

PENSAMIENTO

REVISTA FACULTAD DE HUMANIDADES

Año 4, No. 7
Enero - junio
2025

ISSN NO. 2811-4833 / © ENERO 2025, UNIVERSIDAD APEC, UNAPEC, SANTO DOMINGO, REPUBLICA DOMINICANA.



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

NUEVO DOCTORADO EN

GOBERNABILIDAD EN UN ESTADO DE DERECHO

Admisiones



Información:

 (809) 686-0021, extensiones 2082, 2081 y 2455

 admisiones@adm.unapec.edu.do

JUNTA DE DIRECTORES

Elena Viyella
Álvaro Sousa Sevilla
José De Moya Cuesta
Robinson Peña Mieses
Pedro Urrutia Sangiovanni
María Angélica Haza
Cristian Farach
Clara Reid de Frankenberg
Orlando Prieto Goico
Alejandro Marranzini Capano
Rosángela Sánchez Valdez

COMITÉ EDITORIAL

Rosángela Sánchez Valdez
Elsa María Moquete
Alvin Rodríguez
Alejandro Moscoso Segarra
Emín Rivera
José Antonio Gil
Nan Chevalier
Rosmina Valdez

COMITÉ GESTOR

Alejandro Moscoso Segarra
Nan Chevalier
Alicia Álvarez
Salvador Pancorbo
Rosa Fernández

COLABORADORES EN ESTE NÚMERO

Alejandro Moscoso Segarra
Lony Fernández
Carlos Sangiovanni
Walter Caracas Berríos
María Luisa Montás
Sandra Orjuela Córdoba
Anilka Casado

GESTIÓN EDITORIAL

Escuela de Artes y Comunicación
Facultad de Humanidades
Oficina de Publicaciones
Dirección de Investigación

TRADUCCIÓN

Junior Arias
Rhina Santelises
Escuela de Idiomas

DIRECCIÓN CREATIVA

Lony Fernández Álvarez
Alicia María Álvarez Álvarez

DIAGRAMACIÓN Y DISEÑO

Laura María Jiménez Santos
Víctor Erick Dariel Roa Rodríguez
Merary Alcequiez Rufino
Escuela de Artes y Comunicación
Facultad de Humanidades

FOTOGRAFÍA

Patricia Herrera

DISEÑO DE PORTADA

Alicia María Álvarez Álvarez

IMPRESIÓN

...

ISSN No. 2811-4825, impreso

ISSN No. 2811-4833, en línea

Circulación semestral

Enero - junio 2025

Impreso en República Dominicana



Ilustración de portada

Título: *Conexiones visuales: el ojo de la era digital*
Autor: Alicia María Álvarez Álvarez
Técnica: Tinta china, tinta de imprenta y tempera.

La obra representa un ojo central como metáfora visual de la comunicación contemporánea, que simboliza percepción y conexión en un mundo hiperconectado. Con trazos abstractos y colores vibrantes en tonos verdes, azules y amarillos, evoca una interfaz sensorial en su gestualidad que traduce emociones y datos en una realidad mediada por la tecnología. Las miradas múltiples sugieren vigilancia, diversidad de perspectivas y sobrecarga informativa. Desde el arte, la obra asume una estética expresionista que rompe con la visualidad tradicional, expresando subjetividad y emoción. Así, conecta el lenguaje pictórico con los códigos del arte digital; el ojo central se destaca como una interfaz simbólica entre el ser humano y el entorno hiperconectado, lo que refleja la convergencia entre comunicación, arte y tecnología en la era transmedia.



REPOSITORIO DIGITAL

La imagen que aparece en cada portada de la revista *Pensamiento* de la Facultad de Humanidades es una obra de arte creada especialmente para eso, o bien cedida en calidad de préstamo por su autor. Eso convierte cada edición de *Pensamiento* en un número coleccionable.





Campus Principal
Dr. Nicolás Pichardo

Plaza Monumental
Unapec

CONTENIDO

EDITORIAL

- 7 Rosángela Sánchez Valdez

ARTÍCULOS ACADÉMICOS

- 10 **Universidad APEC: 60 años de excelencia**
(English version, page 15)
Alejandro Moscoso Segarra
- 18 **Comunicación visual disruptiva**
Lony Fernández Álvarez
- 26 **El grito de las paredes: Grafía de Abril**
Carlos Sangiovanni
- 32 **La ciencia despeja el enigma de su incógnita**
Walter Caracas-Berrios
- 44 **La influencia de la inteligencia artificial en la carrera de Negocios Internacionales**
María Luisa Montás
- 52 **La Comunicación Estratégica Interna en la era 4.0: un enfoque desde la nueva teoría estratégica**
Sandra Orjuela Córdoba
- 60 **Promoción de la cultura del buen trato por líderes estudiantiles de secundaria en artes: un estudio con metodología mixta**
Anilka Casado

PARA PUBLICACIONES

publicaciones@adm.unapec.edu.do

pensamiento@unapec.edu.do



Campus Principal
Dr. Nicolás Pichardo

Mural de Geo Ripley
1970

Edificio 3
Unapec

Editorial

Lic. Rosángela Sánchez Valdez
Rectora en funciones de Unapec

La revista *Pensamiento* arriba a su séptimo número, sin prisa, pero sin pausa, cumpliendo con la promesa hecha a los lectores: cada seis meses, un nuevo número. Es el órgano de difusión de las ideas generadas no sólo en la Facultad de Humanidades, sino en toda la Universidad APEC. La puesta en circulación de nuevas ideas es uno de los compromisos asumidos por *Pensamiento*, sin obviar la producción de carácter artístico.

Este nuevo número cumple con esa misión: incluye siete artículos de variados contenidos y estilos escriturales bien diferenciados. El primero de ellos se debe a la labor reflexiva de Alejandro Moscoso Segarra, decano de la Facultad de Humanidades e ideólogo de *Pensamiento*; lleva por título “Universidad APEC: 60 años de excelencia”. Con fluida prosa el autor realiza un recorrido por los principales aportes de Unapec a la sociedad dominicana y en el ámbito internacional. Unapec como referente de la educación superior en la República Dominicana y su proyección hacia el futuro son temas centrales de este artículo, sustentado con una sólida argumentación y con apego a los datos estadísticos que reflejan el compromiso de la Universidad con la comunidad nacional. Además, este escrito da continuidad a la disposición de incluir artículos en inglés y español, como paso previo a la eventual publicación de la revista en ambos idiomas.

Lony Fernández Álvarez es el responsable del segundo artículo, “Comunicación visual disruptiva”, en el cual subraya la necesidad que tiene la comunicación de romper paradigmas trascendiendo las propuestas comunicacionales que permanecen estancadas. Para alcanzar tales objetivos, la comunicación debe apoyarse en las nuevas tecnologías, nos recuerda el

autor. Tema de actualidad meridiana, enfocado por Lony Fernández con profundidad conceptual y estilo transparente.

Vasta trayectoria artística e intelectual es la que acompaña a Carlos Sangiovanni, a quien se debe la creación del artículo “El grito de las paredes: Grafía de Abril”, que tiene como trasfondo la propaganda gráfica que surge en el contexto de la Revolución de Abril. Es un documento valioso para especialistas del área de la publicidad y, especialmente, para las nuevas generaciones de estudiantes porque pueden rastrear cómo era el proceso de creación de los carteles de propaganda, además les otorga la posibilidad de conocer a los artistas principales que protagonizaron el momento histórico: Silvano Lora, Ramón Oviedo, Ada Balcácer...

“La ciencia despeja el enigma de su incógnita” es el título del escrito de Walter Caracas-Berrios, ensayista de larga trayectoria, dotado de una prosa ingeniosa con notables hallazgos lingüísticos. Como se puede comprobar al enfrentarnos a las conceptualizaciones de Caracas-Berrios, es la sociología del conocimiento la disciplina que analiza la incidencia social de las llamadas habilidades blandas y duras relacionadas con los escenarios de producción del trabajo especializado. Se trata de un artículo sumamente especializado, basado en la disciplina investigativa del autor.

María Luisa Montás pone a disposición de los lectores el artículo “La influencia de la inteligencia artificial en la carrera de Negocios Internacionales”. Como el título indica, se trata de un tema focalizado a un área particular del conocimiento (Negocios Internacionales) revisado bajo la óptica de la gran presencia de la Inteligencia Artificial en el mundo actual.

Conceptos como análisis de datos y adaptabilidad tecnológica son desmenuzados en las páginas bajo la firma de la doctora Montás, quien subraya la trascendencia de la IA para apoyar la sostenibilidad de los mercados emergentes. Dinamismo escritural y eficiencia en el manejo de datos son bondades que adornan la escritura de esta notable académica.

Otro texto imperdible es el que firma Sandra Orjuela Córdoba: “La Comunicación Estratégica Interna en la era 4.0: un enfoque desde la Nueva Teoría Estratégica”. Realiza un recorrido por la Comunicación 4.0, que constituye una columna vertebral en las instituciones que pretenden estrechar la relación con su público. Además, indaga acerca de las tecnologías emergentes y su integración en la Comunicación Interna desde una perspectiva sumamente actualizada: la Nueva Teoría Estratégica. Actualizada, de estilo preciso, la articulista nos sitúa con eficacia en las nuevas tendencias del universo comunicacional posmoderno.

El artículo que cierra este número de *Pensamiento* responde al título de “Promoción de la cultura del buen trato por líderes estudiantiles de secundaria en artes: un estudio con metodología mixta”. Su autora, Anilka Casado Arjona, se basa en un estudio cuyo eje central lo constituye la percepción de los alumnos de secundaria sobre la violencia social. El espacio donde se llevó a cabo la investigación es el Centro en Artes Dr. Fabio A. Mota; la autora recomienda una mayor participación de los estudiantes en todos los procesos encaminados a evitar la violencia en esos niveles educativos. Relevante aporte a la comunidad educativa, pertinente reflexión sobre los orígenes, consecuencias y propuestas de soluciones a una problemática que permea a toda la comunidad.

Siete artículos, siete notables escritores pueblan las páginas del número 7 de *Pensamiento*. Unapec celebra esta nueva, trascendental, publicación invitando a los lectores a disfrutar el conocimiento y la actualización de los temas dilucidados.



Campus Principal,
Dr. Nicolás Pichardo
Unapec

Universidad APEC: 60 años de excelencia

APEC University: 60 years of excellence

Campus Principal
Dr. Nicolás Pichardo

Edificio administrativo y edificio 5.





Alejandro A. Moscoso Segarra

Egresado de la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD). Posgrado en “Especialista en estudios judiciales”, *Magna Cum Laude*, Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña (Unphu); y “Derechos Constitucionales y Derechos Fundamentales”, Universidad Castilla La Mancha, Toledo, España. Maestría en Derecho Constitucional, Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (Pucmm), entre otros.

Autor y coautor de obras de contenido jurídico, como *30 años de Coloquios Jurídicos*, *Documentos internacionales sobre lavado de activos*, *Aspectos dogmáticos del lavado de activos en República Dominicana*, *15 años de Jurisprudencia sobre violencia hacia la mujer*, *Impacto del Tribunal Constitucional en el Derecho de Propiedad*, *Las intervenciones telefónicas y la afectación al Derecho Fundamental a la Intimidad*, *Nuevo Código Procesal Penal Comentado*, *Procesal Penal: diez años de interpretación 2004-2014*, *Impacto del Tribunal Constitucional en la Justicia Penal Dominica 2012-2017*, *La institucionalidad hímnica dominicana* y *El precedente constitucional y judicial: análisis crítico*. Homenaje a Michele Taruffo. Ha escrito artículos para los periódicos *Hoy* y *Última Hora*; para revistas jurídicas dominicanas y es articulista del periódico *Listín Diario*. Ha dictado múltiples conferencias en los ámbitos nacional e internacional.

Ha ocupado los cargos de juez de la Suprema Corte de Justicia, 2011-2018; procurador fiscal adjunto del Distrito Nacional; procurador general adjunto de República Dominicana; director de la revista *Ministerio Público*; juez suplente de la Junta Central Electoral; gerente de formación y capacitación de la Escuela Nacional de la Judicatura, Comisionado de Apoyo a la Reforma y Modernización de la Justicia; vicepresidente ejecutivo de la Comisión Nacional de Ejecución de la Reforma Procesal Penal; procurador fiscal del Distrito Nacional, miembro de la Comisión Consultiva Adscrita a la Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo; asistente del decano de Derecho de la Unphu y luego director del Departamento de Actividades Académicas Co-curriculares de esa casa de Altos Estudios, donde laboró por dieciocho años. Durante quince años fue decano de Derecho de la Universidad APEC (Unapec), donde actualmente es decano de la Facultad de Humanidades y miembro del Consejo Directivo de APEC Cultural. Impartió docencia en las universidades Unphu, Unibe y Unapec, especialmente las asignaturas de Derecho Penal y Derecho Procesal Penal. También en la “Escuela de Cadetes 2 de marzo”, de la Policía Nacional.

Universidad APEC: 60 años de excelencia

Alejandro A Moscoso Segarra

RESUMEN

Al conmemorar su sexagenario, la Universidad APEC se consolida como referente de la educación superior en la región del Caribe y Centroamérica. Durante estos sesenta años ha mantenido su compromiso con la calidad educativa, la innovación y la responsabilidad social. Ha dirigido sus programas académicos a las necesidades cambiantes del mercado laboral, y ha promovido la investigación y el emprendimiento como pilares fundamentales de su misión. Sus más de 45,000 egresados se destacan en el ámbito empresarial, en la academia, en las humanidades y en el servicio público.

Ese resultado va en consonancia con la motivación original de su creación: la importancia de prestar atención al fortalecimiento de la educación superior en el país, así como de determinar las necesidades reales de la educación después de los años convulsos que vivió la sociedad dominicana tras la Revolución de Abril de 1965. En esta celebración resaltamos los éxitos pasados y reflexionamos sobre el futuro, al tiempo que renovamos nuestro compromiso de impulsar de manera permanente las transformaciones que necesita el país y promover el pensamiento crítico de nuestros estudiantes.

Palabras claves

60 años de Unapec, fortalecimiento de la educación superior, calidad educativa, innovación, responsabilidad social, investigación, emprendimiento.

Este año, la Universidad APEC (Unapec) conmemora un hito significativo: su sexagenario. Desde su fundación como casa de altos estudios, Unapec se ha consolidado como un referente de

la educación superior en la región del Caribe y Centroamérica, y ha formado a miles de profesionales que han contribuido, y contribuyen, al desarrollo social, económico y cultural de nuestra República Dominicana.

En coincidencia con la firma del Acta Institucional que puso fin a la Revolución de Abril de 1965, en septiembre de ese mismo año nació la institución educativa que entonces se denominó Instituto de Estudios Superiores (IES) y que más tarde devino en Universidad APEC. Entonces, reconocidos ciudadanos relacionados con el sector empresarial entendieron la importancia de prestar atención al fortalecimiento de la educación superior en el país, así como de determinar las necesidades reales de la educación después de los años convulsos que había vivido la sociedad dominicana.

Durante seis décadas, nuestra Universidad APEC ha mantenido su compromiso con la calidad educativa, la innovación y la responsabilidad social. Con un enfoque centrado en el estudiante, ha dirigido sus programas académicos a las necesidades cambiantes del mercado laboral, y ha promovido la investigación y el emprendimiento como pilares fundamentales de su misión. Esta institución ha evolucionado no solo en términos de infraestructura y tecnología, sino también en su oferta académica.

En términos académicos, en la actualidad Unapec cuenta con una amplia variedad de programas de grado y posgrado, así como iniciativas de educación continuada que hacen posible que los profesionales se actualicen y crezcan –de cara a un entorno laboral cada vez más competitivo– en las áreas de las ciencias, las tecnologías y las humanidades; así como las áreas empresariales, industriales, comerciales y de servicio.

Y en términos extracurriculares, Unapec cuenta con recursos como el Taller Literario Mariano Lebrón Saviñón, que entre los talleres literarios universitarios es el que más presencia tiene en las principales actividades culturales que se realizan cada año en el país: las ferias del libro, el Festival de Poesía de la Montaña, el Encuentro Internacional de Escritores y el Encuentro Anual de Narradores; además, ha publicado dos antologías que recogen poesías y cuentos de la autoría de sus integrantes, así como varios libros individuales de poesía y cuento. También tenemos el coro y equipos deportivos de diferentes disciplinas, entre otros.

Uno de los logros más destacados de la Universidad APEC es el número de graduados de las distintas áreas del conocimiento, ya que superan los 45 mil egresados. Esos embajadores de la institución han llevado su formación a niveles internacionales, donde se han destacado en el ámbito empresarial, en la academia, en las humanidades y en el servicio público. Cada generación de estudiantes que ha pasado por nuestras aulas ha dejado una impronta imborrable.

Nuestra sociedad se encuentra en una transformación permanente, ocasionada por la disrupción tecnológica, los cambios demográficos y los desafíos globales. En ese orden, la sociedad demanda de las instituciones de educación superior una serie de características y capacidades que vayan más allá de la simple transmisión de conocimientos tradicionales. Esos requerimientos se pueden agrupar en varios aspectos importantes: nuevos programas académicos, ética y valores, emprendimiento, soluciones oportunas a los problemas cotidianos de diferente índole, compromiso con la industria y responsabilidad social, entre otros. Unapec ha asumido esas demandas de forma integral, con resultados visibles para todos.

En el documento “Transformación educativa, retos, y oportunidades de la educación superior”, nuestra institución educativa se planteó una serie de premisas de cara a continuar su fortalecimiento, estas son:

- Enfoque en las áreas de negocios y ciencias, tecnologías, ingenierías, artes, matemáticas y humanidades en sentido general (STEAM).
- Currículo por competencias actualizado de acuerdo con modelos educativos de calidad, conforme a estándares nacionales e internacionales.
- Estudiantes sobresalientes y con las competencias necesarias para asumir su aprendizaje de forma responsable y optimizar su rendimiento académico (becas de excelencia académica y con recursos propios).
- Programas académicos innovadores, diseñados acorde a las necesidades y demandas de los sectores productivos locales e internacionales; y el desarrollo de emprendedores.
- Profesores altamente competentes en sus especialidades, reconocidos por su desempeño profesional y con estrategias pedagógicas innovadoras, en consonancia con las tendencias internacionales.
- Mecanismos modernos de monitoreo, evaluación y acompañamiento a los profesores y estudiantes, orientados hacia la mejora sostenida de los resultados de aprendizaje.
- Una integración efectiva de la docencia, la investigación, la innovación, la extensión y la responsabilidad social universitaria.
- Producción investigativa científica y tecnológica, que contribuya al desarrollo de áreas prioritarias en el país.
- Sistemas modernos e integrados de gestión académica y administrativa, y la implementación de modelos de calidad.
- Plataforma y recursos tecnológicos que posibiliten una creciente virtualización y que apoyen efectivamente la mejora de la enseñanza y el aprendizaje.
- Una dinámica de internacionalización y cooperación interinstitucional efectiva, que contribuya a la calidad académica y a la reputación de Unapec.
- Una vinculación Universidad-Empresa-Sociedad que favorezca el desarrollo de iniciativas conjuntas en favor del desarrollo económico, social y humano; desde un enfoque de sostenibilidad ambiental.

- Una cultura de productividad y generación de ingresos diversificados que aporten recursos significativos como complemento a la matrícula universitaria, a fin de respaldar el desarrollo institucional.

Además de lo anterior, nuestra casa de estudios superiores se propuso como línea de acción en los próximos años impulsar la excelencia educativa y la innovación en el panorama educativo dominicano. Con un enfoque claro en la adaptación a las demandas cambiantes del mundo contemporáneo, Unapec ha delineado su compromiso con la calidad, la accesibilidad y la relevancia de la educación superior. Estas líneas de acción abarcan una amplia gama de áreas clave, cada una diseñada para abordar los desafíos del siglo XXI y aprovechar las oportunidades emergentes.

En primer lugar, Unapec se compromete con el avance del aprendizaje en línea y la integración de tecnologías educativas (EduTech) para mejorar la experiencia de aprendizaje de sus estudiantes. Esta iniciativa incluye una mayor oferta de cursos en línea y programas de educación a distancia, lo que proporciona flexibilidad y accesibilidad para aquellos que buscan avanzar en sus estudios sin limitaciones geográficas.

La globalización y la colaboración internacional ocupan un lugar destacado en la agenda de Unapec, con un enfoque en la internacionalización de la universidad a través de la colaboración con instituciones de todo el mundo y la promoción de la movilidad estudiantil internacional. Esta estrategia busca enriquecer la experiencia educativa de los estudiantes y fomentar una perspectiva global en el campus.

Unapec reconoce la importancia de una educación híbrida y flexible, que integre enfoques presenciales y virtuales para adaptarse a las necesidades y preferencias de los estudiantes en un entorno educativo en evolución constante. Además, la institución enfatiza el desarrollo de habilidades prácticas y competencias aplicables en el mundo laboral, para preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mercado laboral actual y futuro.

El compromiso con el aprendizaje en el decurso de su labor educativa refleja la visión de Unapec de proporcionar oportunidades continuas y desarrollo profesional a sus estudiantes. Esta iniciativa reconoce la importancia de mantenerse actualizado en un mundo que cambia rápidamente y promueve una cultura de aprendizaje continuo dentro de la comunidad universitaria. Unapec también se compromete a mejorar la experiencia estudiantil al priorizar servicios de apoyo, asesoramiento y actividades extracurriculares que enriquezcan la vida estudiantil y promuevan el bienestar integral.

La integración de la investigación interdisciplinaria y el enfoque en la sostenibilidad y la responsabilidad social reflejan el compromiso de Unapec con la innovación y su impacto positivo en la sociedad. El uso de big data y analítica educativa divulgará las decisiones pedagógicas y mejorará la eficacia de los programas, mientras que la exploración de métodos de evaluación alternativos y el énfasis en el desarrollo de habilidades blandas completan el compromiso de Unapec con la excelencia educativa y la preparación integral de sus estudiantes para los desafíos del futuro.

Cabe señalar que, en el marco de esta conmemoración, nuestra Unapec organizará diversas actividades –conferencias, paneles de discusión y actividades culturales– que reflejarán la rica historia y el espíritu innovador de la universidad. La educación superior tiene el poder de transformar vidas, y en Unapec estamos comprometidos a continuar como pilar de excelencia académica y de innovación en el país. Asumimos el compromiso de continuar con la formación de líderes que impacten positivamente en la sociedad. Juntos, construimos un legado que perdurará por muchas generaciones.

Esta celebración de los sesenta años de Unapec no solo es una oportunidad para resaltar los éxitos pasados, sino también para reflexionar sobre el futuro. En una sociedad en constante cambio, Unapec se compromete a impulsar de manera permanente las transformaciones que necesita el país; al tiempo que promueve la inclusión, la sostenibilidad y el pensamiento crítico entre sus estudiantes. ¡Enhorabuena, Unapec!



Logo conmemorativo del 60 aniversario de la Universidad APEC. Fuente: Unapec.

APEC University: 60 years of excellence

ABSTRACT

As it commemorates its sixtieth anniversary, Universidad APEC (Unapec) has solidified its position as a benchmark in higher education in the Caribbean and Central America. Over the past sixty years, it has maintained its commitment to educational quality, innovation, and social responsibility. Its academic programs have been aligned with the evolving needs of the labor market, while fostering research and entrepreneurship as fundamental pillars of its mission. With over 45,000 graduates, Unapec alumni have excelled in business, academia, the humanities, and public service.

This achievement aligns with the institution's founding motivation: the importance of strengthening

higher education in the Dominican Republic and addressing the country's educational needs in the aftermath of the April 1965 Revolution. As we celebrate this milestone, we honor past achievements, reflect on the future, and reaffirm our commitment to driving the transformations the country needs while fostering critical thinking among our students.

Keywords

60 years of Unapec, higher education strengthening, educational quality, innovation, social responsibility, research, entrepreneurship.

This year, Universidad APEC (Unapec) marks a significant milestone: its sixtieth anniversary. Since its foundation, Unapec has become a benchmark

for higher education in the Caribbean and Central America, training thousands of professionals who have contributed—and continue to contribute—to the social, economic, and cultural development of the Dominican Republic.

Founded in September 1965, coinciding with the signing of the Institutional Act that ended the April 1965 Revolution, the institution was originally established as the Instituto de Estudios Superiores (IES) before evolving into Universidad APEC. At that time, prominent figures from the business sector recognized the urgent need to strengthen higher education in the country and address the real educational needs following the turbulent years experienced by Dominican society.

For six decades, Unapec has remained committed to educational quality, innovation, and social responsibility. With a student-centered approach, its academic programs have adapted to the changing demands of the labor market, while promoting research and entrepreneurship as fundamental pillars of its mission. The institution has not only expanded its infrastructure and technological resources but also continuously enhanced its academic offerings.

Currently, Unapec offers a wide range of undergraduate and graduate programs, as well as continuing education initiatives that allow professionals to stay updated and grow in an increasingly competitive job market. These programs span the fields of science, technology, humanities, business, industry, commerce, and services.

Beyond academics, Unapec also boasts an active extracurricular culture. Notably, the Mariano Lebrón Saviñón Literary Workshop has played a leading role in major cultural events in the Dominican Republic, including book fairs, the Mountain Poetry Festival, the International Writers' Meeting, and the Annual Narrators' Gathering. The workshop has also published two anthologies of poetry and short stories written by its members, along with several individual poetry and fiction books. Additionally, the university supports a choir, various sports teams, and other student activities.

One of Unapec's most outstanding achievements is its vast network of over 45,000 graduates, who have taken their education to international levels, excelling in business, academia, the humanities, and public service. Each generation of students has left an indelible mark on the institution.

Society is undergoing constant transformation due to technological disruption, demographic shifts, and global challenges. In this context, higher education institutions must go beyond the mere transmission of traditional knowledge and equip students with new skills and values. The evolving needs of higher education include: New academic programs, ethical and moral values, entrepreneurship development, practical solutions to real-world problems, and commitment to industry and social responsibility. Unapec has embraced these demands comprehensively, delivering visible results.

In the document Educational Transformation: Challenges and Opportunities for Higher Education, the university outlined several key initiatives for its continued advancement:

- *Focus on STEAM disciplines (Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematics) and business education.*
- *A competency-based curriculum aligned with national and international educational standards.*
- *High-achieving students with the skills necessary for responsible learning and academic excellence (academic merit-based and institutional scholarships).*
- *Innovative academic programs tailored to local and global workforce demands and entrepreneurship development.*
- *Highly competent faculty, recognized for their professional achievements and innovative pedagogical strategies aligned with international trends.*
- *Modern monitoring, evaluation, and support mechanisms to enhance teaching and learning outcomes.*

- *Effective integration of teaching, research, innovation, and social responsibility.*
- *Scientific and technological research production that contributes to the country's priority areas.*
- *State-of-the-art academic and administrative management systems to ensure quality.*
- *Technological platforms and resources that support virtual learning and enhance teaching effectiveness.*
- *A strong internationalization and interinstitutional cooperation strategy, enhancing academic quality and Unapec's reputation.*
- *University-Industry-Society collaboration, fostering joint initiatives for economic, social, and environmental sustainability.*
- *A culture of productivity and diversified income generation to complement tuition revenues and support institutional development.*
- *Developing practical skills and workforce-ready competencies, ensuring graduates are prepared for current and future job market challenges.*
- *Encouraging lifelong learning, promoting continuous education and professional development for students and alumni.*
- *Enhancing student experience, prioritizing support services, counseling, and extracurricular activities for holistic development.*
- *Integrating interdisciplinary research, focusing on sustainability and social responsibility to drive positive societal impact.*
- *Leveraging big data and learning analytics, improving pedagogical decision-making and program effectiveness.*
- *Exploring alternative assessment methods and emphasizing soft skills development to prepare students for real-world challenges.*

In addition to these strategic goals, Unapec has set a clear course for the coming years: advancing educational excellence and innovation in the Dominican higher education landscape. With a focus on adapting to contemporary global demands, Unapec is committed to quality, accessibility, and relevance in higher education.

Key areas of action include:

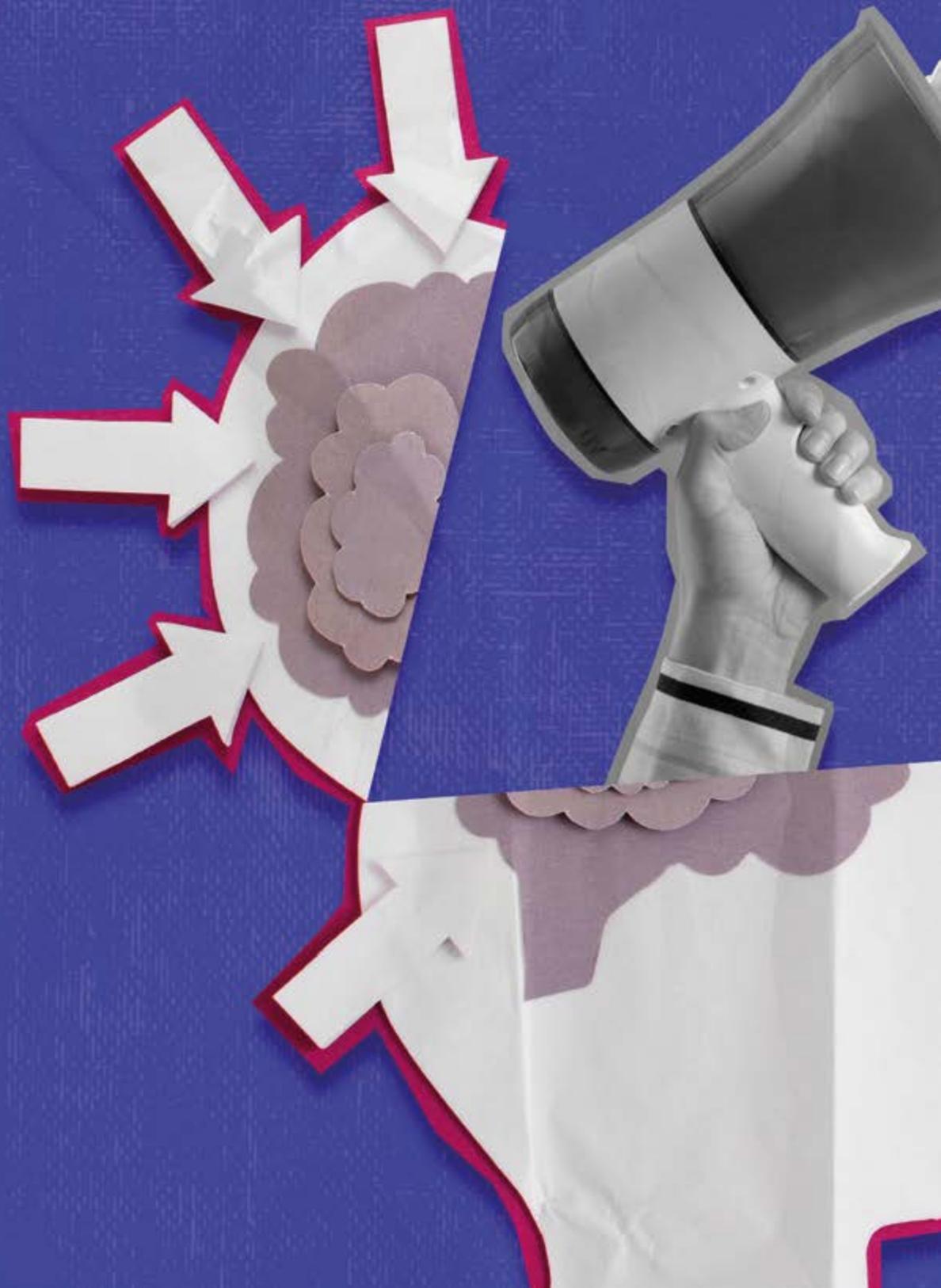
- *Advancing online learning and integrating EduTech to enhance student experience. This includes expanding online course offerings and distance education programs, providing flexibility and accessibility for students worldwide.*
- *Promoting globalization and international collaboration, fostering student mobility and partnerships with institutions worldwide.*
- *Emphasizing hybrid and flexible education, combining in-person and virtual learning to meet evolving student needs.*

As part of its 60th-anniversary celebration, Unapec will host various activities—including conferences, discussion panels, and cultural events—highlighting the university's rich history and innovative spirit.

Higher education has the power to transform lives, and at Unapec, we are committed to remaining a pillar of academic excellence and innovation in the Dominican Republic. We reaffirm our mission to develop future leaders who will positively impact society. Together, we are building a legacy that will endure for generations.

This anniversary is not only an opportunity to celebrate past achievements but also a moment to reflect on the future. In an ever-changing world, Unapec remains steadfast in driving the transformations the country needs while fostering inclusion, sustainability, and critical thinking among its students. Congratulations, Unapec!

Comunicación visual disruptiva





Lony Fernández Álvarez

ORCID: 0009-0005-8945-124X

Egresado del Técnico en Artes Gráficas del Instituto Técnico Salesiano en 2000, Licenciado en Diseño Gráfico por la Universidad APEC en 2006 y Magíster en Gerencia de la Comunicación Corporativa por la misma institución en 2009.

Diseñador gráfico y experto en comunicación con más de veinte años de experiencia en los sectores privado y público, donde ha ocupado cargos gerenciales y de dirección de arte. Cofundador de Spirole Agencia Creativa. Cuenta con más de quince años de experiencia en la docencia, como profesor titular de la Escuela de Artes y Comunicación de la Universidad APEC en la carrera de Diseño Gráfico, así como en otras universidades de la República Dominicana.

Desde 2015, publica regularmente artículos sobre diseño gráfico, publicidad, comunicación y marketing en su blog www.lonyfernandez.com. Ha participado como especialista en el área en diversas entrevistas televisivas.

En 2019 publicó *Introducción al Diseño Gráfico*, donde establece los parámetros básicos y esenciales para adentrarse en la comunicación visual a través del diseño gráfico. En 2023, lanzó junto a la Universidad APEC, *Diseño Gráfico: creatividad y negocio*, donde analiza el negocio del diseño gráfico y propone un método que permite a los profesionales del área emprender con presupuestos justos tanto para su beneficio como para el de sus clientes.

Actualmente, se desempeña como coordinador de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Escuela de Artes y Comunicaciones de la Facultad de Humanidades de la Universidad APEC (Unapec) y cursa el Doctorado en Comunicación en la misma institución. Además, es asesor del proyecto Libro Abierto del Ministerio de Educación (Minerd).

Comunicación visual disruptiva

Lony Fernández Álvarez

RESUMEN

La comunicación visual disruptiva busca romper paradigmas establecidos, para impulsar transformaciones significativas a través de propuestas innovadoras y audaces. Este artículo explora sus características clave, los retos que enfrenta y el impacto que genera al desafiar las normas tradicionales, adaptarse a las tendencias emergentes y aprovechar las nuevas tecnologías. Se analizan estrategias de comunicación publicitaria en las que elementos como el color, la tipografía y las formas de los empaques rompen con lo convencional para captar la atención de los consumidores e invitar a reflexionar sobre lo disruptivo en la comunicación. Además, este artículo examina casos de éxito y estrategias que demuestran cómo esas prácticas contribuyen a la creación de mensajes más impactantes y memorables, en un mundo saturado de información.

Palabras claves

Comunicación visual, disrupción, innovación, diferenciación, adaptabilidad.

ABSTRACT

Disruptive visual communication seeks to break established paradigms, driving significant transformations through innovative and bold proposals. This article explores its key characteristics, the challenges it faces, and the impact it generates by challenging traditional norms, adapting to emerging trends, and leveraging new technologies. It analyzes advertising communication strategies in which elements such as color, typography, and packaging shapes defy traditional norms, capturing consumers' attention and prompting reflection on what it means to be disruptive in communication.

Additionally, this article examines successful case studies and strategies that demonstrate how these practices help craft more impactful and memorable messages in an information-saturated world.

Keywords

Visual communication, disruption, innovation, differentiation, adaptability.

INTRODUCCIÓN

Imaginemos ir al supermercado, tomar un producto cuyo empaque no tiene una marca, y aun así reconocerlo con plena confianza y saber exactamente qué se adquiere. Eso fue lo que logró Coca-Cola en 2008 con una campaña de bien social que invitaba a sus consumidores a “dejar las etiquetas para los productos y no para las personas”. La marca llenó los supermercados con latas de refresco que no tenían su icónico logo, reemplazándolo con esta frase: “Las etiquetas son para los productos”.

Lo disruptivo invita a desafiar lo establecido, provocar grandes cambios y presentar nuevas formas de hacer las cosas; cuestionar las normas, patrones o modelos tradicionales; en fin, es la entrada a un universo de creatividad que pone a los diseñadores visuales fuera de su zona de confort con el objetivo de encontrar soluciones no convencionales a estrategias de comunicación visual.

Esta acción, como muchas otras observadas en la comunicación visual publicitaria de diversas marcas, demuestra cómo la comunicación visual ha evolucionado hasta convertirse en un pilar esencial para el intercambio de ideas, productos y servicios. Sin embargo, en un mundo globalizado y cada vez más saturado de estímulos, captar

la atención del público y mantener su interés representa un desafío monumental. En ese contexto, surge la necesidad de un enfoque disruptivo que transforme la forma en que los mensajes se conciben y reciben.

La disrupción, entendida como la capacidad de desafiar lo establecido y proponer nuevas formas de comunicar, se presenta como una herramienta esencial para destacarse en un entorno altamente competitivo. Este artículo analiza cómo la comunicación visual disruptiva, a través de propuestas innovadoras y audaces, ha logrado transformar la percepción del diseño gráfico y la publicidad. Asimismo, se abordan los retos y oportunidades que presenta su implementación en diversos contextos.

CARACTERÍSTICAS CLAVES DE LA COMUNICACIÓN VISUAL DISRUPTIVA

La comunicación visual disruptiva se distingue por romper con esquemas tradicionales e invitar al espectador a reflexionar, interactuar y experimentar los mensajes desde una nueva perspectiva. Podemos ver marcas y productos que en su momento rompieron los paradigmas establecidos con el uso de colores y envases no tradicionales en sus sectores de comercio, con el fin de llamar la atención de los públicos y así lograr elementos diferenciados que lograron posicionarse en la mente de los consumidores. Para lograr esos efectos en una comunicación visual disruptiva se deben tomar en cuenta las siguientes características, las cuales son el núcleo de la efectividad al momento de planificar una estrategia de comunicación visual disruptiva:

- **Innovación radical:** la innovación es el motor de la disrupción. Este principio se fundamenta en el desarrollo de enfoques visuales completamente nuevos, que trascienden lo convencional. Los elementos visuales de un producto, como sus colores, tipografía y envase, desempeñan un papel crucial. Un claro ejemplo de eso es la icónica botella de Coca-Cola, diseñada en 1915, que se ha mantenido como símbolo de la marca durante

más de un siglo. Su silueta, reconocida a nivel mundial, no solo refuerza la identidad de Coca-Cola, sino que también ha sido utilizada estratégicamente en su comunicación visual para destacar entre la competencia (Pendergrast, 2000). Un caso destacado de innovación disruptiva en los envases es el uso de tetra pak como elemento diferenciador en la comunicación de un producto. Aunque asociado con productos como leche o jugo, ese tipo de envase se comenzó a utilizar para vino a partir de la década de 1980. Según Wein-Plus, el tetra pak se introdujo para vino por primera vez en Australia, donde marcas como Banrock Station aprovecharon sus ventajas de sostenibilidad y practicidad. Esa nueva presentación marcó un hito, al convertirse en el primer recipiente alternativo al vidrio para envasar vinos, lo que ofrecía beneficios como una notable reducción del peso, costos más bajos y facilidad en la transportación (Wein-Plus, n. d.). Sin embargo, ese cambio resultó controvertido. Muchos amantes del vino han expresado su preferencia por el vidrio, ya que consideran que aporta un valor estético y simbólico difícil de igualar, además de preservar la calidad del producto (Portelli, 2023).



Vino australiano Banrock Station Chardonnay, en tetra pack. Fuente: www.lcbo.com

- **Enfoque en la diferenciación:** en un entorno saturado de información y opciones, la diferenciación visual es esencial para destacarse, y las propuestas disruptivas son una herramienta clave en ese proceso. Utilizar recursos como tipografías no convencionales, asimetrías visuales o combinaciones de colores vibrantes; esas propuestas no solo capturan la atención, sino que también permiten transmitir una identidad única y memorable que fortalece el vínculo emocional entre el consumidor y la marca. Un ejemplo claro de esa estrategia disruptiva es Vanish, una marca que se fundó en 1983 por Reckitt, en los Países Bajos. Al entrar en un mercado tradicionalmente dominado por colores como azul, verde y blanco, en el 2000 Vanish decidió apostar por un cambio radical al utilizar el color rosa como su elemento distintivo. Esa elección no solo rompió con la tradición, sino que rápidamente se consolidó como un símbolo de la marca que se destacaba en los estantes y se asociaba con la eficacia del producto. La campaña “Confía en el rosa, olvida las manchas” reforzó esa conexión emocional y vinculó el color rosa con confianza y resultados efectivos, lo que contribuyó a la percepción positiva de la marca a nivel mundial. Esa asociación también es consistente con estudios que han demostrado cómo los colores pueden influir en las decisiones de compra y en la percepción de la marca, como el estudio de la Universidad de Loyola que reveló que hasta el 90% de las decisiones de compra pueden estar basadas en el color del producto.
- **Generador de cambio:** la disrupción no se limita a destacar, sino que busca generar un impacto más amplio al cuestionar y transformar paradigmas establecidos. Por ejemplo, en campañas de concienciación social las imágenes disruptivas pueden abordar temas delicados de manera visualmente poderosa, e inspirar acción y debate público. Un ejemplo de eso es la estrategia comunicativa a nivel publicitario de la marca Durex, que muestra los aspectos difíciles e incómodos de ser padre, al tiempo que induce a los clientes a que se protejan con sus condones al momento de tener relaciones sexuales. Así se puede ver en afiches colocados en puntos de ventas estratégicos, en los que comparan el costo de una cuna con relación a una caja de condones Durex.



Cartel publicitario de la marca de condones Durex. Fuente: pinterest.com, Frogx Three.

- **Alta adaptabilidad:** la capacidad de integrar tendencias emergentes y adaptarse a un mundo en constante cambio es una fortaleza crucial de la comunicación disruptiva. Desde el uso de plataformas digitales hasta la exploración de nuevos formatos como los reels de Instagram o las experiencias interactivas, este enfoque se reinventa continuamente para mantenerse relevante. En noviembre de 2022 Santo Domingo fue afectado por una vaguada que provocó grandes inundaciones, y en solo un día depositó en la ciudad capital la cantidad de lluvia correspondiente a todo un mes. A raíz de los daños causados por las inundaciones, se evidenció un problema adicional: imágenes del malecón de Santo Domingo lleno de botellas plásticas desechadas, circularon en la prensa nacional. Ese escenario generó gran preocupación en la población. Como respuesta, las principales marcas de agua en República Dominicana introdujeron al mercado el agua envasada en tetra pak, bajo la campaña “agua en caja”. Esa iniciativa buscó reducir el impacto ambiental de los envases plásticos, y se convirtió en un ejemplo de adaptabilidad disruptiva con un objetivo social claro.
- **Elementos provocativos como motor del cambio:** uno de los aspectos más distintivos de la comunicación visual disruptiva es su capacidad para generar una respuesta emocional inmediata en el espectador, al utilizar elementos estratégicos que desafían las expectativas. El uso audaz de color y composición es clave en este enfoque: colores saturados, contrastes extremos y composiciones inesperadas funcionan como ganchos visuales que aseguran la atención del público. Campañas publicitarias que emplean monocromías disruptivas o gradientes en movimiento, por ejemplo, pueden crear efectos hipnóticos que permanecen en la memoria del espectador (Design Cloud, n. d.). Además, los mensajes

enigmáticos desempeñan un papel fundamental, ya que los diseños que invitan a la interpretación personal fomentan una interacción más profunda. La ambigüedad estratégica –como los mensajes que sugieren múltiples significados– estimula la curiosidad y mantiene la atención por más tiempo, lo que crea un vínculo con el espectador (MDPI, 2024). Otro elemento de gran relevancia es el uso de experiencias interactivas, ya que las tecnologías inmersivas, como la realidad aumentada o los videos interactivos, permiten que los usuarios se conviertan en participantes activos en lugar de meros observadores. Ese tipo de interacción no solo incrementa el compromiso, sino que también fortalece la conexión emocional con el mensaje, y lleva la comunicación disruptiva a un nivel más personal e impactante.

RETOS EN LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DISRUPTIVAS

A pesar de su atractivo, adoptar un enfoque disruptivo en la comunicación visual conlleva ciertos desafíos que deben ser abordados cuidadosamente:

- **Resistencia al cambio:** la resistencia al cambio es una barrera frecuente, especialmente en industrias tradicionales donde el riesgo de adoptar estrategias no convencionales puede percibirse como elevado. Por ejemplo, sectores como el bancario o gubernamental tienden a preferir enfoques visuales más conservadores, lo que limita la implementación de conceptos disruptivos.
- **Equilibrio entre creatividad y funcionalidad:** aunque la creatividad es el núcleo de la disrupción, es fundamental garantizar que el mensaje principal no se pierda en la complejidad visual. Diseñar para la claridad y la comprensión sigue siendo un principio rector, incluso en las propuestas más innovadoras.

- **Limitaciones tecnológicas y culturales:** el acceso a tecnologías avanzadas, como herramientas de diseño 3D o plataformas interactivas, puede estar limitado por costos elevados o falta de infraestructura. Además, los valores culturales y las expectativas sociales varían ampliamente, lo que significa que lo que es considerado disruptivo en una región puede no tener el mismo impacto en otra.
- **Diseño de marcas contemporáneas:** Balenciaga, por ejemplo, ha redefinido la estética del lujo mediante campañas visuales que desafían las convenciones de la moda, al utilizar elementos inesperados y colaboraciones con artistas digitales.
- **Aplicaciones tecnológicas:** plataformas digitales como Instagram han revolucionado la forma en que interactuamos con el diseño visual. El uso de filtros personalizados y narrativas visuales interactivas demuestra cómo la disrupción puede integrarse en la vida cotidiana, y crear experiencias que son tanto personales como compartibles.
- **Eventos culturales y educativos:** en el ámbito cultural, museos y exposiciones han adoptado enfoques disruptivos para atraer a las audiencias más jóvenes. Instalaciones interactivas que combinan arte visual con tecnología, como las exhibiciones de TeamLab, ejemplifican cómo la disrupción puede enriquecer la experiencia del espectador.

CASOS DE ÉXITO Y APLICACIONES PRÁCTICAS

Entre los casos de éxitos y las aplicaciones prácticas se pueden mencionar:

- **Campañas publicitarias de impacto:** las campañas de Benetton son un ejemplo icónico de comunicación disruptiva, ya que utilizan imágenes audaces y provocativas para abordar temas como el racismo, la igualdad y el cambio climático. Esas campañas no solo capturaron la atención mundial, sino que también estimularon un diálogo social significativo.



Valla publicitaria de la cerveza Heineken que alude a la ola mediática generada por la película *Barbie* en 2023. Fuente: www.informabtl.com

CONCLUSIÓN

La comunicación visual disruptiva ha demostrado ser más que una simple moda: es un enfoque esencial para destacarse en un entorno saturado de información. En un mundo donde los consumidores están constantemente expuestos a mensajes y estímulos visuales, la disrupción permite que una marca rompa con lo convencional y capte la atención de manera única. Ese tipo de comunicación no solo busca sorprender, sino también provocar una reflexión; desafiar las normas preestablecidas y reconfigurar la manera en que se perciben los productos y servicios. Según Design Cloud (2023), al desafiar las expectativas visuales las marcas logran crear una conexión emocional instantánea con su público, lo que aumenta el impacto y la recordación de sus mensajes. Además, este enfoque impulsa la innovación y proporciona un espacio para la creatividad, lo que puede diferenciar una marca de su competencia.

Los casos analizados en este trabajo confirman que la disrupción no solo es posible, sino que puede ser altamente efectiva cuando se ejecuta con una planificación estratégica y una comprensión profunda del contexto. Como se señala en MDPI (2024), la disrupción exitosa no depende solo de elementos visuales llamativos, sino además de cómo estos se alinean con los valores, emociones y expectativas del público objetivo. Es crucial que la comunicación disruptiva sea coherente con la identidad de la marca y que se utilice para comunicar mensajes significativos, en lugar de solo buscar la atención por el simple hecho de ser diferente.

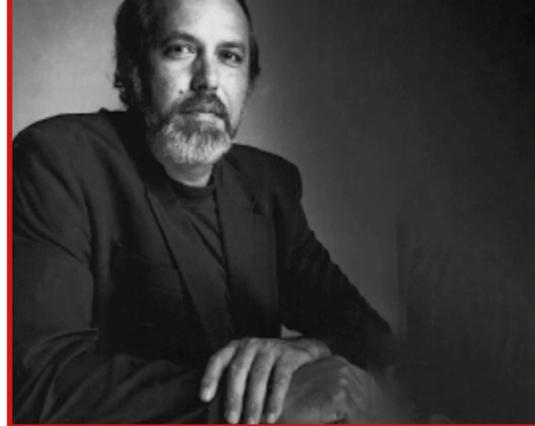
En última instancia, la comunicación visual disruptiva tiene el poder de redefinir cómo las marcas se conectan con sus audiencias. Al crear experiencias más significativas y memorables, este enfoque no solo transforma la percepción de los productos, sino que también fomenta una comunicación más profunda y transformadora, que deja una huella duradera en el espectador.

REFERENCIAS

- Consumer 38 (2021, octubre 8). ¿De dónde viene la tendencia del color rosa en la publicidad? 38consumer. <https://38consumer.com/2021/10/08/de-donde-viene-la-tendencia-del-color-rosa-en-la-publicidad/>
- Design Cloud (2023, octubre 8). The impact of communication design. Design Cloud. <https://designcloud.app/blog/the-impact-of-communication-design>
- Design Cloud (n. d.). The impact of communication design. Recuperado el 14 de diciembre de 2024, de <https://designcloud.app/blog/the-impact-of-communication-design>
- Korebranding. (s.f.). Psicología del color en branding: Colores que impactan tu marca. Korebranding. <https://www.korebranding.es/psicologia-del-color-en-branding-colores-que-impactan-tu-marca/>
- MDPI (2024). The role of communication design in the digital era. *Electronics*, 13(2), 269. <https://doi.org/10.3390/electronics13020269>
- Pendergrast, M. (2000). *For God, Country, and Coca-Cola: The Definitive History of the Great American Soft Drink and the Company That Makes It* (2nd ed.). Basic Books.
- Portelli, F. (2023). Innovación en envases de vino. Recuperado de FabricioPortelli.com
- The Brand Hopper (2021, enero 8). Brand Durex: Making the business out of taboo. <https://thebrandhopper.com/2021/01/08/brand-durex-making-the-business-out-of-taboo/>
- Trend Hunter (n. d.). Durex campaigns. <https://www.trendhunter.com/slideshow/durex-campaigns>
- Wein-Plus (n. d.). Tetra Pak. Glossaire Wein-Plus. Recuperado de <https://glossaire.wein.plus/tetra-pak-4>

El grito de las paredes: Grafía de Abril





Carlos Sangiovanni

Artista visual, educador y diseñador gráfico. Ha recibido numerosos reconocimientos, entre los que se destacan: “Primer Premio de Grabado” en la XIV y en la XVI Bienal Nacional de Artes Visuales de Santo Domingo (1979 y 1984); “Primer Premio del Concurso Nacional de Carteles de la Fundación Héroes de Constanza, Maimón y Estero Hondo” (1979); “Primer Premio Mejor Cartel para el Censo Nacional” (1980), y “Primer Premio de Grabado de la FAO en el Día Mundial de la Alimentación” (1982).

Entre otros trabajos, ha desempeñado los cargos de director de la Unidad de Artes Plásticas y Afiches de la Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD), subdirector del Museo de Arte Moderno, decano de la Facultad de Artes y Comunicación y vicerrector académico de la Universidad APEC (Unapec). Actualmente es presidente de la directiva del Programa APEC Cultural, instancia del Grupo APEC.

El grito de las paredes: Grafía de Abril

Carlos Sangiovanni

RESUMEN

Al inicio de la llamada “Revolución de Abril”, cuando la población dominicana se levantaba en armas reclamando el retorno del gobierno constitucional de 1963, surgieron los primeros esbozos de una propaganda gráfica guiada por artistas de la plástica la cual estuvo signada por la inmediatez y la carencia de recursos materiales, factores propios del fragor de una batalla desigual contra el ejército norteamericano.

Palabras claves

Diseño, artes visuales, diseño gráfico, cartel, artes plásticas, afiche, hecho a mano, propaganda, comunicación, grafitis, pancartas, tipografía, Revolución de Abril, invasión constitucionalista, combatientes.

ABSTRACT

At the beginning of the so-called “April Revolution”, when the Dominican population took up arms demanding the return of the constitutional government of 1963, the first glimpses of graphic propaganda emerged, led by visual artists. This propaganda was characterized by urgency and a lack of material resources, factors inherent to the heat of an uneven battle against the U.S. military.

Keywords

Design, visual arts, graphic design, poster, plastic arts, handmade, propaganda, communication, graffiti, banners, typography, April Revolution, constitutionalist invasion, combatants.

La llegada de abril nos sitúa, nueva vez, en la celebración del aniversario de la gesta patriótica librada por un pueblo que reclamaba el retorno del gobierno constitucional dominicano de 1963. El 24 de abril de 2025 se cumplen sesenta años de una resistencia cercada por los invasores norteamericanos y sus servidores criollos, en el limitado espacio de Ciudad Nueva, zona colonial y parte del entonces exclusivo sector de Gazcue, en Santo Domingo. En ese espacio de entereza y lucha por la soberanía de una nación, la expresión gráfica propagandística jugó un rol significativo para el logro de los objetivos que reclamaban los combatientes constitucionalistas dominicanos.

Al inicio de la contienda, cuando la población se apertrechaba con armas suministradas por los insurgentes militares constitucionalistas, surgieron los primeros esbozos de una gráfica signada por la inmediatez y la carencia de recursos materiales, factores propios del fragor de una batalla desigual contra todo un imperio. Uno de sus actores gráficos, el artista dominicano Ramón Oviedo,¹ relató como aquel 24 de abril, luego del discurso incendiario de José Francisco Peña Gómez en el que llamaba a la insurrección y a la toma de las armas, tomó un rollo de papel y realizó un gran cartelón con la figura del profesor Juan Bosch y un encabezado que llamaba a su retorno como presidente constitucional. El bando fue colocado en el balcón de su casa en la calle Arzobispo Meriño –como recordaba con voz entrecortada según nos narra, aquejado por los avatares de los años– y una multitud le pidió el diseño para encabezar una rauda movilización que recorrió toda la calle El Conde hasta dispersarse en la calle Espaillat, en la zona colonial de Santo Domingo. Simultáneamente, en distintos barrios de la ciudad capital aparecían



Letrero elaborado por el pueblo constitucionalista, que demandaba el fin de la ocupación militar. Fuente: DiarioLibre.com

grafitis realizados con espray o pintados a mano sobre las paredes, con consignas que pedían el “retorno de Bosch y armas para el pueblo”.

Ahora bien, la grafía propia de la Revolución de Abril tuvo su inicio y desarrollo luego de establecerse la llamada zona constitucionalista bastión de lucha y resistencia del conglomerado civil y militar—, rodeada en el baluarte por una tropa invasora de 42 mil marines yankees. Es después de esa demarcación territorial que se reúnen los artistas Ramón Oviedo y Ada Balcácer² en la casa de ésta, para comenzar a producir las primeras pancartas; las que a su vez reproducían manualmente y de forma serial otros jóvenes artistas y combatientes que estaban ubicados en el comando de los artistas plásticos, situado en las calles José Reyes esquina El Conde. Posteriormente, esos afiches eran colocados en diversos puntos de la zona constitucionalista como parte de la táctica de propaganda.

“Hasta ese momento”, según nos narrara Alfredo Pierre,³ otro creador y combatiente testigo de ese momento crucial de nuestra historia: “Muchos gráficos hacían su trabajo antes del Taller Gráfico de Propaganda, el cual se estableció posteriormente en una casa de la Santomé, entre las calles

Arzobispo Nouel y El Conde, luego de que se manifestara a la dirección de la estructura política y militar constitucionalista la necesidad de tener un taller gráfico y materiales para la preparación de toda la propaganda y artes para las actividades del movimiento”. Y continuaba: “Montes Arache y André Riviere apoyaron la propuesta presentada por Silvano Lora y otros militantes de la cultura, obteniéndose las ordenes pertinentes para sacar de aduanas los materiales necesarios para el trabajo de producción del taller. Esos materiales, según nos consta, fueron pagados a sus propietarios posteriormente”, concluía Alfredo Pierre en la conversación que sostuvimos.

1. Ramón Oviedo (Barahona, 7 de febrero de 1924 - 12 de julio de 2015) fue un artista visual, considerado como uno de los grandes maestros de las artes plásticas contemporáneas de República Dominicana.
2. Ada Balcácer (Santo Domingo, 16 de junio de 1930), artista de la plástica dominicana de sólida formación académica, que se ha distinguido en diversas técnicas de las artes visuales. Entre sus diferentes reconocimientos, destacan: el “Premio Nacional de Artes Plásticas 2011” y la declaración del Banco de Reservas de 2017 como “Reserva Cultural de la Nación”.
3. Alfredo Pierre (Santo Domingo), artista gráfico dominicano que militó en el desaparecido Partido Comunista Dominicano (PCD). Gran amigo del artista y maestro de las artes plásticas latinoamericanas, Silvano Lora, con quien participó en las jornadas culturales y de combate realizadas en la zona constitucionalista durante la Revolución de Abril.

Los carteles de propaganda, realizados a mano sobre papel u otros soportes –ya que no existían las condiciones para reproducción serial mecánica– tuvieron como creadores visuales a artistas como: Silvano Lora, Ramón Oviedo, Ada Balcácer, José Cestero, Leopoldo Pérez, Justo Susana y Dionisio Pichardo; así como los integrantes de la familia Pichardo: Miguel, Nicolás y Jacinto, quienes formaron parte y fueron fundadores de ese centro de propaganda, entre otros.

En sentido general, los carteles y pancartas se realizaron sobre trozos de papel utilizados para la impresión de periódicos, pintados con pintura acrílica o de aceite; aunque en ciertos momentos de escasez de materiales se llegaron a realizar con alquitrán. En sentido general el color era exiguo y predominaba el negro en su mayoría, sobre el fondo del soporte. En algunos casos se realizaron trabajos en los que se incorporó un cromatismo más profuso, para el logro de las propuestas visuales.

Cabe destacar los murales que se elaboraron como fondo para los escenarios de las presentaciones que realizaba el Frente Cultural en algunos cines –Independencia, Santomé, Capitolio, Leonor y Rialto– de la zona constitucionalista, así como algunas telas de fondo para los mítines multitudinarios que se plasmaron durante el período. Entre esos se destaca un mural elaborado sobre tela por el maestro de las artes dominicanas, Gilberto Hernández Ortega.

Al igual que en los carteles de Toulouse Lautrec, una de las principales deficiencias fue el elemento tipográfico incorporado a la grafía de la revolución. Son contados los casos en los que había una buena integración entre imagen y texto, lo que es comprensible debido a que sus creadores eran en su mayoría artistas plásticos, no diseñadores gráficos.

En la concepción creativa de las obras gráficas, cabe destacar la búsqueda y propuestas de Ada Balcácer para el logro de un accionar más acorde con la producción serial, que permitiera como resultado final una obra más homogénea.

Es incontrovertible la importancia y el rol que jugó la propaganda del Taller Gráfico para los fines del movimiento rebelde, en un periodo de confrontación bélica que ameritaba que su dirección político-militar asumiera la orientación de sus mensajes para el logro de objetivos concatenados al proceso histórico que se vivía. Aunque la lucha por el retorno del Gobierno Constitucional contenía personas que pertenecían a diferentes fuerzas políticas, las obras gráficas realizadas no tenían la firma de ninguna agrupación en particular; incluso la autoría de cada una de ellas no se identificaba con la rúbrica de sus creadores.

Al cumplir la Revolución de Abril sus 60 años, consideramos primordial recordar la tarea y obra efectuadas por esos trabajadores de la cultura, quienes bajo condiciones de peligro extremo para sus vidas no dudaron en integrarse de forma activa a ese proceso de creación y lucha, con el único fin de lograr el pleno retorno de una democracia segada en sus umbrales.



Cartel de Ramón Oviedo. Fuente: Acento.com.do

CURSOS, TALLERES Y DIPLOMADOS EXTRACURRICULAR, SEMIPRESENCIAL Y ONLINE

ESCUELA DE ARTES Y COMUNICACIÓN

- TALLER DE ACUARELA
- TALLER HERRAMIENTA CANVA COMO MODELO DE DISEÑO
- DIPLOMADO *COMMUNITY MANAGEMENT*
- DIPLOMADO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DEL DIRCOM
- DIPLOMADO FOTOGRAFÍA BÁSICA
- TALLER AUTOMATIZACIÓN DE REDES SOCIALES
- TALLER *VECTORWORKS*

ESCUELA DE DERECHO

- DIPLOMADO DERECHO DE AUTOR
- DIPLOMADO NUEVA LEY DE COMERCIO MARÍTIMO
- DIPLOMADO MARCO NORMATIVO OPERACIONAL DE LAS MIPYMES EN LA REPUBLICA DOMINICANA
- DIPLOMADO DERECHO DEL CONSUMIDOR
- DIPLOMADO EL DEPORTE COMO POLÍTICA PÚBLICA

ESCUELA DE SOCIALES

- DIPLOMADO FUNDAMENTOS DE CIENCIAS POLÍTICAS PARA CAMPAÑAS ELECTORALES Y COMUNICACIÓN POLÍTICA
- DIPLOMADO TEORÍA DEL ESTADO PARA EL EJERCICIO DEL DERECHO

ESCUELA DE ESPAÑOL

- ENSEÑANZA DE LA PRODUCCIÓN ESCRITA: REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Para más información, comuníquese:
(809) 686-0021 ext. 2382



La ciencia despeja el enigma de su incógnita





Walter Caracas-Berríos

Maestría en Comunicación Corporativa con especialidad en Relaciones Públicas, M.I.E., España. Maestría en Ciencias Aplicadas, Universidad de Camagüey-Universidad APEC (Unapec). Postgrado en Plataformas Virtuales de la Enseñanza (Educa), Argentina. Postgrado en Historia de Nicaragua, Universidad Centroamericana (UCA), Nicaragua. Investigación científica por la Universidad Complutense de Madrid, España. Licenciatura en Sociología de la Comunicación, Universidad Centroamericana (UCA), Nicaragua. Diplomados en Diseño Gráfico, Escuela de Artes Plásticas de Managua, Nicaragua. Artesanías y Artes Populares, Escuela de Antropología, MIE, España. Investigador de Cedempra, R.D.; investigador del Centro de Investigación Social de la Universidad de Uppsala, Suecia. Centro de Análisis Sociocultural de la Universidad Católica de Lovaina, Bélgica. Centro de Investigación Social Iztani, Managua. Centro de Investigación de la Costa Atlántica Cidca, Bluefields, Nicaragua.

Ha publicado artículos científicos y culturales en *La Prensa Literaria*; *Ventana de Barricada Internacional*; *Nuevo Amanecer Cultural*, de Nicaragua; diario *La Nación*, de Costa Rica, y *Areíto*, del periódico *Hoy*. También en las revistas académicas *Ágora*, *Estudios Generales* y *Pensamiento*, de Unapec. Productor de documentales para Jornada Extra, del canal 2 de Tele Antillas; y colaborador de Radio Educativa Dominicana. Ha presentado ponencias académicas en congresos internacionales.

La ciencia despeja el enigma de su incógnita

Walter Caracas-Berríos

RESUMEN

En esta problemática del desarrollo de la ciencia, la sociología del conocimiento busca comprender cómo ha sido la incidencia social de las habilidades blandas y duras aplicadas en los diversos escenarios de producción del trabajo especializado, como resultado de la educación pasiva (*educare*)¹ que adaptó a individuos, grupos y organizaciones sociales a la función mecánica. Esa es una de las tantas causas por las que la ciencia es una incógnita para los sectores excluidos de la producción científica, lo que retarda nuestra inclusión como productores en la cuarta revolución industrial. Por lo cual este estudio se centra en la diversidad social que posee competencias a nivel nacional, pero con perfiles socioculturales diferentes, como los siguientes: 1) instrumentalizado y 2) repetitivo. Mientras que su antítesis, producto de una educación activa (*educere*)², se dedica a la tímida tarea de descubrir la esencia de todo lo que se manifiesta como un enigma del universo desde los perfiles socio culturales: 3) creativo y 4) independiente. Y desde cada perfil se identifican las causas que obstaculizan el desarrollo científico-técnico para inventar, en un país emergente donde ya está presente la inteligencia artificial (IA) desarrollada por la inteligencia humana (IH).

Palabras claves

Habilidades blandas y duras, perfiles socioculturales, sociología, cuarta revolución industrial, inventar, inteligencia artificial, inteligencia humana.

ABSTRACT

*In this problematic of the development of Science, the Sociology of knowledge seeks to understand how the social impact of soft and hard skills applied in the various scenarios of production of specialized work, has been as a result of passive education (*educare*)¹ that adapted individuals, groups and social organizations to the mechanical function. This being one of the many reasons why science continues to be an unknown for those sectors excluded from scientific production, thus delaying our inclusion as producers in the fourth industrial revolution. Therefore, this study focuses on the social diversity that has competencies at a national level, but with different sociocultural profiles such as the following: 1) instrumentalized and 2) repetitive. While its antithesis, the product of an active education (*educere*)², is dedicated to the timid task of discovering the essence of everything that manifests itself as an enigma of the universe from the sociocultural profiles: 3) creative, as well as 4) independent. And from each profile, identify the causes that hinder scientific-technical development to invent in an emerging country where artificial intelligence (AI) developed by human intelligence (HI) is already present.*

Keywords

Soft and hard skills, socio-cultural profiles, sociology, fourth industrial revolution, inventing, artificial intelligence, human intelligence.

INTRODUCCIÓN

Mediante la inteligencia artificial (IA), la producción industrial ha provocado una era de transformaciones socioculturales de la mano de la propaganda gris³ que pregona insistentemente que “hay que adaptarse a los cambios”, lo que exitosamente se volvió tendencia en cursos, charlas y seminarios. Desde esos escenarios de divulgación y empoderamiento se ha logrado que las audiencias asimilen pasivamente la parte que hace énfasis en la “adaptación”, cuya semiótica⁴ se interpreta como mandato condicionante de “conformismo”; con lo cual se deja en segundo plano el concepto que se refiere a “los cambios”, y se refuerza la ancestral fosilización de los conocimientos que siempre terminan convirtiéndose en costumbre, el debate en algo jocoso, los descubrimientos en tradiciones y los avances alcanzados por la ciencia en simples anécdotas.

Eso indica que llegó el momento de cambiar esa praxis de minimización de la producción científica nacional, lo que evidencia una realidad que luego de 500 años no ha podido romper con uno de los grandes estigmas que afrontan en el presente los países de América Latina para lograr el desarrollo pleno de la ciencia, al considerar que se tiene a su favor datos proporcionados por centros educativos, virtualidad con Google, YouTube, redes sociales, TV, altas casas de estudio, currículo, metaverso y aumento en el número de bibliotecas y lectores; así como de politécnicos, museos, casas editoriales, periódicos, centros de investigación y laboratorios. A los cuales académicos, estudiantes, diletantes y curiosos aceden mediante todo tipo de aplicaciones electrónicas.

Y como siempre, en espera de que todo eso impulse la producción de conocimiento, el desarrollo de competencias, la confrontación teórica y por supuesto la investigación y experimentación científica de toda complejidad humana dispersa en el universo; y trascender así las fronteras del sentido común. Porque nuestra producción en el campo científico-técnico no tiene todavía la incidencia deseada en todas las áreas y más allá de nuestras fronteras. Por tal motivo, hay que considerar una serie de incógnitas desconocidas⁵ que

las habilidades blandas⁶ y duras⁷ deben despejar en nuestra región, para anticiparse a cualquier distopía⁸ profetizada por la propaganda de los mismos creadores de la inteligencia artificial (IA) con fines pandémicos y desde luego monopolícos; lo que ya tuvo su precedente en el 2000 y que María Capelo (4 de agosto de 2024) sintetizó así:

El problema Y2K, también conocido como el “Error del Milenio” o “Efecto 2000”, fue una preocupación tecnológica que surgió a finales de la década de 1990. El problema radicaba en que muchos sistemas informáticos representaban el año utilizando solo los dos últimos dígitos, lo que podía llevar a que el año 2000 fuera interpretado como 1900, causando errores en el procesamiento de fechas. Eso generó temores de fallos masivos en sistemas críticos como los financieros, de transporte y de energía al llegar el 1 de enero de 2000. Para evitar posibles desastres, se realizaron esfuerzos globales para actualizar y corregir esos sistemas, lo que finalmente resultó en una transición al nuevo milenio sin incidentes mayores (infobae.com).

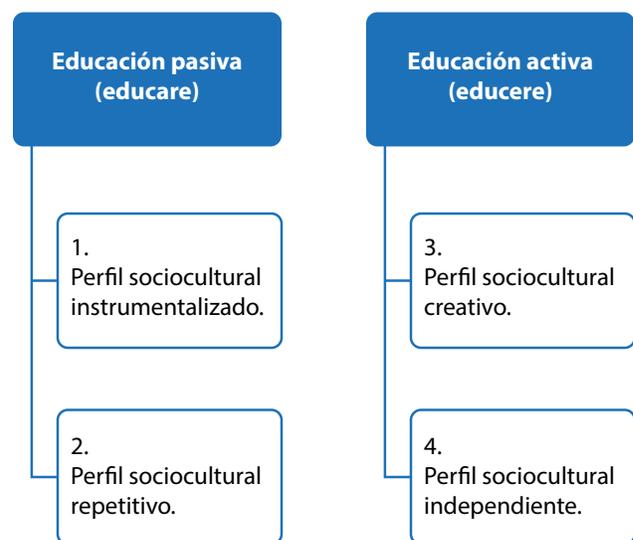
1. Educare significa “criar” o “nutrir”, y se relaciona con el proceso de dotar de conocimientos al alumnado (<https://www.google.com>).
2. Educere significa “conducir fuera de”, “extraer de adentro hacia afuera”, “dar a luz” o “arrastrar”. Se relaciona con el proceso de incitar y guiar al discente hacia su realización (<https://www.google.com>).
3. La propaganda gris es la que intenta presentarse como neutral, pero transmite información tendenciosa (<https://comunidadia.com/propaganda-gris>).
4. “La semiótica es la disciplina que estudia las relaciones entre el código y el mensaje, y entre el signo y el discurso” (<http://www.scielo.org.co>).
5. Ante una crisis o fenómeno totalmente desconocido, no se sabe qué puede ocurrir ni cuándo.
6. Habilidades relacionadas con la inteligencia emocional, el pensamiento crítico, el liderazgo, la resiliencia o la gestión del cambio (iberdrola.com).
7. Competencias adquiridas a través del estudio o la experiencia, que permiten realizar un trabajo o profesión (mexico.unir.net).
8. Una distopía o anti-utopía es una sociedad ficticia indeseable en sí misma. Las distopías a menudo se caracterizan por deshumanización, gobiernos tiránicos, posguerras de conflictos de grandes dimensiones (como una guerra nuclear), los desastres ambientales u otras características asociadas con un declive cataclísmico de la sociedad. Las sociedades distópicas aparecen en muchas obras de ficción y representaciones artísticas, particularmente en historias ambientadas en el futuro (<https://es.wikipedia.org/wiki/Distop>).

Y nada pasó. La propaganda de terror que creó un pánico global dejó millones de dólares a la industria tecnológica, al tiempo que la posicionó como líder en el mercado de valores de Wall Street;⁹ ensayo social que años después desarrollaría el virus del covid-19, del cual la humanidad todavía se recupera y las industrias farmacéuticas y redes sociales celebran. Esa realidad devino en la alerta y punto de partida para la inserción en ese mundo de la producción científica. Ahí es donde la sociología y demás ciencias cognitivas tienen la obligación de tomar ventaja de toda incógnita conocida¹⁰ que evidencie la llegada de nuevas catástrofes humanitarias, al tiempo que se permita el desarrollo del país; por eso hay que dejar a un lado la subcultura de víctimas eternas y profundizar en la esencia de todas las causas; incursionar en nuevos contextos de estudios e impulsar la cultura del descubrimiento de todo desde la escuela primaria. No sin antes dar respuesta a los siguientes hechos sociales que frenan el desarrollo de toda persona creativa con competencias y habilidades en los siguientes escenarios:

- ¿Por qué todavía en la praxis todo es: copia, mejora y el aprendizaje de cómo usar alta tecnología recién llegada del exterior?
- ¿Por qué en nuestros países en vez de inventar, se recicla?
- ¿Por qué se enseña solo el uso de sistemas operativos y no a crear tecnología dura?
- ¿Por qué en los países de renta media a los jóvenes no se les da oportunidades laborales para adquirir y desarrollar nuevas habilidades y competencias, mientras que a las personas mayores con experiencia se les descarta?
- Si existe todo tipo de talleres de reparación de aparatos de inteligencia artificial (IA), ¿por qué no se produce inteligencia artificial (IA) en el país con toda esa gente que tiene habilidades duras?
- Si en nuestras escuelas y universidades se enseñan las ciencias, ¿por qué no se hace ciencia?

Evidentemente corresponden a políticas de debilitación social que permiten eternizar el subdesarrollo como sistema imperante, donde es normal el subjetivismo de competencias conductistas sobre el “que deben hacer” y el “como lo deben hacer” al servicio de los oligopolios que en la praxis no se diferencian mucho del sistema socialista en el que todo es centralizado y controlado con ayuda de los medios de comunicación. Lo que diluye toda iniciativa individual y contradice los llamados a la creación de liderazgos empresariales y profesionales.

Mientras tanto, en otros escenarios industriales y como resultado de sus investigaciones y experimentos científicos, se profundiza al tiempo que se industrializa todo lo relacionado con: la materia, el cosmos, lo cuántico, la genética y la energía. Proceso en el cual no hay moral ni ética, ni tratados internacionales que detengan las estrategias de esas potencias hegemónicas para provocar el consumo de sus productos en los mercados globales. Y de esa forma, a nivel local, el impacto social de la llegada de tecnología foránea marca el ritmo de nuestra producción desde cuatro perfiles socios culturales cuyas particularidades e incidencias les hace diversos entre sí, siendo esos aspectos sociales el punto de partida de este estudio que se enfoca en los cuatro perfiles socio culturales sobre la base del uso de las habilidades blandas y duras en República Dominicana:



Fuente: W. Caracas (2025).

PERFIL SOCIOCULTURAL INSTRUMENTALIZADO

En ese escenario socializante de contradicciones y legitimaciones entre el saber hacer, y que el entorno deje ser y hacer, es que llega desde fuera la cuarta revolución industrial con todas sus novedades –como las anteriores– a su ritmo geopolítico, con la imposición conceptual y transcultural, como ya es costumbre desde finales del siglo XVIII. Período desde el cual en el país se consolidaron cosmovisiones de sobrevivencia al ser impactados los sectores productivos nacionales por los factores siguientes: en 1907 se firmó la “convención” que entregó el desarrollo industrial y sus mercados a los empresarios norteamericanos, quienes contaron con el apoyo de “las ondas hertzianas, al instalarse sistemas de comunicación radiotelegráficos con fines geoestratégicos” (Veras, 2019); bajo los principios del “Comité Creel”¹¹ cuyo objetivo era influir en la opinión pública local y del resto del mundo, sobre los beneficios de tener presencia militar de esa potencia en territorios extranjeros.

Esa batalla por el posicionamiento de los mercados nacionales llegó a su máxima intensidad en 1919, con la creación de la mal llamada “reforma arancelaria” por parte de los intereses estadounidenses. Para ello se utilizaron las mismas tácticas expansivas antes usadas contra México y Centroamérica, que consistían en empréstitos onerosos, debilitamiento y desorganización del Estado dominicano; ruptura forzada con los mercados europeos, bloqueos, sanciones económicas, censura de los medios de comunicación y saturación de propaganda de productos norteamericanos que finalmente conquistaron para siempre el consumo dominicano. Entre ellos, el “monopolio conformado por General Electric, Westinghouse, AT & T, Western Electric Company y United Fruit Company, todas estas empresas controlaban lo que se llamó Radio Corporation of America, mejor conocida como RCA. En consecuencia, muchos comerciantes locales quebraron” (Veras, 2019), lo que impactó en la pérdida de empleos a nivel nacional.



Fábrica industrial con maquinaria antigua. Fuente: freepik.es

Y así fue como se impusieron habilidades de servicios a los países de la región durante la primera revolución industrial, para que permitieran la salida con fines de depredación, saqueo y explotación de la materia prima que los convertiría (a ellos) en las potencias industriales que hoy son; por tal razón, se impuso la adaptabilidad a la autoridad máxima y a la rutina de actividades, con lo cual se descartaron competencias como emprender, investigar y experimentar sobre campos desconocidos.

De esa forma se fomentó la aceptación incuestionable de toda tecnología foránea, lo que se convirtió en una disfunción total del proceso enseñanza-aprendizaje de la ciencia al eliminar habilidades de búsqueda, creación e innovación para los estudiantes. Sin embargo, era necesario poseer conocimientos basados en el “quehacer mecánico”, es decir, habilidades de gestión mediante técnicas para crear operarios de las máquinas, la electricidad, la radio, el telégrafo y todo dentro de los “enclaves”;¹² que fue donde se empezó a instrumentalizar a nuestros trabajadores con especialización, división del trabajo, jerarquía de mando, disciplina, obediencia, reglas, impersonalidad y comunicación formal y distante.

9. Wall Street es conocido como el mayor distrito financiero de la ciudad de Nueva York y del mundo. Se ubica en la Bolsa de Valores de Nueva York.

10. Se sabe que puede ocurrir, pero no se sabe cuándo y en la incógnita desconocida no se sabe qué puede ocurrir, ni cuándo.

11. Por iniciativa del periodista Creel, se reunió a un grupo de periodistas académicos, agentes de prensa, editores, artistas y otros manipuladores de la opinión pública, como asesores del gobierno norteamericano de Wilson durante la Primera Guerra Mundial.

12. Zona incluida en la demarcación sometida a una administración, pero dependiente de otra distinta normalmente vecina.

Mientras esa cosmovisión reduccionista se imponía en los enclaves, el resto de la economía marchaba lentamente al ritmo de la agricultura sin ninguna alteración educativa y cultural, y ajenos a toda revolución industrial; pasividad que posteriormente tendría consecuencias asimétricas en el aprendizaje de habilidades, lo cual se evidencia en la desigualdad cognitiva actual entre la educación pública y la privada. Eso modela lo que se ha identificado como “perfil sociocultural instrumentalizado”,¹³ en el que es posible notar que las características de los que han sido identificados en ese perfil dependen siempre de la aprobación social y muy poco de su criterio particular; cuyas secuelas han perdurado hasta hoy, tal como lo evidencian Amésquita y De la Rosa (2018) en la estructura de debilitación social que se impuso desde entonces y que afecta:

El desarrollo de la educación durante los ocho años en que asumieron el control del territorio nacional, y sólo se preocuparon por organizar el Estado para sus propósitos estratégicos. La reforma educativa del gobierno norteamericano de ocupación suprimió los institutos sociales de Santo Domingo y Santiago, así como las Escuelas Normales Teóricas de Azua, La Vega, San Pedro de Macorís y Puerto Plata. De igual modo eliminaron escuelas primarias y prohibieron que se impartieran exámenes, así como la expedición de títulos en escuelas primarias y secundarias. Durante esos años, la población universitaria tuvo apenas una matrícula de 567 estudiantes.

Dichas políticas educativas pasivas impactaron la actitud de los futuros profesionales hasta el día de hoy, aun cuando posean habilidades duras empleadas en el uso de todo tipo de aplicaciones de la inteligencia artificial (IA); así como habilidades blandas como comunicación, empatía, comunicación y organización, lo que constantemente se sustituye por la información unilateral y el autoritarismo que permite la instrumentalización y control de parte de los poderes fácticos, para excluir de forma sistemática a personas altamente capacitadas y otras con discapacidades,

pero con habilidades. Mientras eso ocurre en las empresas, en las cárceles del país los reclusos tienen la libertad de utilizar todas sus habilidades duras en el uso de bots¹⁴ para clonar tarjetas, usuarios, robo de identidad y estafas millonarias de forma ilimitada.

Realidad virtual que provoca reacciones contraculturales de la actual generación que lucha por liberarse definitivamente de la mansedumbre de ese perfil con sus estigmas, mitos y tabúes que han obstaculizado la creación y producción de alta tecnología en el país, y que ahora sienten la necesidad de alejarse de esa subcultura limitante de obediencia para poder desarrollarse como individuos y como sociedad; en donde la ética, la inclusión verdadera y la equidad sean fundamentales.

Ya que en una economía de mercado es importante tanto el consumo como la producción, y que cuando solo una de ellas funciona lo que se obtiene es una economía de subsistencia, endeudada y empobrecida que no puede competir, es necesario aclarar que moderno es el creador o inventor de todo tipo de tecnología, y modernizante es el consumidor de lo que el otro construyó. La antítesis de eso reclama una nueva cosmovisión dentro del sistema educativo y productivo, al no aceptar más la “vieja creencia” inculcada a nuestros abuelos y padres para que predicaran a las posteriores generaciones que “tenían que estudiar”, lo cual es fundamental para el desarrollo de la humanidad; pero lo que nunca se predicó, por intereses oligopólicos y hegemónicos, es que también se debe ¡inventar!



Fuente: W. Caracas (2025).

PERFIL SOCIO CULTURAL REPETITIVO

Este comprende situaciones de acciones ya conocidas, basadas en simples informaciones administradas por mandato de los estándares de organismos internacionales de calidad que imponen cosmovisiones repetitivas de propaganda en cursos y talleres de lo mismo a nuestros jóvenes y adultos, con lo cual se pierde la pasión que hay en cada uno de ellos para crear lo inexistente y lo necesario, ya que en ese perfil lo común es la repetición de estilos, formas, vocabularios y ritualismo de las acciones, lo que se conoce como actualización.

Praxis que en el campo académico debe cambiar y en el productivo también; es decir, que nuestro sistema educativo debe migrar de lo informativo a la investigación, y de esta a la producción. Y así dejar de repetir mil veces los ejemplos y casos del mismo libro o enlace electrónico que de por sí, siempre empiezan y terminan en un contexto diferente al nuestro, por lo cual se capacitan profesionales que no se adaptan a su sociedad. Por eso pierden contacto con su realidad y no saben cómo insertarse en esta; lo que les resulta extraño y ajeno, y para nada interesante el sentido de curiosidad sobre todo lo local, lo que depone su espíritu de hallazgo en su campo profesional.

Sin obviar el hecho de que en la construcción de esas subculturas y lenguajes se recurre a la memorización conceptual de funciones, lo que hace de los individuos seres predecibles para potenciar en ellos actitudes pasivas necesarias para tener a su disposición un blanco de público con “perfil socio cultural repetitivo”; que tienen las habilidades necesarias para conceptualizar, pensamiento crítico y experiencia en todo tipo de tecnología, pero que no se atreven a romper paradigmas porque prefieren copiar o reciclar vestigios del pasado, en vez de crear prototipos nuevos a partir de cero, lo que también diluye toda competitividad a nivel internacional. Esa praxis social alojada en ese y otros comportamientos

sociales, fue estudiada desde su génesica por el primer sociólogo dominicano, Pedro Francisco Bonó (1906), quien explicaba que:

(...) no es que los dominicanos sean incapaces [de hacerlo de otra manera], pero por efecto de tradiciones recibidas... y de instituciones que caen en manos de veinte generaciones sucesivas ... terminan convirtiendo todo en apariencias de un bienestar que nunca llega, fomentando así una cultura de crédulos, que articulan los ritualismos del absurdo con las normas y funciones institucionales del presente, en donde pensar diferente, con sentido crítico y lógico se considera un peligro que rompe el caos establecido (p.185).

Lo que pone a prueba los límites de la comprensión en torno a este mundo cónico, donde hay personas que dudan sobre lo que ven, escuchan o tocan; y hay otros que creen todo, hasta lo que no han visto o leído, lo que evidencia que continúa la crisis de la razón en el pensamiento humano, que es donde surge la conciencia crítica y por tanto la voluntad para actuar con lo que se conoce como inteligencia. Y es allí donde la incidencia de lo individual y lo social del pensamiento humano debe encontrar correspondencia entre lo que se piensa y lo que se dice; y ambas con lo que se hace, ya que cuando esos tres componentes funcionan armoniosamente en busca de toda esencia, producen resultados novedosos. Y cuando nada de eso funciona así, los enigmas se perpetúan con ayuda de la cultura gregaria que arrastra a todos por igual, en la cual grupos de individuos dentro de la sociedad y en cualquier momento del día realizan acciones inciertas producto del espontaneísmo inducido, que sustituye toda cognición de la realidad cuando el individuo no está consciente de su ser, ni de su entorno.

13. Que las personas son utilizadas como un instrumento, objeto o cosa, con fines preestablecidos por otras.

14. Programa informático que realiza tareas de forma automatizada.

En consecuencia, la inteligencia artificial (IA) profundiza las limitaciones de ese perfil al evidenciar que llegó para sustituir toda actividad repetitiva mediante esa inmensa capacidad para capturar datos a velocidad asombrosa y con aplicaciones materializadas en androides, humanoides, robots, prótesis, cajeros automáticos y celulares; todo lo cual sigue el guion de un menú previamente programado por los mismos bots conductistas que modelan cómo actuar, hablar, vestir, caminar y pensar. Por lo tanto, esa tecnología que también es reproductiva de las labores humanas en sus funciones, anticipa desde ya la desaparición de especialidades.

PERFIL SOCIO CULTURAL CREATIVO

Pero también es cierto que los atrevidos siempre van hasta donde nadie lo ha previsto, por lo cual hay que estar conscientes de que la virtualidad es un proceso científico técnico transitorio hacia la construcción de otra dimensión cognitiva, que en su momento la inteligencia humana superará. Para esa aventura de descubrimiento e invención se cuenta con las neuronas¹⁵ cerebrales que recuerdan que ellas están disponibles las veinticuatro horas para cuestionar todo, lo que provoca la curiosidad de lo prohibido hasta llegar a lo más humano que es la pasión por materializar todo lo inexistente y que la imaginación es capaz de ofrecer; en ese encuentro de emociones y habilidades se produce la ruptura real de paradigmas preestablecidos, lo cual es explicado por Terrazas (2019) de la siguiente forma:

Existen 10,000 tipos específicos de neuronas en el cerebro humano, divididas en tres tipos de neuronas: motoras (para transmitir información del SNC¹⁶ hacia la periferia; sensoriales (para transmitir información desde los receptores u órganos sensoriales hacia el SCN),¹⁷ e interneuronas que transmiten información entre diferentes tipos de neuronas” (unamglobal.unam.mx).

Es decir que toda esa ingeniería neuronal interviene segundo a segundo en la investigación de todo aquello que se presenta como fenómeno,

independientemente del perfil sociocultural del individuo así como de la disciplina o ciencia. También es un hecho que los resultados de ese sistema neuronal tienen su impacto social a través de variables matemáticas, biológicas y sociológicas operadas por la inteligencia humana (IH). De esa forma, la abstracción cognitiva materializa y organiza toda idea dispersa mediante el razonamiento lógico de todo lo percibido en su entorno, lo cual es propio de un “perfil socio cultural creativo” que con ayuda de la imaginación ilimitada está listo para romper toda subjetividad y dar solución a todo lo desconocido.

En esa tarea una herramienta como la big data¹⁸ proporciona a los científicos sociales una capacidad inmensa de información que fortalece las habilidades que no desaparecerán, como la curiosidad, la creatividad, la observación, la exposición al riesgo, la toma de decisiones, la originalidad y el análisis para impulsar el: “Pensamiento creativo o divergente. Ese que crea novedosas soluciones. Al poner en duda los conocimientos ya incorporados o que se dan por sentado, redescubriendo conceptos nuevos. Se orienta hacia una mirada diferente de lo que se conoce” (humanidades.com). Lo cual debe hacer que el país se torne verdaderamente competitivo, y empezar por fomentar y utilizar las habilidades de sus ciudadanos formados en sus instituciones educativas y tecnológicas, así como preocuparse por cambiar la filosofía de sus empresas y empresarios dentro de una cultura de invención y descubrimiento tecnológico.

Y desde luego, con la complicidad de la diversidad de disciplinas nuevas que necesita el país, hacer versátiles a esos habilidosos para trabajar en diversos sectores ya que están capacitados para enfrentar los desafíos de cualquier campo sin necesidad de crear dependencias. Además, evidencian un lenguaje técnico necesario para la conceptualización de lo que se crea y de lo que se descubre para una mejor ergonomía¹⁹ de los públicos receptores. De esa forma, se entra a una nueva dimensión del aprendizaje basado en didácticas emergentes con una visión multidisciplinaria que permite avanzar, como ya lo hacen algunas universidades del país con apoyo del Fondo Nacional de Innovación y

Desarrollo Científico y Tecnológico (Fondocyt, 2023), que aprobó setenta proyectos de investigación. Esa es la nueva realidad del conocimiento que debe conducir a la producción científica, tanto de los docentes como de los estudiantes, además de las empresas y con la colaboración de los medios de comunicación nacionales.

PERFIL SOCIO CULTURAL INDEPENDIENTE



Centro de Emprendimiento, Innovación y Desarrollo de la Universidad APEC. Fuente: Unapec.

¡Pero todo eso no es suficiente todavía! Por lo cual los jóvenes emprendedores sienten la necesidad de transitar hacia otro segmento productivo: el “Perfil socio cultural independiente”. Ese segmento anticipa discretamente el desarrollo y globalización definitiva de nuestra producción científica, ya que se ha comprendido que no se trata de hacer por hacer, sino de ver resultados que impacten a la sociedad, como lo evidencia la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (Onapi, 2023), que patentó veintiséis inventos dominicanos que buscan solucionar problemas cotidianos.

Aunque las cifras son bajas, es un modelo de cómo debe descubrirse lo nuevo de lo nuevo, de ese nuestro mundo que no es tan nuevo, solo desconocido; micro y macro cósmico, habitado por todo tipo de especies. Macro lingüístico y antropocéntrico desde lo cognitivo, que siempre ha estado ahí, como la incógnita que debe ser encontrada y divulgada para ser asumida socialmente por el público en general y la ciencia en particular.

Para que ese gran acontecimiento de la ciencia se produzca, es necesario permitir el análisis y cuestionamiento de todo, con capacidad de fructificación heurística. Es decir, que la inteligencia humana (IH) debe inducir a cambios sociales en los roles productivos del trabajo especializado, pero ahora hacia una visión polímata que es lo que necesita la sociedad dominicana para diversificarse; ya que el quehacer científico es todo un fenómeno multidisciplinario en el cual el término “no aplica” pierde sentido cuando alguien descubre o crea algo dentro de este mundo en el que los obstáculos humanos son un reto permanente para la propia inteligencia humana (IH) acostumbrada a luchar contra la corriente para evidenciar verdades que esperan llegar a todos. Por eso, solo queda dilucidar el dilema del uso de habilidades de un país emergente que debe decidir entre:



Fuente: W. Caracas (2025).

15. La neurona es la unidad estructural y funcional del sistema nervioso. Recibe los estímulos provenientes del medio ambiente, los convierte en impulsos nerviosos y los transmite a otra neurona, a una célula muscular o glandular donde producirán una respuesta (es.wikipedia.org/wiki).
16. El sistema nervioso central (SNC) está formado por el cerebro y la médula espinal. La médula espinal se conecta a una sección del cerebro llamada “tronco cerebral” (share4rare.org).
17. El sistema nervioso central (SNC) es la parte del sistema nervioso que coordina todos nuestros procesos corporales. Controla funciones vitales como respirar o caminar, o cómo reaccionamos ante una emergencia (kernpharma.com/es).
18. Que las personas son utilizadas como un instrumento, objeto o cosa, con fines preestablecidos por otras.
19. Programa informático que realiza tareas de forma automatizada.

CONCLUSIONES

En consecuencia, no basta solo un análisis crítico y un razonamiento lógico, sino que además es necesario ir más allá del sentido común y pasar a la acción transformadora del sujeto y del entorno mediante la invención. Porque si la inteligencia humana (IH) es innata a todo ser vivo, entonces hay que hacer uso de ella, crear de todo para ser independientes tanto a nivel nacional como internacional, por lo cual el país ya no necesita especialistas, sino polímatas.

Si bien es cierto que algunas profesiones desaparecerán, también es cierto que las habilidades blandas y duras adquiridas mediante la educación formal o de forma empírica, prevalecerán. Pero hay que destacar que los países como República Dominicana se encuentran en una dimensión emergente que debe investigar en todos los campos para incidir en la producción y desarrollar una economía diversificada que no dependa de un solo sector.

REFERENCIAS

Amésquita, Y. y De la Rosa, D. (2018). La educación durante la intervención norteamericana, República Dominicana, Instituto Superior de Formación docente Salomé Ureña.

Anáhuac (7 de noviembre de 2022). Habilidades blandas y duras: ¿cuál es su diferencia? México, <https://puebla.anahuac.mx>.

Capelo, María (4 de agosto de 2024). Así es el documental de HBO Max que explora el miedo tecnológico del año 2000, <https://www.infobae.com>.

Molina, T. (6 de marzo de 2023). “Vivir con el salario mínimo en República Dominicana”, Diario libre.

Pietrangelo, A. (8 de marzo de 2019). Diferencia entre los hemisferios derecho e izquierdo del cerebro: ¿qué significa esto para mí? <https://www.healthline.com>.

Terrazas, B. (2019). Algunos datos interesantes del cerebro. México, <https://unamglobal.unam.mx>.

Valdez, L. (2007). Comunidades productivas: asociatividad y producción en el territorio, República Dominicana, <https://www.eumed.net/libros>.



Niño jugando jenga. Fuente: freepik.es



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

LICENCIATURA EN

COMUNICACIÓN Y PERIODISMO MULTIPLATAFORMA

PRIMERA Y ÚNICA EN LA REPÚBLICA DOMINICANA



Información:

☎ (809) 686-0021, ext.: 2082, 2081 y 2455

✉ admisiones@adm.unapec.edu.do

La influencia de la inteligencia artificial en la carrera de Negocios Internacionales

The image features a person's hands typing on a laptop in a dark, high-tech environment. The background is a blurred cityscape at night, viewed through a window. Overlaid on the scene are various digital and AI-themed graphics, including glowing blue lines, data points, and abstract shapes, suggesting a focus on technology and business.



Dra. María Luisa Montás Valera

ORCID: 0000-0003-4885-9642D

Doctorado en Administración Gerencial, Universidad Benito Juárez, México. Maestría en Gerencia de Mercadeo y Maestría en Educación, Universidad de Camagüey, Cuba. Posgrado en Tutor Virtual, en Argentina. Licenciada en Informática, Universidad APEC (Unapec). En el ámbito laboral, tiene más de treinta años en el desempeño de posiciones como gerente de informática, en Baninter; y gerente de mercadeo y ventas, en las multinacionales 3M y Baxter Dominicana. En el ámbito académico, tiene más de veinticinco años como docente de grado y posgrado. Ha desempeñado las posiciones de coordinador académico, director de admisiones y actualmente directora de la Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales, de Unapec.

Ha colaborado en las siguientes investigaciones: Estudio de necesidades y demanda de estudios técnicos o formativos en la juventud de Villa Juana y su entorno, Promapec, 2018; Estudio de mercado sobre la imagen institucional de la Universidad APEC, 2019; Reforma curricular de las carreras de Mercadeo y Negocios Internacionales, 2019; Análisis valorativo de la virtualidad en los docentes y estudiantes de la Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales, mayo-agosto 2020, Unapec; Comportamiento de compras del consumidor, de las etiquetas de salud en los alimentos, a través del convenio entre Unapec y EAN, Colombia, 2021; investigación doctoral: Mejora de la gestión universitaria a partir de la retroalimentación sobre calidad del servicio al cliente externo e interno, 2022.

Ha publicado los artículos “Sistematización de las jornadas de limpieza de las costas, como Acción de Responsabilidad Social Universitaria”, *Unapec Verde*, núm. 3, 2022; “La virtualidad en los docentes y estudiantes de la Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales”, *Pensamiento*, núm. 3, 2023; y “Mejora de la gestión universitaria a partir de la satisfacción del cliente mediante el Net Prometer Score”, *Observatorio de las Ciencias Sociales Iberoamérica, Eudmed*, núm. 4, 2023; The Impact of Nutritional labels on consumer purchase intentions: The Roles of ethnocentrism and senocentrism and ages as control variable, *www.Albus.lat*, Puebla, México y “La Importancia del Consumidor Verde: impulsando la economía sostenible”, *Unapec Verde*, núm. 5, 2024.

La influencia de la inteligencia artificial en la carrera de Negocios Internacionales

Dra. María Luisa Montás Valera

RESUMEN

Este artículo examina el impacto transformador de la inteligencia artificial (IA) en la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad APEC. La IA ha revolucionado la forma de operar de las empresas, desde la automatización de procesos y optimización de las cadenas de suministro hasta la mejora en la toma de decisiones estratégicas mediante el análisis de datos en tiempo real. Asimismo, su capacidad para personalizar la experiencia del cliente permite a las empresas adaptarse a las demandas culturales y de consumo de los mercados globales.

Se abordan también los desafíos éticos y prácticos asociados con la implementación de la IA, como la privacidad de los datos, el sesgo algorítmico y el impacto en el empleo. Esas cuestiones subrayan la importancia de desarrollar políticas responsables y promover un uso ético de la tecnología. Además, se analizan las competencias esenciales que los profesionales deben adquirir –como análisis de datos, adaptabilidad tecnológica y pensamiento ético– para prosperar en un entorno internacional en evolución constante. Por último, el artículo destaca el potencial de la IA para impulsar la sostenibilidad y la equidad en mercados emergentes, en los que las inversiones estratégicas y la regulación adecuada pueden potenciar su impacto positivo. En ese contexto, la IA no solo representa una herramienta tecnológica, sino además un motor clave para la innovación, el desarrollo sostenible y la competitividad global.

Palabras claves

Inteligencia artificial, negocios internacionales, automatización, análisis de datos, ética empresarial, personalización del cliente.

ABSTRACT

This article examines the transformative impact of artificial intelligence (AI) on the International Business program at APEC University. AI has revolutionized business operations, from process automation and supply chain optimization to enhancing strategic decision-making through real-time data analysis. Additionally, its ability to personalize customer experiences enables companies to adapt to the cultural and consumer demands of global markets.

The article also addresses the ethical and practical challenges associated with AI implementation, such as data privacy, algorithmic bias, and the impact on employment. These issues highlight the importance of developing responsible policies and promoting the ethical use of technology. Furthermore, it discusses the essential skills that professionals must acquire –such as data analysis, technological adaptability, and ethical reasoning– to thrive in an ever-evolving international environment. Finally, the article emphasizes AI's potential to drive sustainability and equity in emerging markets, where strategic investments and appropriate regulation can amplify its positive impact. In this context, AI is not only a technological tool but also a key driver of innovation, sustainable development, and global competitiveness.

Keywords

Artificial intelligence, international business, automation, data analysis, business ethics, customer personalization.

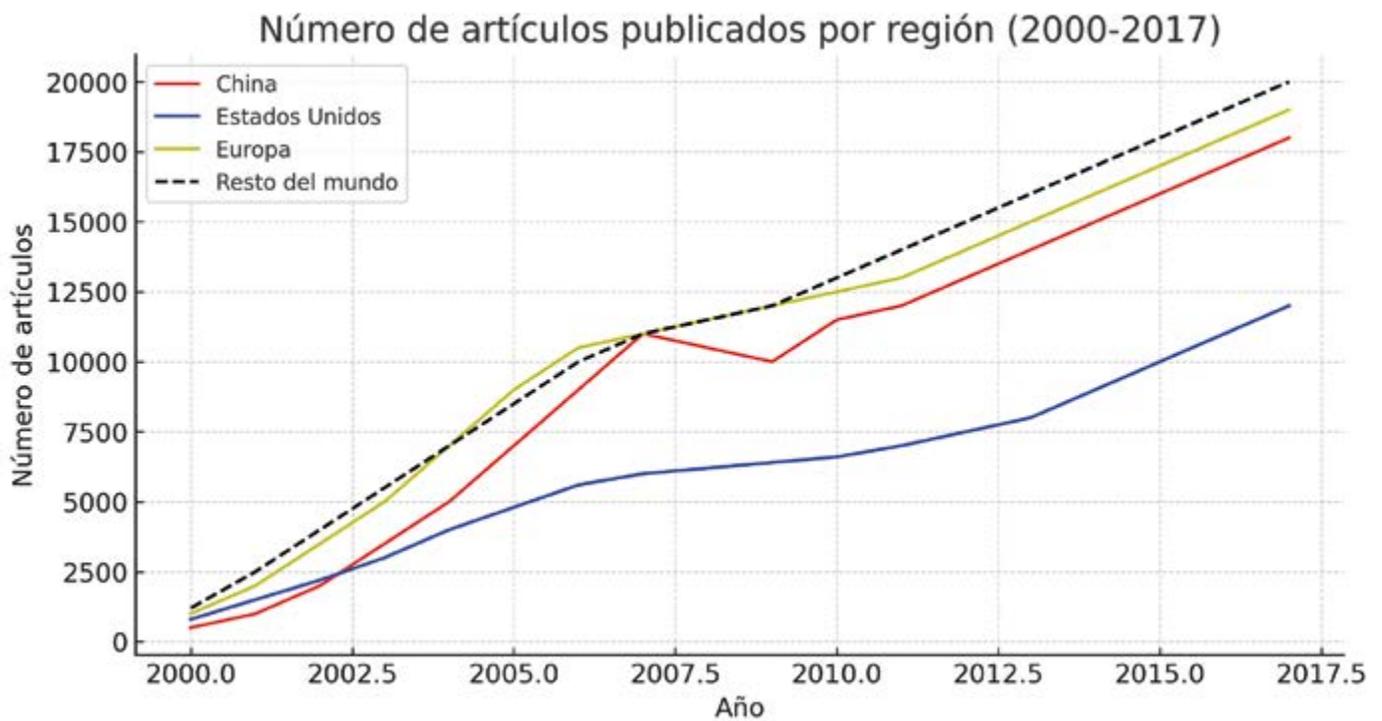
INTRODUCCIÓN

En la última década, la inteligencia artificial (IA) ha evolucionado desde tecnología emergente a convertirse en un pilar esencial de la transformación digital en diversas industrias. En el ámbito de los negocios internacionales, la IA revoluciona la manera en que las empresas interactúan con mercados globales, optimizan sus procesos y responden a las demandas dinámicas de los consumidores. La globalización, junto con los avances tecnológicos, ha ampliado de forma considerable las oportunidades comerciales; sin embargo, también ha introducido desafíos complejos que exigen una adaptación constante por parte de los profesionales del sector. Este artículo examina las diversas formas en que la IA impacta la carrera de Negocios Internacionales, y ofrece una visión integral de las tendencias actuales y las proyecciones futuras.

En un entorno globalizado y competitivo, la inteligencia artificial viene a redefinir los paradigmas

de los negocios internacionales. Esa tecnología no solo transforma la gestión de operaciones y estrategias empresariales, sino que también genera nuevas oportunidades y retos para los profesionales del área (Brynjolfsson y McAfee, 2017). Según datos de Statista, el uso de la IA en América Latina supera el promedio global del 42%. Además, el informe CX Trends 2024 de Zendesk señala que el 70% de los líderes en experiencia de clientes, plantean integrar la IA generativa en múltiples puntos de contacto con los consumidores en los próximos dos años (Zendesk, 2024).

Por otro lado, la inversión en IA varía significativamente entre regiones. Estados Unidos lidera con una inversión privada de 24.9 mil millones de dólares, seguido de China con 9.5 mil millones y el Reino Unido con 4.4 mil millones. Esas cifras reflejan el firme compromiso de esas naciones para posicionarse a la vanguardia del desarrollo y aplicación de la inteligencia artificial en distintos sectores económicos.



Fuente: *Technology Review*, 2019.

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS Y EFICIENCIA OPERATIVA

La inteligencia artificial (IA) ha demostrado ser una herramienta fundamental en la automatización de procesos dentro de los negocios internacionales. Desde la gestión de cadenas de suministro hasta el análisis de datos de mercado, las soluciones que brinda la IA permiten que las empresas operen con una eficiencia significativamente mayor (Makridakis, 2017). Por ejemplo, los algoritmos de aprendizaje automático pueden prever tendencias de consumo y optimizar las operaciones logísticas internacionales, lo que se traduce en una reducción de costos y una mejora del tiempo de respuesta.

Empresas líderes como Amazon y Tesla han implementado la IA de manera innovadora, lo que ejemplifica su impacto. Amazon utiliza IA para analizar grandes volúmenes de datos, como el historial de compras y búsquedas de los usuarios, con el objetivo de ofrecer recomendaciones de productos altamente personalizadas. Además, ha optimizado su logística global mediante una gestión de inventarios eficiente, planificación de rutas de entrega y previsión precisa de la demanda, con lo que se logró reducir costos en su cadena de suministros. Por otro lado, Tesla aplica sistemas avanzados de IA en sus vehículos para funciones de conducción autónoma, y utiliza redes neuronales y algoritmos de aprendizaje automático que mejoran la seguridad y la experiencia del usuario (Zendesk, 2024).

En los mercados emergentes, la IA acelera la transformación digital al optimizar procesos empresariales y facilitar el acceso a los servicios esenciales. En regiones con infraestructuras logísticas limitadas, los algoritmos de aprendizaje automático ayudan a las empresas a planificar rutas de entrega más eficientes y a prever la demanda de productos, lo que permite reducir costos y tiempos de operación. Eso tiene un impacto especialmente significativo en sectores como la agricultura y el comercio, donde las soluciones basadas en IA impulsan la productividad, se promueven prácticas sostenibles y se fomenta el desarrollo económico.

MEJORA EN LA TOMA DE DECISIONES

La inteligencia artificial (IA) ha transformado la forma en que los profesionales de negocios internacionales acceden y utilizan la información. Gracias a las herramientas basadas en IA, ahora es posible analizar los datos en tiempo real, lo que facilita la toma de decisiones informadas en áreas clave como la selección de mercados, la negociación de contratos y la adaptación a regulaciones locales (Davenport y Ronanki, 2018). Además, las soluciones de inteligencia de mercado impulsadas por IA permiten identificar oportunidades emergentes con mayor precisión y evaluar riesgos potenciales de manera más eficiente.

Entre las aplicaciones más destacadas de la IA en los negocios internacionales se encuentran el análisis y la predicción de datos, la atención al cliente, la automatización de procesos, la personalización de productos y servicios y la optimización de cadenas de suministro. En el ámbito del servicio al cliente, la IA revoluciona tareas rutinarias y predictivas, lo que ofrece valor añadido a los agentes al liberarles de actividades repetitivas y permitirles centrarse en fortalecer las relaciones con los clientes (Zendesk, 2024). Ese uso estratégico de la IA no solo incrementa la eficiencia operativa, sino que también mejora la experiencia del cliente y posiciona a las empresas para competir de manera más efectiva en un mercado globalizado y dinámico.

PERSONALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

En el ámbito del comercio internacional, la personalización es un factor clave para atraer y fidelizar clientes en distintas regiones del mundo. La inteligencia artificial (IA) permite procesar grandes volúmenes de datos y comprender las preferencias culturales y de consumo de audiencias diversas, lo que facilita la creación de estrategias de marketing más efectivas y adaptadas a las particularidades de cada mercado (West, 2018). Un ejemplo destacado es Spotify, que utiliza algoritmos de IA para analizar el historial de escucha y las preferencias individuales de los usuarios. Eso le permite ofrecer recomendaciones musicales personalizadas y listas de reproducción diseñadas específicamente para cada persona, lo que mejora significativamente la experiencia del cliente (Zendesk, 2024).

En regiones con poblaciones sub bancarizadas, la IA también desempeña un papel crucial en la expansión de los servicios financieros. Herramientas como los sistemas de crédito basados en datos alternativos y los chatbots que operan en múltiples idiomas locales ayudan a mejorar la inclusión financiera. Esas tecnologías no solo facilitan el acceso a servicios básicos, sino que además permiten a pequeñas y medianas empresas (PyMEs) participar de manera más activa en el comercio internacional (Statista, 2022).

En los mercados emergentes la IA transforma los negocios internacionales al potenciar la conectividad digital y acelerar el desarrollo tecnológico. Esos mercados, caracterizados por un rápido crecimiento económico y un incremento en la adopción tecnológica, presentan grandes oportunidades para la innovación. Sin embargo, enfrentan desafíos significativos como insuficiencia en la infraestructura digital, escasez de profesionales capacitados en tecnologías avanzadas y diferencias regulatorias entre regiones. Abordar esas limitaciones será fundamental para maximizar el impacto positivo de la IA en esos entornos.

DESAFÍOS ÉTICOS Y DE PRIVACIDAD

Aunque la inteligencia artificial (IA) ofrece innumerables beneficios, su implementación también trae consigo desafíos importantes que deben ser abordados. Entre los más destacados se encuentran la privacidad de los datos, el sesgo algorítmico y el impacto en el empleo, aspectos que requieren la atención de los profesionales de negocios internacionales (Makridakis, 2017). Esos retos subrayan la necesidad de desarrollar políticas y prácticas éticas que promuevan un uso responsable y equitativo de la IA, y que se garantice tanto la protección de los derechos individuales como el bienestar social.

Ahora bien, uno de los mayores obstáculos para la adopción de la IA en los mercados emergentes es la insuficiencia de infraestructura digital. Muchas empresas enfrentan limitaciones derivadas de la falta de conectividad confiable, lo que dificulta su capacidad para implementar soluciones de IA que dependen del análisis de grandes volúmenes de

datos en tiempo real. Además, la fragmentación de las regulaciones entre países complica la creación de estándares unificados para la implementación de esa tecnología. Esas barreras no solo retrasan la adopción, sino que también limitan el impacto potencial de la IA en esos entornos. Asimismo, las diferencias culturales juegan un papel crucial en la aceptación y el uso de la IA. La percepción pública y la disposición para adoptar esas tecnologías pueden variar significativamente entre regiones, lo que exige un enfoque culturalmente sensible para su implementación y regulación. Superar esos desafíos será fundamental para garantizar que los beneficios de la IA sean accesibles de manera global y equitativa, particularmente en contextos con menor desarrollo tecnológico (Makridakis, 2017).

IMPACTO SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD

La inteligencia artificial (IA) emerge como una herramienta esencial para abordar algunos de los mayores desafíos globales relacionados con la sostenibilidad y el impacto social. Su capacidad para analizar grandes volúmenes de datos, identificar patrones y optimizar procesos transforma sectores claves, promueve una economía más sostenible y fortalece los compromisos hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. La IA desempeña un papel crucial en la optimización de las cadenas de suministro y ayuda a las empresas a reducir su huella de carbono. A través de algoritmos avanzados, las herramientas de IA pueden:

- Predecir demandas con mayor precisión y minimizar la sobreproducción y el desperdicio de recursos.
- Optimizar rutas logísticas, reducir las distancias de transporte y el consumo de combustible.
- Identificar proveedores más cercanos y sostenibles, disminuir la dependencia de cadenas de suministro extensas y contaminantes (Makridakis, 2017).

Por ejemplo, empresas globales como DHL y Maersk utilizan sistemas basados en IA para diseñar rutas de transporte más eficientes, lo que ha reducido significativamente las emisiones de

gases de efecto invernadero en sus operaciones internacionales (DHL, s. f.). En sectores como la agricultura, la IA ayuda a gestionar recursos naturales de manera más eficiente (West, 2018 y FAO, 2019). Por ejemplo:

- Se utilizan sistemas de IA para monitorear cultivos y prever necesidades de riego, lo que reduce el consumo de agua.
- Los algoritmos avanzados ayudan a minimizar el uso de fertilizantes y pesticidas, lo que disminuye el impacto ambiental.
- Soluciones basadas en drones e imágenes satelitales permiten identificar áreas de deforestación y diseñar estrategias de reforestación más efectivas.

HABILIDADES REQUERIDAS PARA LOS PROFESIONALES DEL FUTURO

La influencia de la IA redefine las competencias necesarias en la carrera de negocios internacionales. Los profesionales deben desarrollar habilidades en:

- **Análisis de datos:** comprender cómo interpretar grandes volúmenes de información generados por herramientas de IA.
- **Adaptabilidad tecnológica:** estar abiertos al aprendizaje continuo sobre nuevas tecnologías y su aplicación en un contexto global.
- **Pensamiento ético:** ser capaces de tomar decisiones responsables para el uso de tecnologías avanzadas.

Para abordar la escasez de talento especializado, gobiernos y empresas invierten en programas de capacitación en IA y en plataformas de educación accesible. Esas iniciativas buscan cerrar la brecha de las habilidades y fomentar la innovación local, lo que capacita a las nuevas generaciones de profesionales para desarrollar soluciones adaptadas a las necesidades específicas de sus regiones (West, 2018).

El gobierno dominicano ha implementado diversas iniciativas para promover y regular el uso de la inteligencia artificial (IA) en el país. Una de las acciones

más destacadas es el lanzamiento de la Estrategia Nacional de Inteligencia Artificial (ENIA) en octubre de 2023 (MINPRE, 2023), lo que convierte a República Dominicana en la primera nación de Centroamérica y el Caribe en desarrollar una estrategia de ese tipo. La ENIA tiene como objetivo automatizar los servicios ciudadanos, mejorar la educación personalizada y desarrollar aplicaciones que conecten a la sociedad dominicana con un Estado más eficiente. Esa estrategia forma parte de la Política Nacional de Innovación 2030, y busca posicionar al país como líder regional en IA.

Además, el Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (Mescyt) ha aprobado veinte proyectos de investigación financiados por Fondocyt, enfocados en áreas como Agricultura 4.0 y el uso de IA para mejorar los niveles de inocuidad de los alimentos, con una inversión superior a los 120 millones de pesos. También se han establecido programas de formación en IA que incluyen maestrías y doctorados, en colaboración con instituciones nacionales e internacionales (Mescyt, 2024). Esas iniciativas reflejan el compromiso del gobierno dominicano para impulsar el desarrollo y la adopción de la inteligencia artificial, así como mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos y fortalecer la competitividad del país en el ámbito tecnológico.

CONCLUSIONES

La inteligencia artificial (IA) transforma profundamente la forma en que se desarrollan los negocios internacionales, ya que proporciona herramientas avanzadas para mejorar la eficiencia operativa, optimizar la toma de decisiones y personalizar estrategias comerciales. Su impacto es innegable, no solo por las ventajas competitivas que ofrece, sino también por las oportunidades que abre para la innovación y la expansión en mercados globales cada vez más dinámicos. No obstante, su implementación exige un enfoque ético, un aprendizaje constante y una gestión adecuada de los retos asociados, como la privacidad de los datos, el sesgo algorítmico y las disparidades en el acceso a la tecnología.

A pesar de los desafíos, los mercados emergentes representan un terreno fértil para el desarrollo y

adopción de la IA. La rápida expansión de tecnologías móviles, unida al creciente espíritu emprendedor, impulsan la creación de ecosistemas tecnológicos resilientes. Con inversiones estratégicas en infraestructura, iniciativas de capacitación y regulaciones claras, la IA puede convertirse en un catalizador para cerrar brechas económicas, aumentar la competitividad global y desbloquear nuevas oportunidades de comercio internacional. Además, la IA tiene un papel clave en la transición hacia un futuro más sostenible. Al optimizar procesos, reducir emisiones y fomentar el comercio ético no solo contribuye a mitigar el impacto ambiental, sino que también fortalece la integración entre el desarrollo económico, el social y el ambiental. Su potencial para transformar el panorama global es inmenso, siempre que su implementación sea guiada por principios de equidad, sostenibilidad y responsabilidad.

En resumen, la inteligencia artificial no solo es una herramienta tecnológica, sino además un habilitador estratégico para enfrentar los retos de un mundo globalizado y en cambio constante. Aquellos profesionales y naciones que logren adoptarla e integrarla de manera efectiva, estarán mejor posicionados para liderar en un entorno internacional altamente competitivo y orientado hacia un desarrollo más equilibrado y sostenible.

REFERENCIAS

Brynjolfsson, E. y McAfee, A. (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. W.W. Norton & Company.

Davenport, T. H. y Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. *Harvard Business Review*, 96(1), 108-116.

DHL (s.f.). Artificial Intelligence in Logistics: A collaborative white paper by DHL and IBM on implications and use cases for the logistics industry. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://bootcamp.latam.express.dhl.com/es-ar/implementa-la-inteligencia-artificial-a-tu-cadena-de-suministro>

FAO (2019). *The State of Food and Agriculture 2019: Moving forward on food loss and waste reduction*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Makridakis, S. (2017). The forthcoming Artificial Intelligence (AI) revolution: Its impact on society and firms. *Futures*, 90, 46-60. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2017.03.006>

Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (Mescyt) (s.f.). Ministro del MESCyT anuncia avances de RD en inteligencia artificial tras participar en cumbre ministerial en Colombia. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://mescyt.gov.do/noticias/ministro-del-mescyt-anuncia-avances-de-rd-en-inteligencia-artificial-tras-participar-en-cumbre-ministerial-en-colombia/>

Ministerio de la Presidencia de República Dominicana (Minpre) (2023). República Dominicana es la primera nación de Centroamérica con una estrategia de inteligencia artificial. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://minpre.gob.do/comunicacion/notas-de-prensa/republica-dominicana-es-la-primera-nacion-de-centroamerica-con-una-estrategia-de-inteligencia-artificial/>

Statista (s.f.). Tasa de adopción e implementación de inteligencia artificial en empresas a nivel mundial y en Latinoamérica en 2022. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://es.statista.com/estadisticas/1394415/ia-tasa-de-adopcion-e-implementacion-empresarial-mundial-y-comparacion-con-latinoamerica/>

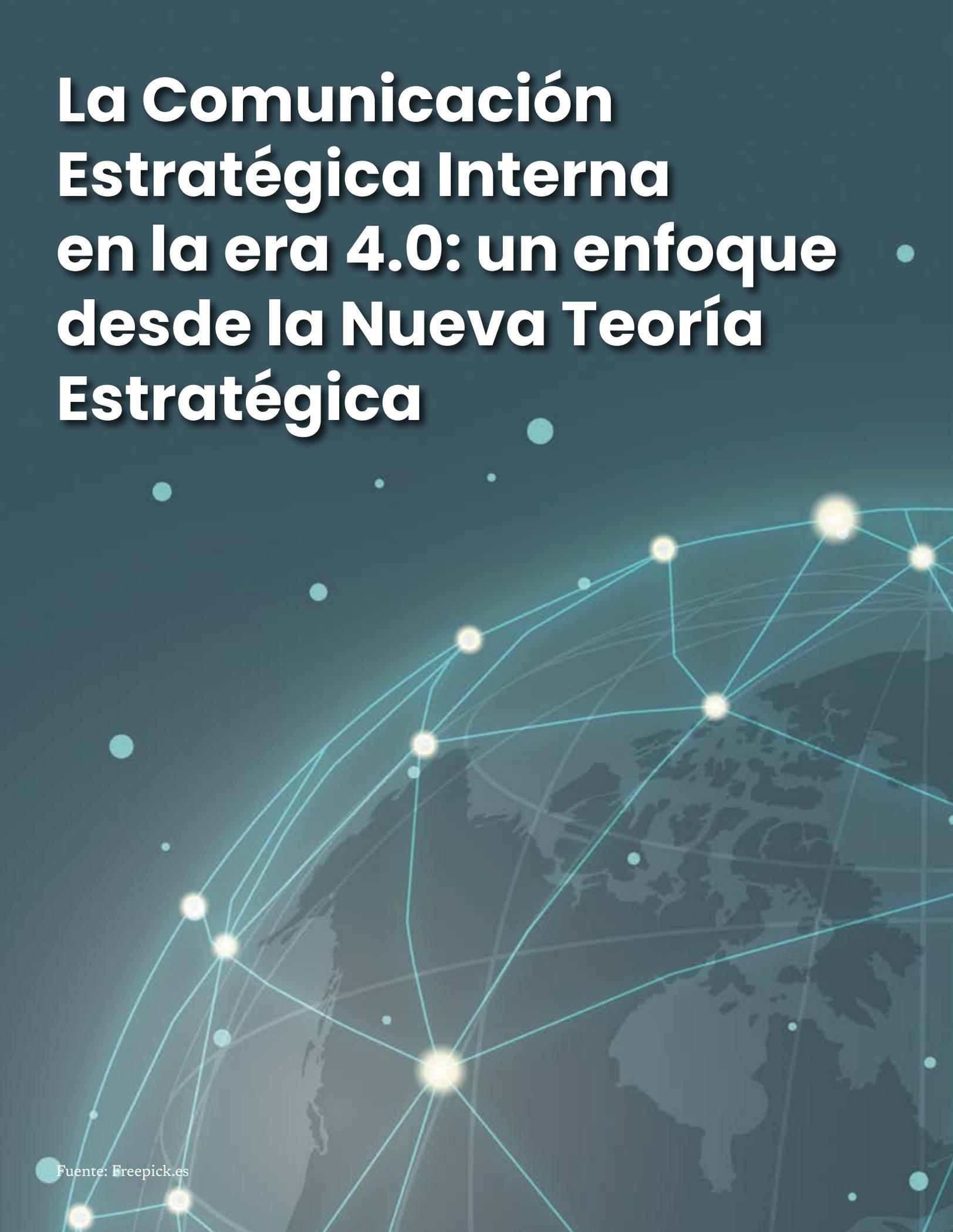
Technology Review (s.f.). Nueve gráficos que demuestran que la IA está en pleno boom. Recuperado el 24 de enero de 2025, de https://www.technologyreview.es/s/10809/nueve-graficos-que-demuestran-que-la-ia-esta-en-pleno-boom?utm_source=chatgpt.com

West, D. M. (2018). *The Future of Work: Robots, AI, and Automation*. *Brookings Institution Press*.

Zendesk (s.f.). 3 ejemplos de empresas que usan Inteligencia Artificial con éxito. Recuperado el 24 de enero de 2025, de https://www.zendesk.com.mx/blog/ejemplos-de-empresas-que-usan-inteligencia-artificial/?utm_source=chatgpt.com

Zendesk. (s.f.). CX Trends 2024. Recuperado el 24 de enero de 2025, de <https://cxtrends.zendesk.com/mx/>

La Comunicación Estratégica Interna en la era 4.0: un enfoque desde la Nueva Teoría Estratégica





Sandra Orjuela Córdoba

Doctora en Comunicación Organizacional, Mención Doctorado Europeo, por la Universidad de Málaga, España. Comunicadora Social y Periodista de la Universidad de La Sabana, Colombia. Homologación del Ministerio de Educación y Ciencia de España al título de Licenciada en Ciencias de la Información, Especialidad/sección Periodismo. Es especialista en Sociología del Consumo e Investigación de Mercados, de la Universidad Complutense de Madrid.

Es directora de HMO Consultores Internacionales y tiene una amplia experiencia a nivel directivo y desde la consultoría para organizaciones multisectoriales en Iberoamérica, en Estrategia, Comunicación, Responsabilidad Social y Sostenibilidad. Ha sido consultora, profesora y conferencista en organizaciones y prestigiosas universidades de doce países iberoamericanos. Ha dictado más de cien conferencias y más de sesenta publicaciones a nivel internacional.

La Comunicación Estratégica Interna en la era 4.0: un enfoque desde la Nueva Teoría Estratégica

Sandra Orjuela Córdoba

RESUMEN

En la era de la digitalización acelerada, la Comunicación 4.0 se ha convertido en un eje central para las organizaciones que buscan fortalecer su relación con sus públicos. Este artículo explora la integración de tecnologías emergentes en la Comunicación Estratégica Interna desde la perspectiva de la Nueva Teoría Estratégica (NTE), y destaca la ética, la sostenibilidad y la humanización del proceso comunicativo.

Palabras claves

Comunicación 4.0, comunicación interna, estrategia, digitalización, Nueva Teoría Estratégica.

ABSTRACT

In the age of accelerated digitalization, Communication 4.0 has become a cornerstone for organizations aiming to strengthen their relationships with their audiences. This article examines the integration of emerging technologies into Internal Strategic Communication through the lens of the New Strategic Theory (NST), emphasizing the role of ethics, sustainability, and the humanization of the communication process.

Keywords

Communication 4.0, Internal Communication, Strategy, Digitalization, New Strategic Theory.

INTRODUCCIÓN

La transformación digital ha redefinido las dinámicas de comunicación en las organizaciones, al exigir un enfoque estratégico que equilibre la innovación tecnológica con principios éticos y relacionales. La Comunicación 4.0 implica la adopción de inteligencia artificial, realidad aumentada, big data y otras herramientas que facilitan la interacción en tiempo real con los públicos. No obstante, la implementación de esas tecnologías plantea retos relacionados con la transparencia, la equidad y la confianza. En ese contexto, la Nueva Teoría Estratégica ofrece un marco de referencia que sitúa las relaciones humanas y la sostenibilidad en el centro de la gestión comunicacional.

INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES EN LAS ORGANIZACIONES

Las tecnologías emergentes –como la inteligencia artificial (IA), la realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV)– permiten que las organizaciones transformen sus interacciones con los públicos mediante experiencias personalizadas e inmersivas. Su aplicación efectiva requiere de estrategias que combinen la adopción tecnológica con un diseño centrado en el usuario y una gestión ética de los datos.

Las tecnologías emergentes de la Comunicación 4.0 ofrecen herramientas poderosas a las organizaciones para transformar la interacción con sus públicos y fortalecer las relaciones basadas en la personalización, la inmediatez y el diálogo continuo. Ese proceso de integración requiere una visión estratégica que combina la adopción tecnológica inteligente, el diseño de

experiencias centradas en el usuario y una gestión ética y responsable de los datos. En primer lugar, la adopción de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA), la realidad aumentada (AR) y la realidad virtual (VR), permiten a las organizaciones interactuar con sus públicos de manera más personalizada y efectiva. Aclaremos sintéticamente en qué consiste cada una de esas tecnologías:

- De acuerdo con la Comisión Europea (2023), la inteligencia artificial (IA) es un campo de la informática que se enfoca en crear sistemas que puedan realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, como el aprendizaje, el razonamiento y la percepción.
- Esos sistemas pueden percibir su entorno, razonar sobre el conocimiento, procesar la información derivada de los datos y tomar decisiones para lograr un objetivo dado.
- La IA permite que los sistemas tecnológicos:
 - Perciban su entorno.
 - Resuelvan problemas.
 - Actúen con un fin específico.
 - Adapten su comportamiento.
 - Analicen los efectos de acciones previas.
 - Trabajen de manera autónoma.
- Según define SAP (s.f.):

La realidad aumentada es una experiencia interactiva que mejora el mundo real con información perceptual generada por computadora. El uso de software, aplicaciones y hardware como visores de RA, la realidad aumentada se superpone al contenido digital en entornos y objetos de la vida real. Eso enriquece la experiencia del usuario y convierte su entorno inmediato en un entorno de aprendizaje interactivo que es particularmente valioso en los procesos de fabricación e industria 4.0. Permite a los usuarios industriales ser “uno” con los sistemas y máquinas

con los que trabajan, y optimizar y aumentar la tecnología y las redes de IoT con ingenio humano, observación y creatividad.

La realidad aumentada (RA) se puede utilizar en diferentes dispositivos, como teléfonos móviles, tabletas o gafas. En el caso de los teléfonos, la información virtual se muestra en la pantalla; mientras que en las gafas se proyecta una imagen en la lente, lo que crea un efecto similar a un holograma. La RA es una tecnología en constante evolución y se espera que tenga aplicaciones cada vez más innovadoras y creativas.

En cuanto a la Realidad Virtual (RV), en el portal de Retro Informática (s.f.) se puede entender como un sistema informático que en tiempo real genera representaciones de la realidad, que de hecho no son más que ilusiones ya que se trata de una realidad perceptiva sin ningún soporte físico y que únicamente se da en el interior de los ordenadores. La simulación que hace la realidad virtual se puede referir a escenas virtuales, lo que crea un mundo virtual que sólo existe en el ordenador, de lugares u objetos que existen en la realidad. También permite capturar la voluntad implícita del usuario en sus movimientos naturales, proyectándolos en el mundo virtual que generamos, así como proyectar movimientos reales en el mundo virtual.

Por ejemplo, los chatbots y los sistemas de análisis de datos impulsados por IA facilitan la atención en tiempo real y permiten predecir las necesidades de los usuarios. Asimismo, herramientas como la RA y la RV crean experiencias inmersivas que refuerzan el vínculo emocional con las audiencias al ofrecer contenidos altamente interactivos y memorables. Esas tecnologías deben integrarse en los canales de comunicación existentes para maximizar su alcance y utilidad.

En segundo lugar, el diseño centrado en el usuario es fundamental para garantizar que las tecnologías no solo sean funcionales, sino también relevantes para las personas. Metodologías como el Design Thinking permiten que las organizaciones comprendan mejor las

expectativas y comportamientos de sus públicos; y diseñar plataformas y mensajes que sean intuitivos, accesibles y culturalmente significativos. Además, la Comunicación 4.0 debe promover el diálogo bidireccional, crear espacios de participación y co-creación. Eso no solo fortalece el sentido de pertenencia de los públicos, sino que además legitima la relación al reconocer la propia voz como parte esencial del proceso comunicativo.

Un tercer aspecto crítico es la gestión ética y responsable de los datos. En un entorno digital donde la confianza es un activo estratégico, las organizaciones deben ser transparentes sobre cómo recopilan, almacenan y utilizan los datos de sus públicos. Eso incluye garantizar la privacidad y la seguridad de la información, así como prevenir el uso de tecnologías que perpetúen sesgos o prácticas discriminatorias. La transparencia y la ética en la gestión de los datos no solo protegen la reputación de la organización, sino que también refuerzan la confianza de los públicos en su relacionamiento.

En conclusión, las organizaciones que integran las tecnologías emergentes de la Comunicación 4.0 con una visión centrada en las personas y un compromiso ético sólido, no solo fortalecen el diálogo con sus públicos, sino que también consolidan su relevancia y sostenibilidad en un entorno digital cada vez más competitivo. La tecnología debe ser vista como un habilitador de conexiones humanas auténticas y significativas, donde el propósito final sea generar valor a sus audiencias.

COMUNICACIÓN INTERNA 4.0

La Comunicación 4.0 también ha revolucionado la comunicación interna. La digitalización ha facilitado la creación de entornos más colaborativos y participativos, con su enfoque basado en tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, el *big data*, la automatización y las plataformas digitales interactivas que tienen el potencial de revolucionar la comunicación interna dentro de las organizaciones.

Esa transformación no solo mejora la manera en que los mensajes son diseñados, distribuidos y comprendidos; sino que también redefine las dinámicas internas, fomenta una cultura organizacional más transparente, colaborativa e inclusiva. Además, su impacto en el compromiso de los empleados es significativo, ya que fortalece su sentido de pertenencia al permitirles sentirse valorados y escuchados dentro de la organización. Eso se logra al proporcionar herramientas que faciliten la participación, la expresión libre y sin retaliaciones y la retroalimentación constante; lo que conecta sus roles individuales con los objetivos y el propósito colectivo de la empresa. Ese nivel de involucramiento no solo incrementa la motivación, sino que también fomenta la lealtad y el deseo de contribuir al propósito y al logro de los objetivos del negocio y/o institucionales. Los beneficios de la Comunicación 4.0, se pueden resumir en:

1. La Comunicación 4.0 permite personalizar la comunicación interna de forma más efectiva, adaptar los mensajes a las características y necesidades de cada empleado. Herramientas como intranets inteligentes, aplicaciones de mensajería corporativa y plataformas de colaboración integradas con inteligencia artificial facilitan la entrega de información relevante y específica en tiempo real. Ese enfoque no solo asegura que los empleados reciban mensajes que realmente les interesan, sino que también generen retroalimentación al respecto.
2. La Comunicación 4.0 fomenta una bidireccionalidad efectiva y la participación de los empleados. Tecnologías como encuestas digitales, foros en tiempo real y aplicaciones de retroalimentación permiten a los colaboradores expresar sus ideas, preocupaciones y propuestas de manera más directa. Eso contribuye a crear un ambiente de confianza y apertura, en el que los empleados se sienten valorados y escuchados. Ese tipo de interacción bidireccional refuerza una cultura organizacional en la que la colaboración y la innovación se convierten en pilares fundamentales. El impacto de esas herramientas en la cultura organizacional es profundo.

3. La Comunicación 4.0 facilita el flujo continuo y accesible de información, elimina las barreras jerárquicas tradicionales que muchas veces dificultan el intercambio de ideas y la toma de decisiones. Eso promueve un ambiente más inclusivo y colaborativo, donde los empleados pueden participar activamente y sentirse empoderados para contribuir al desarrollo organizacional. Al garantizar que la información llegue de manera oportuna y clara a todos los niveles, se refuerzan valores como la transparencia, la confianza y la adaptabilidad, esenciales para construir una cultura organizada.
4. El efecto en el compromiso de los empleados es profundo y multifacético. La Comunicación 4.0 no solo les proporciona acceso a información relevante y oportuna, sino que también les otorga herramientas y plataformas para participar activamente en la vida organizacional. Ese nivel de participación fortalece el sentido de pertenencia, ya que los empleados sienten que sus ideas y contribuciones son valoradas y tienen un impacto tangible en los resultados de la organización. Además, al fomentar un entorno de retroalimentación continua y colaboración, los empleados desarrollan un mayor nivel de *engagement*.

Este compromiso se traduce en múltiples beneficios, tanto para los empleados como para la organización. Por un lado, aumenta la satisfacción laboral y el bienestar, lo que contribuye a la retención del talento y un ambiente de trabajo más positivo. Por otro lado, la conexión emocional con la misión y los valores organizacionales impulsa el desempeño individual y colectivo, fortalece la productividad y la capacidad de la empresa para adaptarse a los retos del entorno. En este sentido, la Comunicación 4.0 no solo mejora las dinámicas internas, sino que también se convierte en un catalizador estratégico para construir una fuerza laboral más comprometida y alineada con el propósito y los objetivos organizacionales y del negocio.

De acuerdo con Oxean Cross (2023), algunas de las herramientas de IA que pueden aportar ampliamente a la comunicación interna son:

1. Chat GPT: precisión, realismo y practicidad son algunas de las claves de Chat GPT. Asombrosa su capacidad de brindar respuestas que parecen redactadas por las personas, en tan corto tiempo.
2. Dall-E, imágenes gratuitas en segundos: OpenAI continúa su revolución. Esta vez desarrolló una app de Inteligencia Artificial en la que, a través de indicaciones precisas, puede generar una imagen auténtica para utilizar, libre de derechos. Dall-E impresiona por su capacidad de diseñar imágenes reales y arte, a partir de una descripción en lenguaje natural.
3. Copy.ai: podrá obtener un *copy*, texto para un *newsletter*, *copywriting* para nota de *blog* y cualquier texto que necesite redactar, incluso para el envío de un mail corporativo.
4. Beautiful.ai para diseñar presentaciones: se diferencia de otras apps de creación de presentaciones, ya que asegura contar con plantillas inteligentes que eliminan “los pasos obsoletos para que pases de las ideas desordenadas al mensaje correcto lo antes posible”.
5. Fliki, para desarrollo y edición de videos: el guion redactado a través de ChatGPT o Copy.ai puede cobrar forma de video a través de Fliki.ai. Se puede desarrollar escena por escena, buscar las imágenes, GIF o videos que están a disposición para ser elegidos y que representen cada una de ellas.

Comunicación auténtica y humanizada en la era digital: a pesar del uso creciente de algoritmos en la generación de contenido, las organizaciones deben garantizar que su comunicación refleje autenticidad y valores humanos a través de:

- Narrativas de marca y co-creación con los públicos. Las marcas deben involucrar a sus audiencias en la creación de contenido y mensajes, fomentar la participación y el valor compartido.

- Interacción humana y automatización. El equilibrio entre tecnología y contacto humano es clave para construir relaciones duraderas con los públicos. Los chatbots y asistentes virtuales deben complementar, no reemplazar, la interacción personal.

Transformación de la Comunicación Interna en las Organizaciones: la Comunicación 4.0 también ha revolucionado la comunicación interna. La digitalización ha facilitado la creación de entornos más colaborativos y participativos.

- Personalización y accesibilidad: plataformas inteligentes adaptadas a las necesidades individuales de los empleados, permiten la difusión de información relevante y en tiempo real.
- Cultura organizacional y compromiso del talento: la bidireccionalidad en la comunicación interna refuerza la transparencia y el compromiso de los empleados, y fortalece la cultura corporativa.

En definitiva, la Comunicación 4.0 transforma la comunicación interna al hacerla más personalizada, interactiva y orientada a la participación. Eso impacta directamente en la cultura organizacional, al promover la transparencia, la colaboración y la innovación; mientras que refuerza el compromiso de los empleados al conectar sus roles individuales con el propósito colectivo. De esa manera, la Comunicación 4.0 no solo mejora las dinámicas internas, sino que también se posiciona como un recurso estratégico para construir organizaciones más humanas, resilientes y competitivas.

CONCLUSIÓN

La Nueva Teoría Estratégica destaca la necesidad de entender la comunicación como una relación humana que trasciende la transacción. En la comunicación interna, los desafíos éticos y de privacidad derivados del uso de IA y big data en la Comunicación 4.0 deben abordarse desde una perspectiva que privilegie la dignidad y los

derechos de los públicos. Al priorizar la transparencia, la equidad y la ética, las organizaciones no solo protegen la confianza de los consumidores, sino que también fortalecen su legitimidad y sostenibilidad en su entorno.

REFERENCIAS

Plan de Recuperación, transformación y resiliencia (2023). ¿Qué es la inteligencia artificial? <https://planderecuperacion.gob.es/noticias/que-es-inteligencia-artificial-ia-prtr>

Retro Informática. (s.f.). Realidad virtual. <https://www.fib.upc.edu/retroinformatica/avui/realitatvirtual.html>

SAP (s.f.). Realidad aumentada. <https://www.sap.com/latinamerica/products/scm/industry-4-0/what-is-augmented-reality.html>

Oxean Cross (2023). 5 herramientas de IA para optimizar la Comunicación Interna en 2023. <https://www.linkedin.com/pulse/5-herramientas-de-ia-para-optimizar-la-comunicaci%C3%B3n-interna/>



Gafas de realidad virtual. Fuente: Freepick.es



NUEVA LICENCIATURA

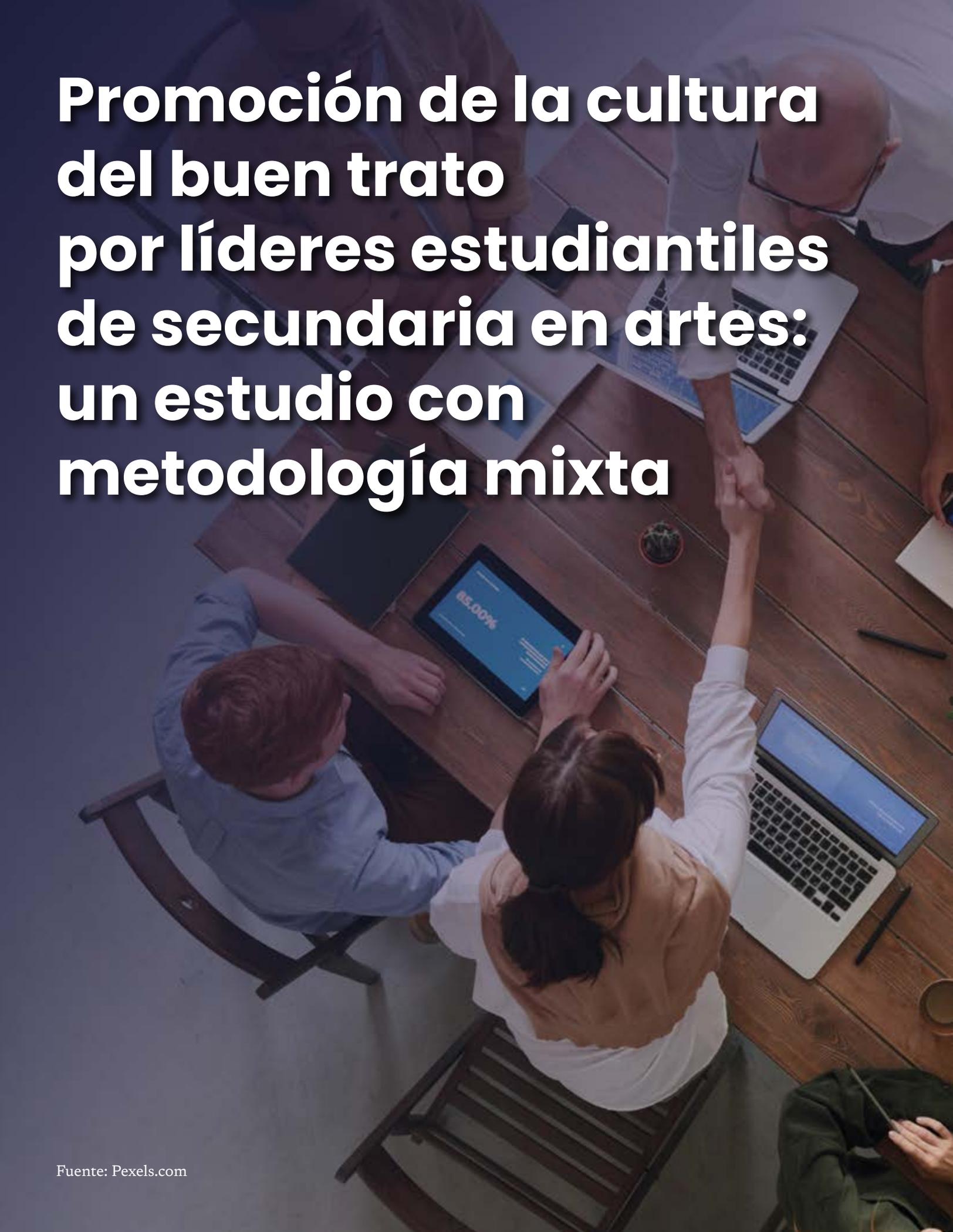
PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL

Información:

 (809) 686-0021, ext.: 2082, 2081 y 2455

 admisiones@adm.unapec.edu.do

Promoción de la cultura del buen trato por líderes estudiantiles de secundaria en artes: un estudio con metodología mixta

An overhead view of a group of people sitting around a wooden table in a meeting. One person is pointing at a laptop screen, while others look on. There are laptops, tablets, and papers on the table.



Anilka Casado Arjona

Artes Visuales, Escuela Nacional de Bellas Artes, ENBA (1996-2000); Licenciatura en Publicidad, Mención Ilustración, UASD (2014); Especialidad en Educación, Mención Inglés, Unicda (2016-2017); Maestría en Lingüística Aplicada a la Enseñanza del Idioma Inglés, UASD (2016-2018), y Maestría en Gerencia Educativa, Unibe (2016-2018). En la actualidad cursa simultáneamente una Licenciatura en Psicología Educativa, UAPA, y una Maestría en Educación Superior, Mención Docencia.

Cuenta con las certificaciones Teaching Knowledge Test (TKT) Module I, II, III ESOL Examination (University of Cambridge, 2007); y con la Habilitación Docente, Universidad INCE (2014-2015).

Se ha desempeñado como asesor, coordinador y docente de diferentes materias y del idioma inglés en el Instituto Tecnológico las Américas (ITLA), Ediciones SM, Consejo Nacional para la Niñez (Conani), Saint George School e Ives System Institute, entre otros. En la actualidad imparte docencia en Universidad Dominico Americano, Utesa, Cambridge University/Antillian Service, Programa Inglés de Inmersión del Mescyt y la Universidad APEC (Unapec).

Promoción de la cultura del buen trato por líderes estudiantiles de secundaria en artes: un estudio con metodología mixta

Anilka Casado Arjona

RESUMEN

La violencia escolar sigue siendo un problema generalizado que impacta los resultados académicos y el bienestar de los estudiantes. Este estudio evalúa las percepciones de los estudiantes de secundaria del Centro en Artes Dr. Fabio A. Mota (Ceafam), con respecto a un programa de cultura del buen trato implementado por la escuela. Con el uso de un diseño mixto explicativo secuencial, se recopilaron datos cuantitativos a través de encuestas con escala de Likert, seguidos de datos cualitativos recopilados de administradores y profesores de la escuela, a través de entrevistas semiestructuradas. Los resultados revelan una discrepancia significativa en las percepciones de los estudiantes que expresan una visión menos favorable de la efectividad del programa, en comparación con la administración y el profesorado. El estudio destaca la necesidad crítica de una mayor participación de los estudiantes en el diseño y la implementación de dichos programas, para fomentar un clima escolar más inclusivo y efectivo.

Palabras claves

Violencia escolar, resolución de conflictos, cultura del buen trato, liderazgo estudiantil, metodología mixta.

ABSTRACT

School violence remains a widespread issue that affects students' academic outcomes and well-being. This study evaluates the perceptions of high school students at the Dr. Fabio A. Mota Arts Center (Ceafam) regarding a positive culture program implemented by the school. Using sequential explanatory mixed-methods design, quantitative

data were collected through Likert scale surveys, followed by qualitative data gathered from school administrators and teachers through semi-structured interviews. The results reveal a significant discrepancy in perceptions, with students expressing a less favorable view of the program's effectiveness compared to the administration and faculty. The study highlights the critical need for greater student involvement in the design and implementation of such programs to foster a more inclusive and effective school climate.

Keywords

School violence, conflict resolution, positive culture, student leadership, mixed-methods approach.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años la violencia escolar ha ganado una atención creciente debido a sus efectos perjudiciales sobre la calidad educativa y el bienestar de los estudiantes y profesores (Unesco, 2019).

Un clima escolar positivo, caracterizado por interacciones respetuosas y una “cultura del buen trato”, es cada vez más reconocido como un factor protector (Shin & Crandall, 2014). El presente estudio investiga las percepciones de los estudiantes del Centro en Artes Dr. Fabio A. Mota (Ceafam) hacia un programa de buen trato implementado por la escuela. Al reconocer esa disparidad, este estudio tiene la intención de analizar cómo la violencia impacta ese proceso y cómo minimizarla. Los estudios anteriores que han revisado el tema de la violencia en las escuelas y determinado los mejores métodos, casi exclusivamente han dejado de lado la voz estudiantil. La intención de este estudio es incluirla

para abordar los problemas. En consecuencia, este estudio investiga las percepciones de esos mismos estudiantes en el Ceafam.

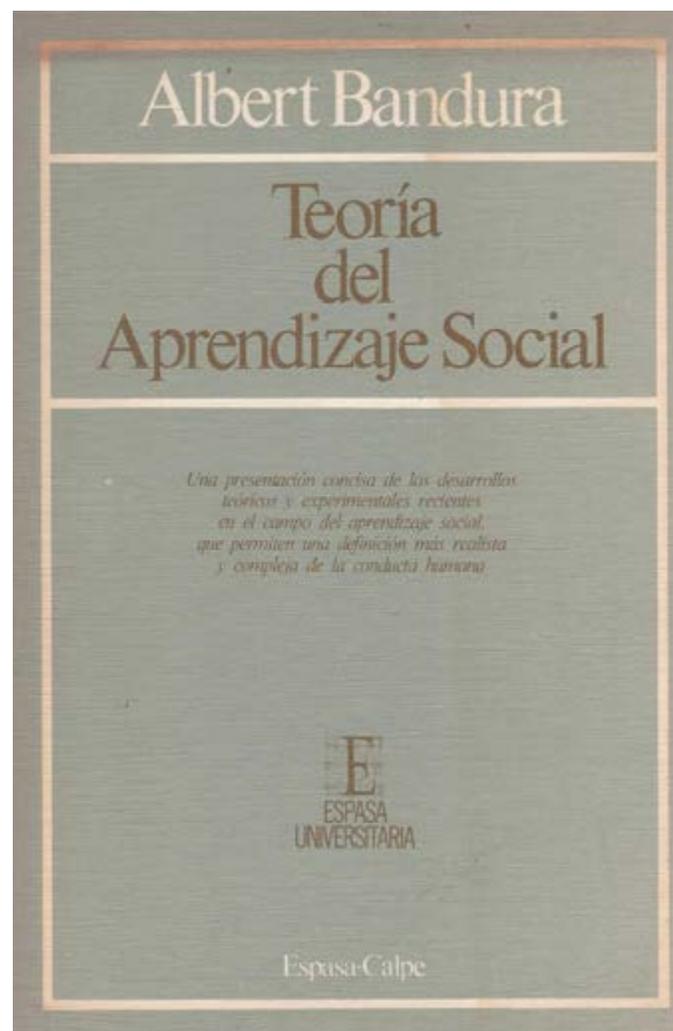
El autor agradece a los estudiantes, profesores y administradores de Ceafam por su participación en este estudio.

ABORDAJE TEÓRICO

Esta investigación se basa en un modelo ecológico que postula que existen múltiples sistemas interconectados que interactúan para generar resultados positivos o negativos en el entorno escolar. Para abordar las diversas dinámicas presentes en este sistema complejo, la presente investigación recurre a una combinación de las teorías de los Sistemas Ecológicos, la del Aprendizaje Social y la del Liderazgo Transformacional. En particular, la Teoría del Aprendizaje Social (Bandura, 1977), también conocida como teoría cognitiva social, sugiere que los comportamientos agresivos se aprenden a través de la observación y la imitación. Desde esa perspectiva, las intervenciones dirigidas a reducir la violencia deben abordar los factores ambientales que contribuyen al modelado y refuerzo de comportamientos prosociales, a la vez que se busca desalentar los modelos agresivos.

De manera complementaria, la Teoría de los Sistemas Ecológicos (Bronfenbrenner, 1979) enfatiza la interconexión de diversos sistemas como la familia, la escuela y la comunidad; en la configuración del desarrollo individual. Por ello, se plantea que abordar la violencia requiere un enfoque multifacético que considere las influencias de todos esos sistemas interrelacionados. En ese sentido, el Liderazgo Transformacional (Bass, 1985) permite comprender cómo promover una “cultura del buen trato” entre los alumnos. Esa teoría postula que los líderes transformacionales inspiran y empoderan a las personas hacia una visión compartida, por lo que se hace fundamental que los líderes fomenten un sentido de comunidad y alienten el comportamiento prosocial entre los estudiantes.

De igual manera, el Modelo Conceptual del Clima Escolar que sigue al National School Climate Center (2014), propone que este clima se comprende a través de componentes claves: la seguridad, entendida como la ausencia de disruptividad; las relaciones, medidas en términos de comunicación y confianza; las estructuras ambientales, en lo que respecta al orden y a la estética; y la enseñanza y el aprendizaje, que comprende la capacidad del maestro para motivar y promover el respeto. Otro modelo para tomar en cuenta es el Marco para la Resolución de Conflictos. Este se entiende como un modelo de cuatro niveles que involucra: la negociación (acuerdo directo), la mediación (asistencia de terceros), la conciliación (terceros proponen resoluciones) y el arbitraje (terceros deciden el resultado).



Portada del libro *Teoría del aprendizaje social*, Espasa-Calpe. Fuente: Amazon.com

Con base en los marcos mencionados, este estudio operacionaliza los siguientes constructos clave: la Cultura del Buen Trato, entendida como las normas, los valores y los comportamientos dentro de la comunidad Ceafam que promueven el respeto, la empatía y las interacciones sociales positivas; el Liderazgo Transformacional, que refiere al grado en que los administradores y profesores del centro educativo exhiben comportamientos asociados con el liderazgo transformacional, como inspirar una visión compartida y empoderar a los estudiantes; las Interacciones Sociales Positivas, o sea, la presencia de comportamientos prosociales como la cooperación, la resolución de conflictos y el respeto por los demás, entre los estudiantes y el personal del Ceafam; y el Clima Escolar Seguro, comprendido como la medida en que los estudiantes y el personal del Ceafam perciben que el entorno escolar es seguro, solidario y propicio para el aprendizaje. Ahora bien, la puesta en práctica de esos conceptos requiere de acciones concretas y procesos que propicien lo que aquí se destaca.

METODOLOGÍA

Este estudio empleó un enfoque mixto con un diseño explicativo secuencial (Dexplis) (Creswell y Plano Clark, 2018). La recopilación de datos se realizó en dos fases distintas.

- Participantes: los participantes incluyeron a treinta y tres estudiantes de sexto grado de secundaria en el Ceafam seleccionados mediante muestreo por conveniencia, y a diez docentes y dos miembros de la administración.
- Instrumentos de recopilación de datos:
 - Encuesta para estudiantes: se administró una encuesta con escala de Likert a los estudiantes para evaluar sus percepciones de la “cultura del buen trato” en el Ceafam, esta se centró en la efectividad de las estrategias implementadas, los esfuerzos de prevención de la violencia y los mecanismos de resolución de conflictos.

- Entrevistas con docentes y administradores: se realizaron entrevistas telefónicas semiestructuradas y en profundidad con los administradores y profesores de la escuela, para recopilar sus perspectivas sobre el clima escolar, la efectividad del programa de buen trato y la participación de los estudiantes.
- Procedimientos de análisis de datos: los datos cuantitativos se analizaron con el uso de estadística descriptiva (frecuencias, porcentajes) y estadística inferencial (Anova). Los datos cualitativos de las entrevistas se analizaron mediante análisis temático (Braun & Clarke, 2006).

RESULTADOS

Los datos cuantitativos revelaron:

- Bajo a medio respaldo de la efectividad de la “cultura del buen trato”.
- Una mayoría del 56.84% de los estudiantes creía que las acciones tomadas por la escuela eran inadecuadas.
- El grupo de estudiantes se dividió entre participantes activos y pasivos, y el grupo pasivo encontró menos valor en el programa.

Los datos cualitativos revelaron:

- Discrepancias en las percepciones: los profesores y administradores generalmente sintieron que la escuela estaba en proceso de lograr un entorno seguro y solidario, mientras que los estudiantes percibieron que el profesorado subestimaba los problemas en la escuela.

DISCUSIÓN

- Los resultados sugieren que el programa de “cultura del buen trato” del Ceafam no ha tenido un éxito total en la creación de un clima escolar positivo. Para lograr avances, debe haber un mayor enfoque en las necesidades de los estudiantes (Thapa et al, 2013).

- Los resultados parecen indicar la necesidad de que las escuelas presten más atención a los estudiantes, para mejorar su agencia y compromiso (Uparela y González, 2010). Un modelo más robusto de inclusión estudiantil puede conducir a mejores resultados en el Ceafam.

CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

Este estudio destaca la importancia de involucrar activamente a los estudiantes en el diseño e implementación de las iniciativas. Con base en los hallazgos encontrados, se ofrecen las siguientes recomendaciones:

- Aumentar la participación de los estudiantes: involucrar activamente a los estudiantes en el diseño, la implementación y la evaluación de las iniciativas en toda la escuela.
- Empoderar a los estudiantes: brindar oportunidades de desarrollo profesional para que los estudiantes mejoren sus habilidades en liderazgo.
- Abordar la inclinación artística: buscar formas de fomentar la inclinación artística de Ceafam.

LIMITACIONES

Este estudio tiene varias limitaciones. El tamaño de la muestra fue relativamente pequeño y el estudio se realizó en una sola escuela, lo que limita la generalización de los hallazgos. La investigación futura debería incluir muestras más grandes y diversas.

REFERENCIAS

- Bandura, A. (1977). Teoría del aprendizaje social, Espasa-Calpe.
- Bass, B. M. (1985). Leadership and performance beyond expectations, New York: Free Press.
- Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

Bronfenbrenner, U. (1979). The ecology of human development, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Creswell, J. y Creswell, D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, USA, Sage.

National School Climate Center (2014). School climate guidelines. Benchmarks to promote effective teaching, learning and comprehensive school improvement.

Thapa, A.; Cohen, J.; Guffey, P. y Higgins-D'Alessandro, A. (2013). A review of school climate research, *Review of Educational Research*, 83(3), 357-385.

Unesco (2019). Behind the numbers: ending school violence and bullying.

Uparela, B. y González, S. (2010). Liderazgo. Programa Medellín Solidaria, Colombia.



Estudiantes colaborando en sus tareas. Fuente: freepik.es

OFERTAS DE POSGRADO

FACULTAD DE HUMANIDADES



www.unapec.edu.do | Tel.: (809) 686-0021

Av. Máximo Gómez #72, Santo Domingo, R. D.

ESCUELA DE ARTES Y COMUNICACIÓN

Doctorado en Comunicación
Maestría en Comunicación y Desarrollo Transmedia
Maestría en Educación Artística y Desarrollo Cultural
Maestría en Gerencia de la Comunicación Corporativa

ESCUELA DE DERECHO

Doctorado en Gobernabilidad en un Estado de Derecho
Maestría en Derecho Administrativo y Tributario
Maestría en Derecho de Familia
Maestría en Derecho Marítimo
Maestría en Derecho Penal y Procesal Penal
Maestría en Relaciones Internacionales

Admisiones

Escanea el código QR e insíbete.





Centro Internacional de Altos Estudios de la Universidad APEC

El Centro Internacional de Altos Estudios de la Universidad APEC (Unapec) tiene su sede en República Dominicana. Su misión es organizar, promover y acoger investigaciones de carácter nacional e internacional.

Está presidido por el Dr. Mauricio Dimant, de la Universidad Hebrea de Jerusalén, como coordinador; y cuenta con un cuerpo de profesores internacionales de reconocida solvencia moral y profesional, entre los que se encuentran:

- Dr. Alfonso de Toro, de la Universidad de Leipzig, Alemania.
- Dr. Carlos Waisman, de la Universidad de California, Estados Unidos.
- Dra. Denise Jardín, de la Universidad Federal de Río Grande do Sul, Brasil.
- Dr. Francisco Carballo, de la Universidad de Londres, Inglaterra.
- Dra. Paloma Román, de la Universidad Complutense de Madrid, España.

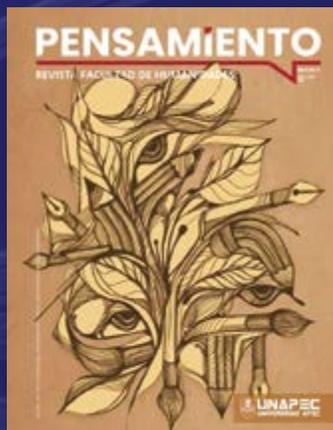
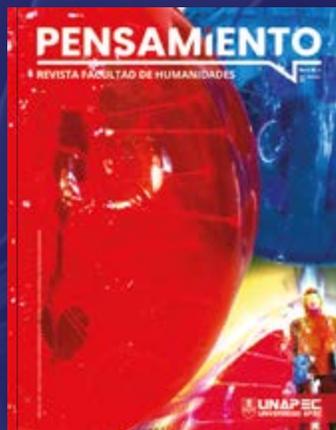
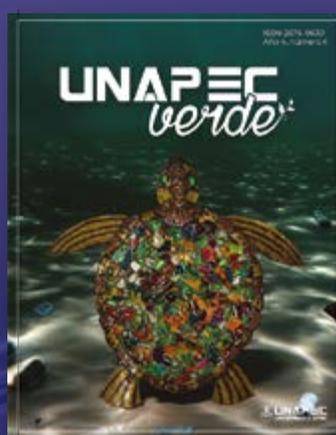
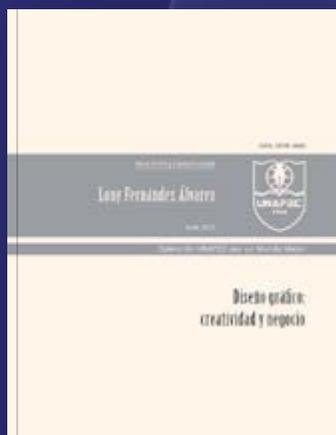
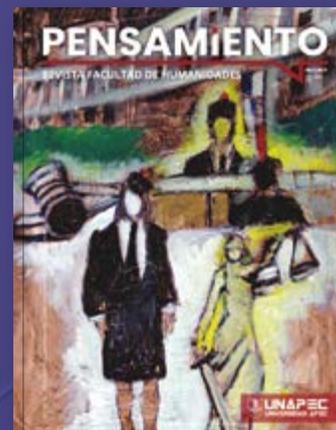
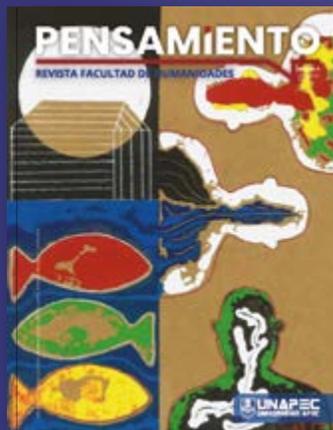
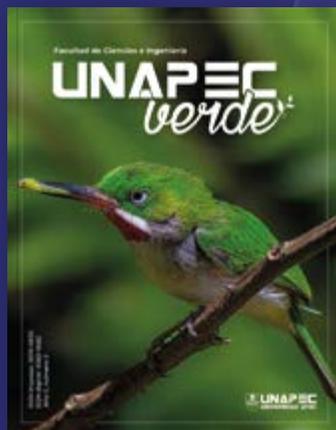
Actualmente ofrece diplomados en:

- Estudios migratorios y Políticas Públicas: que ofrece a los estudiantes participar en las últimas investigaciones nacionales e internacionales sobre los debates en torno a la migración y las políticas públicas.
- Estudios Internacionales: que permite a los estudiantes participar en las investigaciones internacionales relacionadas a los debates más importantes de la agenda global. Su coordinador es el Dr. Mauricio Dimant, de la Universidad Hebrea de Jerusalén.

FONDO EDITORIAL DE UNAPEC

www.unapec.edu.do/publicaciones

ÚLTIMAS PUBLICACIONES





UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC



INSTITUTO SUPERIOR
DE FORMACIÓN DOCENTE
SALOMÉ UREÑA
ISFODOSU

LICENCIATURA EN EDUCACIÓN ARTÍSTICA



Información:

-  (809) 686-0021, ext.: 2082, 2081 y 2455
-  admisiones@adm.unapec.edu.do



UNIVERSIDAD APEC, UNAPEC
Santo Domingo, República Dominicana

Año 4, número 7, enero - junio 2025

© ENERO 2025, ISSN NO. 2811-4833