

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN-e: 2695-5725 • ISSN: 1576-4192 • Número 25 • Vol. II • Año 2025 • pp. 135-136

RESEÑA

Comunicación, Información y Tecnologías: Enfoques y Aplicaciones

Flores-Mayorga, M. T., Cabezuelo Lorenzo, F. y Mora-Pérez, C. O. (coords.)

Universidad de Guadalajara, 2025, 170 páginas

Daniel Muñoz-Sastre, **Universidad de Valladolid (UVa)**

daniel.munoz.sastre@uva.es

Comunicación, Información y Tecnologías: Enfoques y Aplicaciones es una obra académica de carácter integral que aborda la convergencia entre la comunicación, la información y las tecnologías emergentes en el contexto del siglo XXI, explorando cómo estas redefinen las dinámicas sociales, económicas y políticas. El libro es el resultado de una colaboración interuniversitaria liderada por la Universidad de Guadalajara y la Universidad Complutense de Madrid, con la participación de otras instituciones como la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Colima y la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

La obra se consolida como un campo de estudio crítico para comprender los procesos de interacción humana en contextos digitales y globalizados. A través de ocho capítulos que combinan enfoques teóricos y aplicaciones prácticas, el libro contribuye al entendimiento de los desafíos y oportunidades que surgen en un entorno digitalizado, destacando la relevancia de la transparencia, la ética y la sostenibilidad. Este libro, coordinado por Marco Tulio Flores Mayorga, Francisco Cabezuelo Lorenzo y César Omar Mora Pérez, se presenta como un esfuerzo colectivo para reflexionar sobre la intersección entre comunicación, información y tecnologías emergentes en el siglo XXI. Publicada por la Universidad de Guadalajara en colaboración con instituciones

como la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad Autónoma de Barcelona, *Comunicación, Información y Tecnologías: Enfoques y Aplicaciones* se articula en ocho capítulos que abordan fenómenos contemporáneos desde una perspectiva interdisciplinaria.

El libro destaca por situar la comunicación como eje crítico en la era digital, integrando debates sobre transparencia, ética y sostenibilidad. Entre sus hallazgos más relevantes se encuentra el análisis del gasto en publicidad oficial en el Gobierno de Jalisco, presentado en el capítulo 1 y que cuestiona la eficacia de la comunicación gubernamental basada en propaganda y subraya la necesidad de una gestión estratégica de los recursos destinados a la publicidad institucional por parte del Gobierno de Jalisco.

Por otro lado, el capítulo 2 examina la transformación de la publicidad hacia modelos mediados por datos, impulsados por IA y Big Data. Si bien se reconoce la eficiencia en la personalización y el ROI, el texto advierte sobre riesgos éticos como la invasión de privacidad y la ampliación de la brecha digital. El capítulo 3, por su parte, analiza el rol del *community manager* como actor clave en la gestión reputacional, señalando tensiones entre su importancia estratégica y la precarización laboral en ciertos sectores. Por su parte, el capítulo 4 enriquece el debate sobre la igualdad de género al tiempo que enfatiza la necesidad de políticas que promuevan un acceso equitativo a las oportunidades generadas por la digitalización en el sector de la comunicación.

Otro aporte significativo se encuentra en el capítulo 5, que aborda las competencias del liderazgo en entornos mediados por IA. El estudio concluye que las habilidades blandas, tales como la confianza, la empatía o el trabajo en equipo, son esenciales para gestionar equipos ágiles, aunque la crítica sugiere complementar estas competencias con alfabetización algorítmica para evitar decisiones opacas. Finalmente, el capítulo 7 alerta sobre el impacto de la desinformación en la democracia, proponiendo estrategias basadas en transparencia y ética, mientras que el capítulo 8 expone la opacidad de los apoyos gubernamentales al fútbol profesional, reivindicando el periodismo de investigación como herramienta de control social.

Por todo ello, puede afirmarse, sin lugar a duda, que *Comunicación, Información y Tecnologías: Enfoques y Aplicaciones* constituye una lectura clave para académicos y profesionales interesados en la comunicación responsable y la transparencia institucional. Su mayor valor radica, quizás, en la capacidad de articular problemas y principios en un contexto hiperconectado. Su desafío consiste en cerrar la brecha entre ética declarativa y diseños empíricos robustos, al tiempo que abre camino para investigaciones que integren innovación tecnológica con principios democráticos y derechos comunicativos.