

Alfabetización mediática en la universidad cubana para el enfrentamiento a la guerra cognitiva

Adianez Quintana Sallés

Universidad de La Habana

adiz200230@gmail.com

Lisette Sallés Cabrera

Universidad de Ciencias Pedagógicas “Enrique José Varona”

salleslisette@gmail.com

Introducción

La ofensiva imperial contra Cuba no requiere hoy de tanques y granadas. La contienda se produce en la mente de las personas y tiene como principal aliado a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Es la guerra cognitiva. Esta se enfoca en incidir en el pensamiento, transformar los valores y confundir desde el uso de los símbolos de la vida social, a través de la sobreinformación, para generar matrices de opinión contrarias a la ideología de la Revolución. Es, además, una guerra que enfoca en los jóvenes cubanos, su principal objetivo, por la importancia que poseen las nuevas generaciones para el desarrollo del país y la continuidad del socialismo.

Las instituciones de educación superior tienen, por tanto, un enorme reto, así como el deber de redoblar los esfuerzos en aras de alcanzar la calidad y eficiencia de la labor educativa y político-ideológica, para la formación integral del estudiante universitario de hoy.

La integración curricular, desde cada una de las disciplinas que conforman el plan de estudios y, vista como la unidad entre lo académico, lo laboral y lo investigativo, encuentra su concreción desde la fusión entre lo instructivo y lo educativo. El año académico es el espacio donde se materializan todas las acciones contenidas en la estrategia educativa. Es precisamente tal estrategia el escenario por excelencia para diseñar acciones dirigidas a lograr una alfabetización mediática en los estudiantes, una alfabetización que les permita enfrentarse a este complejo entorno digital. Un entorno desde el cual se desarrolla la guerra cognitiva contra Cuba que busca, sobre todo, transformar el pensamiento de los grupos más jóvenes dentro de los diferentes sectores poblacionales.

Indudable resulta la urgencia de que, desde el proceso de formación, el estudiante adquiera una cultura infocomunicacional y mediática, con conocimiento de las múltiples ventajas, pero también de los riesgos del

internet y de las redes sociales; con herramientas para la identificación de noticias falsas, la búsqueda de información en la red de redes, la contrastación de fuentes, entre muchas otras.

Estudios de investigadores nacionales y foráneos (Gutiérrez y Tyner, 2012; González, 2014; Valdivia et al., 2015; Rey et al., 2017; Pindado, 2018; Garro, 2020; Izquierdo, 2020; y Carpi, 2022) reflejan la necesidad de educar en medios. De esta manera, la alfabetización mediática ofrece enfoques que apuntan a fortalecer en los estudiantes el pensamiento crítico reflexivo y la creatividad.

Desde las indagaciones teóricas y empíricas realizadas se ha podido constatar que, en ocasiones, los estudiantes universitarios cubanos tienen carencias, si se trata de autonomía personal frente al uso de la información. No siempre poseen las herramientas para identificar la tergiversación de información y las noticias falsas, mediante las cuales se desarrolla una perenne guerra cognitiva contra la nación antillana para cambiar o reforzar pensamientos y cimientos ideológicos.

Es por ello que el presente trabajo se propone como objetivo reflexionar sobre algunas acciones que pueden concebirse para la alfabetización mediática de los estudiantes universitarios cubanos, como parte de la labor educativa en el proceso de formación. Para el cumplimiento del objetivo, desde una concepción dialéctico-materialista, se emplearon, fundamentalmente, métodos cualitativos, dentro de los cuales se destacan el análisis documental y la triangulación de fuentes. Se aplicó, además, una encuesta a estudiantes universitarios que cursan diferentes carreras, a lo largo del país.

Desarrollo

Para el destacado profesor Pedro Horruitinier Silva (2006), la misión de la universidad moderna, vista desde su acepción más general, es “preservar, desarrollar y promover, a través de sus procesos

sustantivos y en estrecho vínculo con la sociedad, la cultura de la humanidad” (p.6).

El desarrollo científico y tecnológico actual hace que la sociedad cubana necesite, cada vez más, profesionales con “habilidades, motivos y valores que se expresan en un desempeño profesional eficiente, ético y de compromiso social” (Castellanos, 2016, p.148). Para esto se precisa de una formación universitaria de calidad, más acorde con los tiempos que corren.

Y es que, aun cuando suene a cliché, los jóvenes son el futuro de la nación; una nación asediada por un gobierno imperialista y económicamente poderoso, capaz de manipular a la opinión pública internacional gracias a su dominio sobre las grandes transnacionales de la información.

En Cuba se viven tiempos convulsos en los que, al bloqueo económico, comercial y financiero impuesto por Estados Unidos, se suma una guerra comunicacional extraordinaria. El ciberespacio y la mente humana se han configurado como campos de batallas.

Hay un universo de discursos, formas y representaciones políticas que encuentran lugar en los medios de comunicación como plataformas divulgativas e interpretativas de los fenómenos sociales. Es una guerra híbrida, irrestricta. Una guerra que, según el filósofo de la comunicación Fernando Buen Abad, “es una ensalada de canalladas para atacar a los pueblos” (Alonso, 2022). Se está entrando en lo que algunos llaman ya la guerra cognitiva. Esta es entendida como:

El uso integrado y combinado de armas con capacidades no cinéticas y cibernéticas esta guerra busca, mediante la información, la psicología y la ingeniería social, ganar una lucha sin la necesidad de interacción física [...]. Tales ataques intentan cambiar o reforzar cierta clase de pensamientos, influyendo/

radicalizando la forma de pensar de la gente para, de ese modo, afectar la realidad material. (Cognition Workshop, 2021)

La actual sociedad de la información condiciona y cataliza el desarrollo de tal guerra donde influyen: “la saturación y desatención, el empleo de metodologías analíticas irreflexivas, las premisas epistemológicas implícitas simples, la difusión de información asociada a la ingeniería social, y el soporte electrónico creciente con digitalización e internet de las cosas” (José, 2019).

La juventud cubana tiene que enfrentarse entonces a este gigante desafío: no caer en la trampa de la guerra cognitiva, no ser víctimas de la mentira y la tergiversación que se difunde contra nuestro país en distintos medios de comunicación y las redes sociales. No ser dominados por el algoritmo.

Pero, hay que preguntarse: ¿Están listos los universitarios cubanos para librar esta guerra? ¿Tienen las herramientas para sobrevivir en ese entorno mediático donde, a veces sin percatarnos, somos bombardeados constantemente? ¿Prepara la universidad cubana a sus estudiantes para enfrentar la manipulación que los medios ejercen sobre la información?

En Cuba, se necesita otra Campaña de Alfabetización, una de alfabetización mediática. La incidencia en los más jóvenes de la masificación de internet en el país es innegable. Las redes sociales y los medios digitales se han convertido en su principal fuente de información.

Sin embargo, el desconocimiento —o el no dominio a cabalidad de las herramientas para decodificar los discursos mediáticos— convierte a los jóvenes en blanco fácil de la manipulación de información, las fake news, incluso la asunción de determinados valores y representaciones que los medios intentan imponer con sus estrategias comunicativas. De ahí la necesidad de esa

alfabetización mediática; de formar, educar e instruir a los estudiantes universitarios sobre unos contenidos que no reciben en el aula sino fuera de ella (Rey et al., 2017).

La alfabetización mediática ha sido definida como aprendizaje, más exactamente como aprendizaje crítico; es decir, no se trata de un resultado (cerrado y estable), sino de un proceso (abierto y dinámico), mediante el cual los estudiantes, orientados por los docentes, adquieren destrezas y competencias en relación con los medios (Buckingham, 2003; Gutiérrez y Tyner, 2012).

El término se acuñó en la década de 1990, después de que el Departamento de Educación de los Estados Unidos y el Departamento de Salud y Servicios Humanos, publicaran el informe titulado *Teaching Media Literacy: A Framework for K-12 Education*. El documento define la alfabetización mediática como un “conjunto de habilidades que requieren que las personas reconozcan cuándo necesitan información y además tengan la capacidad de localizar, evaluar y usar eficazmente la información necesaria” (*Teaching Media Literacy: A Framework for K-12 Education*, 1990). En paralelo, también es concebida como la adquisición o desarrollo de una serie de capacidades que le facultan al individuo poder analizar, interpretar y transformar una serie de codificaciones propio de los medios de comunicación masiva, incluido las TIC (Garro, 2020).

Para Pindado (2018), el impacto de lo mediático es tan importante que se hace imprescindible proporcionar a los estudiantes los instrumentos para analizar el sistema de medios y examinar el modo en que este sistema, en su conjunto, construye su visión del mundo, su ideología.

Por tanto, la alfabetización mediática puede ser de suma utilidad a la hora de instruir a los estudiantes y capacitarlos para que comprendan los mensajes de los medios y sepan adoptar una actitud crítica ante ellos (Rey et al., 2017). De acuerdo con

Carpi (2022), la histórica preocupación por la forma en que los medios pueden influir en la relación del hombre con su entorno ha cobrado ya una dimensión más sistematizada, con un enfoque de ciencia en el campo de la pedagogía y la comunicación.

La Asociación de Alfabetización Mediática (AML) propone un conjunto de competencias individuales jerarquizadas en tres niveles: a) competencias de accesibilidad y empleo de los medios; b) comprensión y crítica; y c) producción comunicacional y creativa (Area et al., 2015). Estas generan un impacto que va más allá de adquirir normas de conducta, pues engloba aspectos como la relación cognitiva del individuo frente a los medios de comunicación y el desarrollo del lenguaje, interiorización de valores y criterios respecto del empleo ético y democrático de la información, los niveles de codificación, evaluación y comunicación, entre otros (Area et al., 2015; Cuervo et al., 2014; Fuster et al., 2021).

Indudablemente, el posicionamiento de las redes sociales como el espacio preferencial de los jóvenes para informarse los ha expuesto, como nunca antes, a infinidad de mensajes sesgados, sobredimensionados, agresivos y, en muchas ocasiones, tergiversados.

El informe de 2022 del Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo recoge que, en América Latina, las redes sociales como WhatsApp, Facebook, YouTube Instagram y Twitter constituyen las fuentes claves de información. La investigación, realizada en seis países de Latinoamérica, muestra que Facebook es la principal red social para noticias en la región, pues el 59% de los encuestados lo utiliza para mantenerse al tanto de los acontecimientos. Ello demuestra cuánto han revolucionado las redes sociales digitales la producción y consumo de noticias; y Cuba, por supuesto, no está ajena a tal fenómeno.

Es aquí donde el concepto de alfabetización mediática cobra verdadera significación, pues busca

ofrecer a las personas herramientas para identificar las estrategias y recursos que emplean los medios para la producción social de comunicación; y, como plantea Carpi (2022), valorar sus mensajes, con el suficiente distanciamiento crítico como para minimizar los riesgos de manipulación. Educar en medios tiene como uno de sus objetivos el uso responsable, consciente, crítico y reflexivo de la información.

Latorre (2013) señala que “los ciudadanos han contado con pocas experiencias académicas curriculares en su formación, relacionadas con competencia mediática, a pesar de la presencia masiva de los medios de comunicación en la vida personal y social” (p.12). La alfabetización mediática no ha sido un tema central para la educación superior cubana y, como resultado, no existe un reflejo directo en los planes de estudio. Ha faltado, además, la instrucción de los docentes para que puedan transmitir ese conocimiento de manera adecuada a sus estudiantes.

Para conocer el nivel de preparación que los estudiantes universitarios cubanos poseen para hacer frente a la realidad mediática actual y enfrentar la guerra cognitiva contra Cuba desde el espacio digital, se elaboró una encuesta de cinco preguntas. En esta participaron 23 estudiantes: seis de ellos pertenecientes a la Universidad de La Habana (tres de la Facultad de Comunicación, y uno de las facultades de Biología, Turismo y Lenguas Extranjeras); ocho de la Universidad Tecnológica de La Habana Centro José Antonio Echeverría “CUJAE” (de las facultades de Ingeniería Industrial, Ingeniería Mecánica, Ingeniería Química, Automática y Biomédica e Ingeniería Informática); uno de la Universidad de Ciencias Pedagógicas “Enrique José Varona”, de la Facultad de Ciencias Técnicas; tres de la Universidad de Ciencias Médicas de La Habana “Enrique Cabrera”; uno de la Facultad de Humanidades de la Universidad Martha Abreu de Las Villas; uno de las universidades de Ciencias Médicas de Holguín, Pinar del Río y Las Tunas; y uno de la Universidad de Ciencias de la Cultura Física y el Deporte “Manuel Fajardo”.

Las dos primeras interrogantes de la encuesta fueron encaminadas a conocer si ellos consideran tener las competencias necesarias para enfrentarse al entorno mediático de hoy y si son capaces de identificar las noticias falsas. El resto de preguntas se centró en el papel que la universidad ha desempeñado en la preparación de los estudiantes para desenvolverse en el escenario virtual, desde el cual se desarrolla la guerra cognitiva contra nuestro país.

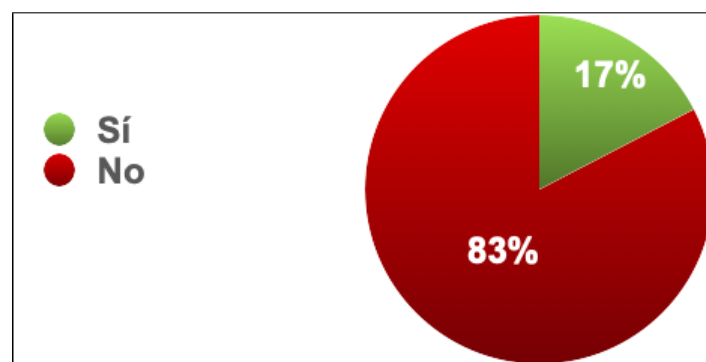
En ese sentido, vale destacar que a la pregunta: “Como parte de tu proceso de formación universitaria, ¿recibes alguna preparación para desempeñarte con éxito en el entorno mediático?”. Diecinueve estudiantes (83 %) respondieron “No”, mientras solo cuatro (17%) aseguraron que “Sí” (ver Figura 1). De estos, dos afirman que esa preparación es “poco adecuada”; y los otros dos, que la catalogan como “adecuada”; este grupo pertenece a Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, donde los estudiantes reciben formación en medios de comunicación, pues existen asignaturas destinadas a ello.

En la Figura 2, se observa el porcentaje de estudiantes (74 %) que afirma la no existencia, dentro de las asignaturas del currículo, de alguna(s) que les ofrezca herramientas para evaluar la fiabilidad de las fuentes de información y navegar en internet de forma segura. De los seis que respondieron afirmativamente, tres son de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, y hacen referencia a la disciplina Hipermedia; mientras los otros tres estudian en la CUJAE y nombraron las asignaturas Modelación Organizacional y Filosofía.

En la Figura 3 se aprecia que 13 estudiantes (57 %) certifican no haber recibido preparación alguna en materia de guerra cognitiva y cómo se orquesta a través de los medios de comunicación. Los otros 10 (43%) aseguran que “Sí”.

Figura 1

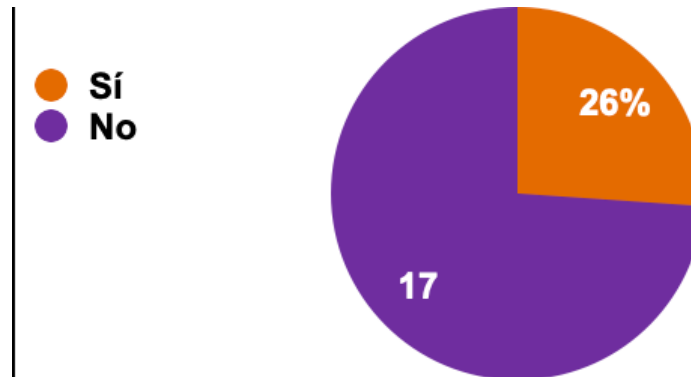
Resultados de la pregunta 1 de la encuesta: Como parte de tu proceso de formación universitaria, ¿recibes alguna preparación para desempeñarte con éxito en el entorno mediático?



Fuente: elaboración propia

Figura 2

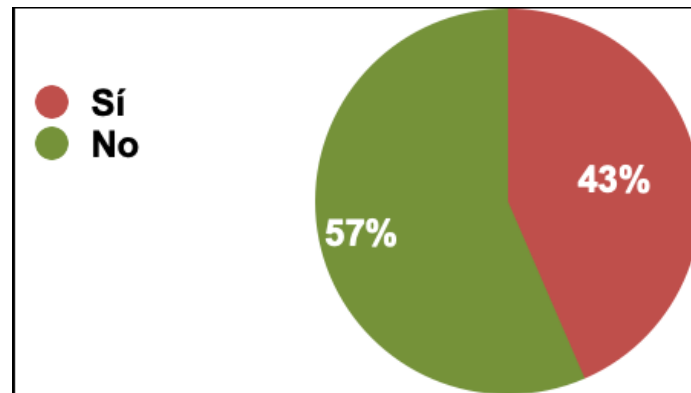
Resultados de la pregunta 2 de la encuesta: *Dentro de las asignaturas del currículo, ¿existe alguna(s) que te ofrezca herramientas para evaluar la fiabilidad de las fuentes de información y navegar en internet de forma segura?*



Fuente: elaboración propia

Figura 3

Resultados de la pregunta 3 de la encuesta: *¿Has recibido en tu carrera algún asesoramiento en materia de guerra cognitiva y cómo se orquesta a través de los medios de comunicación?*



Fuente: elaboración propia

Los resultados demuestran la exigua preparación que, en materia de cultura de medios y guerra cognitiva, reciben los estudiantes universitarios en sus centros de estudios. La encuesta permitió comprobar que una parte importante de los conocimientos que refieren poseer los adquirieron fuera de las aulas, pues plasman la inexistencia de asignaturas en su plan de estudio (del currículo propio u optativas/electivas), desde las cuales se les brindan las herramientas imprescindibles para hacer frente a la manipulación mediática y la guerra cognitiva.

La alfabetización mediática es un punto clave que debe incluirse en todos los programas educativos para que los estudiantes no tengan solo acceso a la información, sino estén preparados para afrontarla con madurez y actitud crítica. En Cuba, la estrategia educativa concibe acciones en tres dimensiones: curriculares, extensión

universitaria y sociopolíticas, y las articula entre sí para penetrar el tejido de toda la vida universitaria. La dimensión curricular asume la labor educativa, a través de la transmisión de conocimientos y el desarrollo de habilidades; la de extensión universitaria mediante la promoción cultural en el territorio; y la sociopolítica por la vía de la participación en las tareas convocadas por las diferentes organizaciones.

La estrategia educativa es entendida por García, et al. (2012) como el “sistema de objetivos y acciones curriculares, extensionistas e ideopolíticas que, de manera consciente, proyecta y aplica el colectivo de carrera para dirigir el proceso formativo del estudiante, de forma óptima, y cumplir con los objetivos generales plasmados en el modelo del profesional” (p. 5).

Teniendo en cuenta lo anterior, se considera que, desde la estrategia educativa del año, se pueden concebir una serie de acciones para la alfabetización mediática de los estudiantes universitarios. Tales acciones pueden comprender paneles, conferencias de especialistas para demostrar cómo se desarrolla la guerra cognitiva a través del discurso mediático

y las redes sociales; propiciar de forma sistemática el diálogo entre profesores y estudiantes sobre temas nacionales e internacionales que tengan gran impacto en las redes sociales digitales y realizar un análisis crítico del tratamiento que le dan los distintos medios de comunicación; analizar casos relacionados con la manipulación de información, las fake news y las formas en que a través de ellas se incide en el pensamiento de los sujetos.

Como parte de las estrategias curriculares puede concebirse una enfocada en la cultura mediática para el enfrentamiento a la guerra cognitiva contra Cuba. Desde esta, se garantizaría un aprendizaje activo sobre los códigos de los mensajes mediáticos y la historia de los medios, la cual en el contexto del aula clarifique el papel que estos tienen y deberían tener. Cotejar información a partir de fuentes diferentes, debatir en clase sobre el grado de veracidad (o falsedad) de algunas noticias, o ejercitar la capacidad para argumentar en base al principio de la verdad son también algunas formas de despertar y desarrollar ese imprescindible espíritu crítico (Altamirano, 2021).

Conclusiones

En un mundo hiperconectado, que se enfrenta al auge y propagación de términos como posverdad o fake news, consolidar nuevas capacidades para seleccionar eficazmente la información que recibimos es una necesidad. Sin dudas, la cultura juvenil se halla fundamentalmente intervenida por la cultura de los medios de comunicación, y a través de esos medios, se despliega contra Cuba una guerra cognitiva sin precedentes.

Los resultados alcanzados en esta investigación, como parte de la encuesta efectuada, demostraron la insuficiente preparación mediática que poseen los estudiantes parte de la muestra (23 estudiantes universitarios). Por tanto, existe la urgencia de trazar acciones para fomentar las capacidades interpretativas de estos, desde todos los procesos sustantivos que transcurren en las instituciones de educación superior.

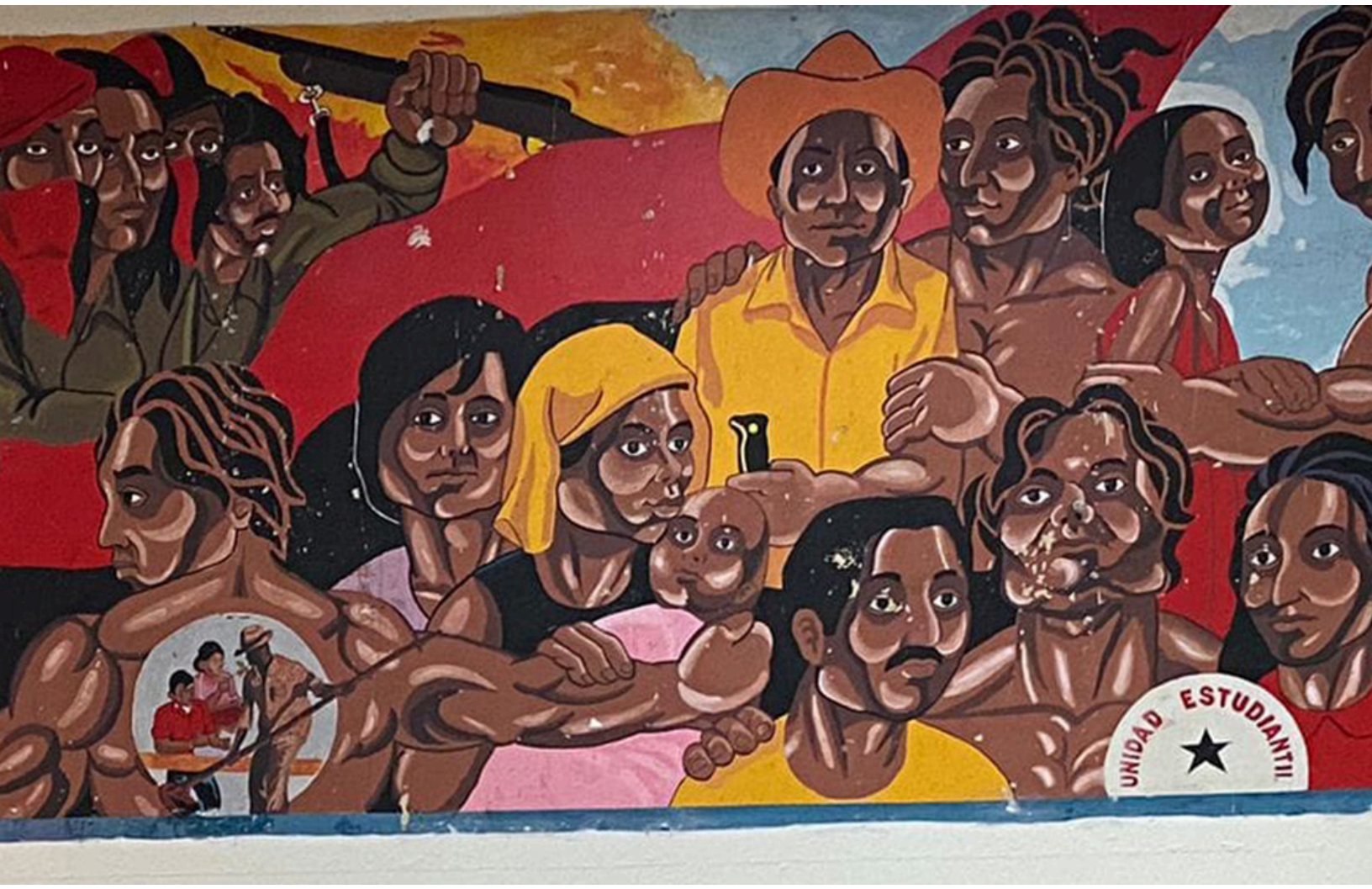
De ahí que desarrollar una estrategia de alfabetización mediática resulta fundamental hoy día, teniendo en cuenta que, mientras los estudiantes sean menos competentes mediáticamente, serán más vulnerables ante el contenido de los medios y presentarán una menor actitud crítica hacia los mensajes.

Pero, no solo se precisa de una estrategia, sino de un docente que sea capaz de implementarla y posea también las competencias para mediar un proceso de aprendizaje participativo e interactivo, donde sus estudiantes sean reconocidos como sujetos críticos, capaces de opinar, reflexionar y construir su propio entorno.

Referencias

- Alonso, R. (2022).** Buen Abad: Hay que conectar el archipiélago inmenso de voluntades emancipadoras. Cubadebate. <https://www.google.com/amp/www.cubadebate.cu/especiales/2022/04/08/buen-abad-hay-que-conectar-el-archipelago-inmenso-de-voluntades-emancipadoras/amp/>
- Altamirano, S. G. (2021).** Estrategia para fortalecer el perfil de Alfabetización Mediática de Estudiantes y Docentes de Educación Superior. 23(12), 1-26. <https://doi.org/10.32870/dse.v0i23.940>
- Aparici, R. (2005).** Medios de comunicación y educación. Revista de Educación, 338.
- Area, M., Borrás, J. F. & Nicolas, B. (2015).** Educar a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio: Apuntes para la alfabetización digital. Revista de Estudios de, (109), 13-32. <https://bit.ly/3CrHG3>
- Buckingham, D. (2015).** Defining Digital Literacy: What do Young People Need to Know about Digital Media? Nordic Journal of Digital Literacy, (11), 21-34. <https://www.researchgate.net/publication/284919482>
- Carpi, O. G. (2022, 23 de julio).** La alfabetización mediática: Un desafío para los educadores. 5 de septiembre. <http://www.5septiembre.cu/la-alfabetizacion-mediatica-un-desafio-para-los-educadores/>
- Castellanos, A. V. (2016).** El profesional universitario. En Tania Ortiz Cárdenas & Teresa Sanz Cabrera (coords), Visión pedagógica de la formación universitaria actual, (pp. 125-152), Editorial UH, La Habana.
- Chevalier, S. (2022, 9 de marzo),** ¿Cuántos latinoamericanos usan las redes sociales para informarse? Statista.
- Cognition Workshop. (2021).** Innovative Solutions to Improve Cognition. Innovation Hub. <https://www.innovationhubact.org/sites/default/files/2021/07/210601%20Cognition%20Workshop%20Report-%20v3.pdf>
- Cuervo, S. & Medrano Samaniego, C. (2014).** Alfabetizar en los medios de comunicación: más allá del desarrollo de competencias. Teoría de la Educación. Revista Interuniversitaria, 25(2), 111-131. <https://doi.org/10.14201/11577>
- Fuster, D. Moreno, H. C. & Loli, T. P. (2021).** Alfabetización mediática: una necesidad en la educación básica y universitaria. Laplage em Revista (International), 7(3C), p.1-18. <https://doi.org/10.24115/S2446-6220202173C1499p.1-18>
- García, S. Morales, D. R. & Sosa, L. (2012).** La estrategia educativa en el proceso de formación inicial de profesionales de la carrera de lenguas extranjeras en la Universidad de Ciencias Pedagógicas Félix Varela. Revista Varela, 31(1) 1-18.

- Garro, L. (2020).** Alfabetización mediática en América Latina. Revisión de literatura: temas y experiencias. *Revista Educación*, 44(1), 1-22. <https://doi.org/10.15517/revedu.v44i1.37708>
- González, C. L. (2014).** La investigación cubana sobre alfabetización informacional: un análisis de su literatura publicada. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 25(4), 426-441. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=377645759006>
- Gutiérrez, A. & Tyner, K. (2012),** Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital, en *Comunicar*. *Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 38 (19).
- Guzmán, Y. & García, M. (2017).** La competencia educativa del coordinador de año en el contexto de la nueva universidad cubana. *Revista Cubana de Educación Superior*, 36 (1), 127-136.
- Horruitinier, P. (2006).** La universidad cubana: el modelo de formación. Editorial Félix Varela.
- José, R. (2019).** Las operaciones militares en el ámbito cognitivo: aspectos jurídicos. *Real Academia de Jurisprudencia y Legislación*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7230259.pdf>
- Latorre, C. (2013).** Competencia mediática y envejecimiento activo, [Tesis]. España: Universidad de La Rioja.
- Ministerio de Educación Superior. (2013).** Perfeccionamiento del sistema de gestión del proceso de formación integral de los estudiantes universitarios en el eslabón base. Documento aprobado por el Consejo de Dirección del MES. Cuba.
- Mokhtar, F. (2017, 28 de febrero),** Tecnología Educativa Blog. Universidad Camilo José Celá <https://blogs.ucjc.edu/tecnologia-educativa/las-cinco-leyes-sobre-la-alfabetizacion-mediatica-e-informacional/>
- Pindado, J. (2018).** Reconstruir la 'mente puzzle'. La necesidad de una alfabetización mediática. *Telos*, 83. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero083/reconstruir-la-mente-puzzle-la-necesidad-de-una-alfabetizacion-mediatica/>
- Rey, J., Hernández, V., Silva, F. & Meandro, E. (2017).** Alfabetización y discurso publicitario en tres centros escolares de Guayaquil. *Convergencia*, 24 (74), 187-207.
- Scolari, Carlos A. (2011),** *Convergencia, medios y educación*. Red Latina de Portales Educativos (RELPE).
- Teaching Media Literacy: A Framework for K-12 Education. (1990).** Departamento de Educación de los Estados Unidos y el Departamento de Salud y Servicios Humanos.
- Valdivia, A., Herrera, M. & Guerrero, M. (2015).** Aprendizaje y producción mediática digital en la escuela: un abordaje etnográfico del aprendizaje como práctica cultural en artes visuales. *Estudios Pedagógicos*, (41,especial), 231-251. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052015000300015>



Universidad de El Salvador - Facultad Multidisciplinaria de Occidente - Santa Ana, El Salvador