

Bobadilla Reyes, M. C., Aguilar Cornejo, J. A., Sandoval Navarro, A. Y., Maza Cueto, K. F., y Chamoli Falcón, A. W. (2025). Desafíos tecnológicos que afectan la publicidad en audiencias virtuales: un estudio de revisión bibliográfica. En A. B. Benalcázar (Coord). *Enfoques Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. Análisis de Problemáticas Contemporáneas (Volumen II)*. (pp. 62-74). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.294.c494>



Capítulo 3

Desafíos tecnológicos que afectan la publicidad en audiencias virtuales: un estudio de revisión bibliográfica

Maria Cristina Bobadilla Reyes, Jhon Alexander Aguilar Cornejo, Anali Yulitza Sandoval Navarro, Keyla Fabiana Maza Cueto, Andy Williams Chamoli Falcón

Resumen

El contexto del presente estudio se fundamenta en la progresiva digitalización del sistema judicial, que ha impulsado la adopción de audiencias virtuales. Sin embargo, esta transformación plantea relevantes desafíos en términos de publicidad y transparencia de los procesos judiciales. El objetivo de este artículo es identificar las principales barreras tecnológicas que afectan la publicidad de estas audiencias, promoviendo una reflexión crítica sobre su impacto en el acceso a la justicia. La metodología utilizada consistió en una revisión bibliográfica, en la cual se recopilaron y analizaron estudios recientes que abordan la temática desde diversas perspectivas. Los resultados más destacados evidencian que la carencia de formación en el manejo de herramientas digitales, las deficiencias en la infraestructura tecnológica y la desigualdad en el acceso a recursos digitales constituyen obstáculos fundamentales que inciden en la efectividad de las audiencias virtuales. Esta investigación concluye que es indispensable superar estas barreras para garantizar una justicia accesible y transparente. Los hallazgos sugieren la necesidad de implementar un enfoque integral orientado a la capacitación de los operadores judiciales y a la inversión sostenida en infraestructura y tecnología, con el fin de consolidar un sistema de justicia más inclusivo y eficiente en el contexto digital.

Palabras clave:

Infraestructura; capacitación; conectividad; accesibilidad; publicidad.

Introducción

La transición hacia audiencias virtuales en el ámbito judicial ha adquirido notable relevancia en el contexto contemporáneo, especialmente tras la pandemia de COVID-19, que obligó a los sistemas de justicia a adaptarse al uso de nuevas tecnologías para continuar garantizando el derecho a un juicio justo. Sin embargo, esta transformación inmediata ha suscitado serias preocupaciones respecto a la publicidad de los procesos judiciales, un principio esencial que sostiene la confianza pública en la administración de justicia. La falta de inmediatez en la comunicación, así como la desconexión experimentada por las partes involucradas, emergen como barreras críticas que podrían comprometer la transparencia y efectividad del sistema judicial (Arias-Garrido et al., 2024).

Las barreras tecnológicas, que incluyen una infraestructura deficiente y una capacitación inadecuada de los operadores judiciales, se configuran como factores determinantes que impactan directamente en la publicidad de las audiencias virtuales. Diversas investigaciones han advertido que la tecnología, aunque potencialmente beneficiosa, puede acentuar desigualdades en el acceso y en la ejecución de los procesos judiciales, dado que no todos los actores disponen del mismo nivel de competencia o de recursos para adaptarse a estos cambios (Arias-Garrido et al., 2024). Asimismo, la desconfianza provocada por fallos técnicos o deficiencias en la transmisión de información puede minar la percepción de legitimidad y justicia del sistema (Guerrero et al., 2021; Jiménez & Elías, 2021).

No obstante, la literatura actual no ha ofrecido un análisis exhaustivo que clasifique y evalúe sistemáticamente las diferentes barreras que afectan la publicidad de las audiencias virtuales. Esta carencia representa una oportunidad para investigar cómo los elementos tecnológicos pueden rediseñarse para optimizar los procesos judiciales y salvaguardar el derecho a la publicidad, un pilar esencial del bienestar democrático de las sociedades (Sanz-Marcos et al., 2021). También es crucial comprender cómo la ausencia de herramientas tecnológicas adecuadas afecta no solo a los participantes directos, sino también a la opinión pública, que demanda accesibilidad y transparencia para sostener su confianza en la justicia (Arias-Garrido et al., 2024).

Por consiguiente, el presente artículo se propone identificar las principales barreras tecnológicas que afectan la publicidad de las audiencias virtuales, contribuyendo a un análisis crítico de su impacto en la justicia y formulando recomendaciones orientadas a optimizar dichos procesos. A través de la recopilación y revisión de estudios previos y documentos relevantes en la materia, se establecerá un marco que permita comprender tanto los desafíos existentes como las oportunidades que la tecnología ofrece en el ámbito judicial (Montero-Rosero et al., 2023).

En la última década, la adopción de audiencias virtuales ha transformado significativamente el panorama judicial a escala global. Sin embargo, esta transición ha generado preocupaciones sobre las barreras tecnológicas presentes, que afectan la publicidad y transparencia de los procesos. En este contexto, diversas investigaciones han abordado las limitaciones tecnológicas que enfrentan tanto los actores judiciales como el público, aportando información valiosa para la comprensión de este fenómeno complejo.

Una contribución relevante es la investigación de Núñez (2024), quien explora el desarrollo de competencias docentes para la enseñanza intercultural en entornos virtuales. Este estudio destaca que las tecnologías emergentes pueden fortalecer el aprendizaje y la enseñanza digital, lo cual resulta pertinente para el ámbito judicial, ya que los profesionales del derecho deben dominar estas herramientas para garantizar la publicidad de las audiencias.

Por su parte, Correa et al. (2021), analizan el papel de la tecnología en la toma de decisiones judiciales, advirtiendo que la futura incorporación de inteligencia artificial (IA) podría modificar la dinámica de los procesos judiciales. Aunque la IA promete incrementar la eficiencia y la transparencia, también introduce nuevos riesgos para la publicidad si no se gestiona de forma adecuada, aportando una dimensión técnica esencial al análisis de las barreras tecnológicas.

Igualmente, el estudio de Cajamarca-Correa et al. (2024), mediante una revisión sistemática de modalidades educativas a distancia, discute cómo la falta de acceso a la tecnología y el diseño inadecuado de entornos virtuales pueden minar la efectividad de las iniciativas educativas. Esta reflexión es altamente pertinente para el ámbito judicial, donde la publicidad de las audiencias podría verse afectada por la ausencia de plataformas inclusivas y eficientes que permitan la participación plena del público.

En conjunto, estas investigaciones enriquecen el conocimiento sobre el objetivo planteado al identificar barreras tecnológicas específicas y establecer un marco teórico que explica cómo dichas limitaciones inciden en la publicidad de las audiencias virtuales. Comprender estos obstáculos resulta esencial para que el sistema judicial evolucione, garantizando la confianza pública y el respeto a los derechos fundamentales en el contexto digital.

La literatura disponible revela diversos vacíos que obstaculizan una comprensión holística de las barreras tecnológicas que afectan la publicidad de las audiencias virtuales, reforzando la pertinencia del objetivo de investigación propuesto.

Un primer vacío es la insuficiente formación tecnológica de los profesionales del derecho. Tinoco et al. (2024), identifican que la falta de capacitación en el uso de tecnologías avanzadas representa un obstáculo significativo en contextos educativos, un problema que se refleja igualmente en el ámbito judicial, donde el dominio tecnológico es crucial para preservar la transparencia procesal.

Un segundo vacío reside en el desafío de garantizar la integridad y autenticidad de la evidencia digital en entornos virtuales. Prado (2024), señala que la continua actualización de herramientas forenses y la capacitación permanente son indispensables para afrontar la obsolescencia tecnológica y los riesgos asociados a la autenticidad de la prueba digital, aspectos que comprometen la publicidad y la legitimidad de las audiencias virtuales.

Por último, un tercer vacío se vincula con la infraestructura tecnológica insuficiente para implementar adecuadamente las audiencias virtuales. Murillo et al. (2024), reportan que el 46,7% de los docentes encuestados refieren limitaciones en los recursos tecnológicos, una problemática extrapolable al sistema judicial, donde la falta de equipamiento adecuado representa un riesgo crítico para la efectividad del principio de publicidad.

Abordar estos vacíos permitirá visibilizar los principales desafíos, así como proponer soluciones orientadas a fortalecer la efectividad y transparencia de los procesos judiciales en el entorno digital.

El objetivo del artículo es identificar las principales barreras tecnológicas que afectan la publicidad de las audiencias virtuales. Este objetivo refleja la intención de llenar los vacíos temáticos identificados y avanzar en el conocimiento del campo. Al investigar los aspectos tecnológicos que limitan la transparencia en los procesos judiciales, se busca ofrecer un análisis comprensivo que informe a los legisladores, profesionales del derecho y académicos sobre la situación actual de las audiencias virtuales y sus implicaciones para la justicia.

Metodología

Para llevar a cabo la revisión bibliográfica destinada a identificar las principales barreras tecnológicas que afectan la publicidad de las audiencias virtuales, se desarrolló un riguroso proceso de búsqueda en diversas bases de datos académicas. Entre las plataformas consultadas se encuentran Scopus, Google Scholar, PubMed, Redalyc y Dialnet, reconocidas por su vasta colección de literatura científica y su capacidad para ofrecer artículos revisados por pares. Las estrategias de búsqueda se centraron en términos clave como “barreras tecnológicas”, “audiencias virtuales”, “publicidad judicial” y “tecnologías de información en justicia”, utilizando combinaciones booleanas (AND, OR) para depurar los resultados. La búsqueda se restringió a artículos publicados en los últimos cinco años (2018-2023), con el objetivo de incluir investigaciones recientes que reflejen el estado actual de la temática. Asimismo, se seleccionaron artículos en inglés y español que abordaran tanto la implementación de tecnologías en el ámbito judicial como las percepciones públicas sobre su efectividad y accesibilidad.

Criterios de inclusión y exclusión

Los criterios de inclusión fueron fundamentales para seleccionar los estudios más pertinentes. Se incorporaron investigaciones que cumplieran con los siguientes parámetros:

1. **Tipo de publicación:** artículos científicos revisados por pares, tesis y disertaciones que proporcionaran un análisis crítico sobre el uso de tecnologías en audiencias virtuales, así como su impacto en la publicidad judicial.
2. **Calidad de la investigación:** se priorizaron estudios que evidenciaran metodologías rigurosas y un diseño de investigación claramente definido. Los artículos que no demostraban un rigor metodológico suficiente o carecían de contexto empírico relevante fueron descartados.
3. **Relevancia temática:** se seleccionaron investigaciones que abordaran de manera específica las barreras tecnológicas en el contexto de las audiencias virtuales, la publicidad judicial y las implicaciones éticas y prácticas de su implementación.

De manera complementaria, se establecieron criterios de exclusión que condujeron a eliminar de la revisión aquellos estudios que:

- No se centrarán en el contexto judicial o trataran temas tangenciales sin una conexión directa con las audiencias virtuales.
- Presentaran resultados obsoletos o inaplicables al escenario tecnológico actual, especialmente en el contexto post-pandemia.
- Carecieran de un enfoque analítico sólido que contribuyera a la comprensión de las barreras tecnológicas en cuestión.

Este enfoque meticuloso en la búsqueda y selección de fuentes asegura que la revisión bibliográfica esté sólidamente fundamentada, proporcionando una base robusta para identificar las principales barreras tecnológicas que afectan la publicidad de las audiencias virtuales. Este objetivo se encuentra plenamente alineado con las necesidades contemporáneas del ámbito judicial, donde la identificación de dichos obstáculos resulta crucial para el fortalecimiento de los sistemas de justicia y la promoción de un acceso equitativo a las audiencias.

Resultados

1. ¿Cuáles son las principales limitaciones tecnológicas que enfrentan los jueces en la implementación de audiencias virtuales?

Limitaciones tecnológicas para jueces en audiencias virtuales

La investigación de Sade y Chepo (2023), identifica diversas dificultades que afrontan los jueces al realizar audiencias virtuales, destacando barreras como la insuficiencia de infraestructura tecnológica y la falta de capacitación en el manejo de herramientas digitales. A través de un enfoque cualitativo, los autores realizaron entrevistas con jueces en Chile, obteniendo una perspectiva detallada de los desafíos que restringen su capacidad para garantizar la publicidad en estas audiencias. Los resultados revelaron que una formación deficiente en el uso de tecnologías digitales genera desconfianza en los procesos judiciales virtuales (Sade & Chepo, 2023). Sin embargo, se advierte un vacío en la literatura respecto a estudios que midan el impacto de estas limitaciones sobre la percepción pública de la justicia.

La investigación de Valenzuela et al. (2023), complementa esta discusión al evidenciar que la escasa conectividad y los problemas técnicos durante las audiencias virtuales inciden negativamente en el desarrollo de los procesos judiciales, proponiendo la integración de plataformas más robustas. Esto subraya la necesidad no solo de comprender las limitaciones existentes, sino también de proponer soluciones eficaces para mejorar la experiencia de los jueces y asegurar la adecuada publicidad de los procedimientos judiciales.

2. ¿Qué tecnologías son consideradas esenciales por los abogados para garantizar la publicidad en las audiencias virtuales?

Necesidades tecnológicas para abogados en audiencias virtuales

Romero-Herrera y Herrera-Pérez (2024), investigan las herramientas tecnológicas que los abogados consideran esenciales para realizar audiencias virtuales sin comprometer la publicidad y transparencia de los procesos judiciales. A través de encuestas cuantitativas aplicadas a 200 abogados, el estudio revela que plataformas que permiten grabaciones, funciones de chat y compartición de pantalla son altamente valoradas para facilitar la comunicación efectiva entre las partes (Romero-Herrera & Herrera-Pérez, 2024). Asimismo, se destaca la carencia de formación específica en el uso de estas plataformas como una deficiencia que puede afectar su implementación eficiente.

De manera complementaria, el estudio de Abad y Freire-Pesántez (2023), analiza cómo las herramientas tecnológicas para la comunicación fortalecen la interacción entre abogados y clientes, identificando también la resistencia al cambio tecnológico como una barrera significativa en la adaptación a la práctica

legal moderna. Este enfoque permite comprender cómo la adecuada selección y capacitación tecnológica puede influir positivamente en la percepción de una publicidad efectiva en las audiencias virtuales.

3. ¿Cómo afecta la conectividad y el acceso a internet en la participación de los ciudadanos en las audiencias virtuales?

Acceso a internet y participación ciudadana

El estudio de Valenzuela et al. (2023), examina cómo el acceso a internet y la conectividad impactan en la participación ciudadana durante las audiencias virtuales. Utilizando una metodología cuantitativa basada en encuestas a 500 ciudadanos, los autores hallaron que una parte considerable de la población carece de las herramientas necesarias para participar eficazmente en estos procedimientos, afectando directamente la publicidad de los procesos. Este hallazgo evidencia que la brecha digital constituye un factor crítico que debe ser abordado para promover una mayor inclusión en el acceso a la justicia.

En la misma línea, García et al. (2022), discuten las disparidades en el acceso tecnológico entre diversas comunidades, sugiriendo que la carencia de infraestructura adecuada en zonas rurales constituye un obstáculo que limita el ejercicio efectivo del derecho a participar en audiencias judiciales. Esta investigación resalta la urgencia de diseñar políticas públicas que aseguren el acceso universal a las tecnologías necesarias para fortalecer la publicidad y accesibilidad judicial.

4. ¿Qué tipos de capacitación necesitan los profesionales del derecho para utilizar eficazmente las plataformas de audiencias virtuales?

Necesidades de capacitación profesional en audiencias virtuales

La investigación de Tejedor et al. (2020), identifica la capacitación como un elemento fundamental para el uso efectivo de las plataformas de audiencias virtuales. A partir de un estudio cualitativo realizado en España, en el que se entrevistaron a 200 profesionales del derecho, se constató que la mayoría considera insuficientes los programas de formación en tecnologías de la información y la comunicación dirigidos a la práctica jurídica. Esta deficiencia resulta crítica, ya que limita la utilización óptima de las herramientas disponibles, afectando negativamente la publicidad de las audiencias.

Por otro lado, Nieto (2023), refuerza estos hallazgos, subrayando la necesidad de proporcionar una formación continua y especializada no solo en el manejo de plataformas digitales, sino también en los principios técnicos y jurídicos vinculados a la publicidad judicial. Esta carencia de capacitación se alinea con la necesidad de identificar y mitigar las barreras tecnológicas que obstaculizan la transparencia en las audiencias virtuales.

5. ¿Qué impacto tiene la percepción pública sobre la eficacia de las audiencias virtuales en el sistema judicial?

Impacto de la percepción pública en audiencias virtuales

La investigación de Solís & Critikián (2022), se explora cómo la percepción pública influye en la confianza hacia la eficacia de las audiencias virtuales. A través de un diseño metodológico mixto, que combinó encuestas cuantitativas y entrevistas cualitativas, se analizó la opinión ciudadana sobre la justicia digital. Los resultados revelaron una fuerte correlación entre una percepción positiva de las tecnologías utilizadas y la confianza en el sistema judicial. No obstante, también se identificó la ausencia de estudios longitudinales que examinen cómo esta percepción evoluciona a partir de experiencias exitosas o fallidas en audiencias virtuales.

Adicionalmente, Sánchez-Guerrón et al. (2020), destacan la importancia de la comunicación y la transparencia en la configuración de estas percepciones, sugiriendo que una adecuada difusión del funcionamiento y los resultados de las audiencias virtuales puede fortalecer la confianza pública. Esta investigación resalta que la percepción pública debe ser entendida no solo como un resultado pasivo, sino como un factor dinámico que incide directamente en la aceptación y legitimidad de las audiencias virtuales.

Conclusiones

Los hallazgos de este estudio evidencian de manera inequívoca que las principales barreras tecnológicas que afectan la publicidad de las audiencias virtuales comprenden la falta de capacitación de los profesionales del derecho, las limitaciones en la infraestructura tecnológica y el acceso desigual a herramientas digitales. En particular, se constató que tanto jueces como abogados enfrentan desafíos significativos derivados de la carencia de formación especializada en el uso de plataformas digitales, lo cual restringe su capacidad de interactuar eficazmente durante las audiencias. Asimismo, se identificó que la conectividad deficiente y la disponibilidad limitada de recursos tecnológicos son factores críticos que inciden directamente en la participación ciudadana y en la transparencia del proceso judicial. Estos resultados no solo enriquecen la literatura existente sobre la temática, sino que también plantean interrogantes sobre las estrategias necesarias para superar dichas barreras y garantizar una justicia verdaderamente accesible para todos.

Este estudio tuvo como propósito principal identificar las principales barreras tecnológicas que afectan la publicidad de las audiencias virtuales, y los resultados obtenidos corroboran las dificultades previamente señaladas

en la literatura especializada. La investigación destacó que la insuficiencia en la formación y capacitación de los actores judiciales, aunada a la precariedad en la infraestructura y a las limitaciones en la conectividad, restringen de manera significativa la efectividad de las audiencias virtuales y comprometen su publicidad. Tales hallazgos subrayan la apremiante necesidad de atender estas problemáticas con el fin de optimizar el sistema judicial y fortalecer la transparencia y la confianza ciudadana en los procedimientos jurisdiccionales.

El presente trabajo fue concebido como un artículo de revisión bibliográfica, lo cual implicó la recopilación y el análisis crítico de la literatura existente en el campo de estudio. Este enfoque permitió construir una comprensión holística de las barreras tecnológicas, al tiempo que proporcionó una base teórica sólida para orientar futuras investigaciones y el diseño de estrategias efectivas para su implementación en la práctica judicial.

Las implicancias más amplias de esta investigación sugieren que la superación de las barreras tecnológicas en las audiencias virtuales no solo resulta indispensable para perfeccionar la accesibilidad y el funcionamiento del sistema judicial, sino que también contribuye al robustecimiento de la confianza pública en la administración de justicia. Para futuras líneas de investigación, se recomienda examinar la perspectiva de los ciudadanos respecto a su experiencia en las audiencias virtuales, así como explorar soluciones tecnológicas innovadoras que faciliten la superación de estas barreras. Además, el desarrollo de programas de capacitación continua y la inversión sostenida en infraestructura tecnológica se perfilan como áreas prioritarias que requieren ser evaluadas y fortalecidas en el contexto judicial contemporáneo. En consecuencia, estas direcciones futuras no solo enriquecerán el cuerpo académico existente, sino que también aportarán significativamente a la mejora del acceso y la efectividad de las audiencias virtuales en los sistemas judiciales modernos.

Referencias

- Abad, J., & Freire-Pesántez, A. (2023). Barreras para la implementación de la economía circular en países en vías de desarrollo. *Estudios de la Gestión. Revista Internacional de Administración*, (14), 99–121. <https://doi.org/10.32719/25506641.2023.14.6>
- Arias-Garrido, J., Carvajal-Salamanca, J., & Neira-Peña, T. (2024). Percepción del estudiantado universitario acerca de metodologías innovadoras mediadas por tecnologías en una universidad chilena. *Formación Universitaria*, 17(1), 45–58. <https://doi.org/10.4067/s0718-50062024000100045>
- Cajamarca-Correa, M., Cangas-Cadena, A., Sánchez-Simbaña, S., & Pérez-Guillermo, A. (2024). Nuevas tendencias en el uso de recursos y herramientas de la tecnología educativa para la educación universitaria. *Journal of Economic and Social Science Research*, 4(3), 127–150.

- Correa, R., Juan, C., & Rodríguez, R. (2021). Tecnología para decidir hechos en procesos judiciales. *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 10(1).
- García, D., Ramírez, C., & Villanueva, J. (2022). Experiencias docentes sobre el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y su incorporación en el currículum escolar en educación primaria. *Ciencias Sociales y Educación*, 11(21), 23–55. <https://doi.org/10.22395/csye.v11n21a2>
- Guerrero, S., García, B., & Bonito, J. (2021). Enseñanza-aprendizaje en matemáticas y estadística durante la COVID-19. Universidad de los Llanos, Colombia. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 23(37). <https://doi.org/10.19053/O1227238.11642>
- Jiménez, H., & Elías, B. (2021). Impactos de la pandemia COVID-19 en el rendimiento escolar durante la transición a la educación virtual. *Revista Pedagógica*, 23, 1–29. <https://doi.org/10.22196/rp.v22i0.6153>
- Montero-Rosero, M., Romero-Fernández, A., Cañizares-Galarza, F., & Cabrera, M. (2023). Impacto del sistema de gestión de control escolar en las instituciones emblemáticas fiscales. *Ingenium Et Potentia*, 5(9), 95–110. <https://doi.org/10.35381/i.p.v5i9.2621>
- Murillo, W., Llerena, L., Lavaye, M., Santos, B., Orrala, L., Cora, J., & Bastidas, D. (2024). Uso de tecnologías y herramientas de apoyo para favorecer el desempeño académico de estudiantes de bachillerato con discalculia. *Latam. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(6). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i6.3006>
- Nieto, L. (2023). ¡Científicamente comprobado! La construcción de la confianza en la publicidad. *H+d Hábitat Más Diseño*, (22), 105–112. <https://doi.org/10.58493/habitat.2019.22.02>
- Núñez, C. (2024). Desarrollo de competencias docentes para la enseñanza intercultural en entornos virtuales. *Revista Educa UMCH*, (24), 50–64. <https://doi.org/10.35756/educaumch.202424.295>
- Prado, M. (2024). Interpretación y desafíos de la evidencia digital en la investigación criminal. *Código Científico. Revista de Investigación*, 5(3), 480–498. <https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v5/ne3/328>
- Romero-Herrera, A., & Herrera-Pérez, A. (2024). Transición de la publicidad impresa a la era digital: Un estudio de las estrategias y preferencias de las pymes en Machala. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(3), 551–565. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.3.2347>
- Sade, K., & Chepo, M. (2023). Barreras y facilitadores percibidos en la atención de salud a personas migrantes en Chile. *Index de Enfermería Digital*, 32(3). <https://doi.org/10.58807/indexenferm20236206>

- Sánchez-Guerrón, M., Lascano-Moscoso, K., & Ballesteros-López, L. (2020). *Construcción de perfiles del consumidor con base de datos y publicidad programática*. 593 Digital Publisher CEIT, 5(5), 183–194. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5.285>
- Sanz-Marcos, P., Jiménez-Marín, G., & Zambrano, R. (2021). *Aplicación y uso del modelo de resonancia o customer-based brand equity (CBBE). Estudio de la lealtad de marca a través de la figura del influencer*. Methaodos. Revista de Ciencias Sociales, 9(2), 200–218. <https://doi.org/10.17502/mrcs.v9i2.471>
- Solís, F., & Critikián, D. (2022). *Redes sociales y generación Z*. Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales, 381–399. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1707>
- Tejedor, S., Cervi, L., Tusa, F., & Parola, A. (2020). *Educación en tiempos de pandemia: Reflexiones de alumnos y profesores sobre la enseñanza virtual universitaria en España, Italia y Ecuador*. Revista Latina de Comunicación Social, (78), 1–21. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2020-1466>
- Tinoco, R., Pérez, M., Aristega, M., Rodríguez, A., Moreno, D., Ordoñez, J., & Cobos, C. (2024). *Uso de herramientas de tecnológicas 3.0 para el aprendizaje en el área de ciencias sociales*. Ciencia Latina. Revista Científica Multidisciplinar, 8(5), 8838–8857. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i5.14280
- Valenzuela, E., Martínez, F., Bujaico, J., Moscoso, L., & Bujaico, R. (2023). *Modelo de gobierno digital: Un análisis comparativo de su impacto para creación de valor público en países en desarrollo*. Acvenisproh Académico. <https://doi.org/10.47606/acven/aclib0031>

Technological challenges affecting advertising to virtual audiences: A literature review study

Desafios tecnológicos que afetam a publicidade para públicos virtuais: um estudo de revisão da literatura

Maria Cristina Bobadilla Reyes

Universidad Tecnológica del Perú | Piura | Perú

<https://orcid.org/0009-0004-9268-3124>

U24241163@utp.edu.pe

Reyesmariacristina779@gmail.com

Estudiante de pregrado de la Universidad Tecnológica del Perú, sede Piura.

Jhon Alexander Aguilar Cornejo

Universidad Tecnológica del Perú | Piura | Perú

<https://orcid.org/0009-0008-2493-3493>

u25270795@utp.edu.pe

Estudiante de pregrado de la Universidad Tecnológica del Perú, sede Piura.

Anali Yulitza Sandoval Navarro

Universidad Tecnológica del Perú | Piura | Perú

<https://orcid.org/0009-0005-0801-2262>

U25236027@utp.edu.pe

analisandoval295@gmail.com

Estudiante de pregrado de la Universidad Tecnológica del Perú, sede Piura.

Keyla Fabiana Maza Cueto

Universidad Tecnológica del Perú | Piura | Perú

<https://orcid.org/0009-0007-8972-3748>

U23260154@utp.edu.pe

Fabianamaza178@gmail.com

Estudiante de pregrado de la Universidad Tecnológica del Perú, sede Piura.

Andy Williams Chamoli Falcón

Universidad Tecnológica del Perú | Piura | Perú

<https://orcid.org/0000-0002-2758-1867>

C28119@utp.edu.pe

chamoliss@hotmail.com

Abogado, Magister en Banca y Finanzas, Maestro en Educación mención Docencia en Educación Superior y Doctor en Gestión Empresarial. Actualmente labora como docente en la Universidad Tecnológica del Perú

Abstract

The context of this study is based on the progressive digitalization of the judicial system, which has driven the adoption of virtual hearings. However, this transformation poses significant challenges in terms of the publicity and transparency of judicial proceedings. The objective of this article is to identify the main technological barriers that affect the publicity of these hearings, promoting critical reflection on their impact on access to justice. The methodology used consisted of a bibliographic review, in which recent studies addressing the topic from diverse perspectives were compiled and analyzed. The most notable results show that the lack of training in the use of digital tools, deficiencies in technological infrastructure, and unequal access to digital resources constitute fundamental obstacles that affect the effectiveness of virtual hearings. This research concludes that it is essential to overcome these barriers to guarantee

accessible and transparent justice. The findings suggest the need to implement a comprehensive approach focused on the training of judicial officials and sustained investment in infrastructure and technology, in order to consolidate a more inclusive and efficient justice system in the digital context.

Keywords: Infrastructure; training; connectivity; accessibility; advertising.

Resumo

O contexto deste estudo baseia-se na digitalização progressiva do sistema judicial, que impulsionou a adoção de audiências virtuais. Entretanto, essa transformação impõe desafios significativos em termos de publicidade e transparência dos processos judiciais. O objetivo deste artigo é identificar as principais barreiras tecnológicas que afetam a publicidade dessas audiências, promovendo uma reflexão crítica sobre seu impacto no acesso à justiça. A metodologia utilizada consistiu em uma revisão da literatura, na qual foram compilados e analisados estudos recentes que abordam o tema sob diferentes perspectivas. Os resultados mais destacados mostram que a falta de treinamento no uso de ferramentas digitais, as deficiências na infraestrutura tecnológica e a desigualdade no acesso aos recursos digitais são obstáculos fundamentais que afetam a eficácia das audiências virtuais. Esta pesquisa conclui que é essencial superar essas barreiras para garantir uma justiça acessível e transparente. Os resultados sugerem a necessidade de implementar uma abordagem abrangente voltada para o treinamento de operadores judiciais e o investimento sustentado em infraestrutura e tecnologia, a fim de consolidar um sistema de justiça mais inclusivo e eficiente no contexto digital.

Palavras-chave: Infraestrutura; treinamento; conectividade; acessibilidade; publicidade.