



Mujeres en la Comunicación:

Narrativas de Hoy y Desafíos del Mañana



Editora en jefe:
Maylin Dionicio

Coordinación:
Mayrenilde Muñoz

Diseño y diagramación:
Naila Rodríguez

Redacción:
Mary Lisbeth Núñez



Una publicación de Editorial CAESCO

Marzo 2025

Documento elaborado por el Centro de Análisis y Estudio
de la Comunicación en República Dominicana (CAESCO)

Mujeres en la Comunicación:

Narrativas de Hoy y Desafíos del Mañana



Carmen Ligia Barceló, Colombia Alcántara, Millizen Uribe, Carolina Pichardo y Dannira Caminero



Maylin Dionicio, Carmen Ligia Barceló, Colombia Alcántara, Carolina Pichardo, Millizen Uribe y Dannira Caminero



Índice

Introducción	07
Comunicación y periodismo en la actualidad	08
Retos de los medios y relación con las audiencias	11
El futuro del periodismo: tecnología, ética e inteligencia artificial	15
Liderazgo y retos desde la perspectiva femenina en la comunicación	19
Conclusiones	22
Bibliografía	23

Mujeres en la Comunicación: Perspectivas Hoy y Mañana



Introducción

En el siglo XXI, el periodismo y la comunicación atraviesan una de las transformaciones más profundas de su historia. El avance de la tecnología, el surgimiento de la inteligencia artificial, la digitalización de los contenidos y la irrupción de las redes sociales han reformulado por completo la manera en que se produce distribuye y consume la información, la evolución de este escenario plantea desafíos importantes, no solo para los medios de comunicación, sino también para el sistema educativo, las instituciones democráticas y la ciudadanía en general.

En República Dominicana, estos cambios se sienten con particular intensidad, en los medios tradicionales que han ido evolucionando y adaptándose a las nuevas dinámicas digitales. Paralelamente, periodistas y comunicadores enfrentan tensiones crecientes para actuar con rapidez, atraer audiencias y mantenerse relevantes en un ecosistema saturado de información. Frente a ello, la ética

periodística, la responsabilidad social y la formación profesional se plantea nuevos retos y oportunidades.

En este contexto, la alfabetización mediática, la formación crítica de audiencias, la enseñanza del pensamiento ético y la capacitación técnica de comunicadores son elementos clave para sostener un periodismo que cumpla con su función democrática: informar con veracidad, analizar con profundidad y promover el debate público. En este marco El Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO) preocupado por educar, alfabetizar mediáticamente y conocer las narrativas actuales ha celebrado el panel académico: Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, en el cual expertas de la comunicación expusieron sus ideas, quedadas plasmadas para la posteridad en este ensayo expositivo, con el objetivo de ser una guía de consulta y educación para todas las generaciones.



Moderadora y disertantes del panel "Mujeres en la Comunicación: Narrativas de Hoy y Desafíos del Mañana"



Maylin Dionicio, Carmen Ligia Barceló, Colombia Alcántara, Millizen Uribe, Carolina Pichardo y Dannira Caminero

Comunicación y periodismo en la actualidad

Para comprender la realidad actual del periodismo y la comunicación en la República Dominicana, se hace imprescindible iniciar con una mirada histórica, debido a que el desarrollo de los medios de comunicación en República Dominicana han estado íntimamente vinculados con los procesos políticos, sociales y económicos que han marcado la vida nacional, desde los primeros periódicos impresos en el siglo XIX hasta el auge de los medios digitales en el siglo XXI, la comunicación ha sido una herramienta clave tanto para el poder como para la ciudadanía.

Uno de los hitos fundacionales del periodismo dominicano fue la creación de *El Telégrafo Constitucional*, en 1821, seguido por otros periódicos como *El Dominicano* y *La Cartera Nacional*. Durante el siglo XIX y principios del XX, los medios cumplían una función principalmente política, siendo portavoces de las ideas de los grupos dominantes o de oposición. En muchos casos, los periodistas eran también figuras políticas, lo que hacía difícil la separación entre el ejercicio informativo y la militancia partidaria.

La dictadura de Rafael Leónidas Trujillo (1930-1961) representa uno de los momentos más oscuros para el periodismo nacional, durante estos años, la censura fue sistemática, se cerraron periódicos, se persiguió a periodistas críticos y se promovió una prensa oficialista al servicio del régimen. El control de la información era total: no solo se restringía la libertad de expresión, sino que también se manipulaba la narrativa nacional para consolidar la figura del dictador.

Tras la caída del régimen trujillista, la prensa dominicana experimentó un proceso de apertura, aunque lleno de altibajos. La Revolución de abril de 1965 y los años de gobiernos posteriores mantuvieron ciertas tensiones entre el poder y los medios, pero también emergieron nuevos periódicos y voces críticas que ampliaron el espectro informativo. En las décadas siguientes, los periódicos tradicionales como *Listín Diario*, *El Caribe*, *El Nacional* y *Hoy* consolidaron su influencia en el escenario nacional.

En la actualidad, el panorama de la comunicación y el periodismo en República Dominicana es más diverso y complejo, la llegada del internet y la expansión de las redes sociales han transformado radicalmente la forma en que se produce, distribuye y consume la información. Hoy en día, una parte significativa de la población se informa a través de plataformas digitales, lo que ha disminuido el poder exclusivo de los medios tradicionales, pero también ha planteado desafíos en cuanto a la calidad, veracidad y responsabilidad de los contenidos.

Uno de los retos actuales más importantes es la proliferación de noticias falsas o *fake news*, así como la desinformación deliberada con fines políticos o comerciales. Esto ha llevado a los periodistas y comunicadores a desarrollar nuevas competencias, como la verificación de datos, el análisis profundo de contextos y la alfabetización mediática del público. A la vez, se ha generado una tensión entre la inmediatez que demanda el entorno digital y la profundidad que exige el periodismo de calidad.

La especialista en comunicación Millizen Uribe plantea que la audiencia actual no es la que conoció a través del conocimiento académico que le enseñaban en la universidad, ni el de unos diez años atrás, sino que actualmente es mucho más complejo y no tiene una ruta lineal. Uribe, M. (2025, marzo 21). *Hoy en día la audiencia ha cambiado, ya no como la conocíamos con Lazarsfeld, sino que actualmente no es para nada lineal*. En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).



Millizen Uribe, disertante del panel

Como también la comunicadora Colombia Alcántara, plantea que, en ningún momento de la historia, podría llegar a pensar en los escenarios actuales en los que se encuentra la audiencia y su consumo, Alcántara, C. (2025, marzo 21). *No pensé que fuésemos a llegar donde estamos, las personas prefieren informarse con un influencer que con medios formales.* En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO). *La misma también plantea: Ahora mismo no se puede hacer pausas como antes, sino que continuamos corrido, porque existen tantas plataformas, que la gente no es como antes, suele irse. La atención del público es totalmente diferente a como era antes.*

Alcántara viene de medios de comunicación tradicionales como la televisión, en la cual en el pasado cuando se producía contenido, se pensaba en las pausas que perduraban doce minutos, sin embargo, la misma plantea que en la actualidad es imposible hacer pausas, debido a que el público tiene una amplia variedad para consumir y no permanece fijo, sino que este ha cambiado tanto en la atención que puede prestar, como en la forma de consumo.

La comunicación y el periodismo en República Dominicana atraviesan una etapa de transición compleja, profundamente influenciada por las tensiones globales que moldean no solo las agendas informativas, sino también las formas de consumo de contenidos. En un mundo hiperconectado, donde la inmediatez y la sobrecarga de información conviven con la desinformación y la polarización, los medios de comunicación, comunicar con veracidad es un compromiso que debe ser asumido con certeza.



Colombia Alcántara, disertante del panel, realizando sus aportaciones al debate sobre las mujeres en la comunicación



*Ahora mismo no se puede hacer pausas como antes, sino que continuamos corrido, porque existen tantas plataformas, que la gente no es como antes, suele irse. La atención del público es totalmente diferente a como era antes. **Colombia Alcántara***

Retos de los medios y relación con las audiencias

Hoy, los medios dominicanos enfrentan varios retos clave con sus audiencias. La relación entre la prensa y el público ha experimentado una transformación profunda en las últimas décadas, impulsada por factores tecnológicos, sociales y culturales. En la República Dominicana, este proceso ha sido particularmente visible con la expansión del internet, el auge de las redes sociales y el surgimiento de nuevas formas de consumir y producir información. Lo que antes era un vínculo principalmente unidireccional, donde el medio comunicaba y el público recibía ha dado paso a una dinámica mucho más compleja, en la que las audiencias interactúan, opinan, cuestionan, producen contenido propio y, en muchos casos, establecen sus propias agendas, los principales retos que enfrenta son los siguientes:

Carencia de confianza: La desinformación, la politización de los medios y la falta de transparencia editorial han erosionado la confianza del público en muchas instituciones mediáticas. Audiencias escépticas buscan alternativas en medios independientes o en redes sociales, donde la calidad normalmente no está garantizada.

Conexión generacional: Las audiencias jóvenes están más conectadas que nunca, sin embargo, con menos capacidad de permanecer concentrados, por lo cual suelen optar por consumir contenido visuales y breves.

Interacción real: Las audiencias quieren ser escuchadas, participar y sentirse representadas, por consiguiente, tienden a marcar agendas o en cierta medida marcar las pautas de la forma y el fondo en la producción de contenido.

Accesibilidad y diversidad: El público dominicano es diverso en términos geográficos, económicos y culturales. Los medios de comunicación y periodistas enfrentan el reto de hablarle a una nación plural, donde coexisten múltiples realidades que exigen representación y atención.

Sostenibilidad económica: El modelo de negocio de los medios tradicionales se encuentra en riesgo, la dependencia de la publicidad o de intereses privados afecta su independencia, lo que a su vez aleja a las audiencias más exigentes.

Banalización del contenido: La tendencia de consumo de contenido, en cierta medida se encuentra concentrada en contenido que expone diversión o cuestiones banales, lo cual supone un gran reto para la producción de contenido de otro corte.

La diputada y comunicadora por la provincia Hato Mayor, Carmen Ligia Barceló, expresó su preocupación por lo complicado que ha supuesto el poder colocar en los medios de comunicación como agenda temas sociales y de relevancia. Barceló, C. L. (2025, marzo 21). *Desde el punto de vista político cada vez el contenido es más banal y se nos hace difícil colocar el debate social y político.* En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO). Como también arrojó que: Barceló, C. L. (2025, marzo 21). *Según el tipo de audiencia tienes que utilizar distintas plataformas, lo que se convierte en un reto.* En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO). Lo cual pone en perspectiva el reto de la accesibilidad y diversidad se mantiene de forma latente.

Una de las narrativas que sostienen los círculos de expertos de la comunicación, la academia y el periodismo, es que actualmente la información es sumamente accesible y abundante, como también contamos con más plataformas de difusión,



Asistentes del panel



Mayrenilde Muñoz, encargada de educación continuada de CAESCO



Participante del panel realizando una intervención

sin embargo, el tipo de información que suele percibirse como más consumida es de carácter banal y de diversión, La diputada y experta en comunicación Carmen Ligia Barceló sostiene que: Barceló, C. L. (2025, marzo 21). *Tenemos más plataformas, más medios, pero menos información, lo cual está afectando el debate social que es sumamente importante*. En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

Otro componente que se encuentra evidenciado en las formas de consumo que se podría convertir en un reto en lo adelante es la polarización de ideas en los medios de comunicación, las expertas en comunicación sostienen Barceló, C. L. (2025, marzo 21). *Tenemos una hipersegmentación, burbujas de ideas, y polarización de los temas, actualmente solo se quiere discutir sobre ideas propias, es decir, no se tiene apertura a otras ideas*. En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO). Alcántara, C. (2025, marzo 21). *Los temas importantes se van a un segundo plano en ciertas ocasiones, debido a las pautas que marcan las audiencias*. En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO). Otro componente y herramienta que nos desvela las formas de consumo por plataformas de difusión de información en la República Dominicana es



Carmen Ligia Barceló, disertante del panel, durante su intervención

la Encuesta Nacional de Consumo Cultural del Banco Central.

La Encuesta Nacional de Consumo Cultural (ENCC) 2024, realizada por el Banco Central de la República Dominicana (BCRD) y el Ministerio de Cultura nos ofrece una visión detallada de las preferencias culturales de la población dominicana. Según los resultados de la ENCC 2024, las preferencias de consumo de contenido en la República Dominicana son las siguientes:

Música grabada: El 67.9% de los encuestados indicó que escucha música grabada. De estos, el 48.0% lo hace diariamente y el 28.6% varias veces a la semana. Los géneros más populares son la bachata (54.6%), el merengue (38.6%) y la salsa (34.4%). Las plataformas más utilizadas para este fin son YouTube (96.7%), TikTok (21.7%) y Spotify (10.9%). (Cada resultado de porcentaje es basado en un 100%).

Televisión: Un 49.1% de la población ve programas de televisión, con un 47.9% sintonizando diariamente y un 30.6% varias veces a la semana. Los contenidos más vistos incluyen noticieros (63.8%), telenovelas (34.4%) y programas de entretenimiento (28.9%).

Videos grabados: El 46.8% de los encuestados consume videos grabados, como películas y series. Las películas son vistas por el 80.9% y las series por el 63.8% de este grupo. En cuanto a la frecuencia, el 51.7% ve videos varias veces a la semana y el 35.2% diariamente. Los dispositivos preferidos para este consumo son la televisión (55.4%) y el celular (40.4%).

Redes sociales: El 68.3% de los dominicanos prefiere consumir contenido a través de las redes sociales.

Esta encuesta es una nueva herramienta que nos permite pronosticar futuros retos, como también comprender las formas de consumo y sus plataformas, como también plantea la periodista investigadora Carolina Pichardo: Pichardo, C. (2025, marzo 21). *Modificarse sin perder la profesionalidad a lo que las audiencias te piden. Las audiencias son importantes, no dejar que se nos pierda nuestra esencia. Hay que escuchar las audiencias, sin perder la audiencia.* En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).



Carolina Pichardo, disertante del panel, durante sus aportaciones



El futuro del periodismo: tecnología, ética e inteligencia artificial

Hablar del futuro del periodismo dominicano exige una reflexión profunda sobre su identidad, su trayecto histórico y su capacidad de adaptación a los tiempos modernos, como también redefinir el rol del periodista y el comunicador en una sociedad cada vez más hiperconectada, polarizada e impaciente. Hoy, República Dominicana cuenta con una amplia red de medios impresos, radiales, televisivos y digitales, pero el entorno mediático ya no es el mismo.

El poder de los grandes diarios ha sido erosionado por las redes sociales, los “influencers”, los medios nativos digitales y las plataformas globales como YouTube, TikTok o X (antes Twitter). En este nuevo escenario, los periodistas enfrentan tres fuerzas determinantes: la tecnología, la ética y la inteligencia artificial.

La tecnología ha democratizado el acceso a la información, pero también ha diluido la

figura del periodista como mediador único, cualquier persona con un celular y una conexión puede generar contenido, pero no todos pueden hacer periodismo. Aquí surge el primer gran desafío: **revalorizar la profesión** como garante de contexto, veracidad y análisis. La rapidez con la que circula la información impone la necesidad de profesionales capaces de verificar hechos, explicar procesos complejos y resistir la presión de la viralidad, la experta en comunicación Dannira Caminero sostiene que: Caminero, D. (2025, marzo 21). *Lo que te da ChatGPT tiene que ser verificado; no puedes dejar de lado tu profesión, la investigación del tema, puedes consultar ChatGPT, pero no dejar tu expertise*. En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

El segundo componente clave es la **ética**. En un entorno de sobreinformación, polarización política y manipulación emocional, el periodista tiene la tarea de recuperar la confianza del público. La ética ya no se limita al “qué” se dice, sino también al “cómo” y al “para quién”. ¿A quién sirve la noticia? ¿Qué intereses están detrás? ¿Se respetan los derechos de las personas involucradas? En una sociedad donde la desinformación circula más rápido que la verdad, la ética no es una opción, es una obligación, en ese tenor la periodista de investigación Carolina Pichardo sostiene que: Pichardo, C. (2025, marzo 21). *La IA es una herramienta*



Dannira Caminera, panelista, aportando al debate

que hay que utilizar con ética. En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

Y finalmente, está la **inteligencia artificial**, el actor emergente que está transformando la manera en que se crea, distribuye y consume información. La IA ya puede redactar noticias simples, subtítular videos, resumir entrevistas y hasta generar imágenes hiperrealistas, pero también puede fabricar falsedades sofisticadas, manipular audiencias y generar ruido informativo. En República Dominicana, donde los recursos tecnológicos de los medios aún son limitados, la adopción de la IA es inevitable, la clave es no competir con las máquinas, sino usar la IA como aliada, sin perder el juicio humano, el pensamiento crítico ni el compromiso con la verdad.



El futuro del periodismo y la comunicación dominicana no está escrito sobre piedra, sino que se va construyendo desde las aulas, las redacciones, las comunidades digitales y, sobre todo, desde el compromiso de una nueva generación de comunicadores que entiendan su rol más allá del espectáculo y la inmediatez. Esa presión de la viralidad ha modificado profundamente las dinámicas de producción y consumo de noticias, ya no se compete solo por informar, sino por atraer clics, impresiones, “likes” y compartidos. Este nuevo sistema de recompensas ha incentivado a muchos medios y comunicadores a priorizar el impacto inmediato por encima del análisis riguroso, dando paso al sensacionalismo, la descontextualización o el titular engañoso, también conocido como *clickbait*. En República Dominicana, esto se traduce en una proliferación de portales digitales de poca credibilidad que se alimentan de la especulación y el morbo. La comunicadora Dannira Caminero arroja que: Caminero, D. (2025, marzo 21). *Marcas la diferencia y trasciendes en el tiempo con el dato. Trasciendes más que un like y un view; te fidelizas por ser un medio creíble*. En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana**, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO). Esto ofrece una perspectiva a las nuevas generaciones de como trascender y no desaparecer junto con la volatilidad de los medios.

Ante esto, el periodismo ético se convierte en un acto de resistencia. Resistir no solo a la tentación de la inmediatez, sino también a las presiones comerciales, políticas o ideológicas. Las expertas en comunicación sostienen que para trascender de forma ética es necesario:

Uribe, M. (2025, marzo 21). *Más que los formatos, todos los formatos tienen su importancia y público; **lo más importante es el apego a la técnica, no la plataforma***. En Panel: Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

Caminero, D. (2025, marzo 21). *Marcas la diferencia y **trasciendes en el tiempo con el dato***. Trasciendes más que un like y un view; te fidelizas por ser un medio creíble. En Panel: Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

Caminero, D. (2025, marzo 21). ***Mantenerse apegada a los valores, a la ética, a la verdad, eso hace la diferencia***. En Panel: Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

Pichardo, C. (2025, marzo 21). *Ha cambiado mucho el periodismo de investigación; antes era más recabado y en profundidad. Actualmente la gente no le da la importancia, sino que le ponen más atención a la farándula, que, aunque quiere mostrar el periodismo de investigación, las personas no lo consumen, sino que consumen más TikTok y contenido flash y banal. Por lo cual, como periodista de investigación, hemos cambiado el formato utilizando recursos audiovisuales, con cortos.* En Panel: **Mujeres en la comunicación: Narrativas**

de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

El futuro del periodismo se encuentra en una constante construcción, sin embargo, es una tarea ardua de las siguientes generaciones desarrollarlo de forma ética y apegados a la verdad.



Liderazgo y retos desde la perspectiva femenina en la comunicación

La comunicación y el periodismo han sido, históricamente, espacios dominados por hombres, donde la representación femenina ha sido limitada tanto en cantidad como en alcance. Sin embargo, en la actualidad, diversas voces femeninas dentro del ecosistema mediático dominicano han comenzado a visibilizar los retos, logros y proyecciones que definen la participación de la mujer en este campo.

La periodista Milizen Uribe arrojó que, a pesar de los avances, los medios de comunicación siguen estando estructuralmente controlados por hombres. Uribe, M. (2025, marzo 21). *Los enfoques machistas, según una investigación del CIPAF de la cual fui parte, los medios de comunicación no están representando a la mujer; todavía los medios de comunicación continúan en manos de hombres: 76% vs. 23%.* En Panel:

Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

Las mujeres tienen menos tiempo de exposición y menor influencia editorial. Uribe cuestiona, además, el discurso que gira en torno a las "cuotas de género", sosteniendo que éstas han abierto puertas importantes, pero que deben ser superadas para lograr una participación más equitativa y plena. A su juicio, los medios no solo reflejan la realidad, sino que la construyen, y muchas veces refuerzan narrativas que objetivizan a la mujer o la presentan como incapaz. Uribe, M. (2025, marzo 21). **Cultiven el cerebro y no se dejen objetivizar.** En Panel: Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y



Maylin Dionicio, Carmen Ligia Barceló, Colombia Alcántara, Carolina Pichardo, Milizen Uribe y Dannira Caminero en el desarrollo del panel

Estudios de la Comunicación (CAESCO). Uribe exhorta a las mujeres que desean incursionar en el ámbito comunicacional, que lideren desde la preparación académica y técnica.

Dannira Caminero aporta una perspectiva centrada en el reto de conciliar la vida profesional con la maternidad y los roles de cuidado, reconoce que, si bien las mujeres han conquistado espacios en los medios en las últimas décadas, el camino aún está lleno de obstáculos. "No porque no podamos lograrlo, sino por el reto de ser madres presentes". Caminero subraya que la carga de la crianza y el cuidado sigue recayendo principalmente en las mujeres, lo que limita su disponibilidad y actualización constante, aun así, anima a las nuevas generaciones a prepararse con rigor, ganar espacios por mérito y no por condescendencia, y asumir con orgullo el trabajo bien hecho.



Colombia Alcántara, disertante del panel

Colombia Alcántara arroja una perspectiva interesante, en la cual menciona: "Hasta en el mío, las mujeres somos menos", refiriéndose a su propio medio de comunicación, el cual es liderado por una mujer, está reconociendo el gran reto de integrar a la mujer en los espacios de liderazgo de medios arroja: Alcántara, C. (2025, marzo 21). ***El tiburón puede ser grande, pero si todas las tilapias nos ponemos a una, lo asustamos.*** En Panel: Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO). Invitando a la sororidad y a la acción colectiva entre mujeres.

Carolina Pichardo destaca la importancia de la autoconfianza, el crecimiento personal y la formación continua, su testimonio como primera mujer negra en trabajar en la BBC es testimonio del alcance que puede tener el liderazgo femenino cuando se combina con pasión y preparación. "La lectura, el inglés, mantenerme a la vanguardia" son herramientas que la han impulsado, así como también su proyecto Raíz Climática, con el que busca inspirar a otras mujeres. Pichardo arroja que: Pichardo, C. (2025, marzo 21). ***El liderazgo de mujeres en medios es todavía escaso, y se requiere más representación en puestos de decisión.*** En Panel: Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

Carmen Ligia Barceló enfoca su análisis en el ámbito de las políticas públicas y la



participación femenina en la esfera política, considera que las decisiones históricas han estado marcadas por una mirada masculina, y que las mujeres han carecido de apoyo político y financiero para avanzar en sus carreras, la cual pone en perspectiva crítica el doble estándar con el que se mide a hombres y mujeres en la vida pública, y reitera que el potencial femenino no tiene límites: Barceló, C. L. (2025, marzo 21). Las mujeres podemos llegar a donde queramos. En Panel: Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO).

El liderazgo femenino en la comunicación dominicana se encuentra en pleno crecimiento, sin embargo, enfrenta retos

estructurales, culturales que limitan su plena expresión. Las voces de Uribe, Caminero, Alcántara, Barceló y Pichardo son ejemplos de resiliencia, creatividad y determinación. Todas coinciden en que las mujeres tienen la capacidad y la voluntad de transformar el panorama mediático del país, pero que este cambio exige acciones colectivas, políticas inclusivas, formación constante y una ruptura definitiva con los discursos que subestiman o invisibilizan su rol. No basta con ocupar espacios; hay que resignificarlos desde una mirada de igualdad, justicia y representación real. El futuro de la comunicación en la República Dominicana será más justo y plural en la medida en que las mujeres ocupen el lugar que por mérito, talento y compromiso les corresponde.



CONCLUSIONES

- El periodismo y la comunicación están atravesando una transformación profunda debido al avance tecnológico, la digitalización de contenidos y la irrupción de las redes sociales, lo que redefine la forma de producir, distribuir y consumir información en República Dominicana.
- La credibilidad del periodismo se enfrenta a nuevos desafíos, como la proliferación de desinformación, el sensacionalismo digital y la inmediatez que impone el entorno digital, lo que obliga a los comunicadores a renovar sus competencias y enfoques éticos.
- El vínculo entre medios y audiencias ha dejado de ser unidireccional, dando paso a una relación interactiva donde las audiencias opinan, influyen y condicionan el contenido que consumen, marcando sus propias agendas.
- Los medios deben adaptarse a una nueva generación de consumidores más visual, dispersa y exigente, que demanda contenidos breves, accesibles y personalizados, muchas veces a través de redes sociales e influencers.
- El entorno mediático actual favorece el contenido banal y viral, lo que amenaza el debate social profundo y la presencia de información veraz y formativa en los espacios públicos.
- La inteligencia artificial representa un desafío y una oportunidad: puede facilitar procesos de producción periodística, pero también generar desinformación si no se usa con ética y sentido crítico.
- El periodismo ético y profesional es más necesario que nunca, como una forma de resistir la presión de la inmediatez y la banalización, y recuperar la confianza ciudadana a través del rigor, la veracidad y el contexto.
- El liderazgo femenino en la comunicación está creciendo, impulsado por la sororidad, la innovación, la formación y la conciencia de derechos. Las voces de comunicadoras dominicanas están abriendo nuevos caminos y resignificando los espacios mediáticos con perspectiva de género.



BIBLIOGRAFÍA

Banco Central de la República Dominicana & Ministerio de Cultura. (2024). Encuesta Nacional de Consumo Cultural (ENCC) 2024: Resumen Ejecutivo. Santo Domingo, D.N.: Banco Central de la República Dominicana.

Historia.ovh. (s.f.). La evolución tecnológica y la comunicación a lo largo de la historia.

Sánchez Mendoza, J. D. (2021). La evolución de la comunicación humana en las plataformas digitales. Revista Comunicación, (33), 113-132.

Sánchez, E. F. (2014). TIC en República Dominicana.

Observatorio Nacional de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (ONTIC-RD). (2020). Indicadores de Tecnología de Información y Comunicación en la República Dominicana: Informe Trimestral Octubre-diciembre 2020. ONTIC-RD.

Panel: Mujeres en la comunicación: Narrativas de hoy y desafíos del mañana, organizado por el Centro de Análisis y Estudios de la Comunicación (CAESCO)

Marcos Marín, F. A. (1993). La comunicación como evolución de la biosfera. Revista TELOS, (33). Fundación Telefónica.

United Nations Economic Commission for Europe (UNECE). (2021). UN Regulation No. 155: Cyber Security and Cyber Security Management Systems (CSMS).



Calle Embajador, 7b, Bella Vista, Santo Domingo, República Dominicana

☎ 809-690-2151

🌐 www.caesco.org

✉ hola@caesco.org

📷 📺 📱 @caescord

PATROCINADORES OFICIALES



AUTORIDAD
PORTUARIA
DOMINICANA

AIRAC

FENCOOP
FEDERACIÓN NACIONAL DE COOPERATIVAS
DE AHORRO Y CREDITO AGRÍCOLAS, INC.

CODESSD
COMITÉ DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE SANTO DOMINGO



FORLEX
Firma Consultora

PRO
expo