de la decisión económica al superar

el individualismo metodológico de la economía clásica. Gary Becker, por ejemplo, aplicó sus principios en los años ochenta al estudio de la competencia entre grupos de presión política (Becker, 2016 [1983]). Por otro lado, William Davies (2014) sostiene que, desde su formulación en los años cuarenta, la teoría de los juegos puede considerarse el primer intento de unificar las formas de competencia en una teoría global de estrategia managerial.

Así, la teoría de los juegos también influyó decisivamente en la reconfiguración del management estratégico y su principio de competitividad. Adam Brandenburger y Barry Nalebuff, en su obra *Co-opetition* (1996), aplicaron sus principios al ámbito empresarial para formular el concepto de coopetencia, que combina elementos de competencia y cooperación. Este enfoque parte precisamente de los juegos de suma no cero, donde los participantes pueden generar valor adicional mediante la colaboración sin renunciar a sus intereses competitivos (Brandenburger & Nalebuff, 1996). A continuación, desarrollaremos esta idea, central para nuestro estudio. Coopetencia: origen, desarrollo e implicancias éticas

La noción managerial de coopetencia fue popularizada a partir del libro escrito en 1996 por Barry Nalebuff y Adam Brandenburger, profesores de Yale y Harvard, respectivamente. Aunque se presentaba como una innovación, los autores reconocieron que retomaban un neologismo acuñado años antes por Ray Noorda, fundador de la empresa de software “Novell” (Brandenburger & Nalebuff, 2005: 5). Su propuesta, sin embargo, no se centró en la coordinación intraorganizacional, sino en un análisis de alcance macro, comercial y estratégico, apoyado en la teoría de los juegos, el equilibrio de Cournot-Nash, y concebido como consejería para managers. Robin Larsimont afirma: “utilizando la jerga de los estudios de marketing [y del management estratégico], nos referiremos a relaciones de ‘coopetencia’. Éstas dan cuenta de diversas estrategias para captar un beneficio común entre diferentes actores económicos competidores” (Larsimont, 2018: 338, las cursivas son nuestras).

Un ejemplo ilustrativo de coopetencia es la colaboración entre empresas automotrices en el desarrollo de tecnologías de vehículos eléctricos. Compañías como Ford y Volkswagen han establecido alianzas para compartir costos de investigación y desarrollo, manteniendo al mismo tiempo la competencia en el diseño, marketing y distribución. De forma análoga, en la industria tecnológica, actores como Google y Samsung cooperan en la creación de sistemas operativos y aplicaciones móviles, mientras compiten en la producción de dispositivos. Estas dinámicas muestran cómo la coopetencia permite a las empresas combinar fortalezas para abordar desafíos comunes sin renunciar a su identidad competitiva.

En este marco, de la competitividad y el management estratégico, los negocios podrían entenderse como un juego en el que, en definitiva, el dinero —las rentas— representa los puntos que se ganan o se pierden. Brandenburger y Nalebuff (2005 [1996]) sostienen que si no es posible cambiar el juego se debe actuar sobre las reglas

o sobre la percepción de los jugadores, considerando como tales principalmente a los competidores, pero también a los demás actores de la red de valor: clientes, proveedores y socios estratégicos.

Esto va en una dirección similar a lo propuesto por el padre de la estrategia empresarial, Michael Porter, diez años antes (Porter, 1980; 1985); es decir: actuar sobre la estructura de la industria para adecuarla a favor de la empresa. No obstante, aunque esta posición —en tanto que estratégica— se orienta a la consecución del éxito, el discurso de Brandenburger y Nalebuff enfatiza que todos los participantes puedan resultar beneficiados, al menos en términos de sus ganancias económicas, y no que existan ganadores y perdedores definidos a partir de otras variables, como el incremento de la cuota de mercado.

Existe una paradoja recurrente en la historia reciente entre empresa y mercado: mientras la empresa ha buscado concentrar operaciones a través del fortalecimiento estratégico y la noción de “competitividad”, el mercado, en cambio, exige —al menos en principio— la mayor multiplicación posible de unidades económicas que se orienten conforme al principio de la “competencia”. En investigaciones previas se explicado este y otros posibles choques de la razón empresarial entre el ámbito de la configuración económico-mercantil y el de la gestión empresarial (Mas, 2024; 2021).

En estos niveles de fricción de la racionalidad empresarial, resulta igualmente pertinente reconocer que el mercado contemporáneo se presenta, precisamente, como un espacio que proclama el valor de la competencia, mientras que el management —incluyendo áreas como los Recursos Humanos— promueve un principio en apariencia contrapuesto, derivado de uno de los grandes desafíos históricos de la empresa capitalista: la colaboración entre empresarios y trabajadores.

Aunque este aspecto no se reduce a la relación capital-trabajo, el management requiere inscribir el concepto/valor de la cooperación en múltiples planos: entre ocupantes de cada nivel jerárquico, entre miembros de un mismo grupo de trabajo y entre los distintos departamentos en el plano horizontal de la estructura. El objetivo de tales prácticas es alinear las necesidades e intereses de las personas con las metas empresariales, en sintonía con la racionalidad organizacional (Lordon, 2015; Paltrinieri & Nicoli, 2017). Desde esta perspectiva, los esfuerzos de la gestión de Recursos Humanos (GRH) han estado orientados históricamente más a la disolución de conflictos y a la integración que al estímulo de la competencia (Townley, 1993; 1994).

Ahora bien, esta prédica managerial contemporánea en torno a la “unión” convive con la presencia constante de valores competitivos. Por un lado, abundan los discursos motivacionales que exaltan el “trabajo en equipo” o que renombran al trabajador como “colaborador” o “socio estratégico”. Pero por otro, al mismo tiempo, las ideas microeconómicas de la competencia —concebida como dosis necesaria para el

estímulo de la innovación y el mejoramiento de la performance individual— se han infiltrado con fuerza en el ethos de quienes trabajan en empresas y organizaciones.

En este cruce, la noción de coopetencia aparece como una alternativa que permite al management limar las asperezas de la competencia interna, presentándola como compatible con la colaboración y evitando así efectos de desintegración organizacional (Mas, 2022). Así, incluso, los programas de innovación abierta fomentan la cooperación entre departamentos y socios externos, potenciando la creatividad y la flexibilidad organizacional. Estas prácticas reflejan una racionalidad gerencial que valora la cooperación como componente esencial del éxito empresarial (Lordon, 2015).

Podría imaginarse que este discurso del management estratégico sobre la coopetencia viene a asistir con otra cara al proyecto de la microeconomía liberal alemana de mediados del siglo XX (Ordoliberalismo). Como señala Foucault (2007 [1979]), los ordoliberales eran conscientes de los efectos sociales negativos del “mecanismo frío” de la competencia y defendían la necesidad de introducir “valores calientes” compensatorios. La diferencia es que, mientras en el ordoliberalismo esta función recaía en el Estado, en el management contemporáneo la misma tarea se transfiere al mundo de la empresa. Avancemos en este análisis en el plano de la difusión de valores éticos y del gobierno de los individuos.

### **Conducir la conducta de manera coopetitiva**

Ganar/ganar no es una técnica;  
es una filosofía total de la interacción humana.  
Stephen R. Covey (2016 [1989]).

Como vimos, la noción de coopetencia empresarial se desplegó, en su origen, principalmente en el plano del mercado, como una estrategia para afrontar la competencia externa, más que como un mecanismo destinado a coordinar a las personas dentro de las organizaciones. Cuando Brandenburger y Nalebuff abordan este segundo aspecto, lo hacen de manera tangencial. Así, podemos afirmar que el concepto de coopetencia tuvo su mayor impacto en la jerga y los modelos del management estratégico empresarial, más que en el ámbito de la gestión de las personas en el trabajo.

Con esto no queremos decir que sus nociones centrales no sean traducibles, asimilables o representativas de ciertas pautas conductuales que hoy se promueven tanto dentro como fuera de las empresas. Todo lo contrario, hemos afirmado que el concepto impulsó y acompañó —de forma muy significativa— las orientaciones generales del ethos empresarial contemporáneo. Lo que señalamos, más bien, es que, desde su formulación inicial por parte de sus autores, la coopetencia fue concebida como una herramienta de gestión estratégica, antes que como una doctrina orientada a la regulación de las relaciones humanas en el trabajo. Solo posteriormente

sería reinterpretada desde disciplinas como los Recursos Humanos, o mediada por herramientas de desarrollo personal —como el coaching o la literatura de “autoayuda”—, extendiendo su influencia al plano del discurso organizacional.

En este nivel estratégico, Brandenburger y Nalebuff sostienen que la noción de coopetencia implica, en primera instancia, colaborar con ciertos competidores cuando ello resulta conveniente para ambas partes. Mencionan, por ejemplo, la posibilidad de reducir costos mediante coaliciones de compras a un mismo proveedor, aprovechando los descuentos por volumen. También describen situaciones en las que las empresas pueden facilitar la entrada de nuevos competidores a una industria, proporcionándoles información o apoyo inicial para compartir la “educación del cliente” y las pérdidas derivadas de vender temporalmente por debajo del precio de equilibrio, con el objetivo de dinamizar el mercado.

En otras palabras, el objetivo de las partes, mediante tales acciones, es alcanzar un beneficio mutuo —presente o futuro— que no podrían haber obtenido actuando de forma independiente. En definitiva, algo similar ya había señalado Stephen Covey (1989) hacia fines de la década de los ochenta, aunque en su caso lo expresó en un plano más comprensible para el análisis de una guía ética (*ethos*) de los sujetos. Covey, reconocido como gurú del business y la autoayuda, difundió —con enorme éxito— en su célebre obra Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva la expresión que remite a la estrategia “ganar-ganar”, es decir, un juego de suma no cero, donde la cooperación se presenta como vía para la maximización conjunta de beneficios.

En términos generales, la propuesta de Covey se apoya en un conjunto amplio de pautas prácticas que, una vez incorporadas a la vida cotidiana, funcionarían como hábitos orientadores de la conducta hacia mayores niveles de eficacia personal y profesional. La obra organiza dichas pautas en diversos bloques temáticos articulados en torno a los siete hábitos que dan título al libro, cada uno de los cuales se concibe como una forma de vincular la vida individual con un sistema de valores considerados universales y permanentes, lo que el autor denomina la “ética del carácter”.

Más allá de su popularidad como manual de autoayuda, el texto de Covey ofrece un terreno fértil para la investigación académica, pues cristaliza de manera directa —y en ocasiones con un tono abiertamente programático— varios de los componentes que hoy configuran la ética empresarial contemporánea. No es casual que la obra se inaugure proponiendo como primer hábito el de la “proactividad”, rasgo convertido en requisito casi indispensable en los procesos de selección laboral de las últimas décadas y que condensa, en sí mismo, un ideal de sujeto empresarial ajustado a la racionalidad gerencial moderna (Hou & Huang, 2021; Satwika, Suhariadi & Samian, 2025).

Cabe señalar, además, que desde comienzos de la década de 1980 la expresión win-win (“todos ganan” en español) ya circulaba en otros ámbitos, particularmente

en el campo jurídico y de la negociación, como resultado posible dentro del método de resolución de conflictos desarrollado por la Universidad de Harvard –Harvard Law School– (Fisher, William & Patton, 1981).

En la década de 1990, el mundo empresarial comenzaba a incorporar esta lógica al discurso estratégico, refiriéndose a una simbiosis posible incluso entre rivales pertenecientes a un mismo “ecosistema” de negocios. En esa misma sintonía, pocos años después del best seller de Covey, Nalebuff y Brandenburger afirmaban en la introducción de su obra *Co-opetition* una idea convergente: la posibilidad de cooperar con los competidores y que todos ganen no solo no era contradictoria, sino una condición estratégica para el crecimiento conjunto:

Uno puede competir sin tener que matar a su contrario. Como la lucha a muerte destruye la torta, no quedará nada que tomar; es la situación de perdedor-perdedor. De igual modo, se puede cooperar sin tener que olvidarse uno de sus propios intereses. Al fin y al cabo, no tendría sentido crear una torta de la cual uno no puede participar – eso sería perdedor-ganador. La meta es obtener algún provecho. A veces éste se logra a expensas de otros, a veces no. En este libro trataremos de los negocios como un juego, pero no un juego como los deportes, el póker o el ajedrez, que tienen que ser de ganador-perdedor. En los negocios, el éxito de uno no exige que otros fracasen, pues puede haber múltiples ganadores (Nalebuff & Brandenburger, 2005: 5).

Ahora bien, la difusión del espíritu de colaboración en el marco de las nociones aquí analizadas debe ser comprendida de manera subordinada al acto competitivo. En este sentido, entendemos que efectivamente el compromiso competitivo, la motivación estratégica hacia ganar, es inmanente y existencial, trascendiendo cualquier otro principio moral. William Davies sostiene:

Como norma, la competencia es diferente a cualquier otra: la regla más importante de cualquier competencia es que los participantes no pueden cooperar o tratar de actuar de manera altruista o moral. Es un mandato ignorar todos los preceptos morales y actuar de manera combativa en la búsqueda de la desigualdad. Mientras todos los competidores obedezcan esta única norma, el resultado será impredecible. Mientras se reconozcan mutuamente como iguales al comienzo del concurso, tendrán total libertad para maximizar la desigualdad relativa en el transcurso del concurso (Davies, 2014: 41).

Davies (2014) señala que, en el marco competitivo contemporáneo, no está permitido cooperar durante el desarrollo mismo de la competencia. En esta restricción se evidencia la subordinación del principio de igualdad al de desigualdad: la colaboración es válida únicamente cuando contribuye a establecer un régimen equitativo de reglas

previo a la contienda, como sucede, por ejemplo, con la construcción de una “marca país” homogénea para el conjunto de provincias que compiten entre sí en calidad de destino turístico (Britton, 1991).

Esta subordinación puede analizarse también en el plano de la constitución ética de las subjetividades. Desde esta perspectiva, la “cooperación” se concibe como una habilidad individual vinculada a la “comunión” con los pares, por ejemplo, la capacidad de “tejer redes de relaciones o contactos”. Sin embargo, estas competencias —inscritas en un cierto “simulacro” de cooperación— suelen abordarse como medios instrumentales orientados al objetivo último de la competitividad: atraer más clientes o destacarse por sobre los demás.

En esta misma línea, Paltrinieri y Nicoli (2014) observan cómo, desde los años ochenta, el discurso del management ha promovido la figura del individuo como “emprendedor de sí mismo”. Analizando los planteos del consultor y best seller Bob Aubrey, los autores muestran cómo cada persona es instada a competir en la búsqueda de clientes, posicionarse en el mercado y fijar su propio valor, transformando su trabajo en una forma de negocio personal.

De este modo, aun cuando se promueven acciones colaborativas o prácticas como el networking, el propósito final sigue siendo el mismo: ser mejor o más exitoso que los demás. La victoria se erige como meta general, incluso bajo el discurso de la coopetencia, que parecería conciliar las nociones de paz y conflicto. Esta contradicción refleja los límites del “modelo coopetitivo”: la cooperación se acepta solo hasta cierto punto, tras el cual los actores retoman su posición de confrontación estratégica.

En el marco de la propagación de la “razón de empresa” (Foucault 2007 [1979], Mas, 2024), el principio de competencia se ha internalizado profundamente en los sujetos como discurso motivacional. Si bien el management y, en particular, los Recursos Humanos, han intentado fomentar la asociatividad dentro de las organizaciones, lo hacen mediante una retórica que integra la cooperación como instrumento de competitividad. Esta síntesis discursiva se apoya en filosofías de interacción humana como la máxima “ganar–ganar”, popularizada por Covey (1989).

Desde una perspectiva sociológica, tanto la teoría de los juegos como en el concepto de coopetencia se expresan transformaciones más amplias en la racionalidad empresarial. Estas ideas no solo reconfiguran las relaciones económicas, sino que también moldean, como tecnologías de “gobierno”, las subjetividades de los actores, promoviendo valores como la flexibilidad, la innovación y la capacidad de operar en red (Mas, 2021). Como advierte Foucault (2007 [1979]), tales prácticas pueden comprenderse como parte de un proyecto más amplio de gobierno o conducción de la conducta, donde las técnicas de gestión organizan no solo el trabajo, sino también las formas de ser y actuar de los individuos.

## Conclusiones

La introducción del concepto de coopetencia por Brandenburger y Nalebuff refleja la adaptación de la teoría de los juegos al management estratégico. Al concebir los negocios como juegos de suma no cero, los autores desafiaron la visión tradicional que entendía la competencia como un juego de suma cero, donde el éxito de unos implicaba la pérdida de otros. Su propuesta integró la cooperación estratégica como fuente de creación de valor adicional, sin eliminar la competencia, sino reconfigurándola dentro de un marco más amplio de interacción.

Esta racionalidad híbrida también se refleja en la figura del individuo contemporáneo, descrita como un “emprendedor de sí mismo”. En este modelo, las habilidades personales se transforman en capital que debe ser gestionado estratégicamente. La coopetencia, en consecuencia, trasciende el ámbito empresarial para extenderse a las relaciones interpersonales y a las dinámicas internas de las organizaciones, donde se espera que los trabajadores sean, simultáneamente, colaborativos y competitivos.

La noción de coopetencia evidencia la tendencia del management contemporáneo a integrar la colaboración bajo el horizonte de la competencia. Aunque estos conceptos abren posibilidades para repensar las relaciones económicas y sociales desde la interdependencia, su potencial transformador se ve limitado mientras la cooperación permanezca subordinada al objetivo de maximizar beneficios individuales.

De este modo, el análisis realizado permite comprender que lo que en apariencia constituye una contradicción —la coexistencia de competencia y colaboración en el management contemporáneo— se revela, en realidad, como uno de sus principios estructurales más característicos. Lejos de ser una incoherencia, esta tensión funciona como un mecanismo de regulación que permite al sistema productivo gestionar sus propias paradojas internas y proyectar una imagen de equilibrio y adaptabilidad. La integración de ambas dimensiones —competencia y cooperación— no anula el conflicto inherente, sino que lo reorganiza bajo nuevas formas discursivas y operativas que legitiman su continuidad.

Desde esta perspectiva, el concepto de coopetencia aparece como un dispositivo que busca reconciliar, al menos de manera formal, las exigencias de un sistema basado en la rivalidad con las necesidades de colaboración que impone la complejidad del entorno económico actual. A través de esto, el discurso empresarial transforma la cooperación en una estrategia funcional a la competencia, manteniendo intacta su lógica de fondo. Esta capacidad de absorber sus propias tensiones y convertirlas en recursos de optimización revela la plasticidad del management como tecnología de gobierno y como matriz de subjetivación.

El recorrido histórico y analítico evidencia que la competencia ya no opera únicamente como una relación externa entre empresas, sino como una norma ética internalizada en los individuos, que regula sus modos de actuar, de relacionarse y de concebir su

propio valor. La cooperación, por su parte, se redefine como una destreza más dentro del repertorio de habilidades que deben desarrollar los sujetos para mantenerse vigentes en un mercado que exige simultáneamente autonomía y alineamiento, creatividad y rendimiento, flexibilidad y disciplina.

En este escenario, el trabajador contemporáneo es que encarna la figura del “emprendedor de sí”, un sujeto que asume sobre sí las lógicas del capital y que gestiona su vida como un proyecto competitivo. La colaboración, en este marco, deja de ser un fin colectivo para convertirse en un medio estratégico orientado a la maximización individual. Esta paradoja produce una nueva forma de subjetividad, en la que las fronteras entre cooperación y rivalidad, entre lo común y lo propio, se desdibujan de manera constante.

En síntesis, el management contemporáneo no resuelve la tensión entre colaboración y competencia, sino que la eleva a su máxima expresión. Este modelo no elimina las contradicciones del sistema productivo, sino que las canaliza, las racionaliza y las convierte en motores de innovación y crecimiento. El desafío que queda abierto es pensar si es posible concebir formas de cooperación que no respondan a la lógica de la competencia, , sino que apunten a construir modelos más justos y sostenibles de organización económica y social. Desde una mirada crítica y genealógica es posible imaginar alternativas que desactiven esta paradoja constitutiva y permitan reconfigurar la relación entre trabajo, subjetividad y poder en el mundo contemporáneo.

## Bibliografía

- Becker, G. S. (2016 [1983]). Teoría de la competencia entre grupos de presión por la influencia política. En S. Mazzuca, Regímenes políticos : orígenes y efectos (págs. 331-368). Buenos Aires: Corporación Andina de Fomento.
- Britton, S. (1991). Tourism, capital and place: towards a critical geography of tourism. Environment and planning D. Society and Space(9), 451-478.
- Covey , S. (2016 [1989]). Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva (c la revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa. Simon & Schuster.
- Davies, W. (2014). The Limits of Neoliberalism. Authority, Sovereignty and the Logic of Competition. London: SAGE Publications Ltd.
- Fisher, R., William, U., & Patton, B. (1981). Getting to Yes: Negotiating Agreement Without Giving In. New York: Penguin.
- Foucault, M. (2007 [1979]). Nacimiento de la biopolítica: curso en el Collège de France (1978-1979). Buenos Aires: FCE.
- Hou, X., & Huang, R. (2021). The Literature Review of Proactive Behavior at Work. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 522, 129-132.

- Larsimont, R. (2018). Modelo de Agronegocio, Agua y Ruralidad en los oasis de Mendoza, 1990-2017: hacia una Ecología Política. Tesis de doctorado (inédita). Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras: UBA .
- Lordon, F. (2015). Capitalismo, deseo y servidumbre. Marx y Spinoza. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Mas, F. F. (2021). El management estratégico como tecnología de conducción de vida. Revista latinoamericana de metodología de las ciencias sociales, 11(1). [https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.12912/pr.12912.pdf](https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.12912/pr.12912.pdf)
- Mas, F. F. (2022). El “estratega de sí mismo” y la subjetividad managerial. Argumentos. Revista de crítica social, (26), 10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8663502>
- Nalebuff, B. J., & Brandenburger, A. M. (2005 [1996]). Coo-petencia. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Nash, J. (1950). Equilibrium points in n-person games. Proceedings of the National Academy of Sciences(36), 48-49.
- Nash, J. (1953). Two-person cooperative games. Econometrica(1953), 128-140.
- Paltrinieri, L., & Nicoli, M. (2017). Du management de soi à l'investissement sur soi. Remarques sur la subjectivité post-néo-libérale. Terrains/Theories(6), <http://teth.revues.org/929.doi:https://doi.org/10.4000/teth.929>
- Porter, M. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press.
- Porter, M. (1985). Competitive advantage: creating and sustaining superior performance. New York: Free Press.
- Satwika, P. A., Suhariadi, F., & Samian. (2025). Exploring proactive work behavior: a scoping review of researchtrends and theories. Cogent Business & Management, 12(1), 1-23.
- Townley, B. (1993). Foucault, Power/Knowledg, and its Relevance for Human Resource Management. Academy of Management Review, 18(3), 518-545. doi: <https://doi.org/10.5465/amr.1993.9309035149>
- Townley, B. (1994). Reframing Human Resource Management: Power, Ethics and the Subject at Work. London: Sage .
- Von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1944). Theory of games and economic behavior. Princeton University Press.

## 4. Narrativa Transmedia como herramienta de promoción de Turismo Rural. El Caso Ramona después de la pandemia (2022/2023)

Transmedia Storytelling as a Tool for Promoting Rural Tourism  
The Ramona Case after the Pandemic (2022/2023)

Iván Andrei Garbulsky Vicuña  
Docente UCSE DAR  
ivangarbul@gmail.com

Giselle Locatelli  
Docente UCSE DAR  
turadio@gmail.com

---

### Resumen

Este artículo explora la presencia de elementos de Narrativa Transmedia en la promoción del Turismo Rural en Ramona (Santa Fe, Argentina) durante los primeros años de pospandemia (2022/2023). La narrativa transmedia, concebida como lenguaje participativo y multiplataforma, ofrece un potencial significativo para fortalecer la identidad local, el arraigo y la sostenibilidad turística, aunque su implementación requiere coordinación estratégica entre actores públicos y privados para superar la fragmentación comunicacional. El turismo rural se entiende como una modalidad vinculada a la vida rural, la naturaleza y la cultura local, orientada a experiencias auténticas y de bajo impacto, constituyéndose como alternativa ética frente a modelos masivos y extractivos. A pesar de su continuidad histórica en Ramona, existe escasa articulación entre turismo rural y narrativa transmedia. El estudio combinó entrevistas semiestructuradas a miembros del Grupo de Turismo Rural y análisis de contenido digital de actores locales, aplicando el modelo PRGS. Los hallazgos indican que los contenidos ligados a identidad o emoción generan mayor interacción y que los actores privados rinden mejor que las instituciones públicas. Se registran acciones incipientes de narrativa transmedia. Los retos incluyen diversificar contenidos, ampliar la participación del turista y consolidar estrategias transmedia para posicionar al TR como alternativa productiva, social y cultural.

**Palabras clave:** Turismo Rural; Narrativas Transmedia; Herramientas de Promoción de Turismo Rural.

## **Abstract**

This article explores the presence of Transmedia Storytelling elements in the promotion of Rural Tourism in Ramona (Santa Fe, Argentina) during the early post-pandemic years (2022/2023). Transmedia storytelling, conceived as a participatory and multiplatform language, offers significant potential to strengthen local identity, community attachment, and sustainable tourism, although its implementation requires strategic coordination between public and private actors to overcome fragmented communication. Rural tourism is understood as a modality linked to rural life, nature, and local culture, oriented toward authentic, low-impact experiences, constituting an ethical alternative to mass and extractive models. Despite its historical continuity in Ramona, there is limited articulation between rural tourism and transmedia storytelling. The study combined semi-structured interviews with members of the Rural Tourism Group and digital content analysis of local actors, applying the PRGS model. Findings indicate that content related to identity or emotion generates higher interaction, and that private actors perform better than public institutions. Incipient transmedia storytelling actions were identified. Current challenges include diversifying content, increasing tourist participation, and consolidating transmedia strategies to position rural tourism as a productive, social, and cultural alternative.

**Keywords:** Rural Tourism; Transmedia Narratives; Rural Tourism Promotion Tools.

## **Introducción**

Este artículo surge de la investigación que se realizó durante el 2024, donde se propuso abordar la posibilidad de encontrar en los años de pospandemia (2022-2023), elementos constitutivos de la Narrativa Transmedia como lenguaje comunicacional en la promoción del Turismo Rural en la localidad de Ramona (Santa Fe, Argentina). Es decir, determinar cómo estos elementos (principalmente multiplataforma y prosumidor), pueden aportar al potencial del Turismo Rural para el desarrollo integral y sustentable de las localidades -una de las características fundamentales de esta actividad- (Organización Mundial de Turismo [OMT, s.f.]). Este desarrollo desde el punto de vista multidireccional: económico (complementariedad de la actividad principal de la localidad, diversificación), social/cultural (empleo, identidad, tradición) y medioambiental (bajo impacto ambiental) (Roman, Cicolella, 2009, p. 4).

Esta descripción es uno de los motivos por los cuales se avanzó. El trabajo puede aportar concretamente al contexto donde se sitúa el proyecto. La pandemia aceleró la incorporación de tecnologías digitales y un “nuevo turista” digital e independiente aceleró su presencia. En síntesis, existe una relación de estas nuevas formas de viajar, el uso de tecnologías y las narrativas transmedia.

En definitiva, ¿las NT pueden potenciar los beneficios del Turismo Rural a los actores de un territorio de nuestra región? ¿La utilización de estrategias comunicacionales

vinculadas a la Narrativa Transmedia pueden ser un aporte importante para la promoción del Turismo Rural?. No hemos encontrado en la región, una investigación previa que vincule las NT con el TR en Ramona. La meta principal del trabajo fue proponer el uso de este lenguaje comunicacional en la promoción del Turismo Rural. Además, se buscó identificar y analizar las actividades que se realizaron y las plataformas que se utilizaron durante el período y quiénes eran los actores vinculados directamente a la actividad.

### **El turismo rural en Argentina**

El Turismo Rural en la Argentina cobra un fuerte impulso en la década del '90 del Siglo XX. La erupción del volcán Hudson en la Patagonia del 13 de agosto de 1991 (A 29 años de la erupción del volcán Hudson que cubrió de cenizas la Patagonia, 2020; El volcán Hudson cubre de cenizas a la región patagónica, 2021; Guastavino, Haag et al, 2022; Fernandez, 2019) sumado a una reprimarización de la economía, donde la sojización en el sector productivo primario aceleró un proceso que había comenzado en los '70. (Teubal y Palmisano, 2015; Perez Winter, 2020).

El modelo sojero estaba acompañado de la aplicación de paquetes tecnológicos, que no estaban al alcance de todos los productores. Como consecuencia hubo un sector del campo que se vio seriamente perjudicado. (Pérez Winter, 2020)<sup>1</sup>. En la Patagonia, otro factor que influyó fue la caída del precio de la lana como consecuencia de que la industria textil local se perjudicó con la apertura de las importaciones de productos.

Esta sumatoria de factores, se hicieron sentir en las economías de muchas regiones. Desde el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) se desarrolló una estrategia para impulsar el Turismo Rural entendiendo que esta actividad podía aportar a los procesos de desarrollo territorial (Guastavino et al., 2022). Con esto se pretendía abrir las tranqueras, recibir a turistas y pensar la actividad como un emprendimiento económico complementario. En el centro de Santa Fe inicia su desarrollo alrededor del año 2002, impulsado por la Estación Experimental Rafaela del INTA<sup>2</sup>. Desde allí surgen Grupos de Turismo Rural -a través del Programa Cambio Rural- en una región que se encuentra en el corazón de la Cuenca Lechera Central Argentina<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>En 2018, en la provincia de Santa Fe existían 1.050.027 cabezas de ganado bovino, el 31 % de las existencias a nivel nacional (Calzada, 2020). Para más información sobre la producción lechera, su historia, evolución y concentración. el sistema cooperativo en la Cuenca recomendamos Bergero, Sigaudo, 2020; Muro de Nadal, 2004; Torres, 2020; Comerci, 2006; Zubizarreta, 2016; Torres, 2021;Torres, 2022

<sup>2</sup>Comprende los departamentos Castellanos, San Cristóbal, Las Colonias, San Jerónimo, San Martín, San Justo y La Capital

<sup>3</sup>Una unidad territorial surgida hacia 1930, unos 35.650 kilómetros cuadrados de extensión. Comprende los departamentos Castellanos, Las Colonias y San Martín, y parcialmente San Jerónimo y San Cristóbal (en Santa Fe), San Justo (en Córdoba) y Rivadavia (en Santiago del Estero). Más de 160 centros urbanos (Rafaela y San Francisco principales) con una población que hacia 2020

El principal apoyo al Turismo Rural que brinda el INTA se encuentra enmarcado a través del Programa Cambio Rural, “que asiste específicamente a aquellos pequeños y medianos productores que eligieron el asociativismo como estrategia de adaptación a la realidad cambiante y las exigencias implícitas. (Guastavino et al., 2010, como se citó en Mendivil, 2016, p. 8). En INTA Rafaela, el programa tenía proyectos: “La dinámica era la siguiente: se buscaba un técnico asesor, se visitaban distintas localidades con el objetivo de gestar y formar una oferta de turismo rural.

Respecto a la conformación de los grupos, muchas veces dependía de que el asesor fuese oriundo de tal o cual lugar, o si se podía realizar contacto desde el INTA para ir a hablar con el presidente comunal, y así comenzar a acercarse. La comuna (generalmente era por allí donde se comenzaba) participaba, o abría los caminos para hablar con distintos actores. (Locatelli y Garbulsky, 2023). En 2009 las propuestas alcanzaban 10 localidades. (Locatelli y Garbulsky, 2023).

Hoy, de esa experiencia una de las que sobrevivió (por fuera del INTA) fue Ramona que comenzó en 2006.

En este artículo, en resumidas cuentas, se realiza una primera aproximación para descubrir elementos de la Narrativa Transmedia (principalmente multiplataforma y búsqueda de un usuario prosumidor) en el Turismo Rural de Ramona. El potencial del TR en el crecimiento de las economías locales es uno de las características fundamentales de esta actividad (Organización Mundial de Turismo [OMT, s.f.]). El Turismo rural entendido como una actividad complementaria para el desarrollo local integral y sustentable en tres dimensiones: en lo económico (complementariedad de la actividad principal de la localidad, diversificación), social/cultural (empleo, identidad, tradición) y medioambiental (bajo impacto ambiental) (Roman, Ciccolella, 2009).

### **Un mundo digital**

Los cambios en las tecnologías de la comunicación significaron a su vez nuevos formatos en la producción pero también en el consumo de las narraciones. Un ecosistema de medios en permanente transformación y de hibridez. Hay una convergencia, una “interacción cada vez más compleja de los medios tradicionales (Radio, TV, Diarios) y los nuevos medios digitales” (Jenkins, 2006). Por el lado del consumo, nos encontramos con un usuario que no sólo lee, escucha o ve (López, 1998), sino que también completa, comparte, forma comunidades, participa, transforma, prosume. Y tiene a mano una interfaz (Scolari, 2018) que le permite dar nuevos sentidos a esa narración.

Estos cambios tienen implicancias en definitiva en la Cultura. Transformaciones no meramente tecnológicas (Scolari, 2015). En estos cambios y en este proceso, se

---

rondaba casi 650.000 habitantes (Torres, 2022 como se citó en Torres, 2023, p. 37).

circunscriben, nacen, las Narrativas Transmedia (Campanals et al 2012, p. 12) que buscan potenciar esa multiplicidad de posibilidades online y offline

Las Narrativas Transmedia surgen como un lenguaje definido por la evolución de la sociedad contemporánea. (Campalans et al 2012), “Cuando hablamos de NT el mundo narrativo se materializa a través de diferentes medios, lenguajes y plataformas tanto digitales como analógicos. No se trata de una misma línea argumental reproducida en distintos medios. (...) Nos referimos a una única historia en la que se interrelacionan líneas argumentales, personajes, lugares y momentos que se presentan en diferentes medios y momentos” (Molas Castells, 2018, p. 29). Las narraciones aparecen en varias plataformas (redes, podcasts, app, diarios, radios, programas de TV de cable, webs, ferias, experiencias inmersivas). Cada una tiene algo que decir (Renó, 2013) con sus características, formas y limitaciones. Cada una aporta lo suyo desde su lugar independiente manteniendo la integralidad de la historia.

Jenkins (2008) describió esa independencia que enriquece y une una misma historia: “Puede presentarse en una película y difundirse a través de la televisión, las novelas y los cómics. Su mundo puede explorarse en videojuegos o experimentarse en un parque de atracciones. Cada entrada a la franquicia ha de ser independiente, de forma que no sea preciso haber visto la película para disfrutar del videojuego y viceversa. Cualquier producto dado es un punto de acceso a la franquicia como un todo. El recorrido por diferentes medios sostiene una profundidad de experiencia que estimula el consumo” (p.110).

Las narraciones surgen a través de diversos textos -hipertexto- (audios, videos, texto, infogramas) donde el nuevo lector no lee en forma lineal sino que mira o produce un video, escucha o crea un podcast, escribe, consulta un mapa, comparte en whatsapp con un grupo de amigos, comenta en sus redes o en las del autor, arroba a quien cree necesario... produce o comparte memes y stickers.

De este “nuevo lenguaje”, surge lo que Scolari llamó una “cultura participativa” (2016, p. 16). Un usuario que deja de ser consumidor y deviene en prosumidor. Y estas transformaciones, interactuando con la de otros usuarios, pueden convertirse hasta el infinito: “con la nueva ecología mediática emerge un hiperlector que no se limita a integrar e interpretar componentes textuales de forma activa (Scolari, 2017).

Ruiz Moreno (2013) describía que “en un proyecto transmedia” el realizador busca “la acción de unos prosumidores” para que ellos enriquezcan, completen, transformen y expandan el proyecto. (p. 178)

Por último, es interesante el aporte que hacen Campalans et al. (2012) en relación al uso que se puede dar a estas nuevas Narrativas. Los autores plantean que su uso va más allá de los criterios con que fue estudiada en la primera década del Siglo XXI, relacionada principalmente a la ciencia ficción (Jenkins, 2008) y luego también con el periodismo (Porto y Flores, 2012): “están presentes en la comunicación de políticas

públicas y sociales. Las contemplamos como parte de un paisaje comunicativo que es innegable, pero sobre el cual todavía no se ha teorizado suficientemente para algunos ámbitos como la política y las políticas públicas. Sugerimos que la transmediación de dichas narrativas se constituye en la actualidad en una práctica comunicativa hipertextual, que conforma un proceso abierto, un archivo abierto” (Campalans et al., 2012, p. 116).

## **La pandemia de COVID**

La pandemia de Covid 19 significó un cambio sustancial en varios aspectos de la vida cotidiana. Indefectiblemente, esto también se vio reflejado en el turismo en general, en el rural y en su comunicación en particular. Ahora bien, ¿de qué manera se promocionó el turismo rural durante la pospandemia en Ramona? ¿qué elementos constitutivos de la Narrativa Transmedia estuvieron presentes?

¿Es posible conectar al Turismo Rural con las Narrativas Transmedia?

La pandemia aceleró un proceso que ya se estaba viviendo. En esto, un nuevo turista aparece vinculado con varios aspectos:

**1)** buscador de destinos cercanos (turismo de cercanía) ya sea por la crisis económica o por seguridad sanitaria (Gambarota, 2022).

**2)** comprometido con la protección de la Naturaleza y consciente del cuidado del medioambiente. El confinamiento generó un mayor nivel de conciencia ambiental y mayor compromiso con la sustentabilidad económica, social, cultural y medioambiental de sus experiencias. (Schlüter, 2024).

**3)** independiente, a través de Internet sin intermediaciones en la búsqueda de lugares donde explorar y conocer, qué actividades realizará, etc. Allí encuentra y se comunica entre iguales que le cuentan sus experiencias. “Diálogo, emociones, experiencias e inspiración” (Minube, 2011, p.10). Un turista conectado en todo momento y lugar con su smartphone, donde encuentra información, formas de pago y financiamiento. El nuevo viajero digital comparte luego su experiencia, no sólo en el álbum de foto que muestra a sus amigos. Lo hace en tiempo real en sus redes o en otras. La horizontalidad en la toma de decisiones es otra característica. Dialoga, se inspira, planifica, compara, reserva, critica, financia, paga, viaja y comparte a través de Internet emociones e información, experiencias e inspiración con otros usuarios (Minube, 2011). Prefiere consultar a sus pares digitales antes que a un especialista de una agencia (Morán del Pozo, 2018). “El éxito de Tripadvisor y Airbnb: la gente le cree a la gente. Relaciones más horizontales y reales.” (p. 21).

**4)** Cansado de lo urbano, en la ruralidad el turista encuentra identidad, tradición y naturaleza.

Las consecuencias de la pandemia de Covid 19 fueron múltiples en muchos aspectos sociales, económicos y culturales. El sector turístico fue uno de los ámbitos más afectados/<sup>footnote</sup>En 2020, según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, s.f.) la caída del turismo internacional fue del 72 % lo que significó una pérdida de ingresos de 1,1 billones de dólares y entre 100 a 120 millones de empleos directos del sector quedaron en peligro.

Una de las transformaciones fue la marcada digitalización y plataformización de muchos sectores de la sociedad. Y el TR no quedó fuera de este proceso. La investigación de Gallo y Galmarini (2021) brindó datos sobre la integración de los emprendimientos turísticos rurales al mundo digital. Entre las herramientas digitales que aprendieron a usar los emprendedores durante la cuarentena destacan Zoom (96 %), Meet (62 %), Google Drive u otros para compartir documentos (32 %) y Google Doc para la edición colaborativa en línea (20 %). En relación a las estrategias de difusión y promoción de los emprendimientos “declararon haber desarrollado y/o fortalecido especialmente el uso de: Whatsapp (93,9 %), Instagram (76,6 %), Facebook (75,5 %), Youtube (22,4 %). Otras estrategias arrojaron un 2 % (prensa local, folletería, Canva)”. El tiempo de cuarentena permitió ocuparse “de las redes sociales y capacitarse para hacerlo mejor, varios se animaron a producir sus propios contenidos y generar interacciones que antes no hacían” (Gallo Galmarini, 2021, pp. 76-79).

En definitiva, podría decirse que ese nuevo turista se ha convertido en un “prosumidor” de sus experiencias (Morán Del Pozo, 2018) ya que forma parte de una comunidad a la que consulta y a la que sugiere: sube un video contando vivencias, comparte un meme, recomienda o critica un restaurante, un hotel, un lugar, una excursión... necesita decir, actuar, completar, desafiar y no sólo escuchar, comprar o adquirir. Este fenómeno del “nuevo turista” se conecta con lo que Jenkins llamó “inteligencia colectiva” en el momento de consumir medios: “Ninguno de nosotros puede saberlo todo; cada uno de nosotros sabe algo; y podemos juntar las piezas si compartimos nuestros recursos y combinamos nuestras habilidades”. La inteligencia colectiva puede verse como una fuente alternativa de poder mediático. Estamos aprendiendo a usar ese poder mediante nuestras interacciones cotidianas en el seno de la cultura de la convergencia” (Jenkins, 2008, p. 15)

### **Ramona: historia local y construcción de una propuesta de turismo rural**

Ramona es una localidad ubicada en el oeste del Departamento Castellanos, provincia de Santa Fe (Argentina). Según el Censo Nacional 2020, cuenta con 2.062 habitantes (INDEC, 2022). Forma parte de la Cuenca Lechera Central Argentina y mantiene un perfil agropecuario dominante, con 21 tambos en ordeñe que producen más de 18 millones de litros de leche anuales (Comuna de Ramona, s.f.).

También son relevantes los cultivos de soja y alfalfa, además del proceso de engorde

y reproducción ganadera. La planta láctea Ramolac emplea a unos 200 trabajadores y representa un nodo clave del entramado productivo local (Ramolac, s.f.).

El origen de Ramona se remonta a fines del siglo XIX, como parte del proceso de colonización agrícola que impulsó la inmigración europea para poblar y explotar tierras fértiles del centro del país. Fundada el 29 de enero de 1894 por Ernesto Tornquist (el nombre se debe al de una de sus hijas, Ernestina Ramona), la colonia creció al ritmo de la agricultura cerealera, en particular el trigo, y fue incorporando progresivamente actividades ganaderas. En el Censo de 1895 contaba con 248 habitantes; para 1914, ya vivían allí 1.608 personas (504 extranjeros). Desde sus inicios, el tambo se fue consolidando como actividad productiva central, primero para autoconsumo y luego como base del incipiente proceso de industrialización láctea.

Un hito clave en su desarrollo fue la llegada del ferrocarril en 1893, que conectaba Ramona con otras colonias de la región. La línea dejó de funcionar en 1955, en paralelo con la construcción del pavimento que la une con Coronel Fraga (Ente Cultural Santafesino, 2019; Dellamonica, 2010) y desde allí la RP 70 que la conecta con Rafaela (50 km de distancia).

En 1994 (año del centenario de la localidad) se inaugura el Museo Histórico Comunal, que años más tarde se transformará en un actor central para la continuidad del turismo rural.

La experiencia turística en Ramona se inicia formalmente en 2006, con capacitaciones impulsadas por el INTA bajo la coordinación del técnico Danilo Ferrero (que aún forma parte del grupo). Aunque el “equipo de colaboradores” fue variando, el Museo Comunal se consolidó como eje de las acciones, en una gestión participativa, ad honorem y sostenida mayormente por jubilados de la localidad.

Ramona propone circuitos como “Ramona Pueblo y Campo”, “Ramona Educa”, “Capillas Chacareras” e itinerarios históricos con señalización QR. También ofrece experiencias en establecimientos productivos como “El Capricho” (tambo tecnológico, animales de granja, participación en tareas rurales), “Don Faustino” (tambo educativo), y “El Vasquito” (cabalgatas, paseos en carro, destrezas criollas, gastronomía). En materia de infraestructura, cuenta con hotel con 15 plazas, dos locales gastronómicos (130 cubiertos) (Secretaría de Turismo, s.f.).

Entre los eventos destacados figura la Fiesta Provincial de los Ravioles, que reúne a más de 1000 personas cada año (en 2023 se realizó la 26 edición de la Fiesta Provincial) y recupera prácticas alimentarias de herencia italiana. Se suman espectáculos, feria de artesanos y propuestas de baile popular. También se destacan actividades deportivas como el CAM (campeonato de motociclismo) y torneos de fútbol infantil.

El Museo Histórico ofrece una experiencia inmersiva en la cultura piamontesa a través de salas temáticas, cocinas tradicionales, carroajes y patrimonio religioso, cultural y deportivo. Integra el complejo el “Paseo del Riel” y una exposición de maquinaria agrícola (Experiencia Rural, s.f.).

La OMT caracteriza al turismo rural como un conjunto de experiencias ligadas a la vida, cultura y prácticas productivas del campo (OMT, s.f.). En Ramona, esta definición se materializa en propuestas que combinan producción, historia, religión, cultura y naturaleza. Como afirman Frías y Tarabla en Locatelli y Garbulsky (2023), “Turismo Rural no sólo es ver cómo se ordeña o se cosecha, sino también ver la vida del campo”, en todas sus dimensiones . Pero la clave está en la apropiación social del proyecto: “Podés tener todo muy bien armado, pero si la comunidad no es receptiva, el turista no vuelve”.

“Hoy pequeños pueblos y parajes rurales vienen sufriendo una progresiva pérdida de su identidad a causa de la ausencia de piezas de comunicación que les permita a los pobladores locales difundir y hacer conocer sus vivencias, tradiciones, estilo de vida. Las localidades del centro-oeste de la provincia de Santa Fe son un ejemplo de esta problemática” (Dellamónica, 2010).

Luego de la pandemia, en el sector turismo se presentan oportunidades “en particular a través de innovaciones” (Rojo Brizuela, 2022, p. 96), entre las que se destaca la incorporación de tecnologías, la digitalización, que permite acceder a nuevos mercados y visitantes facilitando procesos como la promoción y la gestión misma de los viajes. El uso de las redes sociales también puede abrir nuevos mercados y permite el desarrollo de mercados de cercanía.

Otra de las características, según este estudio, tiene que ver con la oportunidad para revisar la sostenibilidad ambiental del turismo. Es que “la crisis y la limitación a las prácticas de turismo tradicionales, abre oportunidades para desarrollar otros productos (Rojo Brizuela, 2022, p. 96).

Las condiciones parecen estar dadas para que el Turismo Rural en la región de Ramona puedan ser “contado” por las NT. Dos caminos paralelos que vienen encontrado un punto de intersección y que podrían avanzar unidos hacia el futuro.

En Ramona, como se vio con anterioridad, además de los circuitos turísticos que se ofrecen, ocurren una serie de eventos anuales por los que llegan visitantes de varias localidades. El trabajo se enfocó en los circuitos que ofrece la localidad y las actividades que se podrían realizar durante todo el año.

### **Los actores directos**

Para dar respuesta al problema de investigación planteado, se eligió un abordaje metodológico cualitativo. Se realizaron entrevistas semiestructuradas y un análisis

de contenido de redes y webs de las instituciones y empresas vinculadas al Turismo Rural en Ramona.

El 12 de julio de 2024 se visitó el Museo Histórico donde se efectuó una extensa entrevista grupal a cinco miembros del grupo y al presidente comunal. También se realizaron contactos telefónicos con referentes del grupo.

En otra etapa, se realizó un análisis de redes y webs de instituciones relacionadas a la problemática: comuna, TR Ramona, Turismo Rural INTA, Museo Comunal Ramona, Secretaría de Turismo de Santa Fe, empresas, establecimientos, medios locales y regionales

Siguiendo a Gutiérrez Montoya et al. (2018), se tomó como base el modelo PRGS: Presencia (número de seguidores), Respuesta (reacciones del usuario), Generación (comentarios) y Sugerencia (veces compartidas o recomendadas). En la matriz propuesta, se agregó “Tipo de Publicación” (texto, foto, video)

## **Resultados**

En la entrevista que se realizó a miembros del Grupo de Turismo Rural de Ramona, se describieron algunas de las formas en las que se realiza la promoción de las actividades. En este sentido, se utilizaron agencias de viaje como principal herramienta. Además, enumeraron los cambios que observaron luego de la pandemia. Hasta 2020, la mayoría de los contingentes eran alumnos de escuelas de la región (Rafaela, Santa Fe, San Francisco fueron las ciudades más nombradas). Luego, los contingentes fueron familias o matrimonios de adultos mayores. El turismo de adultos empezó a tener más empuje después de la pandemia.

Al cambio en la composición del turista también se sumó que en pospandemia las visitas fueron más esporádicas. Los contingentes escolares previo a las pandemias eran numerosos. Los alumnos hacían el recorrido “Campo y Ciudad”: museo, tambo, recorrían los potreros sembrados entre otras actividades. Una de las dificultades para retomar este tipo de visitas son los costos que implica hacer una excursión de este tipo .

Las visitas de “grupos de motoqueros” de personas adultas de edad intermedia (llegaron a ser 100) de Rafaela y región se sumó en 2023 y tuvieron fuerte impulso.

Durante los años en los que realizó el estudio, no se han utilizado plataformas especializadas en Turismo (Booking, Tripadvisor, Despegar, etc) ya que con las agencias están conformes. Esto también está relacionado con la oferta que tiene Ramona: Una de las principales actividades dentro del paquete que se ofrece (El Vasquito),está disponible sólo dos fines de semanas por mes. Además de los circuitos urbanos, El Vasquito fue el único establecimiento que se utilizó durante el 2022 y 2023.

Las redes sociales de las instituciones fueron otra forma de promocionar. El Museo Histórico Comunal tiene un usuario en la plataforma Facebook e Instagram. El Grupo de Turismo sólo en Facebook. En la redes y web de Comuna de la localidad también se informan las novedades. En relación a otros entes estatales, en las redes de la Secretaría de Turismo de la provincia se publica el recorrido de Las Capillas Chacareras<sup>4</sup>. La participación en ferias como herramienta de promoción, fue consecuencia de la relación con la Secretaría de Turismo de la Provincia. En 2022 participaron de “Viví Santa Fe. El Encuentro del Turismo y el Comercio”<sup>5</sup> en la capital provincial y en 2023 en la 27<sup>a</sup> Feria Internacional de Turismo en Buenos Aires. El stand estaba ambientado como una fonda tradicional. Fueron con ajeno<sup>6</sup> para degustar y productos de la industria Ramolac.

En la feria de Santa Fe, el recorrido virtual del Museo Histórico Comunal fue uno de los atractivos que más interesó para recorrer a través de una pantalla, el museo en 360°<sup>7</sup>.

Otra manera de promocionar fueron los medios de comunicación de la región que realizan notas periodísticas. En determinadas épocas del año, en fechas con movimientos especiales, por ejemplo para Semana Santa, se realizan muchas notas en las radios, canales y diarios de la región.

### **Resultados del análisis digital según el modelo PRGS**

El análisis de las redes sociales y sitios web de los principales actores del turismo rural en Ramona permitió observar un ecosistema comunicacional heterogéneo, con distintos grados de desarrollo narrativo y participación digital. La aplicación del modelo PRGS (Presencia, Respuesta, Generación y Sugerencia) evidenció que la comunicación turística local carece aún de una estrategia articulada, aunque existen prácticas significativas que expresan un potencial transmedia incipiente.

---

<sup>4</sup>Es un circuito que comenzó en 2010 y se realiza los Viernes Santo, Son 40 km por caminos rurales que se recorre en autos particulares que comprende Josefina, Bauer y Sigel, Coronel Fraga, Pueblo Marini y Ramona”(Ente Cultural, 2022, como se citó el Locatelli y Garbulsky, 2023).

<sup>5</sup>Viví Santa Fe, el encuentro del turismo y comercio” fue una feria organizada por la Fececo y auspiciada por el gobierno provincial .Se desarollo entre el 1 y 4 septiembre en la Estación Belgrano de la capital provincial y participaron . tiene por objetivo poner en valor a las identidades locales y regionales; generar un mapa de actores y propiciar un espacio de diálogo e intercambio entre ellos; brindar acceso directo a los productos, favoreciendo el comercio justo y el surgimiento de mercados de productores locales; y generar nuevas rutas turísticas y gastronómicas. Participaron 60 destinos de circuitos de turismo rural, pesca, educativo, industrial, religioso e histórico. Rondas de negocios entre hosted Buyers, operadores mayoristas de todo el país, agencias de turismo de toda la provincia, destinos y proveedores turísticos de todos los puntos de Santa Fe.

<sup>6</sup>El ajeno tradicional es una bebida alcohólica que se elabora a partir de la destilación de hierbas aromáticas, principalmente ajeno, anís y hinojoes un ingrediente fundamental en la tradición del vermut en el Piemonte, Italia.

<sup>7</sup>Desarrollado por la empresa Voreal.net de Rosario durante la pandemia. Ver <https://my.matterport.com/show/?m=yUCBcmkJWWQ>

**Presencia:**<sup>8</sup> todos los actores poseen al menos un canal digital activo, pero con niveles desiguales de actualización e identidad visual. El Museo Ramona se consolida como referente institucional, con coherencia estética y continuidad en las publicaciones. La Comuna mantiene una presencia orientada más a la gestión que a la promoción del TR: en 2023, el usuario realizó 306 publicaciones, de las cuales 24 (7,84 %) estuvieron relacionadas con Turismo Rural. Los emprendimientos privados<sup>9</sup> logran mayor espontaneidad y cercanía, aunque sin una línea narrativa sostenida.

**Respuesta:** la interacción con el público es baja. Solo el Museo y la Heladería<sup>10</sup> muestran prácticas sistemáticas de diálogo, lo que refuerza la percepción de autenticidad. En los demás casos predomina la comunicación unidireccional, con ausencia de escucha o retroalimentación.

**Generación:** diferencias notables. El Museo produce relatos visuales y audiovisuales que vinculan patrimonio e identidad local. “El Vasquito” construye una narrativa experiencial genuina, basada en la vida rural cotidiana. Turismo Ramona y la Comuna replican materiales institucionales, sin producir relatos propios ni conectar con las emociones del visitante.

**Sugerencia:** la capacidad de proyectar el relato hacia otros espacios, plataformas o experiencias es el aspecto más débil. Solo el Museo y “El Vasquito” consiguen activar vínculos narrativos que invitan a la participación o a la visita presencial. El resto de los actores presenta escasa integración entre canales y ninguna estrategia de expansión transmedia.

Respecto a las entidades que están relacionadas al TR pero que no pertenecen a Ramona (Provincia, INTA) se puede concluir que en contraste con el dinamismo incipiente de los actores locales, las entidades públicas muestran una presencia digital debilitada y desconectada del caso Ramona. Las redes sociales de organismos como ADETUR o la propia Ruta de la Leche presentan una actividad casi nula en los últimos años, y en muchos casos no están adaptadas a las lógicas de engagement propias de las plataformas contemporáneas. Esto no sólo representa una oportunidad perdida para fortalecer destinos como Ramona, sino que también pone en evidencia el debilitamiento de políticas sostenidas de acompañamiento al TR desde lo comunicacional.

La comunidad virtual existe, pero no está lo suficientemente tejida desde una estrategia común.

---

<sup>8</sup>En 2023: Facebook (TR no tiene IG): Museo: 669 seguidores, 46 publicaciones; TR: 1500, 34; Comuna: 3600, 24 306 (24 sobre TR); EL Vasquito: 4782, 21; Posada del Puerto: 266, 17; Heladería Pompeya; 744, 14;

<sup>9</sup>En Facebook: “El Vasquito”, 4782 seguidores. Tik Tok /única institución) 13400.

<sup>10</sup>Heladería: Un promedio de 54 reacciones por post (ratio7,25 %). E • Post con más reacciones fue el 20 de septiembre de 2023 con 18,41 % donde se invitaba a participar a la audiencia de un sorteo

Esto representa una oportunidad concreta: si se lograra consolidar un proyecto transmedia coordinado -que vincule los relatos del Museo con los de El Vasquito (por ejemplo), y las promociones institucionales de la Comuna con la producción de contenidos del sector privado- se podría construir una identidad digital más sólida, inmersiva y emocional del destino. Este entramado narrativo debería pensarse en clave participativa, con roles definidos para prosumidores locales y visitantes. Existe una base rica y heterogénea, pero falta cohesión, planificación comunicacional y visión a largo plazo en el uso de herramientas digitales para atraer al nuevo turista.

### **Tipos de publicaciones**

Durante el período analizado, se registró una fuerte preeminencia de publicaciones estáticas (flyers, placas informativas, fotos con texto), por sobre los formatos audiovisuales o narrativos. En la mayoría de las cuentas institucionales - particularmente Comuna Ramona y Turismo Ramona -predominaron imágenes fijas con texto institucional o reposeteo de afiches, sin acompañamiento de relato o video explicativo. En contraste, Museo Ramona alternó entre fotografías antiguas y actuales, videos breves sobre actividades y reels colaborativos con presencia ocasional de testimonios locales. El Vasquito fue el actor con mayor producción audiovisual espontánea, principalmente videos cortos y reels en TikTok y Facebook, con tono cotidiano y testimonial. El hospedaje Posada del Puerto publicó galerías fotográficas de su entorno natural y servicios, con buena calidad visual pero sin narrativa complementaria. La Heladería mostró uso creativo de fotos y reels asociados a efemérides o eventos locales, generando picos de interacción orgánica.

El reel y el video breve fueron los contenidos con mejor rendimiento en engagement, especialmente cuando aparecían rostros locales o escenas rurales reales. En cambio, los flyers o placas estáticas mostraron bajo nivel de respuesta y poca circulación orgánica.

Como primera síntesis: **1)** En Ramona existe una comunidad activa y comprometida: los testimonios muestran la existencia de un grupo local con iniciativa y sentido de pertenencia **2)** Los actores entrevistados identificaron valores patrimoniales, culturales y productivos que pueden narrarse. Historias familiares, la “cuenca lechera”, la vida rural o el ferrocarril; **3)** Falta de formación en herramientas comunicacionales, narrativas digitales y turismo aparece de manera reiterada en la entrevista; **4)** El concepto de NT se desconoce. Pero hay una valoración positiva de las ideas asociadas (contar historias en múltiples plataformas, con distintos voces) resuenan como prácticas deseadas; **5)** las publicaciones que mencionan el turismo rural en Ramona son ocasionales y no sostenidas. Predomina un uso informativo, institucionales, impersonales y no narrativo. Son mayoritariamente texto y fotografía. Pocos videos, reels, hilos o contenidos interactivos. No se identificaron uso deliberado de plataformas de manera complementaria. Faltan voces locales, historias de vida, experiencias de visitantes. Esto limita el poder emocional y narrativo de la comunicación; **6)** Hay

señales de una comunidad digital incipiente, con cierta respuesta local a contenidos culturales, educativos o festivos, lo que sugiere que una estrategia comunicacional más articulada tendría eco; **7)** las agencias de turismo ocupan un lugar central en la promoción, **8)** se recurre a medios regionales para eventos puntuales; **9)** se participa en ferias y exposiciones con recursos interactivos utilizados aisladamente (como recorridos virtuales del museo), **10)** se mantiene una articulación público-privada donde el grupo impulsor del TR actúa ad honorem; **11)** se registra un cambio en la composición del público visitante tras la pandemia; **12)** no se utilizan plataformas especializadas en turismo; y **13)** hay limitaciones concretas en la oferta turística, como la baja frecuencia de apertura de algunos espacios clave en los recorridos.

### **Conclusiones**

¿De qué forma la narrativa transmedia, construida desde la comunicación participativa, puede contribuir al desarrollo del turismo rural en Ramona? ¿Hay presencia de elementos constitutivos de la narrativa transmedia —prosumidores y estrategia multiplataforma— en la comunicación del turismo rural de Ramona?

El análisis del ecosistema digital de Ramona evidenció que la comunicación turística local se encuentra en una etapa incipiente respecto de la incorporación de estrategias transmedia. Existen experiencias en torno a la producción de contenidos y la participación comunitaria, pero no puede hablarse de un proyecto transmedia consolidado ni planificado.

Se observó una presencia limitada de prosumidores y de llamado a la acción desde las redes. La mayoría de las publicaciones son emitidas por actores institucionales o emprendimientos privados sin habilitar espacios de co-creación o diálogo sostenido. Sin embargo, se identificaron manifestaciones embrionarias de participación, especialmente en el caso del Museo Ramona, que integra contenidos colaborativos, y en la Heladería Pompeya, cuyos seguidores contribuyen espontáneamente con material visual y comentarios que amplifican el relato identitario del lugar. Estos casos demuestran que la comunidad dispone de un capital simbólico participativo que podría potenciarse desde una estrategia transmedia.

Hay una presencia digital fragmentada: cada actor opera en uno o más canales —Facebook, Instagram, TikTok o páginas web— pero sin articulación narrativa entre ellos. La circulación de contenidos entre plataformas es escasa y no responde a una lógica de expansión del relato, sino más bien a la necesidad de replicar información. No obstante, se evidencian indicios de convergencia: el Museo conecta publicaciones con su sitio web y con medios locales, y algunos emprendimientos privados experimentan con videos cortos que apelan al testimonio y la experiencia, recursos con alto potencial transmedia.

Puede afirmarse que la narrativa transmedia, entendida como dispositivo participativo y multiplataforma, aún no se encuentra plenamente desarrollada en

el ámbito del turismo rural de Ramona, aunque su potencial de contribución es claro. Las prácticas analizadas sugieren que la adopción de una lógica transmedia podría fortalecer la visibilidad territorial, estimular la producción de relatos locales y favorecer la articulación entre actores públicos, privados y comunitarios.

La narrativa transmedia puede efectivamente fortalecer la promoción y el desarrollo del turismo rural en Ramona, pero su eficacia depende de la planificación participativa, la coordinación interinstitucional y la formación de prosumidores locales capaces de sostener un relato común. La convergencia de estos factores permitiría pasar de una comunicación fragmentada a un ecosistema narrativo integrado, orientado a la valorización del territorio y al desarrollo rural sostenible.

“Nuestra cultura de la participación permite que los usuarios se conviertan en prosumidores y generen sus propias narrativas. Estas nuevas formas de producción cultural alteran la tradicional separación entre productores y usuarios y redibujan los límites de los textos narrativos.” (Scolari,2013 como se cita en Olmedo,2023)

Las NT pueden ser una herramienta que permitan construir relatos distribuidos, emocionales y conectivos, que hablen del lugar desde muchas voces y plataformas, y que involucren a visitantes, instituciones y comunidad. Lo digital no es sólo un canal de promoción, sino una forma de contar y compartir que define la manera en que los territorios se piensan y se proyectan. La tecnología está disponible, los relatos también. El desafío es tejerlos juntos.

## Bibliografía

A 29 años de la erupción del volcán Hudson que cubrió de cenizas la Patagonia (2020, agosto, 12). ADN Sur [https://www.adnsur.com.ar/sociedad/-a-29-anos-de-la-erupcion-del-volcan-hudson-que-cubrio-de-cenizas-la-patagonia\\_a5f33d11c5999032e986193ae](https://www.adnsur.com.ar/sociedad/-a-29-anos-de-la-erupcion-del-volcan-hudson-que-cubrio-de-cenizas-la-patagonia_a5f33d11c5999032e986193ae)

Bergero, P y Sigaudo, D ((2020, julio 17) Sector lácteo santafesino: producción primaria, industrial y proyección exportadora <https://www.bcr.com.ar/es/mercados/investigacion-y-desarrollo/informativo-semanal/noticias-informativo-semanal/sector-lacteo>

Campalans, C., Renó, D., Gosciola, V. (2012) Narrativas Transmediáticas. Entre teoría y práctica Universidad del Rosario, Bogotá

Comerci, ME (2006) Las políticas económicas entre 1975-2005 y su impacto en la industria láctea argentina Anuario N° 8 - Fac. de Cs. Humanas - UNLPam (15-29) <https://repo.unlpam.edu.ar/handle/unlpam/4825>

Comuna de Ramona (s.f.) Inicio [www.ramona.gob.ar](http://www.ramona.gob.ar)

Dellamónica, J. (2010) Comunicación Comunitaria En El Rescate De La Identidad Rural.Experiencia de turismo rural. El caso Presidente Roca (Santa Fe)[Tesis Monográfica] Universidad del Salvador Rosario

El volcán Hudson cubre de cenizas a la región patagónica (2021, agosto, 13) <https://www.eldiariodelmundo.com/noticias/2020/08/12/87892-el-volcan-hudson-cubre-de-cenizas-a-la-region-patagonica>

Gallo, G y Galmarini, M (2021) Reactivación del turismo rural post cuarentena 2020: TIC y adaptaciones aplicadas por emprendedores Revista Intersección: Eventos, turismo, gastronomía y moda -Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid & Facultad de Ciencias de la Comunicación -Universidad Autónoma de San Luis Potosí Medellín . DOI: <https://doi.org/10.33571/revinterseccion.v2n4a6>

Gambarota, D. (2022) Turismo de cercanía: posibilidad de desarrollo en pequeñas localidades a partir del patrimonio intangible. El caso de las fiestas populares del sudoeste bonaerense. Conicet

Guastavino, M, Haag, MI, Pérez Winter, C, Rodil, D, Walter, P (2022) Red de Conocimiento de Turismo Rural del INTA XX Jornadas Nacionales y XII Jornadas MERCOSUR de Extensión Rural. “La extensión rural en la actualidad. Aprendizajes y desafíos para el desarrollo territorial”, Facultad de Ciencias Agrarias, Universidad Nacional de Rosario <http://hdl.handle.net/20.500.12123/13173I>

Gutiérrez Montoya, G., Sánchez Jiménez, M., Galiano Coronil, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 8(15), 135-150. <https://doi.org/17163/ret.n15.2018.09>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (s.f.) Censos <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel3-Tema-2-41>

Jenkins H (2008) “Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación”, Barcelona Cayfosa Quebecor,S.A.

Locatelli, G. & Garbulsky I. (2023) ¿Quéprincipios vinculables a la narrativa transmedia pueden encontrarse en 2022 en la promoción del Turismo Rural del departamento Castellanos por parte de organismos públicos? [“Manuscrito inédito”] Universidad Católica Santiago del Estero

López, R. 1998. Crítica de la teoría de la información Cinta moebio 3: 24-30 [www.moebio.uchile.cl/03/frprin01.htm](http://www.moebio.uchile.cl/03/frprin01.htm)

Martínez-Rolán, X., Tymoshchuka, O., Piñero-Otero, T. y Renó D. (2019). “Instagram como red de promoción e hipermediación del turismo rural: el caso de Aldeias Históricas”. Revista Latina de Comunicación Social, 74, 1610-1632. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1401>

Mendivil, R. (2016) Grupos Asociativos de Turismo Rural en Argentina El Caso de los Grupos Cambio Rural del Centro Regional Buenos

Aires Sur del INTA. [Tesis de Maestría Universidad de Buenos Aires] <http://ri.agro.uba.ar/files/download/tesis/maestria/2016mendivilraulcristian.pdf>

Minube (2011) Libro Blanco de los viajes sociales. Cómo Internet y el protagonismo de los viajeros han revolucionado el sector turístico. [https://www.academia.edu/36387167/Libro\\_Blanco\\_de\\_los\\_Viajes\\_Sociales](https://www.academia.edu/36387167/Libro_Blanco_de_los_Viajes_Sociales)

Molas Castells, N. (2018) La Guerra de los mundos. La Narrativa Transmedia en Educación (2018) Outer Edu, Barcelona

Morán Del Pozo, N (2018) Estrategia de Marketing Digital y Comunicación Transmedia para la Operadora Turística Digital ‘LOCALIZADOS’ [Tesis de Maestría Universidad Casa Granda] <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/browse?type=author&value=Mor%C3%A1n+Del+Pozo%2C+Nahira+Silvana>

Olmedo, Alfonso (2023) Narrativas transmedia, Cuando todos los medios cuentan de Carlos Scolari

Pérez Winter, C. (2020). La “vida social” de las políticas públicas de turismo rural en Argentina. Pampa. Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales n°21.e0016, 6–27. DOI: <https://dx.doi.org/https://doi.org/.14409/pampa.2020.21.e0016>

Porto, D., Flores, J. (2012) Periodismo Transmedia Editorial Fragua

Renó D (2013) Periodismo Transmedia Relexiones y técnicas para el ciberperiodistas de los laboratorios de medios interactivos. Fragua Paris

Rojo Brizuela, Sofía (2022) El sector del turismo en la Argentina: efectos de las políticas sobre el empleo. Buenos Aires; Oficina de país de la OIT para la Argentina

Román, MF., Ciccolella, M. (2009) Turismo rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Buenos Aires

Ruiz Moreno, S. (2013). La narrativa transmedia para la representación de la realidad. En La narrativa transmedia para la representación de la realidad Universidad del Rosario.

Sautu, Ruth (2003) Todo es Teoría: objetivos y métodos de investigación. Buenos Aires: Lumière

Schlüter, R. (2024). Turismo en espacio rural : innovaciones y desafíos pospandemia. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos – CIET Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Scolari C (2015), Ecología de los Medios: Entornos, evoluciones e interpretaciones Gedisa

Scolari, C (2017): El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación | Hipermediaciones

Scolari, C (2018) Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología. Gedisa

Secretaría Turismo De Santa Fe (2015) Plan estratégico 2025 <https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/217561/1130441/file/Plan%20estratégico%20de%20Turismo%202025.pdf>

Teubal, Miguel; Palmisano, Tomás; ¿Hacia la reprimarización de la economía? En torno del modelo extractivo en la posconvertibilidad; Instituto Argentino para el Desarrollo Económico; Realidad Económica; 296; 12-2015; 55-75

Torres, C. (2020). Continuidades y rupturas en las lógicas extractivistas en la cuenca lechera central argentina Revista Vivienda y Ciudad - ISSN 2422-670X - Volumen 7 - <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/ReViyCi/article/view/30113/3226>

Torres, C. (2021). El espacio productivo de la Cuenca Lechera Central Argentina y sus paradigmas históricos de desarrollo. Eutopía. Revista De Desarrollo Económico Territorial, (20), 32–51. <https://doi.org/10.17141/eutopia.20.2021.5084>

Torres, C (2022 ). Experiencias patrimoniales en la Cuenca Lechera Central Argentina. Valoraciones de productores tambores sobre bienes materiales e intangibles. Argonautas, revista de educación y ciencias sociales. Vol. 12 Núm. 19

Torres, C., (2023) Experiencias patrimoniales en la Cuenca Lechera Central Argentina. Valoraciones de productores tambores sobre bienes materiales e intangibles Argonautas Vol. 12. N° 19 pp. 36-51

Zubizarreta, I (2016) La lechería argentina, desde el retorno de la democracia hasta nuestros días: balances y perspectivas de un sector en crisis; Universidad del Centro de Estudios Macroeconómicos de Argentina; Serie documentos de trabajo; 596; 10-2016; 1-23 <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/141451>

## 5. La política de vivienda en Colombia y en España frente a la exclusión residencial

The housing policy in Colombia and Spain regarding residential exclusion

Gloria María Caravantes López de Lerma

Docente UV - Universidad de Valencia

<https://orcid.org/0000-0003-2656-7032> [gloria.caravantes@uv.es](mailto:gloria.caravantes@uv.es)

Magda Yolima Arias-Cantor

Docente UCO - Universidad Católica de Oriente

<https://orcid.org/0000-0002-5931-6662> [myarias@uco.edu.co](mailto:myarias@uco.edu.co)

---

### Resumen

La vivienda y sus políticas regulatorias se convierten en uno de los aspectos más importantes de los gobiernos para solventar un problema de la población en cuanto el acceso, la calidad y la sostenibilidad, para comprender esto, el presente artículo analiza la trayectoria de la política pública de vivienda en Colombia y España frente a la exclusión residencial, a partir de un análisis documental de la normativa en materia de vivienda en el período 1970-2023. Se observa en ambos países esfuerzos significativos para generar política pública sobre vivienda, esfuerzos en la articulación con el sector privado y financiero, que, de alguna manera, no mitiga el déficit de vivienda pública asequible con relación a la demanda poblacional existente y al incremento de los precios en régimen de propiedad y alquiler, la tercerización del sector, inequidad en el acceso, interés por la salubridad y calidad de esta. Se requieren acciones para el acceso de la población más vulnerable y condiciones igualitarias desde lo económico que garanticen el derecho a la vivienda digna que trascienda los aspectos estructurales hacia la cobertura con calidad.

**Palabras clave:** Vivienda; exclusión social; exclusión residencial; España; Colombia.

### Abstract

Housing and its regulatory policies have become one of the most important aspects for governments to address a population issue regarding access, quality, and sustainability. To understand this, the present article analyzes the trajectory of housing public policy in Colombia and Spain in relation to residential exclusion, based on a documentary analysis of housing regulations from 1970 to 2023. Both countries show significant efforts to generate public policy on housing, efforts in collaboration with the private and financial sectors,

which, in some way, do not alleviate the deficit of affordable public housing in relation to the existing population demand and the increase in prices for ownership and rental, the outsourcing of the sector, inequity in access, and concern for health and quality. Actions are required to ensure access for the most vulnerable populations and equal economic conditions that guarantee the right to decent housing, transcending structural aspects towards quality coverage.

**Keywords:** Housing; social exclusion; residential exclusion; Spain; Colombia.

---

Este artículo se enmarca en los procesos de investigación desarrollados en el marco del proyecto “Innovación socioeconómica, trayectorias y estrategias en la ciudad post-pandemia (UrbInn-COVID)”, proyecto I+D+i PID2020/112734RB-C31, financiado por MCIN / AEI / 10.13039/501100011033.

---

## Introducción

La comunidad científica define el fenómeno de la exclusión residencial en diferentes contextos y escalas de análisis desde la multidimensionalidad y condicionantes que determinan su aparición. Ello implica necesariamente un análisis contextual que adopte una visión holística del fenómeno, donde sean concebidas las distintas perspectivas y aspectos que convergen en su existencia (Subirats, 2005). Al respecto, la exclusión residencial se manifiesta “como imposibilidad de acceso al mercado residencial a través de los sistemas dominantes de provisión residencial en nuestra sociedad –el mercado–, y como incapacidad de la política de vivienda para asegurar que el derecho a la vivienda digna sea una realidad” (Paniagua y Cortés, 1997, p. 107). Sin embargo, un punto de convergencia en el conjunto de las conceptualizaciones respecto a la exclusión residencial es la ausencia o tenencia precaria de una vivienda (Hernández, 2013), así como las dificultades relacionadas con su acceso. No obstante, la exclusión residencial va más allá del déficit de vivienda; es también uno de los aspectos esenciales para combatir la pobreza en las sociedades contemporáneas y un pilar fundamental para el desarrollo individual y colectivo.

En el contexto internacional, la Conferencia Hábitat III sobre Vivienda y el Desarrollo Urbano Sostenible convocada por la Asamblea General de las Naciones Unidas y celebrada en la ciudad de Quito del 17 al 20 de octubre de 2016, concluyó en el compromiso mundial respecto a desarrollar una urbanización sostenible. La aspiración de dicha Conferencia y de la Nueva Agenda Urbana de Naciones Unidas se concreta en establecer mecanismos desde los diferentes niveles gubernamentales que permitan reducir la desigualdad en el mundo en aras de lograr y blindar un conjunto de derechos y garantías en pro de la calidad de vida de la ciudadanía.

En dichas aspiraciones de Naciones Unidas, la vivienda constituye un bien necesario, ya que “sin ella resulta imposible cumplir con todo un conjunto de requisitos sociales, a través de los cuales se plasman y desarrollan los procesos normales de socialización y normalización en el seno de cada sociedad” (Cortés-Alcalá, 1995 p.27). La constitución de la vivienda como bien necesario y elemento estructural en el conjunto de las sociedades contemporáneas, viene reforzado por la formulación del derecho a esta y además es reconocido como derecho universal en el conjunto de los Estados.

El papel protagónico de los poderes públicos en la garantía del mencionado derecho escenifica una de las grandes diferencias entre continentes, regiones y Estados del mundo. La variabilidad de los modelos de actuación de estos en la garantía del derecho a la vivienda se ha centrado entre su concepción como bien necesario y como mercancía. Este planteamiento se contempla en coherencia con el contexto social y económico de cada país en particular. Además de constituir un pilar estructural de las sociedades como bien necesario, la vivienda constituye un papel esencial en el desarrollo económico de los Estados como generador de empleo en el sector de la construcción y como activo económico o financiero entendido como inversión y/o mercancía (Galiana, 2017).

En esta doble concepción de vivienda, las políticas públicas de los diferentes Estados y niveles de la administración orientan sus actuaciones a garantizar en mayor o menor medida el reconocimiento y garantía de este derecho a través de la oferta de vivienda pública asequible, facilidades de acceso y de estabilidad en la tenencia de una vivienda (en régimen de propiedad o de alquiler) o del propio control del mercado inmobiliario de la vivienda.

Desde esta lógica, los Estados a lo largo de las décadas han desarrollado modelos de políticas públicas de vivienda singulares y particulares a sus contextos de aplicación. Con base a esta cuestión, es objeto del presente artículo analizar la trayectoria de la política pública de vivienda frente a la exclusión residencial en dos contextos como España y Colombia, ahondando especialmente en las barreras, oportunidades y retos de futuro en un contexto de crisis glocal.

Si bien, el presente artículo plantea un estudio comparativo, cabe destacar que ambos contextos suponen un análisis de casos con marcadas diferencias contextuales, históricas, económicas y sociales. No obstante, de acuerdo con la propia idiosincrasia de cada uno de los modelos que se presentan del Sur y del Norte, admite un enriquecimiento analítico para observar las distintas trayectorias políticas en la lucha contra el fenómeno de la exclusión residencial, los límites de actuación, las oportunidades y los retos de futuro en un contexto cada vez más glocalizado.

Realizar esta comparación facilita la identificación de las respuestas institucionales y estatales a las desigualdades habitacionales, analizar los factores estructurales

legales, los roles, el mercado de la vivienda y el papel de los movimientos sociales en dichas acciones, en el que comparar las dos experiencias permite el aprendizaje mutuo pese a sus diferencias y problemáticas compartidas como la gentrificación, el déficit en calidad y cantidad de vivienda y el aumento de la informalidad.

De este modo, en la tabla 1 se presenta una síntesis de la investigación destacando las preguntas y objetivos de estudio:

**Tabla 1.**

*Mapa de la investigación*

Preguntas de Investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos
¿Existen características convergentes o divergentes en las políticas públicas de vivienda en Colombia y en España?	Analizar la trayectoria de la política pública de vivienda frente a la exclusión residencial para el periodo 1970–2023 en el Sur y del Norte (España y Colombia), ahondando especialmente en las barreras, oportunidades y retos de futuro en un contexto de crisis glokal.	Identificar las características definitorias de las políticas públicas de vivienda en Colombia y en España frente a la exclusión residencial
¿Los factores contextuales, sociales, económicos y políticos son determinantes en la adopción de políticas públicas de vivienda?		Determinar las limitaciones y barreras de las políticas públicas en la garantía del derecho a la vivienda en Colombia y en España
¿El impacto de las políticas públicas de vivienda en el Sur y en el Norte han permitido garantizar la vivienda como un derecho o como un bien de mercado?		Profundizar en la trayectoria de la política pública de vivienda en Colombia y en España determinando las oportunidades de actuación y los retos de futuro en un contexto de crisis post-pandemia
¿Qué mecanismos han establecido las políticas públicas de vivienda en Colombia y en España para combatir la exclusión residencial?		

Fuente: Elaboración propia

## **Metodología**

A continuación, se aborda la metodología empleada para la consecución de los objetivos de estudio planteados en la Tabla 1.

La idoneidad de seleccionar ambos estudios de caso radica en la afinidad de las investigadoras en ambos contextos de investigación, pudiendo desarrollar un estudio comparado de políticas públicas en materia de vivienda.

Por un lado, en el momento actual de la trayectoria de la política pública española se introduce un cambio sustancial en la arquitectura del régimen político y supone un punto clave desde el que analizar las políticas de vivienda, especialmente desde la aprobación en 2023 de la primera ley democrática en materia de vivienda.

Por otro lado, para el caso de Colombia la década de los setenta con relación a la vivienda conlleva transformaciones estructurales, financieras, económicas y políticas para atender el déficit cuantitativo y cualitativo de viviendas que facilitaron el acceso y cobertura descentralizada por parte de la población a partir de la inclusión en los planes de desarrollo como política pública sectorial (Ministerio de Vivienda Ciudad y Territorio, 2014).

Para la consecución de los objetivos específicos se realiza un análisis documental a partir de diferentes bases de datos jurídicas especializadas empleando distintos descriptores de búsqueda con operadores booleanos para la óptima identificación de la normativa de carácter estatal en la materia que nos ocupa.

Los descriptores empleados se presentan en la tabla 2, los cuales permiten localizar e identificar la normativa objeto de estudio y su organización, procesamiento y análisis para obtener respuestas con respecto a la vivienda (Corbetta, 2003; Martínez-Corona et al., 2023).

**Tabla 2.****Descriptores de búsqueda empleados y bases de datos consultadas**

Bases de datos jurídicas	Descriptores de búsqueda empleados para España	Descriptores de búsqueda empleados para Colombia
Thomsons Reuters Westlaw		
Thomsons Reuters Aranzadi Instituciones	Ley  Real Decreto-Ley Real Decreto Legislativo Real Decreto  Decreto Orden	Vivienda  Vivienda pública Vivienda protegida Vivienda de Protección Oficial  Alquiler Plan Estatal de Vivienda
Vlex		
Scopus		
EBSCO		
MinVivienda		Normatividad Política pública Normas Vivienda Subsidio

Fuente: Elaboración propia

## Resultados

La presentación de los resultados obtenidos en Colombia y en España relativos a la trayectoria de la política pública de vivienda, se organiza en bloques temáticos. Por un lado, se describe cada uno de los contextos de análisis con base a los siguientes aspectos: identificación de la trayectoria de la política pública de vivienda para el periodo 1970-2023, aspectos esenciales y definitorios de cada uno de los modelos de política de vivienda frente a la exclusión residencial y elementos coyunturales de inflexión; y, por otra parte, se presenta un apartado de análisis comparado entre ambos modelos objeto de estudio.

### La trayectoria de la política pública de vivienda en Colombia

En Colombia el interés por una vivienda digna se identifica, aunque no muy claro y contundente, en la Constitución política de 1886, lo cual se concreta como una política en la Ley 46 de 1918, esta se refiere a la salubridad e higiene de las condiciones habitacionales del “proletariado” como forma de atender los problemas de vivienda de la época, basados en una visión higienista y salubrista mas no en las condiciones

sociales, políticas y económicas que subyacen la problemática (Congreso de Colombia, 1918).

Esta Ley abre camino hacia otras disposiciones legales que se consolidan con la creación de organismos del ámbito de vivienda específicamente rural como el Banco Central Hipotecario (BCH), el Instituto de Crédito Territorial (ICT) y el Banco Agrícola filial del Banco Agrario, entidades que se convierten en referentes importantes para la consolidación de las políticas de vivienda posteriores relacionadas con la propiedad y la subsidiaridad. Este proceso que surge para lo rural, poco a poco se expande hacia las ciudades con la creación de barrios obreros principalmente en Bogotá, dando origen a la Caja de Vivienda Popular de Bogotá (CVP), modelo que se llevó a gremios públicos para facilitar el acceso de los miembros de la fuerza pública a vivienda creando en 1947 la Caja de Vivienda Militar (CVM).

Sin embargo, una de las preocupaciones que alrededor de la vivienda se mantiene son las condiciones de acceso a otro tipo de personas, desde diferentes medios de adquisición, además de la estabilidad, el acceso a servicios públicos que garantice la habitabilidad digna y adecuada, por lo cual se determina la necesidad de regular la planificación y uso del suelo por parte del gobierno, al considerar el incremento en el número de construcciones, la estabilidad y calidad de estas y, ante el aumento de la población, la necesidad de crear vivienda multifamiliar que atienda, no solo el déficit cuantitativo, sino atender lo cualitativo, cimentando de manera clara una política basada en el bienestar.

Pese a la formulación de diferentes planes de desarrollo como la alianza para el progreso en 1961, el plan de fomento para el desarrollo de Mariano Ospina y los resultados del censo poblacional realizado por el Departamento Administrativo de Estadística DANE en 1951 determina en 1961 un estancamiento del país en temas de vivienda producto de la escasa capacidad de ahorro de los colombianos, de la distribución desigual de los recursos que genera una demanda insuficiente.

Frente a esto, a finales de los años 60 comienzos de los 70, se determina una acción importante por parte del gobierno para transformar las políticas de vivienda actuales y que en cabeza de Lauchlin Currie se inicia un nuevo sistema de vivienda en Colombia, del cual aún se mantienen algunas acciones, se evidencia la creación de fondos privados de ahorro y la participación conjunta del Estado con el sector privados para la construcción de vivienda.

Sin estos antecedentes, no sería posible la actual política consolidada en la década del 70 en la que se crea el Fondo Nacional de Ahorro, institución que aún se mantiene para facilitar la administración de las cesantías y la financiación hipotecaria de vivienda nueva o usada, entre otras instituciones involucradas. Bajo esta propuesta, se crean esquemas de acceso a recursos para personas de bajos recursos a partir de la autoconstrucción, subsidios de vivienda y materiales y se amplía el acceso a

vivienda no de interés social.

Con la necesidad de administrar los fondos económicos generados se crean las Corporaciones de Ahorro y Vivienda (CAVS), tomando fuerza el sector vivienda como uno de los principales aportantes al Producto Interno Bruto del país, la regulación fiscal, la inflación, el Índice de Precios al Consumidor (IPC), entre otros indicadores que se regulan con la creación de la Unidad de Poder Adquisitivo Constante (UPAC) empleada para calcular el costo de algunos de los créditos de vivienda (Urrutia y Námen, 2012; Banco de la República, 2023).

Con la expedición de la Ley 9 por la cual se dictan normas sobre planes de desarrollo municipal (Congreso de Colombia, 1989) se pretende generar condiciones óptimas para el desarrollo de las ciudades y de sus áreas de influencia en los aspectos físico, económico, social y administrativo, esta genera regulaciones adicionales sobre la planificación de diferentes sectores incluido el sector construcción, de vivienda y servicios públicos, además de la regulación sobre la construcción en terrenos peligrosos y la reubicación de asentamientos humanos en zonas de riesgo, esto a su vez determina la capacidad de administración de los recursos de la vivienda por parte del Estado delegado a terceros a través de las Corporaciones de Ahorro y Vivienda (CAV) y las alianzas con el sector privado involucrado en la construcción de vivienda como ejecutores de los proyectos principalmente.

Con las ideas de Currie se crean entidades como las Empresas de Desarrollo Urbano en Bogotá para el manejo de la vivienda y el desarrollo de las ciudades, delegando a las administraciones locales la responsabilidad del sector vivienda, se esperaba que, con la legislación y la administración adecuada de los recursos, se impactaría la vivienda digna y la cobertura, lo cual no se consigue (Ministerio de Vivienda Ciudad y Territorio, 2014).

Para los años 80 se introducen nuevas medidas de medición de la pobreza como el índice de Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) (Mancero y Feres, 2001), con el cual se identifica el incremento de no propietarios, la disposición y acceso a vivienda usada con altos costos en el alquiler. Se consolida el UPAC sin contar con la proyección e inestabilidad especialmente con el pago o abonos a capital e intereses bancarios incrementando los costos de los créditos y disminuyendo el valor de las viviendas, esta unidad se convirtió en la vía de rápido acceso, pero también, para muchas personas fue una pesadilla trayendo consigo embargos, juicios, desalojos, ventas prematuras para los deudores y quiebras financieras para los bancos como el BIC; esta unidad que nace específicamente en el año de 1972, es desmontada en el año de 1999 por las graves consecuencias que trajo para el sistema y los acreedores (Vásquez, 2014).

Para los años 90, con la nueva Constitución Política de Colombia de 1991 en el artículo 51 se determina el derecho de todos los colombianos a tener una vivienda

digna, en 1992 con la Resolución 4 del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas y la introducción de las políticas neoliberales, se desplaza al Estado de su función social de proveer y financiar vivienda y se relega a la tercerización hacia el sector privado, todo esto en el naciente marco del Sistema Nacional de Vivienda de Interés Social (SNVIS). Para este mismo año se crea la Ley 3 la cual crea el Sistema Nacional de Vivienda de Interés social para la financiación, construcción, mejoramiento, reubicación, habilitación y legalización de títulos de viviendas VIS (Congreso de Colombia, 1991).

Con la quiebra del Instituto de Crédito Territorial (ICT), se crea el Instituto de Vivienda de Reforma Social y Reforma Urbana (INURBE) responsable de la administración del sistema, además de encargarse de la aplicación de los subsidios familiares de vivienda. Este cambio se realiza para estabilizar el proceso de financiamiento a partir de las diferentes figuras subsidiarias, crediticias y políticas desarrolladas por los gobiernos nacionales, abordando desde la estructura burocrática y financiera la resolución de la problemática de la vivienda (Chiappe, 1999).

Con la Ley 388 de 1997 se otorga a los gobiernos la capacidad de planificar, legislar y gestionar el desarrollo territorial desde la regulación del suelo, zonas de expansión que impacta de manera importante el sector vivienda (Congreso de Colombia, 1997). Posteriormente, en 1998 se crea el sistema de ahorro para vivienda denominado Ahorro para el Fomento a la Construcción (AFC), se expide la Ley 546 de 1999 (Congreso de Colombia, 1999) para la mitigación del conflicto armado, se implementa la Unidad de Valor Real (UVR), además de la regulación del sistema de financiación de vivienda individual a largo plazo, se crean las cuentas de Depósitos a Término Fijo (DTF) que facilita el otorgamiento de subsidios para la adquisición de vivienda y dinamiza el sector financiero.

La primera década de los años 2000 y las determinaciones políticas de los gobiernos de la época instauraron mecanismos políticos alineados a los Objetivos de Desarrollo del Milenio desde el acceso, tenencia y precariedad de la vivienda, la financiación de vivienda desde estrategias territoriales a través de los fondos disponibles por el naciente Fondo de Desarrollo Territorial (FINDETER, 2023), se regula todo lo relacionado a acceso de vivienda a través del arrendamiento con la Ley 820 de 2003 (Congreso de Colombia, 2003), se crea el Fondo Nacional de Vivienda para la gestión del subsidio familiar de vivienda (FONVIVIENDA, 2022).

Con la Sentencia T-958 la Corte Constitucional de Colombia (2001) se ratifica el derecho a la vivienda y eje fundamental para la dignidad humana, esta normativa, constituye en Colombia una puerta para que las personas se amparen en su derecho o prestacional para acceder a condiciones adecuadas para la vivienda y determina la ruta para que, en adelante, el sector vivienda se constituya en un fuerte político para la mitigación de la pobreza y la exclusión social, la cual se complementa con el plan de desarrollo de los años 2006 a 2010, en el que se inserta en el planteamiento de ciudades

amables con el mejoramiento integral de barrios, atender la redensificación urbana, los bancos de materiales de construcción, entre otras estrategias para disminuir la brecha de acceso a vivienda digna (Ministerio de Vivienda Ciudad y Territorio, 2014).

La década del 2010 genera incentivos como el Fondo de Reserva para la Estabilización de la Cartera Hipotecaria (FRECH) en sus diferentes versiones, Vivienda de Interés Prioritario para Ahorreadores (VIPA), Mi casa ya, el impulso al leasing habitacional, la construcción de Vivienda 100 % subsidiada, los Programas de Arrendamiento y arrendamiento con opción de compra y ahorradores denominado “Semillero de Propietarios”, todos siempre en alianza con el sector privado, quienes se encargan específicamente de la construcción y comercialización de los diferentes tipos de vivienda.

La pandemia COVID – 19 en el 2020, revela las condiciones de habitabilidad, de acceso y condiciones higiénico-sanitarias, acceso a servicios públicos, que no permiten a la población tener una vida y convivencia digna. De acuerdo con la encuesta nacional de calidad de vida del Departamento Nacional de Estadística – DANE (DANE, 2022), la pandemia afectó la aplicación de las políticas de vivienda por las restricciones en la movilidad, la parálisis del sector construcción, el inmobiliario, el financiero, entre otras, que disminuyen la capacidad de adquisición, de pago de arrendamiento y acceso a condiciones de vivienda digna.

Por otro lado, desde el sector financiero se determina el congelamiento de pagos hipotecarios, la regulación de la propiedad horizontal y contratos de arrendamiento, reguladas con el Decreto 579 de 2020 (Ministerio de Vivienda, 2020) que constituyen un beneficio para quienes estaban afectados, pero un perjuicio para quien vive del arriendo o paga las obligaciones financieras con este tipo de ingreso al versen obligados a negociar el pago del canon, prohibir los desalojos o embargos, la renovación de contratos en condiciones similares, entre otras disposiciones sobre el tema (Ospina, 2020; Fleischer et al, 2022).

Para los años 2021 y 2022 la legislación en materia de vivienda se centró en el fortalecimiento de los fondos y semilleros de ahorro, el programa Casa Digna Vida Digna, la titulación de predios, adecuación de entornos habitacionales y mejoramientos de vivienda, facilitando así que las personas vulnerables accedieran a estos beneficios, convirtiendo los períodos de gobierno entre el 2010 al 2022 en los de mayor generación de vivienda para los Colombianos, se cierra el periodo gubernamental con el 34,9 % de propietarios, el 4,1 % pagándola, se incrementa al 40,2 % los arrendatarios y el 4,5 % con posesión sin título de vivienda (Salazar, 2023).

Para el año 2023 la apuesta política estatal es el fomento de la vivienda de acuerdo con las características del territorio o contexto en que se dé y la priorización de vivienda a personas con menos ingresos, lo cual ha significado una caída del sector

inmobiliario del 43 %, las políticas existentes de vivienda han tenido transformaciones como la disminución en las alianzas para llevar a cabo las construcciones de nuevos proyectos, el incremento de los costos y materiales de construcción, el desmonte de los beneficios tributarios para el sector vivienda, el incremento de los intereses bancarios desde el Banco de la República y de los bancos, el aumento de la oferta de vivienda usada frente a la nueva a altos costos, la disminución en la demanda y posibilidad de compra, entre otros, que no mejoran el número de propietarios y al contrario disminuye la posibilidad de acceder a vivienda (CAMACOL, 2024).

Una de las últimas apuestas políticas se denomina “cambia mi casa” propone la realización de mejoramientos de vivienda a partir de la autogestión comunitaria, se propone la intervención de la comunidad por medio de la creación de asociaciones de constructores informales, además de inyectar capital y liquidez a los créditos hipotecarios manejados por el Fondo Nacional del Ahorro (FNA) y hacia las constructoras a través del FINDETER y del FNA para disminuir las tasas de interés para facilitar el acceso a la compra y construcción de vivienda de interés social e interés prioritario. Con la anterior medida se esperaba beneficiar a más familias en condiciones de pobreza y vulnerabilidad registradas en el Sistema de Identificación de Potenciales Beneficiarios de Programas Sociales (SISBEN) (Ministerio de Vivienda, 2023). Sin embargo, supone que las personas deben aparecer en este sistema y tener sus cesantías o ahorro o estar afiliadas al Fondo Nacional del Ahorro (FNA), lo cual es probable que no llegue a quienes que no cuentan con una actividad laboral formal, no incluye a las familias que ya tienen deudas hipotecarias o de leasing o facilitar la negociación de las deudas para la disminución de los créditos.

Las políticas de vivienda en Colombia se han constituido desde modelos endógenos y no importados, tratando de contextualizar las necesidades y determinantes sociales relacionados. Sin embargo, la formulación de políticas, la creación de estructuras y entidades no han sido suficientes para mitigar el déficit de vivienda que se da en el país teniendo en cuenta que, pese a los mecanismos creados y requisitos para acceder se incrementan, disminuye la capacidad de adquisición de la población, pese a que se caracteriza por la flexibilización de los requisitos, la ampliación de los mecanismos para el acceso, las fuentes de financiación y los diversos estímulos para los diferentes intervenientes (personas naturales y constructoras).

### **La Trayectoria de la política pública de vivienda en España: pasado y presente de un contexto de emergencia social**

Tradicionalmente, la política pública de vivienda en España ha copado los intereses académicos y sociales actuales. Previo a la década de los años setenta, el déficit de vivienda pública durante la época del franquismo fue una de las características esenciales que determinaron las políticas públicas de los años sucesivos. Dicho déficit de carácter estructural en los años cincuenta, supuso notables desequilibrios territoriales en el conjunto del Estado que no fue resuelto con el papel de las distintas

administraciones públicas (Nel.lo, 2004).

Con motivo de la carencia estructural, se impulsaron los primeros planes estatales de vivienda<sup>11</sup> que permiten hacer frente a las múltiples situaciones de exclusión residencial de los municipios españoles, especialmente por la migración de las zonas rurales a las zonas más industrializadas de la geografía española. Con el primer y segundo Plan Estatal de vivienda, la política pública de vivienda asumió un rol protagónico del régimen en el que se construyeron cerca más de tres millones de viviendas públicas de protección en el periodo 1956-1976 (Van-Halen, 2017).

En este sentido, la implementación de los distintos planes estatales de vivienda en este periodo fueron determinantes en la construcción de vivienda pública que permitía hacer frente a las dificultades de acceso de la época y las múltiples situaciones de pobreza y exclusión social. La estrecha vinculación de la política de vivienda con los determinantes contextuales y económicos de la época, determinaron las medidas implementadas en los años sucesivos por parte de la administración pública.

Con el inicio de la transición democrática a mediados de los setenta, el reconocimiento constitucional del derecho a la vivienda y la conformación de los Estados autonómicos supusieron un cambio en las políticas públicas adoptadas hasta la fecha. Por un lado, la normativa publicada en la primera mitad de los años setenta (véase Figura 1), facilitaba el acceso a la vivienda de las clases medias y bajas a través de programas especiales de financiación y de otras medidas de carácter coyuntural que fomentaba el acceso a la vivienda en régimen de propiedad. No obstante, tal y como destaca Van-Halen (2017), el elevado IPC y tipos de interés asociados a la compra de estas viviendas de la época convirtieron esta iniciativa de la acción pública estatal en un fracaso.

Posteriormente, las deducciones fiscales asociadas a la compra de vivienda implementada a partir de la Ley 44/1978, de 8 de septiembre sobre el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), supuso una de las medidas que caracterizaron la política de vivienda española hasta el año 2013. Las bonificaciones y deducciones fiscales que recoge esta legislación estatal no están limitadas a la adquisición de la primera vivienda, sino que se extienden también a las sucesivas adquisiciones de viviendas.

El fomento de la expansión inmobiliaria en este sentido a partir de los incentivos fiscales constituye un elemento relevante que influye en la producción de viviendas (Leal y Martínez del Olmo, 2017). A partir de este momento y con la constitución de las Comunidades Autónomas, la acción pública estatal de carácter intervencionista en la época previa a la transición adoptó una nueva orientación hacia el fomento del

---

<sup>11</sup>Con la aprobación del primer Plan General de Construcción de Viviendas de Renta Limitada (1956-1960), se consolidan los planes estatales y, posteriormente, los planes autonómicos de vivienda para la administración, implementación y despliegue de la política pública de vivienda.

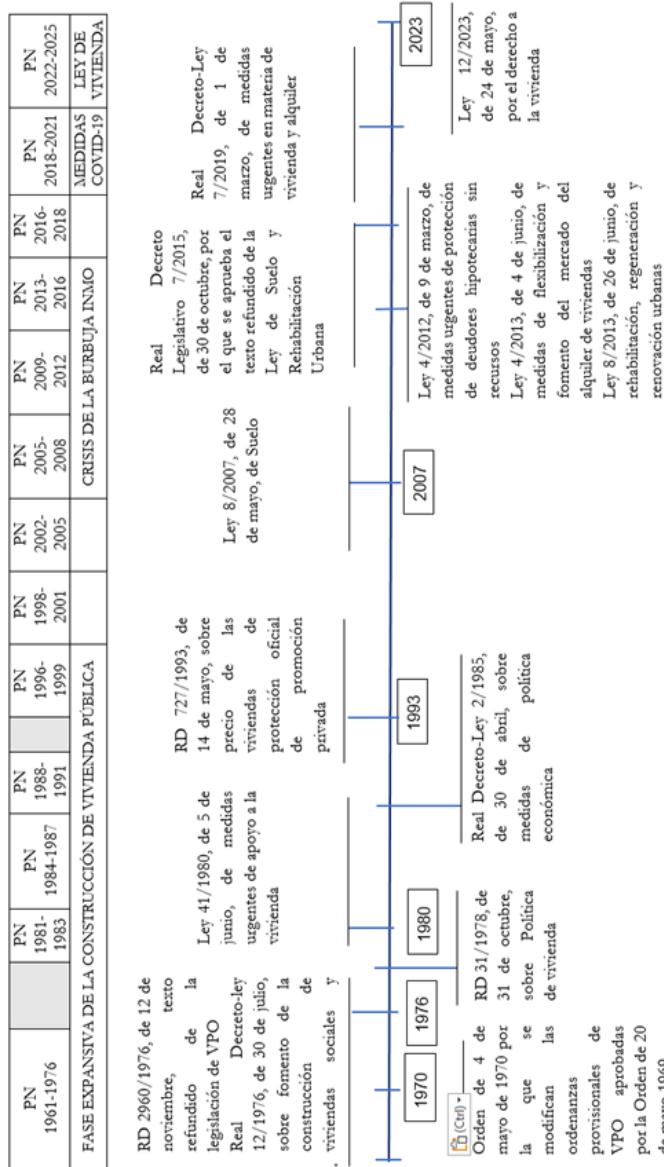
mercado inmobiliario y la descentralización de competencias a partir de la ratificación de la Constitución Española, cuestión que supuso “el inicio de la retirada progresiva del sector público de este mercado” (Taltavull de la Paz, 2003, p. 362).

Desde esta época, las distintas Comunidades Autónomas despliegan sus respectivas políticas autonómicas de vivienda a través del instrumento que, a nivel estatal se ha consolidado como el principal para el desarrollo de esta política: los planes estatales y autonómicos de vivienda. Así, los planes cuatrienales y trienales de vivienda incorporan en sus previsiones una importante dotación de viviendas de protección oficial que son determinantes la geografía del Estado.

No obstante, tras la implementación de este tipo de planes hasta finales de los años noventa, no han sido retomados los cauces de financiación estables que permitan en la actualidad la promoción y garantía de vivienda pública (Trilla y Bosch, 2018). Asimismo, a partir del desarrollo de los distintos planes autonómicos de vivienda en la década de los ochenta, la vivienda fue concebida como un instrumento clave para hacer frente a las elevadas tasas de desempleo y a la crisis económica de este periodo (Bernardos, 2009).

**Figura 1.**

*Trayectoria de la política pública de vivienda en España*

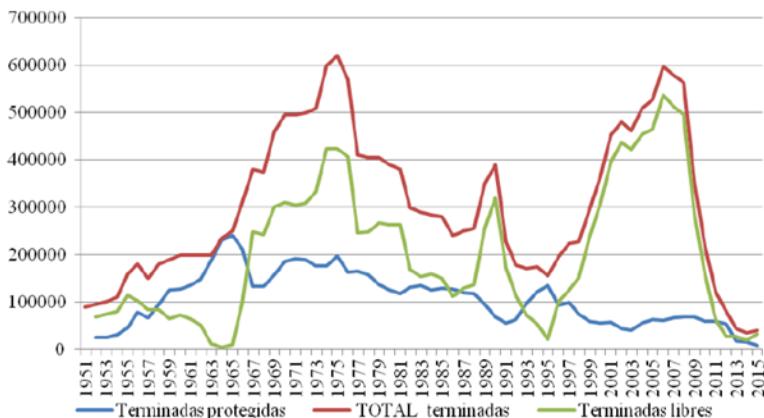


Fuente: Elaboración propia a partir de Caravantes y Romero (2021, p.9).

El protagonismo de la acción pública estatal protagonizado en los años cincuenta comienza a diluirse a principios de los años noventa. A partir de esta época, el estancamiento demográfico, la expansión y dispersión de las principales áreas metropolitanas del país, junto con un rápido desarrollo urbano y crecimiento económico determinaron las medidas que se implementaron en los años sucesivos en lo relativo a la vivienda (Burriel de Orueta, 2006). La apertura al mercado libre disminuyó la construcción de las VPO en los distintos planes estatales y autonómicos elevando al mismo tiempo los precios con un notable desajuste entre oferta y demanda (Arbaci, 2019). Tal y como puede apreciarse en la figura 2, el descenso en la construcción de viviendas protegidas no ha logrado recuperar los índices de la década de los cincuenta y sesenta:

**Figura 2.**

*Trayectoria de la construcción de viviendas en España para el periodo 1952-2015*



Fuente: Trilla & Bosch (2018, p.19).

Las circunstancias macroeconómicas de la época junto con las bonificaciones fiscales en la adquisición de vivienda, la bajada de los tipos de interés y las facilidades crediticias para el acceso a la vivienda en régimen de propiedad, supusieron un crecimiento exponencial en la demanda de vivienda en el periodo 1998-2005. Los efectos de la denominada «crisis de la burbuja inmobiliaria» se prolongaron hasta finales de 2015 donde el protagonismo del sistema bancario contribuyó al aumento de la oferta, la demanda y la subida de precios (Bernardos, 2009).

Paralelo a esta crisis, las políticas estatales y autonómicas de vivienda continuaron periódicamente (véase Figura 2) sin corregir los problemas asociados a la rehabilitación de viviendas, el acceso a las mismas por parte de las clases bajas ni los efectos posteriores derivados de la crisis de la burbuja inmobiliaria (Consejo Económico y Social de España, 2017).

Los efectos derivados de esta crisis y la falta de corrección por parte de los poderes públicos, supuso un total de 684.385 desahucios (Observatori DESC, 2019) incluidos los desalojos derivados por impago de los alquileres y a su vez, para este mismo periodo se estimaba una demanda de vivienda social de cerca de 760.000 para el conjunto del Estado (EFE, 2008).

Para el periodo 2008-2019, la acción pública en materia de vivienda (estatal y autonómica) se caracterizó por la contención de la inversión social tanto a nivel estatal como autonómico (Consejo Económico y Social de España, 2017; Van-Halen, 2017), que, a su vez, deriva en: a) el descenso exponencial del sector de la construcción (Rodríguez, 2017); b) elevadas tasas de desempleo; c) reducción de las facilidades crediticias en el acceso a la vivienda en régimen de propiedad; d) supresión de las bonificaciones fiscales derivadas de la adquisición de viviendas; e) fomento del alquiler con la llegada del Plan Estatal de Vivienda 2013-2016.

En este nuevo periodo, la economía española experimenta un crecimiento estable a raíz de las políticas expansivas y fiscales, el descenso del precio del petróleo y la depreciación del euro. A ello, cabe sumarle, el crecimiento sostenido de los precios de los alquileres, el incremento de la oferta de vivienda turística en las principales ciudades españolas y las crecientes dificultades asociadas a los gastos derivados de la vivienda tanto en régimen de propiedad como de alquiler para las clases más bajas de la sociedad (Caravantes y Romero, 2021).

Los ingresos destinados a los gastos de la vivienda incrementaron la inflación ocasionada por la pandemia del COVID-19, además del deterioro progresivo de las condiciones de vida ensanchando las brechas sociales y generacionales en España (Alves y San Juan, 2021; San Juan, 2023).

La crisis del coronavirus denota un crecimiento de la demanda de vivienda pública asequible frente a la vivienda de mercado libre y, a su vez, el impacto generado en hogares con bajos ingresos, la juventud, hogares monoparentales y personas inmigrantes que han dibujado una radiografía en España de verdadera emergencia social. Las problemáticas asociadas a la vivienda en la época previa a la crisis de la burbuja inmobiliaria, la precariedad y la inestabilidad laboral, unido al crecimiento de los precios de la vivienda, especialmente en el régimen de alquiler, están provocando un bloqueo entre la capacidad adquisitiva de los hogares españoles y la tenencia de una vivienda.

Las medidas implementadas durante la época del coronavirus tratan de amortiguar sus efectos con la moratoria del pago de los alquileres, la paralización de los desahucios y la regulación de determinadas ayudas económicas dirigidas a las personas en situación de vulnerabilidad.

Estas medidas implementadas a lo largo de 2020 y los años posteriores a la crisis, tuvieron su máxima expresión con la aprobación de la primera ley estatal en materia

de vivienda la Ley 12/2023, de 24 de mayo por el derecho a la vivienda.

La primera ley constitucional en su articulado trata de corregir los problemas derivados del acceso y tenencia a la vivienda estableciendo una regulación básica para el conjunto del Estado y dotar a las administraciones públicas de los instrumentos necesarios para garantizar su accesibilidad universal.

Las valoraciones al respecto presentan un panorama desfavorable de la aplicación de esta legislación; especialmente, los últimos informes de los relatores especiales de la ONU de vivienda y extrema pobreza y los derechos humanos argumentan la insuficiencia de este marco normativo para la garantía del derecho a la vivienda (Commissioner for Human Rights, 2022; ONU, 2023).

Si bien la regulación estatal de esta legislación propone un marco de actuación, este adolece en buena medida de cuestiones como: a) una perspectiva integral en la intervención de los problemas asociados a la exclusión residencial (desahucios, sinhogarismo, condiciones deficitarias de habitabilidad, entre otras) que favorezca la inclusión residencial y la cohesión social; b) garantías suficientes para promover la seguridad habitacional; c) limitación del protagonismo del sector privado en la adquisición y provisión de vivienda; d) limitación de los precios de la vivienda; y, e) financiación estable, progresiva y adecuada a la demanda de la ciudadanía.

La política española se ha dirigido a dos aspectos, el primero relacionado con temas urbanos, eficiencia y efectividad residencial, a través de mecanismos estatales y autonómicos para atender la problemática desde lo social, con acciones dirigidas a la mitigación, más no a la intervención precisa del déficit cuantitativo, sin precisar el acceso a la propiedad y el incremento de la vivienda urbana con criterios de multifamiliaridad, siendo coincidente en los dos países el amparo del derecho de la vivienda, la política ha intentado adaptarse a las necesidades cambiantes de la población, incluyendo la promoción de viviendas sociales y la rehabilitación de edificios antiguos para hacer frente a la exclusión (Martín-Blas et al., 2024). A continuación, la tabla 3 presenta una síntesis de las políticas.

**Tabla 3.**

*Síntesis de las características definitorias de la política pública de vivienda en Colombia y en España*

	<b>Colombia</b>	<b>España</b>
<b>Derecho a la vivienda</b>	Reconocido y ratificado por la Constitución Política y Sentencia T-958 de 2001	Reconocido en el artículo 47 de la Constitución Española
<b>Sistema de vivienda</b>	Tripartita: Sector público, sector privado, sector financiero	Inexistente, podría destacarse más bien como el «antisistema público de vivienda»
<b>Modelo</b>	País de propietarios	País de propietarios
<b>Protagonismo del sector público</b>	Elevado	Residual
<b>Protagonismo del sector privado</b>	Elevado	Elevado
<b>Instrumento de implementación de la política de vivienda</b>	Sistema de subsidios vivienda	Planes estatales y autonómicos de vivienda (cuatrienales y trieniales) Ley 12/2023, de 24 de mayo, por el derecho a la vivienda
<b>Medidas específicas frente a la exclusión residencial</b>	Subsidiariedad	
<b>Financiación</b>		
<b>Beneficios tributarios y financieros</b>		No se contemplan de forma específica. La atención a las situaciones de exclusión residencial crónica es asumida desde los sistemas públicos de servicios sociales (albergues, centros de acogida, viviendas tuteladas...).

Fuente: Elaboración propia

La política de vivienda en los dos países presenta divergencias y convergencias, las cuales, pese a tener un gobierno, determinantes sociales, económicos, políticos, entre otras que facilitan el análisis desde varios criterios que presenta una dinámica y compromiso de los países para atender la problemática de vivienda y sus problemáticas conexas. Frente a esto, los Gobiernos han propuesto diferentes acciones que mejoren la situación habitacional de sus nacionales, en gran parte, se han dirigido a disminuir las deficiencias cuantitativas y cualitativas, a través de la implementación de subsidios, la disposición de varias líneas de crédito operado por diferentes mecanismos principalmente bancarios.

## Discusión

Frente al análisis de las políticas de vivienda en los dos casos estudiados, se evidencia una transición marcada por ciclos políticos y sociales, los cuales, dependiendo de la situación económica y las prioridades políticas de los gobiernos determinan el rumbo de las acciones. Para el caso Español, desde la Ley de Suelo de 1956 hasta la Ley de Rehabilitación, Regeneración y Renovación Urbana de 2013, la política ha intentado adaptarse a las necesidades cambiantes de la población, incluyendo la promoción de viviendas sociales y la rehabilitación de edificios antiguos para hacer frente a la exclusión (Martín-Blas et al., 2024).

Para el caso de Colombia, las políticas de vivienda han estado estrechamente vinculadas a los desafíos de la pobreza y la informalidad, se han generado articulaciones con diferentes sectores que funcionan como dinamizadores de la economía, el efecto en cuanto la accesibilidad, cobertura y calidad falta satisfacer los grupos poblacionales a los cuales cubrir la necesidad específica. Sin embargo, con la Constitución de 1991, se fortalecieron los derechos a la vivienda digna, pero las políticas han enfrentado desafíos en su implementación, especialmente en cuanto a la provisión de vivienda social y el acceso equitativo para poblaciones vulnerables (Hernández & Zuluaga, 2022)

Las situaciones de exclusión residencial que tienen lugar en los dos países, así como de aquellas que tienen lugar en una misma urbe en muchos casos son difícilmente comparables a partir de esta tipología y de los escasos datos disponibles en la materia. La vivienda en Colombia ha sido un problema del gobierno que ha sido tercerizado y poco atendido más allá de la implementación de las políticas, que, si bien ha facilitado un acceso a la propiedad, también ha afectado el mantenimiento de las condiciones y requisitos por el encarecimiento y disminución de aquellas estrategias que faciliten a las personas ser propietarios.

Pese a los esfuerzos del gobierno, se evidencia una caída en el sector, no solo de la construcción, sino también en la adquisición, en el que los más afectados son las personas que están en los estratos medios al tener una disminución considerable en las posibilidades de ahorro o crédito para la compra de vivienda, el incremento

en los impuestos de valorización, predial y renta, además de la disminución en la construcción de vivienda por los altos costos de la gasolina, el transporte, los materiales, entre otros.

En el caso español, la pérdida progresiva del protagonismo de la administración pública a lo largo del proceso analizado ha caracterizado una realidad de un derecho mercantilizado. Actualmente, el papel de las distintas administraciones públicas competentes, incluso con la nueva ley en materia de vivienda aprobada por el Gobierno de España, dibuja un escenario incierto en los próximos años en cuanto a la garantía y a la sostenibilidad de este derecho.

### **Conclusiones**

Tanto en Colombia como en España, las modificaciones que han dado lugar en las últimas décadas al sistema de vivienda tienen una base en el sector financiero y bancario, quienes han recurrido a la creatividad para la captación de nuevos clientes y formas de acceder a créditos de vivienda, lo cual ha incrementado de alguna manera, la posibilidad de obtenerlo, pero una disminución considerable en la subsidiariedad, la cual se ha dirigido a los sectores poblaciones menos favorecidos, con un grado de exclusión a aquellas familias que si bien no tienen riqueza, sí anhelan la posibilidad de ser propietarios.

En este sentido, tal y como ha sido analizado en la trayectoria de ambos países, las políticas implementadas hasta la fecha han tratado de mejorar las condiciones de habitabilidad, de salubridad e infraestructura a través de medidas de rehabilitación, renovación, regeneración y, asimismo, incrementar la dotación de vivienda a través de promociones de diversa envergadura y con un impacto limitado respecto a la demanda existente.

Se encuentra un desconocimiento por parte de la ciudadanía de la normativa y la exigibilidad que procede para hacerla efectiva cuando existen condiciones de vulneración del derecho a la vivienda digna. Esto dificulta el acceso efectivo y goce del derecho del que todo ciudadano se supone tener, pero también se encuentra la burocratización del sistema y la mercantilización de la vivienda que genera especulación en los precios y volatilidad de la habitabilidad en manos del sector financiero y de la economía. Esto se evidencia principalmente en las zonas urbanas, las cuales crecen en densidad poblacional y por ende en número de viviendas a las cuales difícilmente acceden los ciudadanos con más dificultades.

De igual manera, se observa un fenómeno de gentrificación de las zonas rurales, la oportunidad de los constructores ilegales, los cambios en los usos del suelo para la expansión de las zonas urbanizables, los conceptos de vivienda rural que traen en nombre del desarrollo la afectación a la vegetación, la precarización y sobre carga de los servicios públicos, entre otros, que cada vez afectan y generan en las dos zonas una burbuja inmobiliaria con acceso para pocos.

Pese a los esfuerzos en ambos países, se encuentra que las políticas de vivienda no han logrado satisfacer de manera completa el fenómeno de la exclusión residencial. En España, las reformas que se gestan enfrentan desafíos para hacer frente a la demanda creciente de viviendas asequibles, con el riesgo de la gentrificación en áreas urbanas clave y el despoblamiento de las regiones rurales. En Colombia, la exclusión es un problema crítico y fundamental para las políticas, especialmente en áreas rurales y en las urbanas, donde, la escasez de infraestructura, la informalidad de los procesos constructivos, el acceso a servicios básicos, la infraestructura social son limitantes significativamente fuertes para mejorar la calidad de vida de los habitantes.

## Bibliografía

- Alves, P. & San Juan, L. (2021). El impacto de la crisis sanitaria del COVID-19 sobre el mercado de la vivienda en España. Artículos Analíticos. . Boletín Económico, 2, 3–15.
- Arbaci, S. (2019). Paradoxes of Segregation: Housing Systems, Welfare Regimes and Ethnic Residential Change in Southern European Cities. <https://www.wiley.com/eng/Paradoxes+of+Segregation%3A+Housing+Systems%2C+Welfare+Regimes+and+Ethnic+Residential+Change+in+Southern+European+Cities-p-9781118867389>
- Banco de la República. (2023). Unidad de poder adquisitivo constante (UPAC). Banco de La República. <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/unidad-poder-adquisitivo-constante-upac-t>
- Bernardos, G. (2009). Creación y destrucción de la burbuja inmobiliaria en España. Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía, Universtat de Barcelona., 23–40.
- Burriel de Orueta, E. (2006). La “década prodigiosa” DEL URBANISMO ESPAÑOL (1997-2006). Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, 64(270). <https://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-64.htm>
- CAMACOL. (2024, January 23). El 2023 cerró con una caída del 49,7 % en las ventas de vivienda de interés social. Noticias. <https://camacol.co/prensa/noticias/el-2023-cerro-con-una-caida-del-497-en-las-ventas-de-vivienda-de-interes-social>
- Caravantes, G. M<sup>a</sup> & Romero, J. (2021). Vivienda pública y estado de bienestar en España: balance y estado de la cuestión en la época del COVID-19 Publica. Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles, 91, 142–156. <https://doi.org/https://doi.org/10.21138/bage.3152>
- Chiappe, M. L. (1999). La política de vivienda de interés social en Colombia en los noventa. In financiamiento del desarrollo. CEPAL SERIE 80 (Vol. 80,

p. 50). CEPAL. [https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/5287/S995336\\_es.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/5287/S995336_es.pdf)

Commissioner for Human Rights. (2022). Spain should advance social rights, better guarantee freedoms of expression and assembly and improve human rights of refugees, asylum seekers and migrants. <https://www.coe.int/en/web/commissioner/-/spain-should-advance-social-rights-better-guarantee-freedoms-of-expression-and-assembly-and-improve-human-rights-of-refugees-asylum-seekers-and-migrants>

Consejo Económico y Social de España. (2017). Políticas públicas para combatir la pobreza en España. <https://www.ces.es/documents/10180/4509980/Inf0117.pdf>

Corbetta, P. (2003). Metodología y técnicas de investigación social. Madrid. McGraw-Hill. Ediciones Universidad de Salamanca (España). <http://hdl.handle.net/10366/56460>

Corte Constitucional de Colombia. (2001). Sentencia T-958/01. <https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2001/t-958-01.htm#~text=Sentencia%20T-958%2F01&text=El%20principio%20de%20dignidad%20humana,%20la%20realidad%20del%20debido%20proceso>

Cortés Alcalá, L. (1995). La cuestión residencial: bases para una sociología del habitat. Fundamentos. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=304307>

DANE. (2022). Encuesta Nacional de Calidad de Vida -ECV- 2022. Información 2022. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2022#~text=>

Decreto 579 de 2020. In 15 De Abril 2020 (p. 5). <http://www.minvivienda.gov.co/Ministerio/Normativa/Vivienda/Decretos/0075-2013.pdf>

EFE. (2008, October 29). FEMP sitúa la demanda real de vivienda social en 760.000 unidades en 4 años. El Confidencial. [https://www.elconfidencial.com/mercados/2008-10-29/femp-situa-la-demanda-real-de-vivienda-social-en-760-000-unidades-en-4-anos\\_1013078/](https://www.elconfidencial.com/mercados/2008-10-29/femp-situa-la-demanda-real-de-vivienda-social-en-760-000-unidades-en-4-anos_1013078/)

FINDETER. (2023). Información General. Financiera de Desarrollo Territorial. <https://www.findeter.gov.co/node/74>

Fleischer, F. & Hurtado-Tarazona, A. (2022). Vivienda de interés social y pandemia en Colombia. 32(2), 241–253. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v32n2.99479>

FONVIVIENDA. (2022). Fondo Nacional de Vivienda. In Fondo Nacional de Vivienda. <https://minvivienda.gov.co/ministerio/directorio-entidades-adscritas/fondo-nacional-de-vivienda-fonvivienda>

Galiana, Á. (2017). La vivienda como objeto de estudio desde el derecho: la vivienda como derecho humano y la cátedra UNESCO sobre vivienda. *Hábitat y Sociedad*, 10, 129–144. <https://doi.org/10.12795/habitatysociedad.2017.i10.08>

Hernández, J. E., & Zuluaga, B. (2022). Vulnerability to Multidimensional Poverty: An Application to Colombian Households. *Social Indicators Research*, 164(1), 345–371. <https://doi.org/10.1007/s11205-022-02961-2>

Hernández, M. (2013). Vivienda y exclusión residencial. In M. Hernández (Ed.), *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). Servicio de Publicaciones. Universidad de Murcia. <https://publicaciones.um.es/publicaciones/public/obras/ficha.seam?numero=82&edicion=1>

Leal, J. & Martínez del Olmo, A. (2017). Recent trends in housing policy in Spain. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 35(1), 15–41. <https://doi.org/10.5209/CRLA.54982>

Ley 8/2013, de 26 de junio, de Rehabilitación Urbana, Regeneración y Renovación  
Ley de 12 de mayo de 1956 Sobre Régimen Del Suelo y Ordenación Urbana (1956). <https://www.boe.es/gazeta/dias/1956/05/14/pdfs/BOE-1956-135.pdf>

Ley 46 de 1918. Medida de Salubridad Pública y Se Provee a La Existencia de Habitaciones Higiénicas Para La Clase Proletaria. <https://www.lexbase.co/lexdocs/indice/1918/10046de1918>

Ley 9 de 1989. Por La Cual Se Dictan Normas Sobre Planes de Desarrollo Municipal, Compraventa y Expropiación de Bienes y Se Dictan Otras Disposiciones. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1175>

Ley Sistema Nacional de Vivienda de Interés Social (Vol. 1991, Issue enero 15). <https://minvivienda.gov.co/sites/default/files/nORMATIVA/0003-1991.pdf>

Congreso de Colombia. (1997). Ley 388 De 1997. In Diario Oficial No. 43.091 (Vol. 1997, Issue Julio 18, pp. 1–99). [http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/m/m\\_norma.jsp?i=339](http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/m/m_norma.jsp?i=339)

Ley 546 de 1999. [http://www.secretariosenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1999/ley\\_0546\\_1999.html](http://www.secretariosenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1999/ley_0546_1999.html)

Ley 820 de 2003. In Por la cual se expide el régimen de arrendamiento de vivienda urbana y se dictan otras disposiciones. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8738>

Mancero, X. & Feres, J. C. (2001). El método de las necesidades básicas insatisfechas (NBI) y sus aplicaciones en América Latina. In CEPAL (Ed.), *CEPAL - Serie estudios estadísticos y prospectivos* (Vol. 8, Issue 7). División de Estadística y Proyecciones Económicas. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/4784>

Martín-Blas, S., Martín Domínguez, G., & D’Oria, M. (2024). Shifting domesticities: recent social housing practices and policies in Spain. *City, Territory and Architecture*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s40410-024-00226-8>

Martínez-Corona, J. I., Palacios-Almón, G. E., & Oliva-Garza, D. B. (2023). Guía para la revisión y el análisis documental: propuesta desde el enfoque investigativo. Ra Ximhai, March, 67–83. <https://doi.org/10.35197/rx.19.01.2023.03.jm>

Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio (2023). Ministra de Vivienda anuncia nuevo modelo de preasignaciones de Mi Casa Ya. Ministerio de Vivienda. <https://minvivienda.gov.co/sala-de-prensa/ministra-de-vivienda-anuncia-nuevo-modelo-de-preasignaciones-de-mi-casa-ya>

Ministerio de Vivienda Ciudad y Territorio. (2014). Colombia: 100 años de políticas habitacionales. Panamericana formas e impresos. <http://www.minvivienda.gov.co/Documents/100anosdepoliticashabitacionales.pdf>

Nel·lo, O. (2004). Regió Metropolitana de Barcelona Territori Estratègies Planejament. Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona. <https://ddd.uab.cat/pub/prmb/18883621n42/18883621n42p9.pdf>

Observatori DESC. (2019). L’evolució dels desnonaments 2008-2019: de l’emergència a la consolidació d’una crisi habitacional. <https://observatoridesc.org/ca/l-evolucio-dels-desnonaments-2008-2019-l-emergencia-consolidacio-d-crisi-habitacional>

ONU. (2023). Mandatos del Relator Especial sobre una vivienda adecuada como elemento integrante del derecho a un nivel de vida adecuado y del Relator Especial sobre la extrema pobreza y los derechos humanos. <https://spcommreports.ohchr.org/TMResultsBase/DownLoadPublicCommunicationFile?gId=27820>

Ospina, J. (2020). Una reflexión sobre el sector financiero colombiano a raíz del Covid-19. Universidad Eafit, Informe Especial Análisis De Coyuntura, 29, 8. <https://www.eafit.edu.co/escuelas/economia y finanzas/cief/Documents/una-reflexion-sobre-el-sector-financiero-colombiano-a-raiz-del-covid-19.pdf?csf=1&e=8sKDu3>

Paniagua, J. L. & Cortés, L. (1997). La vivienda como factor de exclusión social. Documentación Social, 106, 93–148. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/13906>

Rodríguez, J. (2017). Las viviendas que pudieron hundir la economía española. La caída del mercado de vivienda y sus consecuencias. <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA491093226&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=11318635&p=IFME&sw=w&userGroupName=anon~4a2e0295&aty=open-web-entry>

Salazar, C. (2023, April 22). En panorama de vivienda, de cada 10 hogares en Colombia, cuatro viven en arriendo. La República. <https://www.larepublica.co/economia/de->

cada-10-hogares-en-colombia-cuatro-viven-en-arriendo-3598505

San Juan, L. (2023). El desajuste entre la oferta y la demanda de vivienda, y su relación con los precios. Boletín Económico, 2023/T2. <https://doi.org/https://doi.org/10.53479/30189>

Subirats, J. (2005). Análisis de los factores de exclusión social. In Documentos de Trabajo (Vol. 4, Issue enero-abril). Fundación BBVA. [https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/exclusion\\_social.pdf](https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2017/05/dat/exclusion_social.pdf)

Taltavull, P. (2003). La política de vivienda en España. In Álvarez y Salinas (Ed.), El gasto público en la democracia : estudios en el XXV aniversario de la Constitución española de 1978 (pp. 331–382). Ministerio de Hacienda, Instituto de Estudios Fiscales. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=3436>

Trilla, C., & Bosch, J. (2018). El parque público y protegido de viviendas en España: un análisis desde el contexto europeo. In Fundación Alternativas (Vol. 197, Issue April). [https://www.researchgate.net/publication/324834779\\_El\\_parque\\_publico\\_y\\_protegido\\_de\\_viviendas\\_en\\_Espana\\_un\\_analisis\\_desde\\_el\\_contexto\\_europeo](https://www.researchgate.net/publication/324834779_El_parque_publico_y_protegido_de_viviendas_en_Espana_un_analisis_desde_el_contexto_europeo)

Urrutia, M., & Namen, O. M. (2012). Historia del crédito hipotecario en Colombia. Ensayos Sobre Política Económica, 29(67), 280–306. <https://doi.org/10.32468/espe.6709>

Van-Halen, J. (2017). La política de la vivienda en España: una aproximación histórica [Universidad Complutense de Madrid]. <https://docta.ucm.es/entities/publication/bae2f834-da73-4790-889e-2f71fd06a078>

Vásquez, M. (2014). La crisis del UPAC a través de la mirada de los jueces. Un estudio de caso en la ciudad de Barranquilla (Colombia). Revista de Derecho, 8697, 141–171.

## **6. Política de ediciones de la UCSE**

### **1. INTRODUCCIÓN**

El sentido de contar con lineamientos que configuren una política cuya finalidad sea promover, incentivar, sistematizar e impulsar las distintas vertientes de producción de conocimiento a través de una dinámica de ediciones integradora, constituye otro pilar instrumental relevante de la universidad, para fomentar, desarrollar y consolidar el diálogo, la comunicación e intervención hacia adentro de la institución y con el colectivo social en su conjunto.

El propósito de tener y desarrollar una política editora implica en la práctica, la formulación de estrategias para potenciar el capital intelectual de UCSE, conscientes que éste genera valor tanto para la universidad como para toda la sociedad en su conjunto, comprendiendo la construcción y destino del conocimiento como servicio.

Se visualiza a Ediciones UCSE conformando e integrando un único ámbito plural, dedicado a la tarea de producción y productividad editora en UCSE. La posesión de recursos por parte de UCSE, no explica ni garantiza el control de una fortaleza sostenible en el ámbito editor, sino ser capaz de integrar esos recursos mediante el empleo de una estructura de gestión organizativa y política editorial, con una dirección estratégica que, por un lado, signifique el conocimiento aprovechable de origen endógeno y por otro, permita la absorción de conocimientos en espacios de vinculación exógenos.

Con el vocablo «Ediciones», se pretende abarcar tanto el proceso editor, vinculable a los momentos de construcción del producto cultural (fase de producción) y el editorial vinculable al proceso direccionado hacia y sobre el producto cultural ya elaborado (fase comunicacional con potencial comercializador). En el ámbito universitario resulta útil y necesario establecer esta diferenciación, con el fin de identificar dentro de la organización -Ediciones UCSE-, los distintos roles asignados al conjunto de personas (y recursos materiales) intervenientes en aquella, orientados hacia objetivos comunes, contenidos en la formulación de una política de ediciones, acorde con la misión de UCSE.

### **2. FORMULACIÓN DE OBJETIVOS Y CRITERIOS**

La Universidad Católica de Santiago del Estero se propone como objetivos a partir y a través de la implementación de una política de ediciones, los siguientes:

#### **- Objetivos generales**

\* **Formalizar** mediante la gestión de Ediciones UCSE, un espacio de comunicación, vinculación y enlace en todos los niveles del terreno institucional/editor. Entre ellos con la modalidad de gestión y archivo documental vigentes en UCSE, cooperando para la consolidación como Sistema de Gestión Documental, es decir, como conjunto integrado de actividades académicas, administrativas y técnicas tendientes a la

organización y gestión de toda documentación bibliográfica disponible y producida en el ámbito de Ediciones UCSE, con el objeto de facilitar de manera eficiente su consulta, conservación y utilización.

- \* **Integrar** la producción y divulgación intelectual UCSE, en el terreno editor impulsando a Ediciones UCSE, como único ámbito integrador de la producción, edición, publicación y divulgación emergente de la actividad académico-investigativa de los(as) docentes investigadores(as) para construir un constante ejercicio intelectual interdisciplinario, fortaleciéndolo como potenciador de la innovación social.
- \* **Orientar** y fomentar los diversos espacios, productos y producciones vinculadas y/o vinculables al campo de edición y/o editoriales vigentes en UCSE para su materialización. Con este mismo propósito, el intercambio y co-edición de productos editoriales con universidades nacionales y extranjeras y/o con otras entidades afines nacionales y extranjeras, orientados a la construcción de alianzas estratégicas para que estas iniciativas puedan coordinarse e integrarse a las existentes en el ámbito editor de UCSE, en un trabajo sinérgico colaborativo entre todas las unidades académicas.
- \* **Poner en valor** la producción intelectual de su cuerpo docente y de investigación, nutriendose del activo entramando de la docencia – investigación – extensión para la transferencia de conocimientos, posicionándolos al alcance y uso de la comunidad científica, académica y del medio social al que pertenece y responde como institución de educación superior. Las líneas de política institucional de ediciones UCSE en la vida intra y extra universitarias (en términos de divulgación y distribución) apoya el acceso abierto, teniendo en cuenta la generación de impacto social que éste posibilita, y su potencial alcance para la alfabetización científica, creación, socialización e interacción con las comunidades del saber expertas y no expertas en el campo de conocimiento.

#### - **Criterios generales cualitativos básicos**

Los criterios básicos de calidad han sido un constante objeto de debate, análisis y reflexión en UCSE, pretendiendo que dicho proceso crítico reflexivo, cimiente las bases sobre la que se proyectan los acuerdos y establecen los criterios de referencia para la práctica inherente a las líneas de política institucional de ediciones. De esta manera se piensa y significa al vocablo “criterio”; como pauta, norma o juicio dentro de la dimensión universitaria en este caso, en perspectiva de la actividad editorial.

Cualquiera sea la modalidad de producción y productos editados, desde los usuales en los ámbitos académicos de educación superior del país: artículos, revistas, libros, catálogos entre otros (tanto en sus versiones tradicionales de papel, como en soporte digital), o en cualquier otra alternativa acorde a la finalidad de Ediciones UCSE (EdUCSE) existentes en sus espacios de enlaces internos y externos, han de primar

criterios básicos de calidad atento la representación de todos ellos, por una institución universitaria como la UCSE. La pretensión de integración de todos estos criterios no supone la aceptación de oficio de toda propuesta para editar, sino su consideración previa al proceso editor, en todos y cada uno de los espacios y vínculos propios de la estructura y desarrollo de Ediciones UCSE.

#### **- Criterios de orden académicos**

Las pautas comprendidas en este orden se vinculan a las referencias marco, tomadas por los docentes investigadores, adquiridas, comprendidas, aplicadas y evaluadas bajo el dominio del ejercicio académico universitario concreto, como así también a textos de referencia de los programas curriculares de pregrado y posgrado vigentes en UCSE. La versatilidad del tema problematizado se visualiza como aporte transformador de realidades locales, nacionales y latinoamericana. En este orden, la pertenencia del producto a publicar se vincula además: a las actividades académicas de investigación o extensión realizadas por el/la autor/a en el marco de los Programas de Investigación implementados por la Secretaría de Ciencia y Tecnología de UCSE y por las Unidades Académicas; y/o en las que el autor pueda especificar el origen del producto a publicar; y/o línea de investigación que está fortaleciendo, conforme los lineamientos de la "Política y Estrategias de Investigación en la UCSE, Plan de Acción 2020 en Ciencia Tecnología e Innovación"(Resolución C.S. Nro.245/2015), o la que en el futuro corresponda.

La pertinencia académica y su repercusión social se evalúan focalizadas en la relación de contenidos, aportes innovadores y originalidad, así como la vigencia de la temática abordada, el nivel de profundidad de investigación y rigor metodológico con que se desarrolla y valida la producción.

#### **- Criterios de científicidad y valor cultural**

Los productos sometidos a evaluación para su publicación tienen una instancia de juicio de expertos que bajo el rol de referato o arbitral, darán su aprobación conforme la temática o materia que se trate. Alternativamente el Consejo Editor de Ediciones UCSE, podrá aconsejar la asignación de lectores anónimos, expertos en la materia del producto a publicar, que estarán encargados de evaluar las propuestas.

#### **- Criterios de orden editorial y organizacional**

Deben contribuir a fortalecer o inaugurar alguna línea de desarrollo editor/editorial del Fondo Editor de Ediciones UCSE. Se publicarán trabajos inéditos, a excepción de casos muy calificados o de fundada excepción, se considerarán trabajos no alineados con esta premisa. Si la obra propuesta es fruto de una traducción vertida al español, debe contar con los permisos de impresión correspondientes. Se tendrá en cuenta su oportunidad de edición, en cuanto a la demanda de su potencial a la comunidad destinataria. La estructura, organización general y operatividad funcional para Ediciones UCSE en lo que a la ejecución de las presentes líneas de

política editora se refiere, se desarrolla e interactúa en el ámbito dependiente del vicerrectorado académico. Ediciones UCSE integra las acciones emergentes de los lineamientos de política editora UCSE, en un único espacio organizacional-operativo y de representación de los procesos de edición y editorial institucionales.

#### **- Criterios de sustentabilidad**

El Plan de publicaciones funciona con criterios de viabilidad financiera e inclusión presupuestaria, dependiente del vicerrectorado académico UCSE. Si bien Ediciones UCSE en su concepción y naturaleza no tiene fines comerciales, la programación y gestión de todos los recursos para su funcionamiento, desarrollo e innovación, podrá sustentarse (sustentabilidad) con estrategias de diseño específico al efecto, inherentes tanto a los procesos de producción como de edición y divulgación.

#### **- Criterios éticos**

Los procesos de edición estarán al cuidado y adopción de los principios éticos que guían la misión y visión de Ediciones UCSE, al igual que la declaración sobre negligencia y política de detección de plagio, compatibilizándolos con principios de transparencia y buenas prácticas en publicaciones del Committee on Publication Ethics (COPE).

### **3. ACERCA DEL “CAPITAL INTELECTUAL”**

Se encuentran integrados en el espacio institucional editor con denominación: “Ediciones UCSE”, los componentes específicos del capital intelectual (intangible) de UCSE, a saber:

- El capital humano: representado por las capacidades del cuerpo académico de la UCSE; - El capital estructural: representado por los recursos bibliográficos con sistema de gestión documental, y fondo editorial; se refiere a la estructura organizativa general de gestión (definida en Res. CS Nro.261/18), formal e informal; a los métodos y procedimientos de trabajo; al conocimiento que puede estar latente en las personas y equipos de Ediciones UCSE;
- El capital relacional institucional: identificado dentro de la estructura propia de Ediciones UCSE como: “enlaces internos” y fuera de ella, como “espacios de vinculación”. Este capital relacional de Ediciones UCSE, se nutre de su relación equilibrada con la docencia-investigación-extensión y transferencia. En la dinámica empírica, el capital relacional intra-institucional, se visualiza en los denominados “enlaces internos” de Ediciones UCSE, que integran los espacios endógenos de producción editora/editorial a cargo de las unidades académicas de UCSE (materializados en productos editoriales tales como: revista Difusiones, Trazos, Reflexiones, producciones SEM, entre otros).

#### **4. FILIACIÓN INSTITUCIONAL**

Los académicos de la UCSE deben identificar, con carácter obligatorio y con en un formato específico, la filiación y pertenencia de sus productos y producciones a la Universidad Católica de Santiago del Estero, con el objeto de mostrar un solo espacio de integración institucional editor. Esto, independientemente de su soporte y/o con vinculación directa o indirecta al terreno de la investigación, ya sea expuestos en congresos, informes técnicos, conferencias, trabajos de integración finales de carreras, tesis, patentes, entre muchas otras posibles.

## 7. Normativas para autores de publicaciones



**Acerca de la revista “Nuevas Propuestas”**

**ISSN 2683-8044**

- Información básica
- Directrices y criterios de publicación para autores/as
- Proceso editor / editorial y sistema de evaluación
- Formato de presentación y extensión de las contribuciones
- Datos del autor
- Copyright
- Comité de ética
- Declaración de privacidad

**Información de contacto:**

- **Dirección:** Ediciones UCSE, Campus Rafaela, Bv. Hipólito Yrigoyen 1502 Rafaela (CP 2300). Depto Castellanos - Pcia. de Santa Fe – República Argentina.
- **Teléfono:** (+543492) 432832 -int. 125-
- **Mail:** [eucse@ucse.edu.ar](mailto:eucse@ucse.edu.ar)
- **Sitio web:** <http://www.ucse.edu.ar/ediciones-ucse/>

### 1 - Información básica

Nuevas Propuestas como publicación electrónica (ISSN 2683-8044) de periodicidad semestral, edita, publica y difunde investigaciones en un sentido amplio e interdisciplinario con un enfoque científico, tecnológico, histórico cultural o profesional. Publica artículos de investigación y artículos de análisis sobre investigaciones empíricas o teóricas.

Es una publicación arbitrada, editada semestralmente con el aporte voluntario de profesionales - docentes - investigadores a nivel nacional e internacional. Todos sus contenidos son de libre acceso.

Nuevas Propuestas está abierta a la recepción de artículos e investigaciones de cualquier persona u organización si estos responden a las directrices y criterios descritos.

Periodicidad: Semestral

Fuentes de financiación: “Nuevas Propuestas” es una publicación de Ediciones UCSE, autofinanciada y sostenida por la Universidad Católica de Santiago del Estero (UCSE) - Argentina, con el apoyo colectivo y voluntario de profesionales de distintos países.

## **2 - Directrices y criterios de publicación para autores/as**

### **2.a Aspectos generales**

Las contribuciones sometidas a Nuevas Propuestas deben ser originales e inéditas, notas breves de investigación, estudios de caso, ensayos y artículos de revisión o estado del arte y en el idioma oficial de la revista: español; admitiéndose también en idioma portugués e inglés.

La contribución sometida a Nuevas Propuestas supone el compromiso del autor de no someterla a la evaluación de otra revista.

Durante el proceso de envío del texto, el autor, deberá insertar la Declaración de Originalidad respectiva como archivo complementario.

Nuevas Propuestas sólo publica a partir del año 2020, los siguientes tipos de contribuciones: artículo original, artículo de revisión y estudio de caso. El tiempo promedio estimado para publicación en Nuevas Propuestas desde la recepción de la contribución hasta su aprobación es de 120 días.

### **2.b Contenido y estructura**

Las contribuciones deberán estar escritas de acuerdo a las reglas de la gramática y la sintaxis del idioma de origen.

Nuevas Propuestas sugiere la siguiente estructura para las contribuciones: Título, resumen y palabras claves en inglés (obligatorio para todos los artículos). Introducción; método; resultados; conclusiones.

#### **2.b.1 Título.**

El Título en el idioma del texto: debe ser representativo del contenido, y permitir la recuperación y la indización, en lo posible no mayor de 10 palabras. Si es necesario, puede agregarse un subtítulo de longitud similar. Debe ser claro en su redacción y apelar a los aspectos más relevantes del trabajo. Debe evitarse incluir términos o frases como investigación sobre, estudio sobre, fórmulas, etc. Se recomienda para su redacción la utilización de un tesauro o de términos que puedan ser usados como

descriptores y evitar las abreviaturas, acrónimos, fórmulas, códigos, etc., que no sean de uso común.

**2.b.2 Título traducido:** si el título indicado en 2.a.1 está en español o portugués, se agregará una traducción al inglés. Si está en inglés, se agregará una traducción al español.

**2.b.3 Nombre(s) y apellido(s) completos del autor o los autores:** deben incluirse todos los autores con sus nombres y apellidos.

**2.b.4 Filiación de cada uno de los autores,** indicando con un subíndice a qué autor corresponde determinada filiación. Debe constar su afiliación institucional y si el autor es una entidad, es obligatorio incluir el nombre completo, la dirección postal y la abreviatura, sigla o acrónimo del nombre.

**2.b.5 Nombre del autor a quien debe dirigirse la correspondencia,** así como su dirección postal y electrónica.

**2.b.1bis Título - Portada anónima.** Esta portada será la única enviada a los evaluadores, por tanto, se omitirán los autores, su filiación y dirección.

2.b.2bis Título y subtítulo en el idioma del texto, igual al indicado en 2.b.1

2.b.2bis Título y subtítulo traducido, igual al indicado en 2.b.2.

## **2.c Resumen / Abstract**

Usar la estructura: Introducción (con especificación de Objetivos), Métodos, Resultados, Conclusiones (IMRC). Los artículos de investigación original, notas breves de investigación y estudios de casos deberán dividir el texto en las cuatro secciones referidas. Los ensayos y artículos de revisión o estado del arte se dividirán en las secciones que los autores estimen convenientes. El resumen debe ser un texto corto, en general entre 150-200 palabras en un solo párrafo que describirá el tema del trabajo, la metodología empleada, los resultados y sus conclusiones, de manera coherente y legible. No debe incluir interpretaciones o críticas (no evaluativo), citas bibliográficas ni hacer referencia a figuras o imágenes del texto. Deberá redactarse en español y una traducción al idioma inglés.

En página aparte, se redactará un resumen de 200 palabras en el idioma del texto. Para los artículos de investigación original, las notas de investigación y los estudios de caso, se indicarán en el resumen, obligatoriamente, el objetivo, la metodología, los resultados y las conclusiones, debidamente resumidos. Para los ensayos, artículos de revisión o estado del arte se incluirán en el resumen los principales aspectos tratados en el texto.

## **2.c.bis Resumen traducidos**

Si el resumen mencionado en 2.c se encuentra en español o portugués, se agregará una traducción al inglés. Si se encuentra en inglés se agregará una traducción al español.

**2.d Palabras claves / Keywords** (no menos de tres, ni más de siete). Son

necesarias para la recuperación de la información. Se recomienda la utilización de un tesauro. En el Servidor Semántico del CAICYT se publican varias listas de términos, tesauros, taxonomías, glosarios y ontologías terminológicas. Se ubicarán a continuación del resumen en el idioma respectivo. Al igual que el resumen, deberán traducirse al idioma inglés. Si las palabras claves mencionadas se encuentran en español o portugués, se agregará una traducción al inglés de todas ellas. Si se encuentran en inglés, se agregará una traducción al español de todas ellas.

**2.e Introducción:** informa sobre la naturaleza del problema (¿cuál es el problema?), por qué se eligió el tema, su alcance y yendo de lo más general a lo particular. Se especificarán objetivos e hipótesis a trabajar. En ella se aporta bibliografía que evidencia la originalidad e interés del tema. Su redacción debe llevar a la lectura del artículo;

#### **2.f Revisión de literatura.**

**2.g Método:** debe ser una revisión pormenorizada del diseño y métodos utilizados que llevaron adelante la investigación, es decir, se informa sobre lo que se hizo para estudiar el problema planteado y si se alcanzaron o no los objetivos. Esta es una parte crucial del trabajo ya que permite a otros la reproducción de la investigación. Responde a la pregunta: ¿cómo se estudió el problema?

**2.h Resultados:** con un estilo de redacción específico y claro se deben presentar y exponer en forma objetiva los datos resultantes obtenidos. Responde a la pregunta: ¿qué se encontró?. Es la parte más breve del texto; Nota: En la bibliografía y los datos obtenidos el estilo de redacción no deberá ser ambiguo o especulativo. No se deberían incluir los datos que no son relevantes para la investigación. Si se cree necesario para apoyar la exposición se pueden acompañar los datos con gráficos, diagramas u otras formas ilustrativas del texto, pero con moderación para evitar la redundancia;

**2.i Análisis (discusión de resultados):** Discusión analítica de resultados. Se trata de la parte que se apoya en una valoración general de la investigación y de sus aportes sin reiterar información. Es una interpretación, en donde se puede expresar el componente de generalización de los resultados y la eventual extrapolación a un contexto más amplio. Se podrá indicar cómo inciden o se relacionan esos resultados con lo que ya se conocía hasta ese momento sobre el problema, y también posibles acuerdos o conflictos con otras publicaciones que trataron el problema estudiado, incluso posibles implicaciones en otros campos. Responde a la pregunta: ¿qué significan los hallazgos?

#### **2.j Conclusiones.**

#### **2.k Bibliografía y citas**

Son aceptadas las siguientes normas de estilo de citación y bibliografía: American Psychological Association - APA Style. Associação Brasileira de Normas Técnicas -

ABNT NBR 6023/2002. International Organization for Standardization - ISO 690.  
Notas: Todas las notas deben ir al final del texto. No se aceptarán notas al pie de página

### **3. Proceso editor / editorial y sistema de evaluación**

Los trabajos son evaluados de forma preliminar por el consejo editor de Ediciones UCSE, a fin de establecer si las temáticas tratadas se ajustan al alcance declarado por la revista y si el artículo cumple con los requisitos mínimos que exige el rigor académico. El tiempo estimado para este paso es de 15 días. Si el resultado no es satisfactorio, los trabajos no se aceptan. Si el resultado es positivo, se pasa el artículo al comité científico para asigne dos árbitros especialistas en el área para juzgar la calidad.

El sistema de referato adoptado por la revista Nuevas Propuestas, es doble ciego (se conserva el anonimato de los autores y los evaluadores). El tiempo estipulado es de 30 días.

#### **3.a Los criterios que los árbitros siguen en la evaluación son los siguientes:**

1. Cumplimiento del propósito /objetivo enunciado
2. Rigurosidad metodológica y conceptual
3. Calidad en el desarrollo de la temática
4. Estilo, terminología y claridad expositiva

#### **3.b Los posibles resultados de la evaluación son cinco:**

1. Aceptado sin cambios.
2. Aceptado con ligeras modificaciones.
3. Aceptado con importantes modificaciones. Sujeto a nueva evaluación.
4. Rechazado ofreciéndole al autor la posibilidad de modificarlo y volverá presentarlo. Sujeto a nueva evaluación.
5. Rechazado.

Cuando el resultado es “2”, el manuscrito es devuelto al autor para que considere los cambios sugeridos por los árbitros. El envío de la nueva versión debe cumplirse en un plazo no mayor a 20 días.

Cuando el resultado es “3” o “4”, el manuscrito es devuelto al autor para que considere los cambios sugeridos por los árbitros. El envío de la nueva versión debe cumplirse en un plazo no mayor a 30 días. Posteriormente el artículo es remitido para una segunda ronda de evaluación, estipulada en 30 días.

Cuando las evaluaciones son opuestas, el editor se encargará de enviar el trabajo a

un tercer árbitro.

Una vez aceptado el trabajo, el artículo ingresa a proceso de edición del artículo y lo remite al autor para una prueba de galera. La versión definitiva se carga inmediatamente en línea, en el número “En curso” de Nuevas Propuestas. Esta modalidad procura agilizar la publicación de los trabajos, reduciendo los tiempos entre número y número.

#### **4. Formato de presentación y extensión de las contribuciones**

El autor deberá usar el Formato de Sumisión respectivo. Las contribuciones deben ser enviadas en archivo electrónico en formato DOC.

Todos los manuscritos deberán prepararse con un procesador de texto Word (extensión .doc). El tamaño de página será A4 (29,7 x 21 cm), en sentido vertical, con 3 cm en los márgenes izquierdo, derecho, superior e inferior. Se utilizará el tipo de letra Arial, tamaño 10 y se escribirá el texto con interlineado doble. Las páginas se numerarán consecutivamente en el centro de la parte inferior.

Todo el texto (incluyendo título, autores, filiación, etc.) debe comenzar en el margen izquierdo, sin centrar. Utilice solamente letra regular, evitando las mayúsculas en bloque, las letras negrita o cursiva, el subrayado de texto, etc., a excepción de las formas permitidas para la puesta de relieve (véase más adelante el apartado 6.k).

La cantidad máxima de páginas permitidas para un manuscrito varía según el tipo de contribución, de la siguiente manera:

- Artículos de investigación original, ensayos y revisiones o estado del arte: 25 páginas.
- Notas breves de investigación: 10 páginas.

La Revista Nuevas Propuestas de la UCSE al realizar el proceso de revisión por el sistema de doble ciego, los nombres y datos de los autores no deben figurar en el documento en formato word; pero si deben registrarse en la plataforma del Open Journal System (OJS). Plataforma al momento en reformulación.

#### **5. Datos del autor**

El archivo con la contribución no puede presentar ninguna información o referencia expresa sobre los autores.

Los datos de los autores sólo se deben registrar en el sistema durante el proceso de envío.

La Revista Nuevas Propuestas de la UCSE realiza el proceso de revisión por el sistema de doble ciego.

Todos los autores deben incluir su identificador digital ORCID, donde se informe su biografía, formación académica y publicaciones.

## **6. Lista de comprobación para la preparación de envíos**

Como parte del proceso de envío, los autores/as están obligados a comprobar que su envío cumpla todos los elementos que se muestran en estas directivas. Se devolverán a los autores/as aquellos envíos que no cumplan estas directrices.

## **7. Copyright. Aviso de derechos de autor/a**

Los autores que publican en esta revista están de acuerdo en los siguientes términos:  
El Autor retiene los Derechos sobre su Obra, donde el término .ºobra incluirá todos los objetos digitales que pueden resultar de la publicación electrónica posterior y/o distribución.

Una vez aceptada la Obra, el Autor concede a Ediciones UCSE el derecho de la primera publicación de la Obra.

Además el Autor le concederá a Ediciones UCSE y sus agentes el derecho permanente no exclusivo y licencia para publicar, archivar y hacer accesible la obra en su totalidad o en parte, en todas las formas de los medios ahora conocidos o en el futuro.

Reconocimiento - otros usuarios deben reconocer los créditos de la Obra de la manera especificada por el Autor o como se indica en el sitio web de la revista;

Entendido de que esta condición pueda ser modificada con permiso del Autor y que, cuando la Obra o cualquiera de sus elementos se halle en el dominio público según la legislación aplicable, que su estatus no esté en absoluto afectado por la licencia.

El Autor es capaz de entrar en acuerdos contractuales independientes, adicionales para la distribución no exclusiva de la versión de la Obra publicada en la revista (por ejemplo, publicarla en un repositorio institucional o publicarla en un libro) siempre y cuando se proporcione en el documento un reconocimiento de su publicación inicial en esta revista científica.

A los Autores se les permite y apoya a publicar en línea un manuscrito previo (pero no la versión final de la Obra formateada en PDF para la Editorial), en repositorios institucionales o en sus páginas web, antes y durante el proceso de envío, ya que puede dar lugar a intercambios productivos, y a una citación más temprana del trabajo publicado. Dicha Obra después de su aceptación y publicación se deberá actualizar, incluyendo la referencia DOI (Digital Object Identifier) asignada por la Editorial y el enlace al resumen en línea de la versión final publicada en la revista.

A petición de la Editorial, el Autor se compromete a comunicar y presentar oportunamente al Editor, por cuenta del mismo, las pruebas escritas de los permisos, licencias y autorizaciones para el uso de material de terceros incluido en la Obra, excepto lo determinado por la Editorial a cubrirse por los principios de uso justo.

Los autores que publican en esta revista declaran y garantizan que:

1. La Obra (contribución) es un trabajo original del Autor e inédita.
2. El Autor no ha transferido y no transferirá, los derechos exclusivos sobre la Obra a un tercero;
3. La Obra no está en evaluación en otra revista científica;
4. La Obra no fue publicada en otra revista científica;
5. La Obra no contiene ninguna tergiversación o infracción al trabajo propiedad de otros autores o terceros, y
6. La Obra no contiene ninguna difamación, invasión de la privacidad, o cualquier otro asunto ilegal.
7. La contribución adopta la estructura sugerida en las Directrices de Autores.

El Autor se compromete a indemnizar y eximir a la Editorial del incumplimiento por parte del Autor de las declaraciones y garantías contenidas en el párrafo anterior, así como de cualquier reclamación o procedimiento relacionado con el uso y la publicación de Ediciones UCSE, de cualquier contenido de la Obra, incluido el contenido de terceros.

#### **Comités de ética**

Declarar si la investigación fue aprobada o eximida de la necesidad de revisión por comités institucionales o nacionales.

#### **Declaración de privacidad**

Los nombres y direcciones de correo-e introducidos en esta revista se usarán exclusivamente para los fines declarados por esta revista y no estarán disponibles para ningún otro propósito u otra persona.



# EDICIONES UCSE

## Volumen 64 Julio 2025

### Campus Santiago

Av. Alsina y Vélez Sarsfield, (4200) Santiago del Estero.

📞 +54 (0385) 421 1777

### Campus Jujuy

Lavalle 333, (4600) San Salvador de Jujuy.

📞 +54 (0388) 423 6139

### Campus Buenos Aires

Rivadavia 573, (1642) San Isidro – Buenos Aires.

📞 +54 (011) 4743 2608

### Campus Rafaela

Bv. Hipólito Yrigoyen 1502, (2300) Rafaela – Santa Fe.

📞 +54 (03492) 432 832

ISSN 2683 – 8044