

Editorial Temas Generales

Comunicación y convivencia en la era digital

Rayén Condeza Dall’Orso, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile
(rcondeza@uc.cl)

A inicios de mayo de 2021, la comunidad académica nacional e internacional se enteró con pesar del fallecimiento de Humberto Maturana Romesín, biólogo y filósofo chileno, Premio Nacional de Ciencias en 1994. Entre sus múltiples legados, su llamado al diálogo, a la reflexión y al entendimiento parecen fundamentales para quienes se dedican a generar conocimiento. En 2012, tuvimos el privilegio de que inaugurara la primera conferencia regional de la *International Communication Association* (ICA) realizada en América Latina, organizada junto con la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile, unidad que edita *Cuadernos.info*. Cuando con María Elena Gronemeyer, chair de la conferencia, visitamos al profesor Maturana para invitarlo a la apertura, propuso titular su charla con una pregunta: ¿Comunicación o conversación? En su alocución ante los más de 250 investigadores de 74 universidades que participaron presencialmente en la conferencia UC-ICA 2012, el profesor Maturana se refirió al lenguaje como un recurso simbólico para comunicarnos, a su rol en “la coordinación de nuestra convivencia”, así como a su capacidad para permitirnos conectar con los “haceres, sentires y emociones”. Asimismo, expresó que la comunicación es un arte y se exhibió sobre la importancia que tiene el arte de conversar en la cohesión y en el cambio pacífico de las sociedades:

“A mí me parece que nuestro verdadero tema como humanidad ahora, es escoger qué queremos, incluso cuando hablamos de comunicación. ¿Queremos convivir? ¿O no queremos convivir? ¿Qué mundo queremos generar? ¿Podemos conversar? Y lo más probable es que si estamos dispuestos a conversar vamos a encontrar que las cosas fundamentales que queremos son, en general, las mismas y podemos descubrir que las que nos separan, en general, son teorías, convenciones explicativas y tienen que ver con ciertas preferencias y gustos, que si habláramos de ellos no veríamos otra cosa, sino que queremos una convivencia en mutuo respeto, una colaboración, un mundo que sea deseable para todos”. (Maturana, 18 de octubre de 2012).

En los 15 artículos que integran el número 49 de *Cuadernos.info* resuenan, en alguna medida, parte de las preguntas recién señaladas. Cinco contribuciones corresponden al monográfico Métodos computacionales y Big Data en la investigación en comunicación, coordinado por los editores invitados Carlos Arcila, Wouter Van Atteveldt y Damian Trilling, a quienes la revista expresa su profunda gratitud.

En la sección Temas generales, las investigadoras españolas Diana Gavilán y María Avello contribuyen al estudio empírico de las diferencias en las imágenes mentales evocadas por la publicidad digital debido a la familiaridad de la marca entre universitarios, un aporte relevante para comprender cómo opera el procesamiento de la información publicitaria en las generaciones más jóvenes, expuestas cada vez más a múltiples estímulos, en 360 grados. Constituye un avance para diseñar estrategias comunicacionales, en particular en la era del aviso publicitario *skippable advertisement* (Aslam, Farhat, & Arif, 2021), del espacio en línea y de las redes sociales, esos territorios móviles de convivencia preferidos y más empleados por las nuevas generaciones que crecen con un teléfono como extensión de sí mismos y con las pantallas como una sala con múltiples espejos.

Raquel Martínez-Sanz y Amaia Arribas-Urrutia, por su parte, indagan en la relación que establecen los estudiantes de periodismo y sus profesores con las redes sociales en distintas universidades de Ecuador. La formación de los nuevos periodistas siempre ocurre a partir de experiencias intergeneracionales, si bien hoy estas son mediadas por el consumo y uso de nuevas tecnologías. En un ecosistema educativo universitario impactado por las TIC (Barrios Rubio & Fajardo Valencia, 2017) es importante explorar, como las autoras lo hacen, en cómo cada grupo en convivencia vive esa experiencia, sus puntos en común, así como sus divergencias expresadas en la práctica docente.

El rol de la prensa y los medios de comunicación para una adecuada cobertura del fenómeno del cambio climático a nivel global, considerando las particularidades de distintas regiones y los contextos nacionales, es abordado por los investigadores españoles María Carmen Erviti Ilundáin y Bienvenido León Anguiano. Exploran si la cobertura realizada por los medios españoles de la cumbre del clima de París de 2015 es diferente de la efectuada por medios de Estados Unidos, Reino Unido, Alemania y Francia. Investigar sobre la información a la ciudadanía respecto de estas cumbres es relevante y contribuye a considerar, como lo señala el Decálogo sobre la comunicación del cambio climático (Fernández Reyes & Mancinas Chávez, 2013), que se trata de un proceso sistémico y no de sucesos aislados, por lo que se requiere un seguimiento del fenómeno mediante una información debidamente contextualizada.

Como afirman Innerarity y Colomina (2020), la digitalización del espacio público ha añadido complejidad a nuestra relación con la verdad, cuando la información y las narrativas compartidas son precondition del discurso democrático. En esa línea, la problemática de la desinformación es abordada por dos investigaciones en este número 49 de *Cuadernos.info*. Ambos artículos integran una interesante discusión sobre el desafío y las distintas aproximaciones empleadas en la actualidad para definir a las noticias falsas.

En el primer caso, las investigadoras Tamara Vázquez Barrio, Teresa Torrecillas-Lacave y Rebeca Suárez-Álvarez exploran las actitudes de distintas generaciones de habitantes de la comunidad de Madrid hacia el consumo de información para determinar qué configura la credibilidad de las noticias y el grado de confianza en los medios, así como las estrategias que las personas emplean para contrastar la información en varios medios, lo que favorece una dieta informativa diversa.

En el segundo caso, los autores Carlos Brenes Peralta, Rolando Pérez Sánchez e Ignacio Siles González investigan algunos predictores psicosociales de exposición de la población adulta en Costa Rica a las noticias falsas, explorando asociaciones positivas entre el pensamiento autoritario y la difusión de este tipo de información.

Transitamos luego hacia un grupo de cinco artículos que estudian prácticas actuales de comunicación digital de distinto tipo y desde aproximaciones diferentes. Ignacio López Escarcena pone de relieve la problemática ética que enfrentan los investigadores en ambientes digitales al exponer la identidad de las personas, lo que puede implicar el riesgo de dañarlas. Aplica dicha disyuntiva al estudio de comunidades digitales especializadas en cine y propone alternativas de aproximación. Se trata, a nuestro juicio, de una contribución que también puede hacerse extensiva al campo de los estudios recientes sobre la ética del bienestar digital, en pleno desarrollo (Burr, Taddeo, & Floridi, 2020).

El uso del formato audiovisual por parte de estudiantes universitarios para definir y construir su identidad es abordado por los investigadores colombianos Javier Alejandro Corredor-Aristizábal y Manuel Alberto Corredor-Aristizábal, específicamente a través de la red social Facebook, desde la especialidad de la psicología y del audiovisual. Las prácticas de comunicación como vehículo de identificación también son investigadas por Virginia Saenz y Dafne Carp en Argentina, quienes analizan los memes creados por adolescentes como producciones culturales sobre la escuela y sus experiencias en este espacio de interacción cotidiana, así como con sus profesores, a partir de un concurso anual que se celebra en ese país. Ambos artículos son escenarios de interés para reflexionar sobre el diálogo interdisciplinario que se está produciendo actualmente entre las comunicaciones,

la educación y la psicología con la denominada corriente de la antropología digital y su reflexión en torno a la persona humana (Horst & Miller, 2020).

En la misma línea, Beatriz Feijoo y Erika Fernández Gómez estudian las prácticas de comunicación de 13 niños y niñas *influencers* en España, al inicio del confinamiento por COVID19 en ese país, y los tipos de contenido que generaron. Además, analizan el comportamiento de las marcas en relación con estos perfiles específicos de *youtubers* e *instagramers* durante el mismo período, así como la presencia de los padres y madres, reflexionando en torno a la ética publicitaria en un fenómeno de comunicación creciente en ese país y en el resto del mundo.

Rut Martínez, Pilar Lacasa y Héctor del Castillo estudian el modo en el que cientos de miles de fans comentan y reconstruyen el significado sobre cuatro series de televisión emitidas por Netflix en España en las redes sociales. Ello, en un contexto de importantes cambios en los modelos de distribución de la televisión a nivel global, en el que Netflix constituye un caso emblemático (Lobato, 2018). Los autores emplean una doble perspectiva, al partir desde un análisis del Big data de las interacciones en línea en torno a las series, para luego proponer pasos ad hoc hacia análisis interpretativos para explorar significados, de manera de dar luz a algunas de las limitaciones del procesamiento automático de datos en las ciencias sociales, lo que nombran como opacidad del Big data.

RAYÉN CONDEZA DALL'ORSO, PHD

Editora en jefe
Cuadernos.info

El equipo editorial de Cuadernos.info agradece al Fondo de Apoyo a la Indexación de Revistas Científicas UC 2020 por su contribución a la publicación de la revista.

REFERENCIAS

- Aslam, W., Farhat, K., & Arif, I. (2021). Skippable Advertisement versus Full Length Advertisement: An Empirical Analysis in a Developing Economy. *Journal of Interactive Advertising*. <https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1852634>
- Barrios Rubio, A. & Fajardo Valencia, G. C. (2017). El ecosistema universitario impactado por las TIC (The University education Ecosystem impacted by ICT). *Anagramas*, 15(30), 101-120. <https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a5>
- Burr, Ch., Taddeo, M., & Floridi, L. (2020). The Ethics of Well- Being. A thematic review. *Science and Engineering Ethics*, 26, 2313-2343. <https://doi.org/10.1007/s11948-020-00175-8>
- Fernández Reyes, R. & Mancinas, Chávez, R. (Coords.). (2013). *Medios de Comunicación y cambio climático* (Media and Climate Change) . Sevilla, Spain: Fénix.
- Horst, H. & Miller, D. (2020). *Digital Anthropology*. Routledge.
- Innerarity, D. & Colomina, C. (2020). Introducción: desinformación y poder, la crisis de los intermediarios. (Introduction: disinformation and power, the intermediaries crisis). *Revista CIDOB d’Affairs Internals*, (124), 7-8. <https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.7>
- Lobato, R. (2018). Rethinking International TV Flows Research in the Age of Netflix. *Television & New Media*, 19(3), 241-256. <https://doi.org/10.1177/1527476417708245>
- Maturana, H. (2012). *¿Comunicación o conversación?* (Communication or Conversation?). Charla inaugural Conferencia UC- ICA 2012 (2012 UC-ICA Conference opening lecture). Santiago, Chile, October 18, 2012. Pontificia Universidad Católica de Chile.