

EDITORIAL

Cómo citar:

Mateos Espejel, L.; Estrada Rodríguez, J.L.; Pérez Castrejón, E. (2025). Industrias creativas y comunicación para el desarrollo sostenible: perspectivas desde el número 35 de MEDIACIONES. MEDIACIONES, 21(35), 5-10. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.35.2025.5-10>

Editorial:

Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO

ISSN: 1692-5688 | eISSN: 2590-8057


DOI:

<https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.21.35.2025.5-10>

Editores invitados


Lourdes Mateos Espejel

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla - UPAEP
marialourdesesther.mateos@upaep.mx

 0000-0002-6969-7841
México


José Luis Estrada Rodríguez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
jluis.estrada@correo.buap.mx

 0000-0003-0088-2157
México

Eva María Pérez Castrejón

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla - UPAEP
evamaria.perez@upaep.mx

 0000-0002-3295-3901
México



Industrias creativas y comunicación para el desarrollo sostenible: perspectivas desde el número 35 de Mediaciones

Creative Industries and Communication for Sustainable Development: Insights from Issue 35 of Mediaciones

Indústrias criativas e comunicação para o desenvolvimento sustentável: perspectivas da edição 35 de Mediaciones

RESUMEN

Este número de Mediaciones aborda el papel estratégico de las industrias creativas en el desarrollo sostenible desde una perspectiva comunicativa. En un contexto global marcado por la innovación, la diversidad cultural y la interconexión, las industrias creativas emergen como motores económicos y sociales capaces de impulsar empleo, cohesión comunitaria, justicia ambiental y participación ciudadana. Los artículos reunidos examinan casos en América Latina, Asia y África que muestran cómo la comunicación, en sus múltiples manifestaciones —publicitaria, organizacional, comunitaria, digital, periodística y educacional— contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Las contribuciones evidencian el potencial transformador de la creatividad, la cultura y la comunicación para fortalecer la democracia, la inclusión, la paz, el activismo juvenil, la protección ambiental y la construcción de economías locales resilientes. En conjunto, este número enfatiza la necesidad de reconocer a la comunicación como un componente transversal y esencial del desarrollo sostenible.

Palabras clave: *Industrias creativas; comunicación; desarrollo sostenible; participación ciudadana; diversidad cultural; ODS.*

ABSTRACT

This issue of *Mediaciones* explores the strategic role of the creative industries in advancing sustainable development through communication. In a global context shaped by innovation, cultural diversity, and interconnectedness, creative industries emerge as economic and social drivers that foster employment, community cohesion, environmental justice, and civic participation. The articles included examine cases from Latin America, Asia, and Africa, demonstrating how communication—across advertising, organizational communication, community media, digital platforms, journalism, and media education—contributes to achieving the Sustainable Development Goals. The contributions highlight the transformative potential of creativity, culture, and communication to strengthen democracy, inclusion, peace, youth activism, environmental resilience, and local creative economies. Collectively, this issue underscores the need to recognize communication as a transversal and essential component of sustainable development.

Keywords: *Creative industries; communication; sustainable development; civic participation; cultural diversity; SDGs.*

RESUMO

Esta edição de *Mediaciones* discute o papel estratégico das indústrias criativas no desenvolvimento sustentável a partir de uma perspectiva comunicacional. Em um contexto global marcado pela inovação, diversidade cultural e interconexão, as indústrias criativas despontam como motores econômicos e sociais capazes de impulsionar o emprego, a coesão comunitária, a justiça ambiental e a participação cidadã. Os artigos reunidos analisam casos da América Latina, Ásia e África, mostrando como a comunicação — publicitária, organizacional, comunitária, digital, jornalística e educacional — contribui para o alcance dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. As contribuições evidenciam o potencial transformador da criatividade, da cultura e da comunicação para fortalecer a democracia, a inclusão, a paz, o ativismo juvenil, a resiliência ambiental e as

Conflicto de intereses:

Los autores han declarado que no existen intereses en competencia.

economías creativas locais. Em conjunto, esta edição reforça a necessidade de reconhecer a comunicação como elemento transversal e essencial para o desenvolvimento sustentável.

Palavras-chave: *Indústrias criativas; comunicação; desenvolvimento sustentável; participação cidadã; diversidade cultural; ODS.*

Las industrias creativas, en un mundo cada vez más interconectado, destacan por su contribución al desarrollo cultural, económico y social debido a que, independientemente, de motivar la innovación y la creatividad, también son motores de empleo, crecimiento económico (Kalikhan y Mukitanov, 2025). Anualmente generan cerca de 2.3 trillones de dólares en ingresos a nivel global, contribuyendo con un 3.1% al Producto Interno Bruto del mundo (UNCTAD, 2024). Así mismo, promueven el cuidado del ambiente y son fuente de fortalecimiento de la diversidad cultural.

La relevancia de las industrias creativas ha promovido a que el presente número de la Revista Mediaciones integre contribuciones que respondan a cómo y por qué estas industrias se consolidan como motor de desarrollo sostenible a través de la comunicación, la cual es transversal en ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que se caracterizan por emplear la creatividad y el capital intelectual como insumos primarios (UNCTAD, 2024).

Así, la publicidad, arquitectura, cine, video, moda, fotografía, música, videojuegos, editorial, redes sociales, televisión o radio hoy día se consideran industrias esenciales para el alcance de Objetivos para el Desarrollo Sostenible (ODS), relacionados con la educación, el trabajo decente, las comunidades sostenibles, el consumo responsable y la reducción de las desigualdades y la paz (United Nations Economist Network, 2023).

Un ejemplo es el artículo de María de Lourdes Fuentes Fuentes y María del Carmen Williams Pellico. Al analizar la campaña “violence is a virus” las autoras refieren que la comunicación publicitaria es un mecanismo simbólico y efectivo para contribuir a la paz y justicia que plantea el ODS 16. Por su parte Rebeca Oliveira Assis, Mónica Carniello, Viviane Fuschimi Velloso y Lourival da Cruz Galvão Júnior establecen que la cultura es un elemento estratégico para el desarrollo por su capacidad para generar economías creativas, como ocurre en la ciudad de Taubaté en Brasil. En el caso descrito, los autores indagan las oportunidades y los retos para generar las condiciones que potencien las economías creativas en una localidad que históricamente ha vivido la desindustrialización.

Cristina Barroso Camiade y Eva María Pérez Castrejón enfatizan que la relación entre la comunicación organizacional y la comunicación responsable es fundamental para dentro de las instituciones educativas se favorezca una cultura organizacional definida por valores y comportamientos orientados a la sana convivencia y la paz. En este sentido, Fabián Andrey Zarta Rojas aborda una serie de elementos que permiten configurar nuevas aproximaciones y desarrollos teóricos en torno al concepto de crisis y establece que la gestión de crisis todavía es un tema vigente de explorar a causa de su carácter dinámico.

Anieka Pérez Ricardo en su estudio sobre colectivos de jóvenes activistas climáticos de Chile hace evidente el papel de la sociedad civil en el debate público y la importancia de la autopercepción para incidir en la promoción y ejecución de acciones orientadas a construir comunidades más resilientes al cambio climático. En una línea similar, María Carolina Restrepo Gómez analiza las iniciativas que han sido promovidas por la plataforma Change.org como ejemplo de participación ciudadana y oportunidad para promover acciones directas por parte de los tomadores de decisiones gubernamentales.

En el ámbito de la salud, Chinedu Ononiwu y Damiola Odubela definen que el comportamiento auditivo de los jóvenes en Nigeria y el conocimiento respecto a las campañas relacionadas con la escucha segura es una relación que debe fortalecerse para contrarrestar hábitos de escucha pocos saludables mediante una comunicación que integre aspectos culturales y familiares.

Respecto al profesionalismo del periodismo ambiental en Taiwan, Shih- Hsien Hsu y Tsai-Hsuan establecen que, específicamente en el ámbito agrícola, la inmersión prolongada en el campo, el aprendizaje autodirigido y los principios de equidad, verdad e interés público, promueven la función democrática del periodismo y justicia agrícola y ambiental.

La conciencia sobre los procesos de comunicación y el sentido que se otorga a la democracia, son analizados por Jaquelin García Páez en los entornos educativos para definir cómo las prácticas comunicativas y participativas en torno a la democracia interactúan y se insertan en el contexto de los jóvenes. De igual forma Wellington Nardes y Fabiane Lopez de Oliveira al analizar las prácticas educomunicativas relacionadas con las políticas públicas y los derechos humanos en un grupo de jóvenes, establecen la oportunidad para desarrollar el activismo desde el salón de clase a partir de una conciencia que permite la generación de mensajes contrahegemónicos, que cuestionan el status quo.

Esta visión de ciudadanos activos también es abordada por Ana Paula Brandão, quien indica que los movimientos sociales y las nuevas formas de existir socialmente, como es el caso de las redes sociales, promueven el nacimiento de prosumidores.

Así mismo, la participación de las comunidades en territorios donde el Estado todavía no ha incidido con integralidad en Colombia, abre paso a que colectivos de comunicación comunitaria y popular produzcan nuevos sentidos sobre la defensa de los Derechos Humanos de la Tierra, lo cual conduce a Cecilia Ceraso a describir que las prácticas sociales son espacios de participación que permiten oponerse a la imposición del silencio, el terrorismo y el conflicto armado.

Finalmente, María Antonieta Tedosio al reflexionar sobre las narrativas docentes durante la pandemia en un grupo de profesores heterogéneo, resulta central el vínculo sobre el contenido en el proceso educativo y la necesidad de una reflexión a nivel regional y colectiva en América Latina para el alcance de una educación que coloque a la inclusión y la justicia social en primer lugar.

Los artículos antes expuestos remarcan las oportunidades que las industrias creativas brindan al emprendimiento, la promoción de la herencia cultural y la conformación de puntos de encuentro entre distintas colectividades, abren la puerta a nuevos aprendizajes en áreas como la alfabetización digital, la inteligencia artificial y a los saberes ausentes, ancestrales e incluso invisibilizados por los paradigmas de la modernización. De ahí que las industrias creativas se constituyan como plataformas donde la comunicación converge para fomentar el trabajo colaborativo, la horizontalidad del conocimiento, la equidad de género, la inclusión y la multiculturalidad.

Ante esto, no es de extrañar que la comunicación, en sí misma, haya sido propuesta como un ODS de anexar (Yushas'u y Servaes, 2021). Autores como Vargas y Lee (2003) refieren que sin comunicación es sumamente difícil alcanzar los ODS ya que la información, los medios y las tecnologías de información son agentes poderosos que brindan voz a los menos favorecidos, permiten procesos de participación que generan mejores condiciones para políticas inclusivas, mejor gobernanza, una sociedad civil dinámica con redes formales e informales entre personas, grupos, instituciones y organizaciones que faciliten el debate público y construyan capital social, así como economías eficientes y más equitativas (Panos, 2007)

En este sentido, los artículos de este número muestran que las industrias creativas, no solo aportan un valor económico, sino también valores intangibles (Sustainable Development

Goals Fund, s.f.) puesto que son espacio, vía y medio para comunicar y potenciar el desarrollo social, humano y sostenible mediante sistemas de comunicación abiertos, cultura política e información transparente que agencia a las personas a ser poseedoras de su propio crecimiento.

Referencias

- Kalikhan, Y. y Mukitanov, D. (8 de enero de 2025). The power of creative industries in Kazakhstan: a path to sustainable development. UNDP. <https://www.undp.org/kazakhstan/blog/power-creative-industries-kazakhstan-path-sustainable-development>
- Panos (2007). At the Heart of Change: The Role of Communication in Sustainable Development. Panos Institute. <https://gsdrc.org/document-library/at-the-heart-of-change-the-role-of-communication-in-sustainable-development/>
- Servaes, J. y Yusha'u, M. (2023). Introduction: The Need for an 18th Sustainable Development Goal-Communication for All en J. Servaes y M. Yusha'u (Eds.). SDG18: Communication for All- Volume 1. The Missing Link between SDGs and Global Agendas. pp. 1-24. Palgrave Macmillan Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-19142-8>
- Sustainable Development Goals Fund (s.f.). Industrias Creativas y Desarrollo Sostenible. SDGF. <https://www.sdgfund.org/es/industrias-creativas-y-desarrollo-sostenible>
- UNCTAD (2024). Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf
- United Nations Economist Network. (2023). New Economics for Sustainable Development - Creative Economy. ONU. <https://www.s4ye.org/node/3989>
- Vargas, L. y Lee, P. (2023). Communication and information poverty in the context of the Sustainable Development Goals (SDGs): A case for SDG 18-communication for all en J. Servaes y M. Yusha'u (Eds.). SDG18: Communication for All- Volume 1. The Missing Link between SDGs and Global Agendas. pp. 25-59. Palgrave Macmillan Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-19142-8>