Journal of Iberian and Latin American Research

ISSN: (Print) (Online) Journal homepage: https://www.tandfonline.com/loi/rjil20

Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios en una perspectiva comparada entre América Latina y la península ibérica

Daniel Barredo Ibáñez, Mágda Rodrigues da Cunha & Jorge Hidalgo Toledo

To cite this article: Daniel Barredo Ibáñez, Mágda Rodrigues da Cunha & Jorge Hidalgo Toledo (2020) Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios en una perspectiva comparada entre América Latina y la península ibérica, Journal of Iberian and Latin American Research, 26:3, 275-283, DOI: 10.1080/13260219.2020.1934260

To link to this article: https://doi.org/10.1080/13260219.2020.1934260

Published online: 07 Jul 2021.

Submit your article to this journal

Article views: 653

View related articles

View Crossmark data

Full Terms & Conditions of access and use can be found at
https://www.tandfonline.com/action/journalInformation?journalCode=rjil20

JOURNAL OF IBERIAN AND LATIN AMERICAN RESEARCH
2020, VOL. 26, NO. 3, 275–283
https://doi.org/10.1080/13260219.2020.1934260

Routledge
Taylor & Francis Group

Check for updates

Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios en una perspectiva comparada entre América Latina y la península ibérica

Daniel Barredo Ibáñez [a], Mágda Rodrigues da Cunha [b] and Jorge Hidalgo Toledo [c]

[a]Universidad del Rosario/Fudan University; [b]Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; [c]Universidad Anáhuac México

ABSTRACT

Digital communication, in recent decades, has evidenced significant transformations: on the one hand, in the adaptations and reinterpretations of the user and on the other, those transformations take place within the interface where there is a permanent dialogue with the strategies proposed by the industry. Today communication users perceive, act, respond, create new experiences, and coexist with these interfaces as a new media territory. Technological interfaces allow them, like language, to inhabit those spaces. The network has therefore become the symbolic space in which human-to-human interactions take place and not with the machine, as was believed. This edition, aligned with Thematic Group 19, Digital communication, networks and processes, of the Latin American Association of Researchers in Communication (ALAIC), proposes to reconstruct an overview of the state of research in new media and online processes, particularly with a comparative perspective in the Ibero-American context. This is a number that, although it was thought before the emergence of the pandemic, actively dialogues with the challenges of post-Covid-19 communication research, while exploring major structural transformations and digital mediation processes; it moves in the fields of large and new gaps and, above all, it contributes transversally to the role that the media will play in addressing digital human rights.

RESUMEN

La comunicación digital, en las últimas décadas, ha evidenciado transformaciones significativas: por un lado, en las adaptaciones y reinterpretaciones del usuario y por otro, en que éstas tienen lugar dentro de la interfaz donde se da un diálogo permanente con las estrategias propuestas por la industria. Hoy los usuarios de la comunicación perciben, actúan, responden, crean nuevas experiencias, cohabitan estas interfaces como un nuevo territorio mediático. Las interfaces tecnológicas les permiten, como el lenguaje, habitar esos espacios. La red se ha convertido, por ende, en el espacio simbólico en el que se realizan las interacciones del hombre con el hombre y no con la máquina, como se creía. Esta edición, alineada con el Grupo Temático 19, Comunicación digital, redes y procesos, de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en

KEYWORDS
Digital communication; comparative studies; Iberoamerica

PALABRAS CLAVE
Comunicación digital; estudios comparativos; Iberoamérica

CONTACT Daniel Barredo Ibáñez daniel.barredo@urosario.edu.co Universidad del Rosario/Fudan University

© 2021 Association of Iberian and Latin American Studies of Australasia (AILASA)

Comunicación (ALAIC), propone reconstruir una visión general del estado de la investigación en los nuevos medios y procesos en línea, particularmente con una perspectiva comparativa en el contexto iberoamericano. Es este un número que, aunque se pensó con anterioridad a la emergencia de la pandemia, dialoga activamente con los retos de la investigación en comunicación post-Covid-19, en tanto que explora las grandes transformaciones estructurales y los procesos de mediación digital; se mueve en los terrenos de las grandes y las nuevas brechas y, sobre todo, aporta de manera transversal al rol que jugarán los medios para atender los derechos humanos digitales.

La comunicación digital, en las últimas décadas, ha evidenciado transformaciones significativas en las mediaciones de la vida cotidiana y los hábitos de acceso, recepción, consumo, y apropiación de las audiencias. Cualquiera que sea el proceso, se observa la construcción de un nuevo ecosistema mediático, en el que la tecnología se vuelve invisible, incluso con una relevancia significativa. Sin embargo, no podemos decir que los dispositivos están en el centro del proceso. De hecho, gran parte de las promesas de la sociedad de la información (tecnologías democratizadoras y accesibles, horizontalizadoras para lograr una sociedad más inclusiva, equitativa, justa y de bienestar), se están cuestionando ante las nuevas brechas que la cultura digital ha evidenciado.[1]

Las adaptaciones y reinterpretaciones del usuario tienen lugar en un diálogo permanente con las estrategias propuestas por la industria dentro de la amplia interfaz. Deja ver la presencia de nuevas hegemonías que se tienen desde la mirada de los nuevos barones de la infraestructura tecnológica y de las telecomunicaciones, la industria del *software* y los orientados a la generación de contenido.[2] Tomados en conjunto, estos cambios influyen en la percepción del tiempo, el espacio, la memoria, las nociones de verdad y muchos otros aspectos que inciden en la construcción de la realidad. En la suma del tiempo histórico, también influyen en la configuración de la cultura y, en general, de los procesos civilizatorios.

Carlos Scolari, en su libro *Las leyes de la interfaz*, sostiene que las investigaciones deben considerar un ecosistema insertando artefactos, invenciones y fuerzas sociales en una red sociotécnica de relaciones, intercambios y transformaciones, para analizarlos desde una perspectiva ecoevolucionaria.[3] Incluso reconociendo los riesgos de cruzar las esferas biológicas y tecnológicas—o aunque pueda ser problemático trabajar con analogías—el autor sugiere precaución debido a las grandes diferencias entre los dominios biológicos y tecnológicos. Scolari, en ese texto, propone el concepto de ecoevolución, en un proceso dinámico de desarrollo en el que todos hablan y desarrollan las interfaces. En el ámbito tecnológico, los humanistas, los científicos sociales, los profesores de comunicación y los críticos culturales se preocupan por el *software* porque reemplaza una serie de tecnologías físicas, mecánicas y electrónicas utilizadas antes del siglo XXI para crear, almacenar, distribuir y acceder a productos culturales.[4]

La interfaz evidencia que el sentido de los usuarios en línea no es la representación *per se*, sino la hiperconexión, es decir, lo que hacen a través de las redes es vivir el "presente permanente"[5]; su meta-objetivo, entonces, es la interacción, esto es, el saberse nodos para la comprensión de la realidad.

Hoy los usuarios de la comunicación perciben, actúan, responden, crean nuevas experiencias, cohabitan. Las interfaces tecnológicas les permiten, como el lenguaje, habitar esos espacios. La red se ha convertido, por ende, en el espacio simbólico en el que se realizan las interacciones del hombre con el hombre y no con la máquina, como se creía. Son, por tanto, interfaces culturales: "formas diferenciadas de registrar la memoria y la experiencia humana, mecanismos para el intercambio cultural y social de información."[6]

En definitiva, el contenido, la interfaz y el individuo se funden en una sola entidad.[7] La interfaz permite vivir las experiencias como si se estuviera en el mundo real; y, además, expande la experiencia de realidad y multiplica la acción comunicativa, porque como asegura Scolari, "la interfaz es simultáneamente lugar, prótesis y comunicación."[8]

Por su parte, Manovich señala que el *software* se convierte en nuestra interfaz con el mundo, con los otros, con nuestra memoria o nuestra imaginación, es decir, en un lenguaje universal que emplea el mundo para hablar.[9] Manovich compara el *software* a principios del siglo XXI con la electricidad y la combustión a principios del siglo XX.[10] Desde su perspectiva, hubo un reemplazo para otras tecnologías de medios que surgieron en los siglos XIX y XX. De esta manera, el autor cuestiona si los medios aún existen, destacando la ubicuidad como una de las características principales y menciona que no se trata solo de sistemas o programación de computadoras, sino también de servicios en redes sociales y tecnologías en redes sociales. Se habla, así, de una sociedad del *software* o, incluso, de una cultura del *software*. El *software* debe investigarse, explica el autor, como un todo en la cultura contemporánea y, al mismo tiempo, deben observarse las fuerzas culturales y sociales que definen el propio desarrollo del *software*.

La cultura digital derivada de los procesos anteriores tiende a modularizar el contenido, lo que permite a los usuarios crear, distribuir y reutilizar algunas partes de ese mismo contenido.[11] Las evidencias en la vida diaria, entre otras, son las redes sociales e Internet, las aplicaciones disponibles en la comunicación móvil, la narración constante sobre la vida en cualquier momento, la posibilidad del consumo bajo demanda, todo mezclado con los servicios presentes en la pantalla del teléfono inteligente.

La Cuarta Revolución Industrial ya anunciaba la consolidación del Internet de las Cosas, la robotización y la automatización de todos los sectores productivos, la explosión de la minería de información y la *Big Data*, los servicios centrados en el *block chain* y el pago a través de las criptomonedas. Es decir, la hipermediatización total de la vida y la cultura.[12] Vivimos, por tanto, en una cultura del *software* que, en su desarrollo, hizo que esas actividades fueran más amigables. Muchos usuarios producen y consumen a la vez en esta gran red y tales acciones también están mediadas por el sentido del lugar y las historias vividas.

Hoy existe una tendencia obsesiva por transmitir la vida, por reflejar la cotidianidad, a través de una proyección de elementos tales como las actividades, los lugares, los gustos y las preferencias. Dicha tendencia no sólo es entendida como una posibilidad de expresar la identidad individual, sino también como la posibilidad de crear en la red un ambiente confortable en el que se guarden los recuerdos, las palabras, los mensajes y las actividades significativas, para que cuando no se tenga la posibilidad de vivir un momento similar, el sujeto tenga siempre la posibilidad de regresar a él y de volver a evocarlo. Es decir, la ciberesfera se erige como una *exomemoria* o memoria externa, en

la cual se almacenan los rastros de la opinión individual entremezclados con los de la opinión pública.

Las redes sociodigitales, por consiguiente, han vuelto al sujeto un medio, un mensaje y una mediación; en una palabra, lo han transformado en una interfaz. Y, como tal, las redes han amplificado la realidad, incrementado la velocidad e intensidad de contacto, facilitado la inmersión existencial y la creación de ambientes multisensoriales para acceder a la vida de los otros.

Muchos fenómenos en el ecosistema de los medios pueden ser aproximados, incluso si ocurren a escala global. Sin embargo, es esencial observar las especificidades culturales, investigar y monitorear estos cambios en el ecosistema de los medios, tal y como se traza en este número especial, con una perspectiva comparativa entre América Latina y la península ibérica. Por lo tanto, es relevante, como proponen los artículos seleccionados, revelar la creciente complejidad del consumo de medios, la construcción de hábitos y el desarrollo tecnológico. Es este un número pertinente en un momento en que se replantean las relaciones asumidas en el ámbito de la comunicación. En ese sentido, las audiencias pasivas pasaron a ser usuarias y consumidoras de medios. La posición activa de estos *prosumidores* y el poder de visibilidad y expresión que permiten los nuevos medios, coloca a ciertos actores—en su mayoría de las más recientes generaciones—en el corazón de la cultura digital, pasando, con ello, a convertirse en legítimos líderes sociales y políticos cuyo potencial puede ser amplificado por este cambio mediático.

La figura del prosumidor compite con los grandes hiperconglomerados mediáticos públicos y privados. Paradójicamente, es la iniciativa privada el gran motor de la Sociedad de la Información. El ciudadano como soberano consumidor es el resultado de la inclusión de la libertad de expresión comercial como derecho humano fundamental para garantizar la democracia universal. Las esferas pública, privada y comercial convergen con la esfera cívica y axiológica. La comunicación quiere asegurar un servicio universal.

Estos son procesos que hoy deben estudiarse juntos y no por separado, como ocurrió antes del desarrollo de las redes sociales y la proliferación de las plataformas móviles. Las redes sociales y la computación en la nube, en algunos casos, borran las fronteras previamente conocidas e introducen otras nuevas. El desafío de los estudios de *software* es trabajar con términos como contenido y aplicación de *software*, teniendo en cuenta que las redes sociales y los paradigmas de computación en la nube están reconfigurando sistemáticamente el significado de estos términos.

En este número de la revista, en total, presentamos nueve artículos escritos por 25 autores de siete países (Chile, Colombia, Ecuador, Italia, México, Portugal, España) y con 15 universidades representadas. Los artículos están transversalizados por la comparativa entre dos realidades contextuales que, como América Latina y la península ibérica, poseen numerosas semejanzas estructurales, pero que en cambio no han sido investigadas a cabalidad como fenómenos equivalentes y, por tanto, bajo un enfoque comparativo. En los textos seleccionados, encontramos una descripción de muchas de las variables que implican las transformaciones culturales en el consumo de las tecnologías. Las reflexiones propuestas observan y se centran en los artefactos y las fuerzas sociales de esta amplia red sociotécnica de relaciones, que, en su base, está anclada a una cultura del *software*. Simultáneamente, los autores reunidos aquí, buscan describir y analizar los cambios sociales concretos y las respuestas de los sujetos, organizaciones e instituciones, ante un escenario complejo, en el que los medios son ubicuos.

Las acciones en la vida cotidiana, un espacio en el que los medios se multiplican, se encuentran entre los focos de las investigaciones seleccionadas. Tales medios están en todas partes y son penetrantes y no se pueden apagar.[13] Las relaciones existentes son claramente estructurales, considerando máquinas siempre sociales, en la misma medida en que son técnicas y altamente dinámicas. Vivir en los medios no es lo mismo para todos.[14] Describir la vida en los medios, en función de los tipos utilizados por las personas y de cómo desarrollan sus actividades a través de los medios, es totalmente diferente de definir cómo se producen todas estas prácticas en los medios. Una vida en los medios es mucho más que tener una multitud de dispositivos electrónicos a disposición, pasar mucho tiempo mirando la televisión o navegando por la web. Significa realizar actividades a través de los medios, involucrarse en ellos como en un entorno. Y, precisamente porque vivir o relacionarse con los medios no es lo mismo para todos, es relevante reunir estudios comparativos, específicamente aquí, en América Latina, y en la península ibérica: dos escenarios en los que observamos confluencias e intercambios, pero en los que detectamos diferencias importantes.

Es este un número pertinente en un momento en que categorías como la ubicuidad, la movilidad o la cultura del *software* parecen representar el extremo de la hipermediatización de la vida, a partir de la pandemia de la Covid-19 que, desde prácticamente principios de 2020, ha sumido al mundo en un aislamiento digital. Lo que inicialmente parecía distante para América Latina, se ha convertido rápidamente en una realidad. Acciones como crear, distribuir o reutilizar elementos del contenido o las narraciones obsesivas de la vida cotidiana, comenzaron a ejercerse en una situación de desapego social o encierro. Antes de cualquier denominación, todo sucede dentro de la casa. La televisión, en cierta medida, adquiere un nuevo papel, pero en un escenario en el que Internet se consolida. Con esto, los estudios que involucran el desarrollo tecnológico de la comunicación tienen el desafío de investigar lo que puede o no ser una transformación revolucionaria en el ecosistema de los medios. Por un lado, si nada cambia, el hecho debe ser estudiado. Pero, por el otro, si algo sufre algún tipo de transformación, también. Después de todo, en esta crisis, ciertamente hay una exacerbación de la vida mediada. La complejidad de un contexto que implica consumo y construcción de hábitos se expande, en una perspectiva aún más amplia.

El desarrollo del ecosistema de medios ha agregado históricamente capas en las que las tecnologías están gradualmente presentes, desde la impresión hasta la imagen en movimiento, con la presencia del audio. Con Internet, muchos idiomas comienzan a circular, uno en complemento del otro. Los conceptos se definen como remediación, en la cual las computadoras y las redes de computadoras remedian todos los otros medios existentes[15] o incluso una remediación inversa, en un proceso en el que los medios más recientes integran características de los anteriores.[16] Jenkins define la construcción de un modelo híbrido y emergente de circulación.[17] Señala que una combinación de fuerzas de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba determina cómo se comparte un material, entre las culturas y entre los usuarios, de una manera más participativa y organizada que en los moldes de medios que conocemos hoy.

La posibilidad de producir y compartir, acciones tomadas por el público, sumadas a la oferta organizada en muchas alternativas por la industria, como las plataformas de transmisión en *streaming*, apunta a otro momento de ruptura. Rápidamente, en América Latina, las telenovelas suspendieron sus grabaciones y muchos programas comenzaron a reproducirse. Los viejos juegos de fútbol se vuelven a presentar y a compartir, favoreciendo

nuevas formas de aproximación y apropiación de unos resultados conocidos de antemano. Las clases, las fiestas, las reuniones, las vidas o las misas transmitidas de forma remota son eventos que resaltan la vida en los medios en 2020 y, tal vez, por mucho más tiempo. Al menos durante un período, los sujetos aprendieron a vivir una vida mediada.

Nada de esto comienza en 2020, ya que la sociedad, paradójicamente, ya ha experimentado una experiencia de aprendizaje para este modelo, que solo es posible gracias al desarrollo de un ecosistema que consolidó una cultura del *software*. La pregunta a la que se enfrentan los investigadores de comunicación señala exactamente qué quedará después de la pandemia. Las videollamadas, por ejemplo, ya tienen indicios de que formarán parte de la sociedad del software. En este escenario, el entretenimiento encuentra otras ofertas de nicho que pueden ser complementarias a las aglomeraciones cara a cara habituales. Monitoreamos el tiempo presente y todavía no tenemos respuestas concretas, aunque ciertamente estamos tomando muchas notas sobre la sociedad que se está consolidando tras la pandemia. Podemos afirmar que observamos una cultura cambiante, en parte por los medios,[18] pero especialmente por el alto grado de complejidad del entorno en el que el público tiene el desafío de tomar decisiones y transformar los hábitos.

A partir de lo anterior, en definitiva, la contingencia sanitaria puso de manifiesto un mundo mediatizado desigual. El confinamiento sanitario motivó, en las personas que pudieron resguardarse en sus hogares, un aceleramiento o uso expansivo de las tecnologías de información; compañías como Zoom, TikTok, Instagram o Facebook incrementaron de forma abultada el número de sus suscriptores y el valor de sus acciones; el comercio electrónico se tornó en una necesidad básica en gran parte de los países; algunos medios tradicionales como la televisión y la radio recuperaron audiencias durante los primeros 100 días regresando a números históricos de *rating* que no tenían en décadas.

Para muchos, la vida hiperconectada se tornó en una forma significativa de ser y estar en el mundo. Un ser siempre conectado, omnipresente, dispuesto al llamado, dando *me gusta* y emitiendo sentimientos digitales. Estar en expresiones algorítmicas, imagéticas. Se pasó del culto por el *selfie* a la representación avatárica con imágenes de sesiones virtuales en Zoom o Hangouts o a las imágenes en movimiento. Por un lado, una gran parte del mundo se organizó digitalmente: teletrabajo, teleeducación, banca electrónica, comercio digital, ciber gobierno. El *streaming* permanente de la vida, el *binge consumption* mediático, la saturación informativa provocada por la sobrecarga de la información y el *framing*.

El mundo tras el Covid-19 se ha plagado de visiones en contraste: politización informativa; noticias falsas; ofertas de entregas de productos a domicilio; modelos de gratuidad para descarga de libros y películas; cursos a distancia para mantener la mente distraída; alarmas y conspiraciones producto de poderes militares ocultos; notas de pánico; avalanchas de bulos; recetas para cocinar en familia; juegos recortables o para producirse en impresoras 3D; incansables *hashtags* para insistir en el #quédateencasa; registros satelitales de la reducción en la contaminación; ruido visual y saturación informativa; memes, datos confusos, miedo iconográfico; infografías didácticas para explicar cómo lavarse las manos y qué hacer para evitar salir de compras; videos de retos sin sentido. Todo lo hacemos desde la hiperconexión. Así, pasamos de consumir productos y servicios, hasta consumir incluso personas. Hoy nos consumimos los unos a los otros. Nuestro *zapping* ya no es entre canales, sino entre perfiles. Me aburres y le cambio. De Facebook a Twitter. De Twitter a Instagram. De Instagram a Pinterest. De Pinterest a TikTok. Hoy consumimos sin posibilidad de acumular y cuestionar. Nuestros bienes culturales hoy son servicios culturales.

La gran mediópolis[19] y la tecnópolis[20] se hicieron presentes con todas sus posibilidades de encuentro y desencuentro, pero también con todas sus desigualdades. Estas grandes desigualdades: grandes poblaciones excluidas digitalmente; los de adentro y los de afuera; los info ricos y los info pobres, los alfabetizados digitalmente y los analfabetos funcionales; los espacios digitales polarizados cargados de mensajes de odio, noticias falsas, la infodemia y la infoanemia se enmarcaron como los grandes vacíos que dejó de manifiesto la pandemia.

Muchos niños, adolescentes, adultos y ancianos se quedaron marginados del mundo digital en consecuencia de los grandes fallos estructurales que existen en muchos lugares del mundo donde la sociedad de la información ha llegado con gran retraso. Fueron pocos los privilegiados. Los de afuera, hoy son los nuevos excluidos; mientras que los de adentro están experimentando la soledad forzada del confinamiento. En sus hogares ahora sienten la pérdida del sentido de libertad y de la movilidad generando graves problemas de salud mental, tristeza y depresión.

La Covid-19 evidenció un mundo que ya estaba entre nosotros. Visibilizó nuestros dolores y carencias. Amplificó falacias y malestares. Agudizó todas nuestras líneas divisorias. Levantó nuevas fronteras y ocultó el brazo salvaje del capitalismo más profundo. El mundo no era plano,[21] tiene demasiados picos y valles. La Covid-19 es la metáfora de la crisis del sistema. Detrás de cada caso de contagio se evidencian otros problemas sociales como inseguridad, desempleo, gobernabilidad. La pandemia desafió a todas nuestras instituciones: la familia, la educación, las iglesias, la banca, las industrias culturales y mediáticas, por citar algunas.

Esta edición, alineada con el Grupo Temático 19, Comunicación digital, redes y procesos, de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIC), propone reconstruir una visión general del estado de la investigación en los nuevos medios y procesos en línea, particularmente con una perspectiva comparativa en el contexto iberoamericano, con un énfasis en los aspectos que involucran las transformaciones en la tecnología, el consumo, la investigación aplicada y la teórica sobre el tema.

En el primero de los artículos, "Digitalización del periodismo iberoamericano y su efecto en la relación del periodista con la audiencia. Estudio comparativo de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, España, México y Portugal," Carlos Arcila-Calderón, Martín Oller-Alonso y David Blanco-Herrero, a través de una encuesta aplicada en nueve países iberoamericanos, constatan la correlación entre las habilidades técnicas y la influencia de las audiencias en el rol profesional de los periodistas. En el segundo artículo "Redes de Colaboración Institucional en la Investigación sobre Inteligencia Colectiva entre países de América Latina y la Península Ibérica," María Isabel Villa-Montoya explora las redes institucionales entre América Latina y la península ibérica, mediante un análisis de la producción científica sobre inteligencia colectiva, señalando la colaboración existente entre ambos contextos, aunque la autora detecta una escasa cohesión en la comunidad científica abordada.

En el tercer artículo, "*Fake news* en Chile y España: ¿Cómo los medios nos hablan de noticias falsas?," Luis Cárcamo-Ulloa, Camila Cárdenas-Neira y Diego Sáez-Trumper, al comparar las alusiones a las noticias falsas en medios chilenos y españoles, confirman un tratamiento periodístico similar a este fenómeno en ambos países, si bien en el caso español los autores detectan más esfuerzos por capacitar a los usuarios de los contenidos informativos. En el cuarto artículo, "Un modelo de mediación sobre la participación en

los cibermedios informativos a partir de los universitarios de Chile, China, Colombia, España, México y Perú," Daniel Barredo-Ibáñez, Daniel Javier de la Garza-Montemayor y Jorge Alberto Hidalgo, con una encuesta a estudiantes universitarios de cinco países iberoamericanos y China, proponen y validan un modelo multivariado para fomentar la innovación de los medios digitales.

En el quinto artículo, "Nuevos espacios, viejas agendas: la construcción temática de los procesos electorales de Portugal y Brasil en Twitter," Nieves Lagares-Díez, Paulo Carlos López-López y Diego Mo Groba, al examinar ocho cuentas de Twitter de los candidatos presidenciales de Brasil y Portugal, subrayan cómo los temas prevalentes en los medios en línea siguen siendo los que tienden a copar las agendas tradicionales. En el sexto artículo, "Análisis de emociones originadas por las publicaciones en Twitter de los candidatos a las elecciones generales de Bolivia y España en 2019," Erika Jaráiz, María Pereira y José Manuel Rivera realizan un análisis de las emociones a partir de las elecciones generales de España y Bolivia de 2019. Los autores comprueban unas emociones preconcebidas, así como algunas teorías que, como la de la espiral del silencio, parecían alejadas del ámbito digital.

Por su parte, en el séptimo artículo, "Expresión de opiniones en las redes sociales: un estudio comparado de Argentina, Chile, España y México desde la perspectiva de la Espiral del Silencio," Jordi Rodríguez-Virgili, Javier Serrano-Puche y Carmen Beatriz Fernández, abordan la influencia de la Espiral del Silencio en los usuarios en línea de cuatro países, encontrando que los hombres suelen estar más preocupados de mostrar sus opiniones políticas, especialmente los de menor edad (25–34 años). En el octavo artículo, "O medo do consumo solitário—comentários em canais infantojuvenis de YouTube do Brasil e de Portugal," Pedro Rodrigues y Edson Capoano comparan la apropiación de los canales infantiles y juveniles de YouTube en ambos países; los autores, en las conclusiones de este trabajo, se sorprenden al hallar un consumo identificado con el miedo a la soledad como principal característica del discurso que se propaga desde esta plataforma. En el noveno y último artículo, "Transparencia de la información pública en las páginas web de municipios de España y Ecuador," Narcisa Jessenia Medranda-Morales, Pedro Molina Rodríguez-Navas y Victoria Dalila Palacios-Mieles comparan las páginas web de municipios de Ecuador y España, centrándose concretamente en los niveles de transparencia, que es menor en el caso de los municipios ecuatorianos. En este trabajo, se resaltan algunos aspectos que—como el número de habitantes—pueden ser determinantes para la implementación de este fenómeno.

En conclusión, es este un número que, aunque se pensó con anterioridad a la emergencia de la pandemia, dialoga activamente con los retos de la investigación en comunicación post-Covid-19, en tanto que explora las grandes transformaciones estructurales y los procesos de mediación digital; se mueve en los terrenos de las grandes y las nuevas brechas y, sobre todo, aporta de manera transversal al rol que jugarán los medios para atender los derechos humanos digitales.

Notas

1. Ana Laura Rivoir y María Julia Morales, *Tecnologías digitales. Miradas críticas de la apropiación en América Latina* (Buenos Aires: CLACSO & RIAT, 2019).

2. Jorge Alberto Hidalgo Toledo, *Medios y mediación en la cultura digital. Cambios estructurales y construcciones teóricas para la comprensión de la cultura digital* (Valencia: Tirant lo Blanch, 2018).
3. Carlos Scolari, *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología* (Barcelona: Gedisa, 2018).
4. Lev Manovich, *Software Takes Command: Extending the Language of New Media* (New York/London: Bloomsbury Publishing, 2013).
5. Lev Manovich, *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital* (Barcelona: Paidós, 2005).
6. Ibid.
7. Ibid.
8. Carlos Scolari, *Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales* (Barcelona: Gedisa, 2004), 81.
9. Manovich, *Software Takes Command.*
10. Ibid.
11. Ibid.
12. Klaus Schwab, *La cuarta revolución industrial* (New York: Penguin Random House, 2016).
13. Marc Deuze, *Media Life* (Cambridge, UK: Polity Press, 2012).
14. Ibid.
15. Jay D. Boelter and Richard Grusin, *Remediation: Understanding New Media* (Cambridge, MA: MIT Press, 1999).
16. João Canavilhas, "Jornalismo transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático," in *Periodismo transmedia: miradas múltiples*, ed. Denis Renó Carolina Campalons, Sandra Ruíz, y Vicente Gosciola (Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2013), 53–68.
17. Henry Jenkins, *Cultura da conexão. Criando valor e significado por meio da mídia Propagável* (São Paulo: Aleph, 2014).
18. Neil Postman, "The Humanism of Media Ecology," *Proceedings of the Media Ecology Association* 1 (2000): 10–15.
19. Roger Silverstone, *¿Por qué estudiar los medios?* (Buenos Aires: Amorrortu editores, 2004).
20. Neil Postman, *Tecnopolis: la rendición de la cultura a la tecnología* (Barcelona: Galaxia Gutenberg, 1994).
21. Thomas Friedman, *La tierra es plana: breve historia del mundo globalizado del siglo XXI* (México: Planeta, 2007).

Disclosure statement

No potential conflict of interest was reported by the author(s).

ORCID

Daniel Barredo Ibáñez http://orcid.org/0000-0002-2259-0756
Mágda Rodrigues da Cunha http://orcid.org/0000-0002-9873-2925
Jorge Hidalgo Toledo http://orcid.org/0000-0002-6204-9534