



## Presentación

Ana I. Segovia Alonso<sup>1</sup>; y Miguel Álvarez Peralta<sup>2</sup>

Los procesos de digitalización de la comunicación han generado incertidumbre sobre el desarrollo futuro de los sistemas de comunicación contemporáneos, suponiendo un fuerte impacto en las estructuras de mercado, prácticas y usos profesionales, vías de participación ciudadana, así como sobre los discursos desplegados a través de estos sistemas. Los medios de comunicación en sentido amplio, privados y públicos, comerciales o sin ánimo de lucro, interactivos y unidireccionales, afrontan un panorama incierto donde la necesidad de analizar, comprender y comparar las evoluciones es acuciante de cara a fomentar la apertura de las estructuras comunicacionales para garantizar la participación ciudadana y el desempeño de su servicio en favor de la profundización democrática.

Las posibilidades abiertas por la tecnología digital y la apertura a la contribución de usuarios, productores, consumidores y ciudadanos configuran un mosaico en permanente construcción en el que la lucha de poderes y actores en el capitalismo informacional se hace cada vez más patente. Hoy casi se ha convertido en un lugar común hablar de la geopolítica de Internet y de geotecnología en el enfrentamiento China/Estados Unidos. El dominio tecnológico despunta como objeto de deseo porque sustenta el poder ideológico y el poder económico en el neoliberalismo hegemónico del siglo XXI.

En este contexto es imprescindible generar espacios para la reflexión académica sobre los retos que se presentan en los campos de la comunicación y la cultura a tenor de los procesos de digitalización, desde una perspectiva de compromiso con la regeneración democrática y la participación activa de la ciudadanía en los procesos comunicacionales, que es la posición adoptada por la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, de cuya Junta Directiva hacemos parte los editores de este número. Por ello un segmento de este volumen bebe de los debates planteados en el VI Congreso de la Asociación ULEPICC-España, celebrado los días 22 y 23 de noviembre de 2018 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Su mirada crítica, amplia y transdisciplinar, permitió acoger la presentación de resultados de investigación y experiencias provenientes de una variedad de disciplinas desde las que acometer el análisis de la información, la comunicación y la cultura, tales como la economía, el derecho, la sociología, las ciencias políticas, la filosofía, la antropología o los estudios del discurso, además de reflexiones elaboradas a partir de la práctica profesional o activista, desde la empresa o desde los movimientos sociales y la sociedad civil, como las actas del Congreso, editadas por la Diputa-

<sup>1</sup> Universidad Complutense de Madrid.

<sup>2</sup> Universidad de Castilla-La Mancha.

ción de Cuenca, darán cuenta próximamente. Este número se nutre asimismo de otras contribuciones recibidas a tenor del interés que esta temática, que busca reflexionar y profundizar en torno a la interrelación y mutuos condicionamientos entre las nociones de digitalización de la comunicación, calidad de la democracia y condición de ciudadanía, merece.

En ese sentido, en el primero de los artículos de este volumen el investigador Gonzalo Peña Ascacibar analizará, a partir de una metodología combinada, cómo a través de las narrativas transmedia los sujetos políticos surgidos al calor de protestas sociales concretas logran intervenir en el relato público y reenmarcar la cobertura informativa que los medios informativos regionales hacen de dichas protestas. En esa misma línea, otras investigaciones como la de Marta Pérez-Escolar y Pablo Navazo, estudiarán la gamificación como posible herramienta de empoderamiento ciudadano, concluyendo que si bien puede, bajo ciertas condiciones, favorecer acciones ciberactivistas, también corre el riesgo de derivar en dinámicas de “activismo para vagos”.

Varias de las contribuciones del presente número se centran en analizar la evolución del ecosistema mediático al calor de la reciente digitalización, centrándose en medios periodísticos locales, como la de Libera Guzzi, a partir de observación etnográfica en el diario *Día a Día* de Córdoba (Argentina); o en diarios nacionales como *La Jornada* y *Reforma*, en México, en la investigación de Sergio Miguel Hernández, Luis Nitrihual y Ana I. Segovia, que hacen seguimiento de la evolución de dichos diarios en las últimas tres décadas, observando parámetros de su evolución económica, de estructura legal, ética profesional y paralelismo político, para presentar los impactos que la ola neoliberal ha tenido en ambas redacciones; y por último, en las plataformas audiovisuales OTT de consumo bajo demanda y por abono, en el trabajo de M<sup>a</sup> Trinidad García Leiva, que se centrará en problematizar el concepto mismo de plataforma y analizar las amenazas y oportunidades que supone para una industria audiovisual nacional como es el caso de la española.

En tanto que estructuras llamadas a comprometerse con el acceso universal y la participación ciudadana en el sistema de medios, el número dedica atención especial a los medios de titularidad pública, a través de los trabajos de Amelia Espinoza Hulse, que evalúa el surgimiento y evolución reciente de los medios públicos en Honduras, proponiendo un modelo de desarrollo para mejorar su desempeño como vertebrador social, y de Azahara Cañedo, que se centra en el análisis de la señal principal de Televisión del Principado de Asturias (TPA), en tanto que televisión pública de proximidad y bajo el prisma de la diversidad, concluyendo que efectivamente actúa como potente dinamizador regional, y apuntando posibles acciones para mejorar el retorno social de la inversión pública.

Por último, el texto de Jesús de la Cruz de Julián, Ana María López Cepeda y Belén Galletero Campos, estudia cómo ha evolucionado la reglamentación dedicada a regular la inversión pública en medios, tomando como caso de estudio el nuevo sistema de regulación por Acuerdo Marco en Castilla-La Mancha, que comprende la inversión en medios digitales, para evaluar si ha mejorado la transparencia y objetividad en los criterios de reparto en comparación con las métricas habituales de medición de audiencia.

Esperamos que este número (completado por cuatro textos de diversa temática en la sección de *Varia*) sirva para seguir alimentando ese debate y reflexión crítica tan indispensable para los retos que enfrentamos en las próximas décadas de este siglo XXI.