

# Editorial

## Investigación en comunicación para un mundo en transformación

Jerónimo Rivera-Betancur<sup>1</sup>

DOI: 10.5294/pacla.2022.25.2.1

### Para citar este editorial / to reference this editorial / para citar este editorial

Rivera-Betancur, J. (2022). Investigación en comunicación para un mundo en transformación. *Palabra Clave*, 25(2), e2521. <https://doi.org/10.5294/pacla.2022.25.2.1>

El mundo se prepara lentamente para vivir una “nueva normalidad” después de más de dos años de una de las peores crisis de los últimos tiempos. Más allá del alto costo pagado por muchas familias y de los aciertos y errores de gobiernos y políticas públicas, nuestro compromiso como revista académica de comunicación es el análisis sobre el presente y futuro del campo de la comunicación y sobre la forma en que cada uno de los temas de estudio del sector va a evolucionar después de estos retadores tiempos.

La pandemia de covid-19, como quedó claro en nuestro monográfico de principio de año, alteró, quizás para siempre, buena parte de las formas en las que producimos, recibimos y compartimos los mensajes. Nuestras interacciones son hoy diferentes y muchas innovaciones llegaron precipitadamente para quedarse. Términos como realidad virtual, realidad aumentada, inteligencia artificial, algoritmos de programación, reconocimiento facial, volumetría audiovisual, periodismo de datos, *non fungible token* (NFT) y otros, que aún parecen sacados de la ciencia ficción, hacen parte de una agenda mediática que necesita ser examinada con detalle, más allá de su desarrollo tecnológico. El gran reto de los estudiosos de la comunicación es reconocer estos cambios, medir su influencia y pronosticar su impacto en la sociedad.

---

<sup>1</sup> ✉ <https://orcid.org/0000-0002-1013-0154>. Universidad de La Sabana, Colombia. [jeronimo.rivera@unisabana.edu.co](mailto:jeronimo.rivera@unisabana.edu.co)

En el momento en que presentamos esta nueva edición, mayo de 2022, la crisis ocasionada por la covid-19 no ha podido aún conjurarse, pero ha pasado a un segundo plano en la agenda noticiosa internacional por la escalada de la guerra entre Rusia y Ucrania y el incremento de las tensiones entre el gobierno ruso y las potencias mundiales de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), que han prendido las alarmas, no solo por el peligro inminente de una guerra que escale en magnitud, sino también por sus posibles consecuencias en términos de generación de energía y alimentación con un potencial impacto global. La Guerra Fría, que parecía extinta, regresa con fuerza para alimentar miedos que se creían superados.

A esto se suman las discusiones sobre el inminente y preocupante cambio climático mundial y la creciente disputa política y comercial entre China y Estados Unidos, salpicada por las sospechas sobre el origen de la pandemia y la polarización política en muchos países del mundo entre tendencias de ultraderecha, líderes populistas y un inmenso descontento social visibilizado en los movimientos de protesta de años recientes que, en el caso de Colombia, se materializaron en los paros nacionales de 2019 y 2021. En medio de esto, y como consecuencia también de lo anterior, avanza silenciosa e imperceptiblemente una pandemia mundial tanto o más grave que la de covid-19: la salud mental de un amplio sector de la sociedad, que hoy se ve seriamente afectada (especialmente en los jóvenes) y cuyos efectos deben verse seriamente como un problema de salud pública.

En este convulso escenario, ratificamos el compromiso de nuestra revista *Palabra Clave* de ofrecer un espacio para la reflexión por parte de los distintos campos de la comunicación, reafirmando nuestra vocación de difusión del conocimiento con miras a aportar al entendimiento de los pueblos mediante la investigación de la comunicación.

El panorama que presentamos en nuestro segundo volumen del año incluye abordajes de temas de la comunicación relacionados con diversidad cultural, cultura organizacional y relaciones humanas mediadas por la tecnología. Esta nueva edición ratifica nuestra vocación como revista científica de comunicación por más de 25 años y nos trae investigaciones relevantes desde países como India, España, Perú, Chile, Ecuador y México.

En tiempos de crisis descubrimos que las soluciones muchas veces no están en nuestras manos, pero también que la comunicación es un elemento clave, que no debe estar ausente en estas discusiones.

Abre nuestra edición un artículo escrito en colaboración entre los profesores Tomás Atarama, Kelly Robledo y Alberto López-Hermida que estudia el concepto de *storytelling* en el entorno corporativo para definir su verdadera eficacia. Después de una juiciosa revisión bibliográfica sobre el tema, el artículo revela que el *storytelling* es un recurso fundamental sobre el que poco se ha investigado, por lo que el texto propone algunas líneas de desarrollo y fundamentación. Desde México, César Bárcenas nos entrega un estudio sobre la penetración de las plataformas digitales internacionales en América Latina y la necesidad de establecer políticas culturales para proteger la diversidad cultural de la región. El texto presenta algunos ejes e ideas fundamentales para proteger la identidad latinoamericana ante la creciente penetración de estas plataformas en América Latina en tiempos de pandemia. Esta propuesta incluye, entre otros puntos, la protección de los derechos de los usuarios, las obligaciones tributarias de las plataformas y la protección del sector industrial local frente a los grandes competidores.

Luis Núñez-Ladevéze y Margarita Núñez Canal nos traen desde España un juicioso análisis sobre las referencias de Marshall McLuhan a la obra de José Ortega y Gasset, especialmente en lo que concierne a los conceptos de *Galaxy* y *Environment* para analizar, entre otras cosas, si el uso del segundo término por parte de McLuhan se debe a la influencia de la obra de Gasset en sus estudios. Nekane Parejo, desde España, utiliza la técnica del análisis de contenido para desarrollar una investigación sobre el excelente documental *La sal de la tierra*, dirigido por los cineastas Win Wenders y Juliano Ribeiro sobre la obra del fotógrafo brasileño Sebastião Salgado. En su artículo, la autora utiliza el análisis para proponer reflexiones sobre los cruces entre la imagen fotográfica y la imagen fílmica y entre las miradas de fotógrafo y cineastas.

Como mencionamos anteriormente, el tema del cambio climático será uno de los prioritarios en la agenda pública de los próximos años y, en sintonía con esto, publicamos un artículo de Hilda Muñoz-Pico y Fátima Vi-

teri-Mancero, de Ecuador, quienes analizan el papel de las emociones en la propagación de contenidos sobre este tema en YouTube para concluir que estos son populares en la medida en que impulsan la activación fisiológica en sus espectadores, pues esta predispone a tomar acción y compartir los contenidos. Este texto propone, además, algunas pistas para diseñar campañas de lucha contra el cambio climático. Cierra este número un artículo proveniente de India sobre la relación entre los jóvenes indios y las redes sociales. Benson Rajan, Lydia José y Thejas Sundar exploran el uso de Instagram por parte de los jóvenes, especialmente en cuanto a su grado de “enganche” con la plataforma a partir del denominado *fear of missing everything* (FOMO), para concluir que esta red social tiene una alta influencia en los seguidores y en su salud física y mental, ante el miedo que les genera no ser populares o divertidos.

El compromiso de nuestra revista con la difusión y promoción de la investigación en comunicación ha sido recientemente reconocido con importantes distinciones, como la ubicación en el Q1 de la red de revistas de Iberoamérica (REDIB) y con un ascenso en la categoría de Scimago, en donde nuestra publicación está ahora en la categoría Q2 en los índices de Comunicación y en “Artes y humanidades”. Estos reconocimientos nos impulsan a continuar con nuestra labor de más de 25 años y son un buen regalo para nuestra Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, que en 2022 arriba a sus primeros 50 años.