

EDITORIAL

A nadie sorprende hoy en día que el campo de estudio de la comunicación sea eminentemente multidisciplinario. Los últimos cincuenta años dan fe de la cantidad de tendencias y cambios que han obligado a las investigadoras e investigadores de la comunicación a buscar nuevos marcos teóricos y paradigmas, debido a las transformaciones del propio campo científico y las urgencias de la sociedad civil. Hace no mucho, Oliver et al. (2024), escribiendo para *Human Communication Research*, describían nuestra época como marcada por «cambios tecnológicos acelerados, transformaciones en el discurso político, evoluciones en la comunicación interpersonal, y un mayor aprecio de la importancia de la diversidad y la inclusión» (p. 143). En medio de todo esto, las revistas académicas tienen la misión de ofrecer estudios empíricos que reflejen las más recientes tendencias del campo (sea *big data*, inteligencia artificial, desinformación, capitalismo de plataformas, etc.), sin por ello descuidar el desarrollo de teorías destinadas a explicar sus hallazgos. El presente número de *Correspondencias & Análisis* se compone de trabajos que buscan dar cuenta de esta diversidad, pero también de la importante actividad de teorización que el estudio de la comunicación amerita.

El avance de la inteligencia artificial (IA) en el rubro empresarial es abordado de forma rigurosa por el trabajo de Fondevila-Gascón et al. (2024), cuyo equipo de investigación reúne académicos de la Blanquerna-Universidad Ramon Lull, EAE Business School y la Universitat de Girona. Con un enfoque cuantitativo, el estudio encuestó a consumidores en España para conocer sus percepciones e ideas sobre los chatbots. Se buscó identificar qué factores influyen en la percepción de esta herramienta, y probar si existe una relación entre su uso y la satisfacción del cliente final. Desde América Latina, la expansión de la IA en el ámbito publicitario es el tema de investigación de Vinuesa-Oyagata et al. (2024), cuyo equipo estuvo conformado por académicos de la Universidad Técnica del Norte. Su trabajo, de corte cuantitativo, examinó la adopción progresiva de la IA en el sector publicitario en la ciudad de Ibarra, Ecuador, con una muestra que representaba a la totalidad de microagencias registradas en esa ciudad.

Los vínculos entre los medios de comunicación y el ámbito político, tema recurrente en los últimos años a partir del resurgimiento mundial de la ultraderecha y el populismo, ocupan al trabajo de León y García (2024), investigadores de la Universidad de Guanajuato. Con una propuesta metodológica muy original, su estudio realizó un análisis estadístico inferencial para comprobar la siguiente hipótesis: «El acceso efectivo a internet y redes sociales influye

en una mayor efectividad de la democracia en Latinoamérica» (p. 86). La investigación aproxima así las variables de acceso a internet y redes sociales, y la efectividad democrática, apoyándose en la data actualizada de Freedom House y el Latinobarómetro.

De igual modo, Sarasqueta et al. (2024) ofrecen un pertinente esbozo teórico de la faceta discursiva de la comunicación política sobre la base del concepto de contrarrelato. A partir de una revisión documentada de diversas fuentes, los investigadores elaboran una definición operativa de esta estrategia semántica, señalando sus causas, sus rasgos y posibles líneas de investigación. El trabajo es producto de un esfuerzo conjunto de investigadores de la Universidad Camilo José Cela y la Next Educación Business School, ambas instituciones españolas.

La existencia de plataformas, así como su incidencia en la economía política de la comunicación, es un fenómeno contemporáneo abordado por Aminahuel y Rodríguez (2024) a partir de un enfoque crítico que incorpora marcos teóricos del capitalismo cognitivo, estudios sobre *big tech* y políticas públicas en América Latina. Las autoras, investigadoras de la Universidad Nacional de Río Cuarto, subrayan las diferencias que existen no solo entre países, sino entre los distintos poderes estatales al momento de establecer políticas públicas en comunicación y establecer los límites de las *big tech* en la región. Una problemática similar ocupa a la indagación teórica de Gomes y Nabarrete (2024), investigadores de la Universidade Federal Fluminense que ven en las plataformas digitales un espacio para la formación política de la sociedad civil. A través de una revisión documental y una reflexión teórica rigurosa, los autores analizan el potencial, los límites y las estrategias de esta nueva forma de intelectualidad, a partir de las premisas del filósofo italiano Antonio Gramsci.

Finalmente, el número 19 de la revista incluye artículos que versan sobre distintas facetas de la comunicación sonora en América Latina. Londoño (2024), investigador de la Universidad Indoamericana, emprende un exhaustivo análisis de las industrias radiales del sector público de Ecuador, especialmente en un contexto que fomenta la digitalización del contenido. Por su parte, el estudio de Seni (2024), docente de la Universidad Autónoma del Caribe, lleva a cabo un análisis retórico al respecto de algunas de las composiciones más legendarias del género musical del vallenato, enfoque que resulta novedoso dentro del campo de los estudios musicales en la región que, por lo general, optan por diseños más próximos a la etnografía o la antropología.

Alejandro Nuñez Alberca

Editor

EDITORIAL

Nowadays, it surprises no one that the field of Communication Studies is inherently multidisciplinary. The past fifty years testify to the numerous trends and changes that have compelled communication researchers to seek new theoretical frameworks and paradigms due to transformations within the scientific field itself and the urgencies of civil society. Not long ago, Oliver et al. (2024), writing for *Human Communication Research*, described our era as marked by «accelerated technological changes, transformations in political discourse, evolutions in interpersonal communication, and a greater appreciation for the importance of diversity and inclusion» (p. 143). Amidst this circumstances, academic journals have the mission to offer empirical studies that reflect the latest developments in the field (whether it be big data, artificial intelligence, disinformation, platform capitalisms, etc.), without neglecting the development of theories aimed at explaining their findings. This issue of *Correspondencias & Análisis* comprises works that seek to account for this diversity, but also for the important theorizing activity that the study of communication demands.

The advancement of artificial intelligence (AI) in the business sector is rigorously addressed by the work of Fondevila-Gascón et al. (2024), whose research team includes academics from Blanquerna-Universidad Ramon Llull, EAE Business School, and the Universitat de Girona. Following a quantitative approach, the study surveyed consumers in Spain to understand their perceptions and ideas about chatbots. It aimed to identify the factors that influence the perception of this tool and to test whether there is a relationship between its use and final customer satisfaction. The expansion of AI in the advertising field is the research topic of Vinueza-Oyagata et al. (2024), whose team consisted of academics from the Universidad Técnica del Norte. Their quantitative study examined the progressive adoption of AI in the advertising sector in the city of Ibarra, Ecuador, with a sample representing all registered micro-agencies in that city.

The links between the media and the political sphere, a recurring theme in recent years due to the global resurgence of far-right movements and populism, is the focus of the research carried out by León and García (2024), researchers from the Universidad de Guanajuato. With an original methodological proposal, their study conducted an inferential statistical analysis to test the following hypothesis: «Effective access to the internet and social networks influences greater effectiveness of democracy in Latin America» (p. 86). The study approaches the variables of internet and social network access, and democratic effectiveness, relying on updated data from Freedom House and Latinobarómetro.



Similarly, Sarasqueta et al. (2024) offer a pertinent theoretical outline of the discursive facet of political communication based on the concept of counter-narrative. From a documented review of various sources, the researchers develop an operational definition of this semantic strategy, highlighting its causes, characteristics, and possible lines of research. The work is the result of a joint effort by researchers from Universidad Camilo José Cela and the Next Education Business School, both Spanish institutions.

The existence of platforms and their impact on the political economy of communication is a contemporary phenomenon addressed by Aminahuel and Rodriguez (2024) from a critical perspective that incorporates theoretical frameworks of cognitive capitalism, big tech studies, and public policies in Latin America. The authors, researchers from the Universidad Nacional de Río Cuarto, emphasize the differences that exist not only between countries but also among different state powers when establishing public communication policies and setting limits for big tech in the region. A similar topic is explored in the theoretical inquiry by Gomes and Nabarrete (2024), researchers from the Universidade Federal Fluminense, who see digital platforms as a space for the political formation of civil society. Through a documentary review and rigorous theoretical reflection, the authors analyze the potential, limits, and strategies of this new form of intellectuality, based on the premises of Italian philosopher Antonio Gramsci.

Finally, issue 19 of the journal includes articles that cover various facets of sound communication in Latin America. Londoño (2024), researcher from Universidad Indoamericana, undertakes an exhaustive analysis of the public radio industries in Ecuador, especially in a context that promotes the digitization of content. Meanwhile, the study by Seni (2024), professor at the Universidad Autónoma del Caribe, conducts a rhetorical analysis of some of the most legendary compositions of the music genre known as vallenato, an approach that is novel within the field of musical studies in the region which generally opt for designs closer to ethnography or anthropology.

Alejandro Nuñez Alberca

Editor