

## PRESENTACIÓN

Lo único constante es el cambio: evoluciones e integraciones de la comunicación, el diseño y la educación a un cuarto del siglo XXI

### *The Only Constant is Changing: evolutions and integrations of Communications, Design and Education at a quarter of the 21st century*

Han pasado veinticinco años desde el inicio del siglo XXI y desde entonces muchas cosas han cambiado para industrias como la comunicación, el diseño y la educación. La comunicación ha visto la rápida adopción de plataformas como TikTok (Gordon, 2023; Castillo, 2023), nuevos formatos, aplicaciones y comunidades alrededor del *streaming* y herramientas de inteligencia artificial que se multiplican con una velocidad sin precedentes (Olivarría *et al.*, 2021). Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) también han impactado los procesos de diseño; sin embargo, pese a su rápida evolución y desarrollo, habilidades como la creatividad, el pensamiento empático y crítico, así como la capacidad de resolver problemas, siguen siendo fundamentales para crear soluciones efectivas a problemas complejos (IDEO.org, 2025). La educación no se queda atrás, pues la irrupción de la inteligencia artificial ha replanteado la forma en que deben desarrollarse los procesos de enseñanza-aprendizaje. En este contexto, la integración de estas tecnologías es clave, pero tampoco implica que enseñar a “promptear” equivalga a aprender a pensar (Bril & Burdman, 2025).

Ante estos diversos cambios, los artículos y ensayos que conforman el número 19 de Revista Abierta nos brindan reflexiones y hallazgos críticos para ampliar y contextualizar algunas de estas evoluciones y transformaciones en el contexto salvadoreño.

El primer artículo nos invita a entender “El juego de las miradas que ven sin ser vistas”. Omar Luna, Ignacio López y Diego Manzano hacen un análisis del fenómeno *La casa de Yeik*, que en El Salvador acumuló más de 31 millones de visualizaciones. Los autores plantean el retorno del género del *reality show*, pero desde un formato híbrido e inmerso en un ecosistema transmedia y de prosumo digital. Sobre el primer aspecto, los autores explican que se trata de un nuevo tipo de *reality show* que retoma aspectos de la televisión y se combina con el *streaming* y las redes sociales para ampliar su alcance, visibilidad y generar conversaciones que trascienden las propias plataformas. Sobre el segundo punto –el prosumo digital–, identificaron que las audiencias construyeron dinámicas de interacción social que se basaron en vigilar, aprobar o castigar simbólicamente a los participantes del programa, lo cual fue facilitado por las plataformas digitales que permiten a los usuarios participar en tiempo real mientras se desarrollaba el programa.

Siguiendo con el ámbito mediático, en el segundo artículo Gabriel Campos nos habla de las nuevas celebridades de internet, esas que ganan protagonismo en los medios y que, a diferencia de aquellas que provienen de los medios tradicionales, no deben poseer necesariamente ningún talento artístico ni ser deportistas de alta competencia. Para el autor, lo único que necesitan son plataformas

como TikTok, que les brindan dos factores clave: primero, les da visibilidad a personas que simplemente muestran su cotidianidad y normalidad a través de videos que incluyen humor, bailes y que mueven emociones; segundo, les permite generar empatía con las audiencias. Estos factores son los que estos nuevos creadores de contenido necesitan para convertirse en las nuevas celebridades salvadoreñas y los que las audiencias toman en cuenta para mantenerse como fieles seguidores de estos *influencers*.

Pasando al ámbito de la educación y su integración con la tecnología, el artículo de Melissa Trigueros nos explica la importancia de los procesos de diseño centrados en las personas y el rol de las TIC en el diseño de soluciones. A través de una metodología mixta y participativa, identifica que las dificultades y barreras que enfrentan los estudiantes salvadoreños en China durante su proceso de aculturación no solo son educativas y lingüísticas, sino también culturales y sociales. A pesar de que existen diversos esfuerzos para lograr una mejor integración de los estudiantes a un nuevo país y cultura, estos son aislados y fragmentados, pues no reconocen las diversas etapas por las que atraviesan los distintos estudiantes. Por ello, propone una plataforma digital para centralizar estos esfuerzos y adecuarse a los distintos recorridos educativos de los salvadoreños que estudian en el país asiático.

Finalmente, este número lo cierra María Elena Enríquez con un ensayo que analiza la comunicación gubernamental en torno a la adopción de la inteligencia artificial en la educación salvadoreña. La autora sostiene que la comunicación se centró en resaltar los beneficios de esta tecnología asociados a la innovación,

la eficiencia y la competitividad global, presentándola como un hito de modernización para el país. Sin embargo, deja de lado aspectos estructurales como la desigualdad educativa, las brechas digitales en la formación docente y en la infraestructura del sistema educativo, factores clave para que su implementación como política educativa sea efectiva. Estas omisiones –a las que denomina silencios estratégicos– evitan que exista un diálogo informado por parte de las audiencias sobre la implementación de estas tecnologías.

Esperamos que los textos contenidos en este número aporten al entendimiento de los diversos cambios que la comunicación, el diseño y la educación están experimentando. Estos textos, sin embargo, no son un punto final, sino un punto y seguido, pues no cabe duda de que estas disciplinas seguirán experimentando cambios que presentarán tanto oportunidades como nuevos retos, lo que las llevará a evolucionar, adaptarse y reinventarse constantemente.

### **Emerson Contreras**

Editor

Dirección de Investigación Institucional  
Escuela Mónica Herrera

[eecontreras@monicaherrera.edu.sv](mailto:eecontreras@monicaherrera.edu.sv)

### **Referencias:**

Bril, T. y Budman, J. (2025, septiembre 12). Promptear no es pensar. ChatGPT en las universidades. *Revista Anfibia*. <https://www.revistaanfibia.com/promptear-no-es-pensar-chat-gpt-universidades/>

Castillo, J. (2023). TikTok, a paso de gigantes en El Salvador. Incidencia de uso y prácticas de consumo que dan los salvadoreños entre 18 y 39 años a la red social. En W. Carballo (Coord.), *Tiktología: consumo, viralidad, cultura, política y marketing en TikTok, desde una mirada salvadoreña* (pp. 14-43). Mónica Herrera Ediciones.

Gordon, R. D. (2023). Chatbots e inteligencia artificial: aportes, innovaciones y aplicación en el desarrollo de sistemas de información empresarial. *Visión Antataura*, 7(1), 132-147. <https://doi.org/10.48204/j.vian.v7n1.a3930>

IDEO.org (2025, 21 de julio). What is human-centered design? A complete guide for innovators. <https://www.ideo.com/blogs/inspiration/what-is-human-centered-design>

Olavarría, D., Luzardo, A., & Mateo-Berganza, M. M. (2021). *Detrás de cámaras: creatividad e inversión para América Latina y el Caribe: aprendizajes de una conversación con voces claves del sector audiovisual*. BID. <http://doi.org/10.18235/0003589>

