

Depósito legal: ppi 201502ZU4635

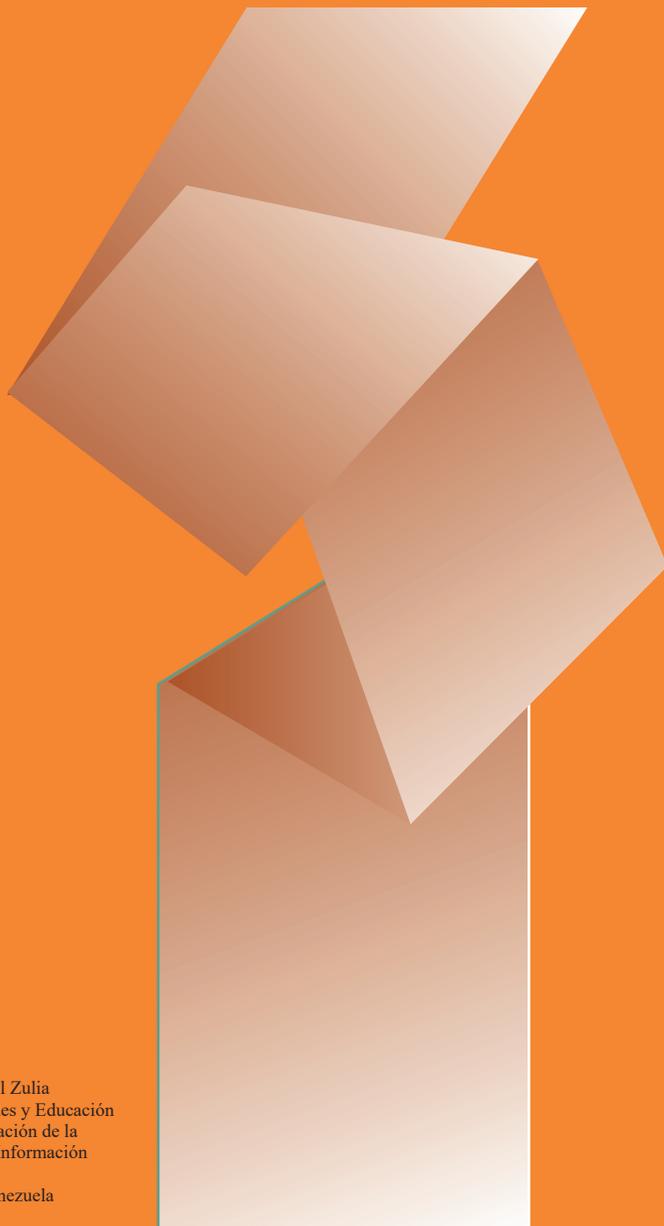
Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 200402ZU1627 ISSN:1690-7582

Q U Ó R U M

ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela



Presentación

El impacto de los medios masivos en la sociedad contemporánea es innegable. Estos canales de comunicación, desde la televisión hasta las redes sociales, tienen el poder de moldear opiniones, influenciar percepciones y, en última instancia, dar forma a la cultura colectiva. Puede decirse que a pesar de los cambios tecnológicos de cada época, los medios de comunicación masiva continúan manteniendo y acrecentando su influencia dentro de la misma sociedad que día a día convive con una mayor y más sofisticada gama de dispositivos de comunicación.

Gracias a la tecnología, la omnipresencia de los medios masivos ha creado un entorno en el que la información fluye sin cesar, impactando la forma en que las personas piensan, se relacionan entre sí y conciben la realidad. Esta influencia no solo se limita a la esfera individual, sino que también contribuye a la construcción de normas sociales y a la configuración de la identidad cultural que, en no pocas ocasiones, se encuentra permeada por las agendas mediáticas.

Esta creciente influencia de los medios masivos resalta la necesidad urgente de abordar los estudios de la comunicación de manera integral. Para construir una sociedad más consciente de los contenidos que consume, es esencial comprender la dinámica subyacente de la producción mediática y hasta qué punto, las estructuras de poder de la sociedad influyen en la creación y distribución de contenidos.

Por esta razón, abordar los estudios de la comunicación no solo implica analizar la forma en que se construyen los mensajes, sino también promover la alfabetización mediática para que las personas puedan consumir información de manera crítica y participar de manera informada en el discurso público. Esta formación no solo impacta en la creación de una nueva y mejorada audiencia, sino que alcanza cuotas relativas a la construcción de una nueva ciudadanía que tiene consciencia de su impacto en el mundo.

La transformación hacia una sociedad más consciente de lo que produce y consume, toda vez que llegue a ser más equitativa también requiere una reevaluación de los roles desempeñados por diferentes colectivos en los medios de alto impacto, como la radio y la internet. En esta misión, es esencial abogar por el acceso democrático a los medios, garantizando que diversas voces tengan la oportunidad de ser escuchadas. Esto no solo implica la diversificación de los contenidos, sino también la promoción de una representación auténtica de la diversidad de experiencias y perspectivas en los espacios mediáticos.

En la búsqueda de una transformación social, es crucial enfocarse en la creación de ciudadanía y sujetos críticos. De igual manera, los medios que reproducen sistemas de dominación y patrones de violencia hacia colectivos históricamente invisibilizados deben ser estudiados para lograr cuestionarlos, desafiarlos y transformarlos. De esta manera, al empoderar a las personas para que se conviertan en sujetos críticos, se fomenta la capacidad de cuestionar el *estatus quo*, romper con narrativas opresivas y trabajar hacia una sociedad más justa e inclusiva.

Es así como los estudios de comunicación desempeñan un papel central en el proceso de transformación social. Al profundizar en la comprensión de cómo los medios masivos afectan la sociedad, se proporciona la base para la construcción de estrategias y prácticas que impulsen un cambio positivo. La reflexión crítica sobre la influencia de los medios y la promoción de una comunicación más ética y equitativa son pasos esenciales hacia una sociedad transformada, donde la información se consume de manera consciente y la comunicación se convierte en un vehículo para la justicia social.

En congruencia con lo anterior, este número se propone hacer una contribución a la transformación de la sociedad y sus audiencias, visibilizando los aportes de diferentes investigadores internacionales, quienes han dedicado sus esfuerzos al estudio del complejo panorama comunicacional actual.

De esta forma, esta edición presenta el trabajo de Mariela Rojas y Orlando Villalobos Finol, titulado "Incidencia de la educación y los medios masivos en la formación de una ciudadanía ecológica". Esta investigación, basada en un enfoque cualitativo y utilizando el método biográfico, se propuso descubrir los aportes de la educación y la difusión de noticias ambientales en la construcción de ciudadanía. La conclusión relevante es la poca efectividad de los llamados de organismos internacionales para garantizar una educación e información adecuada en materia ambiental/ecológica.

Por otra parte, el trabajo de Karen Saavedra Segura, titulado, "Comunicación participativa para el empoderamiento femenino: el caso de Mujeres en la Radio", parte de la experiencia en el proyecto "Mujeres en la Radio" en Barranquilla, Colombia. El mismo concluyó que las intervenciones de comunicación participativa generan procesos de agencia personal y empoderamiento en mujeres jóvenes. Asimismo, la participación en la producción radial y la definición de temas de programas radiofónicos promovieron factores como la autodeterminación, la toma de decisiones y el conocimiento sobre leyes y derechos que amparan a las mujeres.

Por su parte, Marcelo Criollo Burbano, presenta su trabajo titulado "El periodismo digital: un reto para el periodista actualizado", este artículo aborda la necesidad de perfeccionar los conocimientos en periodismo digital para profesionales de la comunicación. Toda vez que analiza aspectos como las narrativas transmedia, la pertinencia, la democratización de la información y los medios alternativos. En esta investigación se destacan las posibilidades significativas y los desafíos que presenta la digitalización del periodismo, enfocándose en la formación de periodistas actualizados.

Por otro lado, esta edición de *Quórum Académico* presenta el estudio titulado "La influencia del enfoque de género en la intención de compra y el apego a la marca: estudio cualitativo en anuncios publicitarios de preservativos". El mismo fue desarrollado por Catalina González - Cabrera, y Constanza Figueroa Cordero, quienes analizan la influencia del enfoque de género en la intención de compra y el apego a la marca en anuncios de preservativos en Instagram. Dicha investigación concluye que las publicidades sin estereotipos aumentan el apego a la marca e intención de compra, mientras que las estereotipadas son percibidas como vulgares y negativas, destacando la importancia de contenido publicitario no estereotipado.

Otro trabajo presentado es el Abel Suing, que lleva por título "Estándares para una Internet libre y abierta en la comunidad andina". Esta investigación destaca la necesidad de regular la difusión del contenido en línea sustentándose en estándares de derechos humanos. De igual manera, se enfoca en identificar las políticas nacionales de comunicación en los países andinos para adoptar principios que promuevan una Internet libre, abierta e incluyente, basados en la visión humanística que debe tener la regulación para garantizar los derechos de las personas.

Como sexto trabajo, esta edición presenta los aportes de Lizette Ivonne Lazo-Serrano, Michelle Thalia Crespo-Carreño, Sandra Carolina Zhune-Rosas, con una investigación titulada "Representaciones mediáticas, patrones socioculturales de feminidad y violencia hacia las mujeres en medios impresos del sur de Ecuador". Esta investigación en la provincia de El Oro, Ecuador, analiza la relación entre patrones socioculturales de feminidad, comunicación mediática, violencia hacia las mujeres y representaciones de género. Los resultados indican que, a pesar de ser conscientes de la representación de la mujer como débil y sumisa, tanto la ciudadanía como los medios no contribuyen a cambiar los patrones socioculturales de género.

Tal como puede verse, este número no se desmarca de la intención que, tanto la revista *Quórum Académico* como el Centro de Investigación de la Comunicación e Información, tienen, no solo con su *Alma Mater*, sino también con el campo académico en general para la comprensión del profundo compromiso que todos los sujetos tienen al momento de producir, emitir y consumir productos mediáticos dentro de una sociedad cada vez más compleja y cambiante.

Deris Cruzco

Editora de Quórum Académico