

## Escenarios digitales de la comunicación

Susana Fernández Lores (coord.)  
Barcelona: Gedisa, 2022

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru>

<https://doi.org/10.32719/26312514.2023.7.10>

En marzo de 2022 se llevó a cabo en Lanzarote (España) la segunda edición del Congreso Hermes de Comunicación, que tuvo modalidades híbrida y presencial. Este libro, publicado por Gedisa, es producto de la primera línea de presentación de trabajos, que tuvieron que ver con los diferentes escenarios de la comunicación digital y cuya edición se encargó a los docentes e investigadores Santiago Tejedor, de España, y Pablo Escandón Montenegro, de Ecuador.

El presente tomo tiene cuatro capítulos en los cuales se despliegan los diversos elementos de la vida digital investigados desde Iberoamérica, pues cabe destacar que este congreso privilegia el idioma castellano para ser más inclusivo con sectores profesionales de la comunicación y con estudiantes o académicos que ven en las demás lenguas una barrera para la presentación de los resultados de sus estudios o investigaciones.

En el primer capítulo, titulado “De cómo la tecnología nos cambió”, se exhiben cuatro estudios que versan sobre el chequeo de información en el ámbito iberoamericano; sobre el uso del *deepfake* en los casos de Lola Flores y Bruce Lee; sobre un nuevo cargo en las series de televisión: el de *showrunner*; y sobre el uso del *streaming* en las aulas, a partir del distanciamiento por la pandemia del COVID-19.

En el segundo capítulo, “De la esfera pública y sus particularidades”, son siete los estudios presentados para analizar la incidencia en opinión pública en esferas digitales y analógicas. Las campañas electorales y el uso de las redes sociales son fenómenos que presentan peculiaridades en cada uno de nuestros países, regiones y comunidades, por lo cual los estudios que los analizan son numerosos y siempre arrojan nuevos datos y conclusiones. Activismo, comunicación política y combate al racismo en plataformas también son aspectos de análisis pormenorizados en este capítulo.

“De los vericuetos y enredos comunicativos” es el tercer capítulo. En él se incluyen análisis sobre *influencers*, campañas publicitarias basadas en figuras públicas y ejemplos de acoso y de reivindicación de identidades genérico-sexuales en las plataformas. A partir de ello se pueden extrapolar métodos y teorías a casos similares en otras latitudes, con lo cual se da el diálogo de la investigación y la difusión de resultados. Asimismo, no se encasqueta a la comunicación digital en la simple datificación: también se da pie a los estudios

de caso mediante análisis cualitativos, para lo cual existe una metodología propia de los espacios digitales.

El capítulo 4 busca mirar más allá de lo que viene, y por ello lo titularon “Oteando los horizontes”. En él se pueden leer experiencias de plataformas mediáticas, de recepción de audiencias, de configuración de comunidades y estrategias y de narrativas transmedia, con la finalidad de comprender el ahora e inferir hacia dónde pueden evolucionar estas temáticas.

En el prólogo, los editores de la Universidad Autónoma de Barcelona y de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, indican que el nuevo escenario comunicativo es cambiante y que, en esta ocasión, para este libro, se recogen y se amplían las potencialidades y debilidades del pasado. Lo multimedia y lo virtual están a un paso del *big data*, que a su vez está íntimamente conectado con la inteligencia artificial; por ello, en este texto se invita a recuperar un elemento que nunca caerá en desuso: la ética.

Desde una perspectiva ética, los textos de este volumen tienen un espíritu unificador, pues la tecnología, la informática, las plataformas y demás desarrollos algorítmicos son herramientas puestas al servicio del ser humano; los investigadores ponen este tema en el centro para comprender sus usos y posibilidades de futuro.

En este “escenario” se tornan de gran e innegociable valor los trabajos académicos, las investigaciones, los estudios de caso y las indagaciones de toda índole capaces de invitar a la sociedad a pensar, reflexionar y entender que habitamos un territorio marcado por el rol protagónico de lo comunicativo. Los puentes entre la empresa o la industria (ambas denominaciones valdrían) y la academia son decisivos. Hace falta que conectemos nuestra investigación con los problemas del hoy, pero también que seamos capaces de anticiparnos a los problemas del mañana. (12)

El vínculo profesional, académico y empresarial es importante para este congreso en castellano, ya que resulta estéril no tender puentes entre los distintos elementos del ámbito comunicacional. Los escenarios son mutantes y siempre estarán en revisión.

*Escenarios digitales de la comunicación* presenta un panorama muy ilustrativo de qué, cómo y dónde se está investigando, y de en qué áreas se asumen los estudios de los expertos para mejorar la industria. Solo así se tienden puentes, como dicen los editores.

*Uru: Revista de Comunicación y Cultura*