

CIBERACTIVISMO, LIBERTAD Y DERECHOS HUMANOS

Retos de la democracia informativa



ulepicc ●

UNIÓN LATINA DE ECONOMÍA POLÍTICA
DE LA INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

Resúmenes

XI Congreso Internacional ULEPICC

Unión Latina de la Economía Política de la Información, la
Comunicación y la Cultura



PRESENTACIÓN

4

PROGRAMAS

7

68-71

RESÚMENES

11-64

ÍNDICE

- 4 Presentación, por Francisco Sierra Caballero
- 7 Programa general
- 11 Eje 1: resúmenes
- 16 Eje 2: resúmenes
- 27 Eje 3: resúmenes
- 42 Eje 4: resúmenes
- 52 Eje 5: resúmenes
- 66 Programa de comunicaciones
- 74 Índice alfabético de autores

Libro de actas

XI Congreso Internacional ULEPICC;
Ciberactivismo, Libertad y Derechos Humanos:
retos de la democracia informativa

Celebrado en la Facultad de Comunicación
Universidad de Sevilla

Director de la colección:
Francisco Sierra Caballero

Responsable de la edición:
ULEPICC

Comité Organizador

Coordinadores

Jose CANDÓN MENA
David MONTERO SÁNCHEZ

Miembros del Comité Organizador

Francisco SIERRA CABALLERO
José Manuel MORENO DOMÍNGUEZ
Juan Carlos FERNÁNDEZ SERRATO
Salomé SOLA MORALES
Lucía BENÍTEZ EYZAGUIRRE
M^a del Mar LLERA LLORENTE
Jesús SABARIEGO GÓMEZ
Pablo MARTINEZ COUSINOU
Javier MORENO GÁLVEZ
Sebastián RUIZ CABRERA
Sandra ARENCÓN BELTRÁN

Comité Científico

Presidente

Francisco SIERRA CABALLERO

Miembros del Comité Científico

Ana Isabel SEGOVIA
Florence TOUSSAINT
Francesco MANIGLIO
Isabel RAMOS
Carlos DEL VALLE ROJAS
Daniela FAVARO GARROSSINI
Jose CANDÓN MENA
David MONTERO SÁNCHEZ
Adilson CABRAL
Diego DE CHARRAS
Marcos DANTAS
Juan Carlos MIGUEL DE BUSTOS
Rodrigo GÓMEZ
Javier MORENO
Luis Alfonso ALBORNOZ

PRESENTACIÓN



Francisco Sierra Caballero
Presidente de ULEPICC
www.franciscosierrecaballero.net

De Madrid a Londres, de Tel Aviv a París y Nueva York, el uso de las redes sociales produce nuevas luchas y procesos sociales en el contexto de diferentes modos de articulación de la democracia deliberativa, popular y dialógica; logrando conformar una alternativa liberadora de energías creativas acumuladas con la revolución digital para algunos la cuarta revolución industrial. Conscientes de la necesidad de reflexionar y debatir sobre los retos que afectan al campo académico de la comunicación y la cultura en la coyuntura histórica de este contexto la Unión

Latina de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) celebra su XI Congreso Internacional (ULEPICC, 2019), sobre “Ciberactivismo, libertad y Derechos Humanos. Retos de la democracia informativa”.

La revolución digital ha modificado radicalmente el sistema convencional de medios y representación política contribuyendo a mutaciones culturales en la esfera pública que exige una conceptualización distinta del proceso de mediación social. El impulso de la democracia participativa en red con las nuevas tecnologías de la información valida hoy la existencia de un nuevo ecosistema informativo que hace posible el denominado espacio público oposicional. Los entornos complejos del ciberespacio y las redes tecnológicas demandan una investigación crítica capaz de describir y comprender las condiciones sociotécnicas del mundo electrónico posmoderno a partir de las prácticas y representaciones del nuevo imaginario de la tecnopolítica contemporánea. La centralidad de la comunicación y las nuevas tecnologías digitales como vectores de las nuevas formas de sociabilidad en el

desarrollo de la cultura urbana definen, en la actualidad, nuevos procesos de desenvolvimiento y construcción colectiva que trascienden las formas asimétricas de globalización y representación social características del capitalismo, al tiempo que cuestionan las prácticas al uso de investigación sobre la acción colectiva en la era digital. El alcance de las transformaciones en curso y la complejidad constitutiva de las nuevas formas de mediación social alteran de raíz las históricas relaciones establecidas en el mundo moderno entre cultura, economía y democracia.

El 15M, Yo soy el 132, la Revolución Pigüina o la resistencia al golpe de Estado en Brasil representan nuevos modelos de acción y comunicación pública que, desarrollando lógicas colectivas y en red, dan lugar a dinámicas públicas entre la subalternidad, la manipulación y la autonomía. Este contexto demanda una labor crítica y propositiva por parte de la academia. Del mismo modo, uno de los retos estratégicos reconocido por los principales organismos internacionales y entidades del sector es, justamente, cómo definir políticas públicas que promuevan la democratización

XI Congreso Internacional ULEPICC 2019

Unión Latina de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura

CIBERACTIVISMO, LIBERTAD Y DERECHOS HUMANOS

Retos de la democracia informativa

18, 19 y 20 de noviembre de 2019

Facultad de Comunicación · Universidad de Sevilla



FECHAS IMPORTANTES:

30 de septiembre de 2019: Envío de resúmenes

20 de Octubre de 2019: Inscripción a precio reducido (100€ ponentes/ 30€ asistentes)

1 de Noviembre de 2019: Inscripción a precio normal (150€ ponentes/ 50€ asistentes)

18, 19 y 20 de noviembre de 2019: Celebración del XI Congreso Internacional ULEPICC

15 de diciembre de 2019: Envío del texto completo

Organizan:



www.ulepicc.org

Previo al congreso ULEPICC:

III Congreso Internacional MOVE.NET
14 y 15 de noviembre
www.congreso-move.net



**PROGRAMA DEL XI
CONGRESO INTERNACIONAL ULEPICC**

CIBERACTIVISMO

**LIBER-
TAD** **DERECHOS
HUMANOS**

retos

de la democracia
informativa:

**LUNES 18, MARTES 19 Y MIÉRCOLES 20
NOVIEMBRE 2019**

DÍA 1

Lunes 18 de noviembre

LUNES 18

9:30 Acto de Instalación XI ULEPICC (Salón de Grados. Facultad de Comunicación)

Dr. Francisco SIERRA CABALLERO. Presidente ULEPICC

Dra. Maria del Mar RAMÍREZ ALVARADO. Decana de la Facultad

Dr. Julián MARTÍNEZ. Vicerrector de Investigación

Dr. Ángel ACOSTA. Secretario de la Facultad de Comunicación.

10:00-12:00 horas Conferencia Magistral de Apertura

Michéle MATTELART. “Comunicación y crítica social. Perspectivas históricas”

Homenaje ULEPICC a **Michéle MATTELART**

Laudatio: **Ana Jorge ALONSO** (UMA. España)

PAUSA

12:00-14:00 Tecnopolítica: Redes, Poder y Acción Colectiva (panel)

Moderadora: **Lucía BENÍTEZ** (UCA)

Ponentes:

Emiliano TRERE (Universidad de Cardiff)

Silvina ROMANO (Universidad de Buenos Aires)

Augusto JOBIM (PUCRS. Brasil)

ALMUERZO

16:00- 20:00 Sesiones Ejes. Comunicaciones

DÍA 2

Martes 19 de noviembre

MARTES 19

10:00-11:30 Coloquio

Armand MATTELART. “Comunicación y Liberación. Lecciones de la lucha de clases”
Diálogo con **Francisco SIERRA CABALLERO.** Presidente de ULEPICC.

PAUSA

12:00-14:00 horas. Comunicación, Política y Derechos Humanos (panel)

Modera: **David MONTERO** (USE)

Ponentes:

Antonio PINEDA (USE).

Aurora LABIO (USE)

Luis ALBORNOZ (UC3M)

ALMUERZO

16:00-20:00 Sesiones Ejes. Comunicaciones

21:00 Fiesta. Centro Social Tramallol

DÍA 3

Miércoles 20 de noviembre

MIÉRCOLES 20

9:00-11:00 Derecho a la Comunicación, Libertades Públicas y Fascismo Social (panel)

Moderador: **Vicente BARRAGÁN** (UPO)

Francesco MANIGLIO (Universidad Técnica de Manabí)

Marcos DANTAS (UFRJ)

Jesús SABARIEGO (Universidad de Coimbra)

PAUSA

11:30-13:00 Políticas de Comunicación, Convergencia Digital y Autonomía (panel)

Moderador: **José CANDÓN** (USE)

Florence TOUSSAINT (UNAM)

Ana Isabel SEGOVIA (UCM)

Juan Carlos Miguel DE BUSTOS (UPV)

Homenaje al profesor **Fernando QUIRÓS**

Laudatio: **Ana SEGOVIA** (UCM)

Conferencia Magistral de Clausura

ALMUERZO

16:00 horas **Asamblea ULEPICC España**

Salón de Grados Manuel Chaves Nogales

17:30 horas **Asamblea ULEPICC federal**

Salón de Grados Manuel Chaves Nogales

21:00 h Presentación del libro *Teoría del Valor, Comunicación y Territorio*. Coloquio Espacio Barqueta.

Moderador: **Francesco MANIGLIO**

Isidoro MORENO. Catedrático de Antropología

Aurora LABIO. Profesora titular de Periodismo

Francisco SIERRA. Presidente de ULEPICC

EJE 1:

EPISTEMOLOGÍA Y TEORÍA DE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

Eje 1: Epistemología y Teoría de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura

Seminario 1
Lunes 18, de 16:00 a 19:00 horas
Coordinadores:
Fernando QUIRÓS
Marcos DANTAS



Fernando QUIRÓS



Marcos DANTAS

Los intensos debates en los campos de la comunicación y la cultura en torno al estatus científico, las formas de producción de conocimiento y los esfuerzos internacionales de estandarización del mismo, por ejemplo a través de su indización, nos emplazan no solo a abordar estas preocupaciones, sino también para tomar una posición crítica al respecto. Lo anterior implica, al menos, dos desafíos: por una parte, formar parte activa de las agendas y esfuerzos de disciplinarización presentes en ambos campos, en los cuales se disputa el saber-poder cada vez con más insistencia desde una racionalidad instrumental y funcional; y, por otra parte, discutir los principales modelos teóricos y saberes que permiten instalar a la economía política de la comunicación y la cultura como un campo epistémico propio. Interesa abordar en este espacio las diferentes problemáticas, preguntas y marcos de referencia que caracterizan a la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, en tanto campo de producción de conocimiento y saberes de una comunidad académica y científica como lo es ULEPICC, frente a otras comunidades.

.....

MAPEAMIENTO DEL CONOCIMIENTO CRÍTICO EN LA RED DE PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN TRASLACIONALES DE LA FUNDACION FIOCROZ

Elaine Lucia da Silva
(Fundación Oswaldo Cruz)

Resumen: Teniendo en perspectiva el crecimiento exponencial de la información y del conocimiento; la era digital abrió espacio para una confluencia de conocimientos y conveniencias entre las personas. De acuerdo con Castells (2006), estamos en una sociedad en red, en una interdependencia global, que fue facilitada por el desenvolvimiento de las tecnologías de la información y comunicación, que incentiva ‘nuevas formas de relacionamientos entre las organizaciones, las personas y el mundo. Según Portugal (2007) o desarrollo extraordinario de las comunicaciones, que posibilita a existencia de conexiones y la valorización de las relaciones entre las personas, explican la importancia que las redes sociales. Los equipos de Proyectos de Investigación que consiguen actuar de forma integrada y coordinada producen mejores resultados y aciertan mas rápidamente los objetivos, es necesario analizar cómo se forman y son conducidas las redes colaborativas existentes y como estas actúan para que los conocimientos críticos estén siendo adquiridos, retenidos, compartidos y divulgados con el fin de facilitar todo proceso de desenvolvimiento y acompañamiento de los proyectos para resultados efectivos para la sociedad.

Palabras Clave: Gestión del Conocimiento en investigación de salud, redes de investigación en salud, gestión de la información en salud.

.....

IMÁGENES DEL CIBERACTIVISMO COMO DISPOSITIVOS DE CONTRAINFORMACIÓN

Víctor Silva Echeto
(Universidad de Zaragoza)

Resumen: Las imágenes del ciberactivismo se han convertido en un dispositivo de contrainformación, que cuestiona a la información –en la actualidad fundamentalmente a la televisión– como transmisión de mensajes que oscila entre “la nada” y “la demasía” (Didi-Huberman, 2010; Ránciere, 2014). Si el atentado a las Torres Gemelas marcó un punto de inflexión en esa ecuación, los movimientos sociales que emergieron posteriormente, se enfrentaron desde las redes con una pluralidad de voces y cuerpos de diversas generaciones, clases y géneros: feministas, trans, etc. Por ejemplo, el 15 M de Valencia fue el de las plazas pero, también, el de la movilización contra la especulación inmobiliaria en el barrio el Cabañal. En otra geografía y contexto, el movimiento estudiantil de Chile, también, implicó la movilización contra el acoso sexual. Son múltiples esos movimientos globales que actúan contra el capitalismo, también, global, pero construyendo imágenes desde la insurgencia (Mesquita, 2011). La presente comunicación analizará algunos

de esos movimientos que cruzan por diversas geografías y que forman una “nueva internacional” como la que reclamaba Jacques Derrida.

Palabras clave: ciberactivismo, movimientos sociales, 15M, globalización, acoso sexual.

.....

MITOS QUE SOSTIENEN EL CAPITALISMO EN LA ERA DIGITAL (UN TRIBUTO A HERBERT SCHILLER)

Joan Pedro-Carañana
(Saint Louis University, Madrid)

Resumen: Hace ahora un siglo que nació Herbert Schiller, figura fundadora del campo de la economía política de la comunicación en Estados Unidos. Schiller fue uno de los primeros académicos críticos con el imperialismo cultural y el papel de los medios en la supervivencia y expansión del capitalismo, tanto dentro como fuera de los Estados Unidos. Investigó el complejo militar-industrial-comunicación; el uso hegemónico de tecnologías y la conformación de una fuerza laboral cognitiva que perpetuaba la dependencia; la doctrina del libre flujo de información; la manipulación mediática; y la importancia de las políticas públicas y el apoyo estatal para asegurar el éxito de los medios corporativos. Schiller también fue uno de los primeros autores que escribió sobre la “era de la información”, pero a desde una posición crítica con el papel de la información y la comunicación en la acumulación de capital y la reproducción de marcos culturales capitalistas. Schiller centró su esfuerzo intelectual en explicar cómo se estructuraba el sistema de comunicación dominante para justificar y fomentar la desigualdad económica y cultural.

Esta comunicación rinde homenaje a Schiller, ilustrando la relevancia que su trabajo sigue teniendo para entender la comunicación mediada en el siglo XXI. La ponencia propone actualizar críticamente el análisis que realizó Schiller de los principales mitos capitalistas en el libro *The Mind Managers* (1973) y evaluar su aplicabilidad a la comunicación online. En este libro, que fue muy influyente y provocó muchas controversias, Schiller desarrolló un análisis crítico de cinco mitos que contribuían al mantenimiento del status quo mediante el ocultamiento de las características y consecuencias de las relaciones sociales capitalistas, la limitación camuflada del debate político y la orientación del deseo hacia el consumismo y el comercialismo. Estos mitos son el individualismo, la neutralidad mediática, la naturaleza humana inmutable, la ausencia de conflictos sociales y la diversidad de los medios.

Se analizan críticamente los orígenes históricos de cada uno de los cinco mitos, sus interrelaciones y cómo se han transformado en el contexto de un internet hegemonizado por las grandes corporaciones privadas y un ambiente ideológico y regulatorio neoliberal. Además, se considera la posibilidad de identificar nuevos mitos que hayan podido surgir en las últimas décadas de expansión global del capitalismo monopólico. Este análisis crítico será sucedido por una breve discusión sobre las posibles alternativas a cada mito.

Palabras clave: Economía política, Schiller, mitos, capitalismo.

SOBRE O CONCEITO DE TRABALHO: UMA LEITURA NOS GRUNDRISSE DE MARX

Marcos Dantas, Luana Meneguelli Bonone, Monique Figueira, Rodrigo Duarte Guedes, Tiago Tadeu Oliveira.

Resumen: Assumindo que ciência e tecnologia tornaram-se, no capitalismo avançado, forças produtivas diretas, sabemos que essa evolução já era antecipada nos Grundrisse. Para Marx, esse processo, apesar da miséria a que reduzia o trabalhador no seu tempo, permitiria, a longo prazo, a evolução da sociedade para uma nova condição na qual predominariam a atividades do intelecto sobre as do trabalho manual direto, este substituído pelas máquinas. Então, a lei do valor, baseada no tempo de trabalho, perderia validade, e o capital haveria de ser superado por alguma formação social mais avançada apoiada no intelecto geral da sociedade (general intellect). Na aparência do capitalismo contemporâneo, muitas dessas condições ter-se-iam realizado. Por isso abriu-se, nas últimas décadas, um debate sobre se a lei do valor já terá sido superada ou se seria necessário redefinir a categoria trabalho. Esta comunicação se baseia num estudo de 18 meses dos Grundrisse e pretende apontar lacunas nesse debate, a partir de articulação epistemológica e teórica que não poderia ter sido feita por Marx, embora esteja subjacente no seu texto, entre os seus conceitos apoiados na concepção dialética da história, e os conceitos científicos da Teoria da Informação desenvolvidos, na segunda metade do século XX, por autores como Heinz von Foerster, Leon Brillouin, Gregory Bateson, Henri Atlan, Anthony Wilden e outros. Ao propor relacionar o conceito de trabalho ao conceito neguentrópico de informação, entendemos o capital como um sistema biossocial em permanente movimento e expansão e, mais importante, umbilicalmente dependente, desde os tempos de Marx, do conhecimento detido pelo trabalho (e pelo trabalhador). Concluímos que o capital evoluiu de tal modo que apropriou-se do intelecto geral. Mas, porque nisto reduziu ao mínimo o tempo de trabalho fabril direto/imediato que tornou subalterno ao trabalho científico geral, o capital precisou desenvolver, para seguir acumulando, um sistema rentista de apropriação apoiado na propriedade intelectual, fundada no capital financeiro. Nessas novas condições, expandem-se relações fragmentadas e precárias de trabalho e, com elas, novas contradições políticas e sociais que confirmam a impossibilidade de o capitalismo resolver a contradição entre a dimensão das forças produtivas que permanentemente renova e expande e sua “mezquina base” (Marx) – o valor medido pelo tempo de trabalho alienado. Concluímos que a lei do valor segue comandando as relações de trabalho, embora sob novas formas: precarização do trabalho; fragmentação espaço-temporal com superexploração do trabalho de baixo valor informacional nas periferias do sistema; e desenvolvimento de novas formas de apropriação de tempo de trabalho absolutamente não pago/gratuito (free labour)

Palavras chaves: Trabalho; capita-informação; general inte-

lect; marxismo; renda informacional; trabalho gratuito.

NEOLIBERALISMO E INSTITUCIONALIZAÇÃO ACADÉMICA EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

Ángel Carrasco-Campos (Universidad de Valladolid)
Enric Saperas (Universidad Rey Juan Carlos)

Resumen: Comprender los orígenes y evolución del campo disciplinar de la Comunicación exige necesariamente analizar los contextos políticos, socioeconómicos e institucionales que han formado parte de su desarrollo. Estos factores deben ser considerados como elementos constitutivos, por cuanto determinan los intereses de conocimiento y la agenda de su comunidad académica.

La Comunicación refiere a un objeto de estudio cambiante, cuya delimitación material depende de los contextos específicos en los que se desarrolla. La transnacionalización neoliberal de las industrias mediáticas en un mercado global de servicios e innovaciones tecnológicas proporcionan el marco para la convergencia progresiva de diferentes sectores como la radiotelevisión, los operadores de telecomunicaciones y las industrias del conocimiento, propiciando nuevas formas de capitalismo e industrias creativas. Todo ello, combinado con una fuerte desregularización del sistema de medios que combina una aparente diversidad de usos mediáticos y consumos comunicativos en el marco común del capitalismo cognitivo.

Asimismo, el marco institucional en el que se desarrolla la actividad académica debe ser también tenido en consideración, al incluir diferentes elementos como los estándares de publicación en editoriales y revistas científicas, las asociaciones científicas de carácter internacional, los rankings universitarios, las convocatorias competitivas de becas y proyectos de investigación, las mediciones del impacto y transferencia de los resultados de las investigaciones, los procesos de confluencia internacional de la Educación Superior, y la evaluación y acreditación de investigadores y profesores universitarios. Este reciente marco institucional, consolidado de manera progresiva en la última década, constituye un elemento determinante para comprender la actual ética del trabajo académico, orientada hacia una profesionalización en términos de estatus y rendimiento curricular, que debe ser analizada como parte de la lógica de competencia propia del neoliberalismo.

Esta propuesta de comunicación tiene el objetivo de describir el rol que han adquirido las actuales estructuras económicas, políticas e institucionales, en tanto que factores determinantes de los estándares actuales de la investigación comunicativa. Se facilitarán y analizarán las claves para comprender la influencia del neoliberalismo como ideología en la cultura profesional académica en el campo de la Comunicación. Este análisis tendrá en especial consideración la dimensión institucional de la actividad docente e investigadora, en tanto que factor determinante para comprender los estándares compartidos por sus profesionales en relación a las rutinas de trabajo, metodologías, objetos y problemáticas de estudio,

contextos académicos y tradiciones dominantes, así como las estrategias para el desarrollo de la propia carrera profesional. A este respecto, la institucionalización de un canon profesional común y compartido será interpretado no solo como consecuencia de la adopción de estándares internacionales, sino también como criterio de demarcación del desarrollo profesional en un marco de competencia global.

Palabras clave: universidad, globalización, neoliberalismo, instituciones académicas, estandarización.

los siguientes: 1) “On Critical and Administrative Research: A New Critical Analysis”, de W. Smythe y Van Dinh, 2) “The political and Epistemological Constituents of Critical Communication Research”, de Daryl Slack y Martin Allor, 3) “The Critical Researcher’s Dilema” de Haight, 4) “Critical research and the role of Labour, de Mosco”, 5) “Critical research in the Information Age” de Schiller, 6) “A Critical Look at Critical Analysis”, de Stevenson, 7) “A Case for Critical Eclecticism”, de Halloran, y 8) “Power and Knowledge: Toward a New Critical Synthesis”, de Curry Jansen.

Palabras clave: investigación crítica, métodos de investigación, teoría de la comunicación, teorías de la comunicación, “Ferment in the field” (1983)

.....

VÍAS PARA CONSTRUIR UNA INVESTIGACIÓN CRÍTICA A PARTIR DE OCHO TEXTOS FUNDAMENTALES DEL JOURNAL OF COMMUNICATION, 33(3), “FERMENT IN THE FIELD” (1983).

Gloria Gómez Diago
(Universidad Rey Juan Carlos)

Resumen: Pese a la existencia en la academia de un cierto rechazo hacia publicaciones editadas por la International Communication Association (ICA) por considerarlas conservadoras y mantenedoras del status quo en la investigación en el campo de la comunicación, encontramos en el volumen del Journal of Communication, 33(3), “Ferment in the Field” (1983), publicado hace casi cuarenta años, vías revulsivas y transformadoras que aportan ideas, objetivos y métodos para abordar la investigación en comunicación desde una perspectiva crítica muy necesaria que integre diferentes dimensiones de análisis y de actuación en una sociedad cada vez más desigual y en la que en muchas ocasiones la investigación que se realiza parece ser subsidiaria de los intereses de la producción mediática audiovisual, al reducirse su objetivo a comentar dicha producción, extendiendo el alcance de esta más allá de los medios en los que es difundida. El volumen “Ferment in the Field” especializado en meta-investigación en comunicación, considerado referente en el campo de la comunicación e incluido en cronologías especializadas en la historia de la investigación en comunicación como la de Baran y Davis (2013) aporta ideas y métodos para abordar la investigación en comunicación desde una perspectiva crítica orientada no solo a conocer un tipo de comunicación, sino a la sociedad con mayor profundidad e interviniendo en ella para construir contextos más democráticos. En este sentido en investigaciones como la realizada por Estrada Fernández (1992) ya se estudian trabajos publicados en este volumen para profundizar en la perspectiva crítica de la comunicación. En un contexto en el que abunda una investigación cuantitativa centrada en analizar los contenidos de los medios de comunicación (Martínez Nicolás y Saperas, 2011, 2016), en este trabajo aportamos las ideas planteadas en ocho artículos del volumen “Ferment in the Field” (1983) que proponen maneras a través de las cuales es posible plantear y desarrollar una investigación en comunicación crítica. Los ocho artículos a través de los cuales identificamos posibles elementos para contribuir a la construcción del andamiaje para investigar en comunicación desde una perspectiva crítica son

EJE 2: **POLÍTICAS DE** **COMUNICACIÓN** **Y CULTURA**

Eje 2: Políticas de Comunicación y Cultura



Susana SEI



Ana Isabel SEGOVIA

Salón de grados
Lunes 18 y martes 19,
de 16:00 a 18:00 horas
y de 18:30 a 20.30
Coordinadores:
Susana SEL
Ana Isabel SEGOVIA

Los desafíos generados por la hegemonía y altos niveles de concentración de los medios de comunicación y las industrias culturales, exigen romper las racionalidades privatizadoras, recuperar el protagonismo público-estatal y garantizar el acceso y uso de la información y el conocimiento como bienes comunes. En este sentido, la sección orienta su trabajo hacia las diferentes formas de regulación institucionalizada de la comunicación y la cultura. Incluye la discusión y análisis de leyes de medios, garantías constitucionales de la libertad de expresión, condiciones de la comunicación durante estados de excepción y políticas públicas y privadas en general que pretenden regular los derechos a la comunicación y las industrias culturales, incluyendo sectores y áreas afines como las artes y actividades culturales en general.

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y ELECCIONES EN BRASIL: ANÁLISIS DE LAS PUBLICACIONES DE LOS CANDIDATOS FERNANDO HADDAD Y JAIR BOLSONARO EN FACEBOOK

Aline Camargo
Antonio Francisco Magnoni

Resumen: Resumen: La investigación a que se refiere este artículo tiene como objetivo verificar de qué manera se da la tematización y la visibilidad de asuntos durante el período de propaganda electoral gratuita vehiculada en la radio y la televisión (primera vuelta: del 31 de agosto al 04 de agosto en la página de Facebook de los dos candidatos con mayor intención de voto en las elecciones presidenciales brasileñas de 2018: Fernando Haddad (Partido de los Trabajadores) y Jair Mesias Bolsonaro (Partido Social Liberal). Se establecieron categorías de análisis de contenido adaptadas de Murta et.al y verificadas 1.016 posturas que componen la muestra. Entre las posturas del candidato Jair Bolsonaro se observa que hay una concentración de publicaciones de apoyo de otros candidatos (23%), o que se refieren a otras figuras políticas (33%), lo que puede ser visto como una manera de ganar credibilidad entre los electores; en detrimento de informaciones sobre hechos del pasado del candidato (3%) y posturas de solicitud de votos (1,5%). Entre las posturas del candidato Fernando Haddad hay la predominancia de posturas sobre actividades de campaña (40%) y posturas que se refieren a otras figuras políticas (24%). Las categorías menos presentes en el recorte analizado son el apoyo de terceros (6%), hechos del pasado (5%) y temas volcados a la vida privada del candidato (2%)

Palabras clave: Brasil; elecciones; Facebook.

MITOS Y REALIDADES DE “MÉXICO CONECTADO” (UN ESTUDIO DE CASO EN EL ESTADO DE JALISCO)

Pablo Arredondo Ramírez
(Universidad de Guadalajara)

Resumen: En el marco de un ambicioso plan de reformas, en el año 2013 se reconoció el derecho constitucional de los mexicanos a tener acceso a la red de redes, es decir, a la conectividad. El objetivo de tal iniciativa fue atacar las desigualdades digitales imperantes en el país y ampliar los beneficios implícitos en el aprovechamiento de internet. La reforma de las Telecomunicaciones se propuso atacar las barreras de acceso, expandir la infraestructura y capacitar a la población en el uso y aprovechamiento de las TIC. En consecuencia, el gobierno federal instrumentó el programa *México Conectado*, cuya meta original consistía en ampliar los puntos de acceso público y gratuito en espacios educativos, centros de salud y comunitarios. En un periodo de tres años el número de puntos de conexión casi se triplicó, de tal manera que hacia 2015 el total de puntos de acceso gratuito en el territorio nacional, desarrollados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) alcanzó la cifra de 101,322. Sin embargo, entre ese año y el 2018

(fin de la administración) el número total de puntos de conexión se mantuvo inmutable, con crecimiento nulo. Y a pesar de ello, el programa fue declarado oficialmente como un éxito de la administración del presidente Peña Nieto.

Este trabajo pondera los avances del programa *México Conectado* en el contexto del estado de Jalisco, una las regiones privilegiadas del país. El trabajo muestra los resultados de una indagación específica de la situación que guarda la conectividad digital, al iniciar 2019, en un conjunto de espacios de educación básica en la zona metropolitana de Guadalajara (la capital de la entidad). Específicamente se explora el nivel y tipo de acceso a internet en 20 escuelas básicas o primarias de la zona metropolitana, identificadas como parte de los puntos de conexión en la base de datos de *México Conectado*. Los resultados tienden a contradecir el optimismo mostrado por el discurso oficial respecto del programa *México Conectado*, y arroja cuestionamientos sobre la situación imperante tanto en las zonas de alta como de baja marginalidad. En ese sentido, se cuestiona la veracidad de los datos contenidos en los informes oficiales. La conclusión puede resumirse afirmando que más allá de la estadística se esconden realidades que deben explorarse con mayor profundidad al evaluar los avances de la conectividad y la equidad digital.

Palabras clave: Conectividad, México, marginalidad digital, educación básica.

POLÍTICAS DE COMUNICAÇÃO, LEIS DE MÍDIA E DIVERSIDADE ÉTNICO-RACIAL: APONTAMENTOS SOBRE A AMÉRICA LATINA

PauloVictor Melo
(Universidade Federal da Bahia)

Resumen: Este texto discute a importância da diversidade étnico-racial no setor das comunicações, com foco na análise de como legislações recentes de mídia em cinco países da América Latina – Venezuela, Argentina, Bolívia, Equador e Uruguai – contemplam medidas e mecanismos de garantia dessa diversidade, em aspectos como propriedade, sustentabilidade, conteúdo e participação social. Parte-se aqui da análise de que, tanto do ponto de vista da formulação teórica quanto da reivindicação de segmentos da sociedade civil, a relação entre comunicação e diversidade étnico-racial, especialmente na América Latina, se apresenta como um desafio contemporâneo. Buscando contribuir com este desafio, o presente trabalho apresenta considerações e propostas para a garantia da diversidade étnico-racial na comunicação, a partir de eixos como representação, produção, propriedade e controle social.

Palabras clave: Políticas de Comunicação, Diversidade Étnico-Racial, Leis de Mídia, América Latina.

BAKHTIN E BRECHT NO DIRCEU:

CARNAVALESKO E ESTRANHAMENTO NO CINEMA DE FRANKLIN PIRES

Jacqueline Lima Dourado
(Universidade Federal do Piauí)
Luís Nogueira
(Universidade da Beira Interior)

Resumen: São evocados, no presente artigo, dois autores vindos de áreas exteriores ao cinema – dos estudos literários, no caso de Mikhail Bakhtin, do teatro, no caso de Bertolt Brecht – para analisar e refletir sobre o trabalho de um cineasta de uma região periférica brasileira, o piauiense Franklin Pires, proponente de um cinema alternativo. Parte-se de dois conceitos fulcrais destes autores – o carnavalesco e o estranhamento – para tentar compreender as obras de Franklin Pires e das suas marcas características. Afinal, trata-se de um cinema que desmonta códigos hollywoodescos através do exagero e da iconoclastia, que assume o delírio desenfreado do cabaré, da revista e do vaudeville. Isso remete à discussão de questões como: o que é o gosto, o que é o bom gosto, e, conseqüentemente o que é o bom cinema? Em que se distinguem o pop e o popular, a crítica social e a extravagância diletante, a seriedade do humor e a desdramatização da existência, a autoconsciência criativa e a excentricidade ideológica? Todas estas características e referências nos parecem presentes, mesmo que apenas de forma latente, na reflexão que propomos nesse artigo.

Palabras clave: Cinema local, Padrão tecno-estético alternativo, Produção audiovisual piauiense, Cineasta Franklin Pires

POLÍTICAS DE CONVERGENCIA EN COLOMBIA: TENSIONES Y DESAFÍOS PARA EL FUTURO DEL SECTOR AUDIOVISUAL

Diego García Ramírez
(Universidad del Rosario, Bogotá)
Débora Pérez Serna

Resumen: Los avances tecnológicos en el campo las tecnologías de la información y la comunicación, han dejado obsoletos los marcos regulatorios elaborados para el mundo analógico, por eso, durante la última década muchos países han actualizado sus políticas comunicativas, en las que convergen sectores tradicionalmente separados como los de la radiodifusión y las telecomunicaciones. En ese contexto, Colombia presenta un rezago importante, pues el sector audiovisual aún funciona bajo un marco de hace más de 20 años. Es por ello que los últimos gobiernos han presentado diferentes proyectos de ley convergentes para actualizar las políticas del sector; no obstante, muchas de las propuestas han generado rechazo y movilizaciones por parte de sectores sociales que han identificado cómo estas propuestas estimulan la concentración en la propiedad de los medios y afectan la libertad de expresión en el país. En ese sentido, la presente ponencia tiene como objetivo señalar los puntos críticos identificados y los riesgos que plantea para el sector audiovisual el proyecto de Ley 152 de 2018 que actualmente se discute en el Congreso de la Repúbli-

ca, para de esa forma brindar elementos de reflexión en torno a los desafíos y retos que tienen las políticas convergentes en Colombia.

Palabras clave: Políticas de comunicación, Convergencia, Concentración, Libertad de expresión, Colombia

BOLIVIA O EL ESTADO DEL OLVIDO: DISCURSOS SOBRE LA VIOLENCIA DE LA DICTADURA MILITAR

Daniel Alejandro Ramírez López
(FLACSO)

Resumen: La memoria de la violencia estatal de las dictaduras militares en Bolivia (1964-1982) es aún un tema pendiente. Las políticas públicas que promueven la memoria, justicia y reparación integral de las víctimas no han tenido el apoyo o la continuidad necesarias. Si bien han existido intentos de crear instancias que permanezcan en el tiempo, no se han gestado resultados permanentes que se enfrenten contra la impunidad de los crímenes de la dictadura. Comprendiendo que la memoria es el resultado de una construcción entre los marcos sociales de quienes articulan espacios y procesos de rememoración y ámbitos donde distintas versiones discursivas sobre el pasado entran en disputa, contrastar cuáles son las miradas sobre el pasado dictatorial que tienen las políticas públicas de Bolivia y las organizaciones sociales que trabajan la memoria resulta necesaria en una realidad social como la boliviana que aún no ha terminado de resolver la violencia estatal gestada durante las dictaduras militares. Se han aplicado revisiones documentales de los marcos normativos de todo el periodo democrático en Bolivia (1982-2019), entrevistas y observaciones participantes de las acciones sociales de dos organizaciones de la memoria: la Asociación de Familiares de Víctimas de Detenidos Desaparecidos Mártires por la Liberación Nacional (ASO-FAMD) y la Plataforma de Luchadores Sociales, Sobrevivientes de las Dictaduras. Las organizaciones sociales de las víctimas de la dictadura han creado y mantenido formas de acción social que generan discursos propios, los cuales entran en disputa con los silencios y olvidos provenientes del Estado boliviano. Desde miradas políticas, afectivas y estéticas, las organizaciones sociales que trabajan la memoria estructuran discursos contrahegemónicos frente a los silencios institucionalizados.

Palabras clave: memoria, organizaciones sociales, políticas públicas, acciones sociales, discursos.

COMUNICAÇÃO POLÍTICA E ELEIÇÕES NO BRASIL: ANÁLISE DAS POSTAGENS DOS CANDIDATOS FERNANDO HADDAD E JAIR BOLSONARO NO FACEBOOK

Aline Camargo
(Universidade Estadual Paulista Unesp/Bauru)
Antonio Francisco Magnoni
(Universidade Estadual Paulista Unesp/Bauru)

Resumen: La investigación a que se refiere este artículo tiene como objetivo verificar de qué manera se da la tematización y la visibilidad de asuntos durante el período de propaganda electoral gratuita vehiculada en la radio y la televisión (primera vuelta: del 31 de agosto al 04 de agosto en la página de Facebook de los dos candidatos con mayor intención de voto en las elecciones presidenciales brasileñas de 2018: Fernando Haddad (Partido de los Trabajadores) y Jair Mesias Bolsonaro (Partido Social Liberal). Se establecieron categorías de análisis de contenido adaptadas de Murta et.al y verificadas 1.016 posturas que componen la muestra. Entre las posturas del candidato Jair Bolsonaro se observa que hay una concentración de publicaciones de apoyo de otros candidatos (23%), o que se refieren a otras figuras políticas (33%), lo que puede ser visto como una manera de ganar credibilidad entre los electores; en detrimento de informaciones sobre hechos del pasado del candidato (3%) y posturas de solicitud de votos (1,5%). Entre las posturas del candidato Fernando Haddad hay la predominancia de posturas sobre actividades de campaña (40%) y posturas que se refieren a otras figuras políticas (24%). Las categorías menos presentes en el recorte analizado son el apoyo de terceros (6%), hechos del pasado (5%) y temas volcados a la vida privada del candidato (2%).

Palabras clave: Brasil, elecciones, Facebook.

ANÁLISIS DE LOS DOCUMENTALES GET ME ROGER STONE Y THE BRINK QUE RETRATAN A LOS ASESORES DE TRUMP

Antonio Villanueva Martín
(Universidad de Málaga)
Gloria Santiago Méndez
(Universidad de Málaga)

Resumen: Ni Nixon, ni Kennedy, ni Reagan generaron entre sus coetáneos tal cantidad de material de análisis escrito y audiovisual cómo está provocando Donald Trump y su entorno ante la necesidad de comprender lo incomprensible. Entre tantos documentales resultan especialmente singulares dos: Get me Roger Stone y The Brink. Lo que tienen en común es que analizan a dos piezas claves del ascenso a la Casa Blanca de Donald Trump (Roger Stone y Steve Bannon) por parte de equipos de documentalistas de izquierda que, les han hecho un seguimiento continuado, invasivo y permitido. En Get Me Roger Stone, Bank, DiMauro y Pehme comenzaron a filmar a Stone a finales de 2011 y así durante 5 años. Mientras que en The Brink, Klayman grabó durante 13 meses a Steve Bannon (2017/2018). Stone lleva en la política norteamericana desde el Watergate con 19 años y ha sido la persona que más insistentemente le ha pedido Trump que se presentara a presidente. Bannon consejero y estrategia jefe del equipo de Trump. Analizamos dichos documentales en el contexto histórico tanto desde el punto de vista político como audiovisual

Palabras clave: Trump, documental, populismo, derecha, democracia, USA

HOW FOREIGN MEDIA FIX NIGERIAN ELECTIONS THROUGH DIGITAL MEDIA MANIPULATION OF POLITICAL COMMUNICATION

Robert Madu
Josephat Okoye

Resumen: The advent of digital technologies has transformed the face of electioneering campaigns/elections worldwide. Nowadays, most media consultants/political tacticians have swiftly embraced the use of digital media in fixing electoral outcomes to favour pre-determined candidates in most developing nations. Such narrative became weighty after Christopher Wylie's testimony before the British parliament that Cambridge Analytica swiped millions of facebook profiles in an attempt to influence elections in many countries including Nigeria thereby mobilizing the electorates towards a target but what remains questionable is if such strategic influence could add strength to the voiceless in Nigeria. This study is therefore designed to investigate the veracity or otherwise of the claim in certain quarters that foreign media firms often utilized digital media platforms to manipulate electoral outcomes in Nigeria via transmission of political messages to the voting public during election; ascertain if foreign media meddling substantially influenced the general elections of 2007, 2011 and 2015; and to find out specific strategies and the nature of knowledge foreign media outfits transmitted to the Nigeria voting public during campaign periods. The classical works of Bailard and Livingston (2014), Ajayi (2014), Castells (2012), Howard (2005), Smyth and Best (2013) as well as several other empirical works in the literature review will offer pillars of support to the study. The researchers anchored the study on technological determinism theory which affirms that technology has overwhelming effects on diverse spheres of human lives. The researchers combined both personal interviews with survey research method to generate data for the study. The survey focused on Nigerian voters who participated in the said elections, while personal interviews will focus on media experts and lecturers in the field of mass communication. The sample size of the study will be 400 comprising of Nigerian voters. Research assistants and field workers were recruited to administer copies of questionnaire to the study sample in Nigeria's major cities of Lagos, Abuja, Enugu, Jos, Port Harcourt, and Awka, using descriptive qualitative and quantitative research approaches, the findings of the study indicate that foreign media firms meddled in the past three successive general elections in Nigeria and above all, that foreign media intrusion in electoral process is becoming a global issue. The paper calls for the setting up of regulatory agencies to monitor political messages transmitted through digital media platforms as to forestall unnecessary meddling and intrusion into the electoral process in the country.

Palabras clave: Audience migration, Digital technologies, Electoral Democracy, Political Communication, Manipulation,

Twisted facts, Propaganda

.....

LOS THINK TANKS EN ESPAÑA: ANÁLISIS COMPARATIVO DE SU PRESENCIA MEDIÁTICA EN PERIODOS ELECTORALES Y NO ELECTORALES

Sara Rebollo Bueno
(Universidad de Sevilla)

Resumen: España ha pasado por un ciclo electoral de gran intensidad en el presente año 2019. Durante este periodo los partidos han intentado obtener el mayor beneficio electoral posible, donde los medios de comunicación han sido esenciales. Por ello, es interesante saber qué puesto han ocupado los think tanks en esta vorágine política.

Los think tanks en España tienen características peculiares para analizarlas. De hecho, Parrilla, Almiron y Xifra (2016) afirman que la mayoría de los laboratorios de ideas españoles cuentan con vínculos con el gobierno, partidos políticos, actores económicos y medios de comunicación. Por tanto, algunos de los think tanks españoles podrían definirse como herramientas del poder capitalista de la clase dominante, pues son utilizados tanto por fuerzas políticas, como el Partido Popular o el Partido Socialista Obrero Español, como por empresas privadas. Estos autores destacan que aquellos think tanks españoles que cuentan con más éxito son los que refuerzan la agenda neoliberal, en armonía con el poder, convirtiendo a los medios de comunicación en una herramienta indispensable para los think tanks, siendo imprescindibles para desarrollar su actividad (Barberá y Arregui, 2011).

Ante esto, se debe conocer el papel de estas instituciones, realizando una comparativa del uso de los *think tanks* en la prensa española entre el periodo electoral y no electoral. Como objetivo de investigación está analizar su rol en el ciclo electoral de 2019.

Palabras clave: Think tanks, medios de comunicación, comunicación política, España y periodo electoral

.....

UN ACERCAMIENTO A LA NEUROPOLÍTICA. EL PAPEL DE LAS EMOCIONES EN LA POLÍTICA ESPAÑOLA

Alberto Tiscar Gil
(Universidad de Sevilla)

Resumen: En el presente trabajo estudiamos el papel que cumple la neurociencia y con ella, las emociones en la política. Las emociones están cada vez más presentes en la vida política, ya no solo son el resultado, sino que cada vez más son

el medio, es decir, sirven como herramienta para atraer apoyos electorales en manos de los partidos políticos y sus líderes. Por otro lado, consideramos que no puede negarse el creciente interés que existe por conocer el comportamiento político del electorado desde su parte más personal, y con ello, el interés por parte de la neurociencia por intentar tener su protagonismo en este ámbito.

Para ello, realizamos un recorrido teórico-práctico a partir de una densa revisión bibliográfica que nos aportará la información necesaria para establecer nuestras principales conclusiones. Por otra parte, exponemos un análisis práctico sobre el primer debate electoral celebrado el 22 de abril de 2019 emitido por RTVE y en el que participaban los partidos políticos con mayor representación (PSOE, PP, C's y UP) para, a partir de nuestra aplicación metodológica cualitativa, poner en relación la misma con nuestro estudio teórico previo.

Palabras clave: Neuropolítica, emociones, marcos, neurociencia, partidos políticos.

.....

INTEGRAÇÃO AUDIOVISUAL NO MERCOSUL: EXPECTATIVAS E RESULTADOS DO PROGRAMA MERCOSUL AUDIOVISUAL

Marina Rossato Fernandes
(Universidad de Bruselas)

Resumen: Considerando que o desenvolvimento de políticas é uma combinação de fatores ideológicos (na forma de ideias e exemplos), interesses (econômicos e políticos) e instituições (limitações e oportunidades) (Bhagwati, 1989), podemos argumentar que o Mercosul e a União Europeia compartilham o comprometimento com políticas audiovisuais. Apesar das diferenças históricas, institucionais e financeiras, a combinação de ideias, interesses e instituições na política audiovisual é marcada por semelhanças. Em relação as ideias, ambos se posicionam contra a visão norte-americana de “cultura como produto” que defende a liberação do comércio audiovisual em escala global. Ambas as partes estão mais alinhadas com a perspectiva de “cultura como diálogo” que é aberta a intervenção do governo no setor e ao protecionismo cultural (Sauvé & Steinfatt, 2003). Em relação aos interesses, os membros do bloco também compartilham alguns objetivos, entre eles a promoção, produção e distribuição de conteúdo audiovisual entre os países membros enquanto fortalece o desenvolvimento de políticas em relação à dominância dos EUA no mercado audiovisual. Em relação à instituição, os blocos estabeleceram um diálogo onde a política audiovisual na UE foi vista como um modelo para o Mercosul. A cooperação gerou grande expectativas na América do Sul para um comprometimento de integração econômica e crescimento do setor audiovisual aliado a promoção da diversidade (Canedo and Crusafon, 2014).

A principal questão deste artigo é se as políticas audiovisuais do Mercosul cumpriram seus objetivos e como a cooperação com a UE contribuiu para o desenvolvimento do setor. O trabalho apresenta uma perspectiva histórica-institucional (cf. North, 1990) na relação entre as ideias, interesses e instituições

na elaboração de políticas audiovisuais (Loisen, 2012) focando na cooperação audiovisual do Mercosul-UE, o Programa Mercosul Audiovisual.

Palavras-chave: política audiovisual, Mercosul, Recam, cooperação.

EL ESTADO COMO AGENTE GOLPISTA: EL CINE POLÍTICO COMO CRONISTA DE LA INTERVENCIÓN NORTEAMERICANA EN AMÉRICA LATINA

Carlos Serrano
(Universidad de Sevilla)

Resumen: El cine juega un papel vital como facilitador de respuestas a la cuestión de qué agentes tuvieron acción directa en las operaciones clandestinas de Estados Unidos en América Latina. Es de interés observar para su análisis cómo varios cineastas, principalmente Costa Gavras, usan la herramienta comunicativa del cine como altavoz del pensamiento crítico para denunciar el papel intervencionista norteamericano y mostrar al público qué elementos hicieron posibles, entre otras violaciones a la soberanía de América Latina, los Golpes de Estado en Chile y Brasil. El cine político, como unión de la crónica periodística y de la ficción cinematográfica, forma la muestra de este trabajo. Vincent Pinel en *Los géneros cinematográficos* realiza un gran trabajo a la hora de ofrecer una definición de los diferentes géneros del séptimo arte. En el tema que nos ocupa, expone que cabe preguntarse si se trata el cine político de un género en el sentido estricto de la palabra o bien un tema recurrente que inspiró de forma particular las producciones de los años sesenta y setenta. Enrique Martínez-Salanova realiza en su web una interesante definición: “El cine político es un cine que proporciona los elementos suficientes para reflexionar sobre una determinada realidad política. Se debate entre el drama y el documental, proporciona una interpretación de la historia y una reflexión estética sobre el pasado que el espectador hace propia o rechaza ideológicamente”.

Del cine político, de la década de sesenta y setenta, podemos decir que en muchos casos no supone una verdadera revolución cinematográfica en cuanto a formas de contar historias. No plasman las películas un esquema narrativo diferente del ya establecido. Desde un punto de vista ideológico, tanto las décadas antes mencionadas como trabajos posteriores, son un género de necesario estudio debido a que dan protagonismo a una serie de personajes y hechos históricos que el cine tenía marginados. Al hacerlo desde una única ideología, no podemos hablar de un cine político plural. A su vez, al convertirse paulatinamente en una opción más de rodaje de los grandes estudios, por los buenos resultados de crítica y público de los títulos más emblemáticos, pierde su factor de ruptura, denuncia y contracultura.

Palabras Clave: Cine Político, América Latina, Periodismo, Golpes de Estado.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y MEMORIA EN ECUADOR (2007-2019): DE LA APERTURA NEOPOPULISTA AL NEOLIBERALISMO AUTORITARIO

Isabel Ramos
(FLACSO)
Werner Vásquez
(FLACSO)

Resumen: El presente trabajo da cuenta de las transformaciones experimentadas en las políticas públicas de Comunicación y el “activismo estatal” (Fiss 1997) durante los gobiernos de Rafael Correa y Lenín Moreno, con respecto a la recuperación de la memoria colectiva sobre la represión y el terrorismo de Estado en Ecuador. Es relevante analizar cómo un gobierno definido como neopopulista (Follari 2013), y otro identificado como neoliberal autoritario (Bruff 2018) produjeron discursos, narrativas y políticas públicas para sanción y reparación, así como para la negación y borramiento de los hechos en la memoria colectiva. Desde el marco de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, se formulan matrices de análisis comparado para analizar la existencia y características de las Políticas de Comunicación y Memoria entre los años 2007 –cuando Rafael Correa crea la Comisión de la Verdad- y 2019 -a dos años de asumir Lenín Moreno y luego de una reforma a la Ley Orgánica de Comunicación. Para ello, se parte de una aproximación etnográfica a la acción de funcionarios de estado, periodistas y editores de medios y víctimas del terrorismo de Estado. Adicionalmente, se aplica la técnica del análisis de contenido a un corpus de productos mediáticos y documentos oficiales y judiciales. Un análisis socio-comunicacional comparativo, primero, de la acción del Estado en dos etapas distintas -desde el punto de vista de su mayor o menor cercanía con las reivindicaciones de memoria histórica frente a las violaciones sistemáticas a los derechos humanos ocurridas en el país; segundo, de las estrategias y tácticas ciudadanas, los modos de resistencia colectiva y disputa por la formulación y aplicación de políticas públicas para investigar y juzgar delitos de lesa humanidad y, tercero, de la “estructura de oportunidades políticas” (McAdam 1997) que impulsó o desalentó estas luchas populares en los gobiernos de Rafael Correa y Lenín Moreno .

Palabras clave: Políticas de comunicación, memoria colectiva, derechos humanos, neopulismo, neoliberalismo autoritario

POLÍTICAS DE LA GENERALITAT DE CATALUÑA EN MATERIA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL: REGULACIÓN E IMPACTO SOBRE LAS EMPRESAS DE MEDIOS (2007- 2018)

Isabel Fernández Alonso
Quique Badia Masoni

Resumen: Con esta comunicación pretendemos describir y analizar los principales ejes de las políticas llevadas a cabo en materia de publicidad institucional por los diferentes gobiernos de la Generalitat (segundo tripartito, ejecutivos presididos por Artur Mas, Puigdemont y Torra) desde el estallido de la crisis financiera hasta la actualidad. Fijamos como fecha 2018 por que es el último ejercicio con datos disponibles. El estudio de estas políticas tendrá en consideración el impacto (en términos de volumen de ingresos) que la planificación de las diversas campañas de publicidad pública de la administración catalana ha tenido en las cuentas de las empresas de medios, incluyendo el periodo de intervención de la autonomía, a raíz de la declaración unilateral de independencia del 27 de octubre de 2017. La metodología para abordar este estudio es cualitativa y las técnicas de investigación, el análisis documental (aplicado a la normativa, memorias de la Comisión Asesora de Publicidad Institucional, informes obtenidos vía autoridad de la transparencia, iniciativas legislativas parlamentarias, textos periodísticos, etc.) y las consultas y entrevistas semiestructuradas (a responsables políticos, diputados de la oposición y empresarios destinatarios de las políticas que se consideran).

Este trabajo se enmarca en el proyecto de I+D “Impacto de la financiación pública en la economía de las empresas mediáticas privadas: subvenciones y publicidad institucional. Análisis del caso español (2008-2020)”. Referencia PGC2018-093887-B-I00

Palabras clave: políticas públicas, publicidad institucional, Generalitat de Cataluña, transparencia.

POLÍTICAS DE MEMORIA EN ARGENTINA 2003-2019. ENTRE PROCESOS DE JUSTICIA Y NEGACIÓN

Isabel Ramos
(FLACSO)
Susana Sel
(UBA)

Resumen: Se analizan las Políticas de Comunicación y Memoria a través de sus diversos actores: gobiernos, sociedad civil y las estrategias de los medios de comunicación masivos en la construcción de la memoria histórica. A partir del gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) se abre una etapa de Políticas Públicas de Verdad, Memoria y Justicia, asentadas en los juicios a los genocidas por la anulación de las leyes de impunidad del gobierno menemista. El proceso de justicia extendió las investigaciones a delitos como la complicidad civil, los delitos económicos y los cometidos contra la integridad sexual. Estas políticas continuaron en los gobiernos de Cristina Kirchner (2008-2015), profundizando el rol de ciertos medios masivos en tanto socios corporativos del terrorismo de estado (juicio por Papel Prensa). Estos gobiernos, identificados como populares, populistas (Laclau, 2005), postneoliberales (Le Kuang-Ramírez Gallegos 2016) ó neodesarrollistas (Katz, 2016) respondían a las demandas de justicia de la sociedad argentina y en particular de los Organismos de Derechos Humanos. A partir de diciem-

bre de 2015, con el gobierno de Mauricio Macri, de corte neoliberal, las Políticas transmutaron a “negacionismo” oficial de la historia (Salinas, 2016) expresadas en la negación del terrorismo de estado, la anulación o disminución de penas a los condenados, la absolución de los dueños de medios, en el contexto de una comunicación pública subsumida a los paradigmas de la industria hegemónica y concentrada, cómplice de esos delitos (Cecchini y Mancinelli, 2010).

Palabras clave: Políticas públicas – Comunicación – Memoria – Justicia - Negacionismo.

DISCURSOS DE LOS PROFESIONALES DE TVE Y CAMBIOS NORMATIVOS: DESDE LA LEY DE 2006 AL CONCURSO PÚBLICO

Lamuedra Graván
(Universidad de Sevilla)
José García de Madariaga
(Universidad Rey Juan Carlos de Madrid)

Resumen: RTVE ha sufrido en los últimos trece años dos procesos de transformación profunda de orientación opuesta. Hace más de un año se inició una tercera que lleva varios meses en punto muerto. En virtud de la Ley Audiovisual de 2006, entre 2006 y 2011 RTVE vivió la mayor reforma de su historia reciente, protagonizada por el traslado su control institucional al Parlamento y la creación del Consejo de Informativos como órgano de vigilancia de la calidad de los contenidos y la independencia editorial. Desde 2012 un decreto permitió que la radiotelevisión pública estatal se viera controlada por el gobierno del Partido Popular gracias a su mayoría absoluta en el parlamento. La moción de censura que propició un nuevo gobierno en junio de 2018 también trajo el inicio de una nueva reforma con otro decreto que permitió nombrar con carácter de urgencia una nueva dirección provisional. También inició un concurso público para seleccionar al Consejo de Administración bajo criterios de profesionalidad, un proceso que sería insólito en la Corporación RTVE y que marcaría un cambio sustancial en la configuración de la línea editorial de los informativos. Sin embargo, el concurso público se ha visto congelado ante la inestabilidad política del país, con un gobierno en funciones desde abril. El presente trabajo explora la percepción de los profesionales de TVE sobre independencia, pluralismo profesionalidad, en virtud de entrevistas en profundidad, en distintos momentos del mencionado proceso: 1) Hacia 2006, el momento en el que TVE comienza a virar en la dirección en la que señala la Ley Audiovisual del mismo año. 2) Hacia 2009/2010, un momento en que los cambios legislativos recientes comienzan a asentarse y 3) Entre 2015 y 2016, unos años después del decreto que vuelve a permitir que un gobierno con mayoría absoluta nombre a la cúpula directiva en solitario. Tales testimonios han sido recogidos en tres proyectos de investigación: “¿Información, Formación y Entretenimiento?: Productores, televidentes y contenidos en TVE y la BBC: Estudio Comparativo” (SEJ 2005-02060), “La Autonomía y el pluralismo de la nueva TVE: Contenidos de los informativos y percepciones de las audiencias” (URJC-CM-2007-CSH-1683), y “Dinámicas de relación ante el cambio social: contextos, con-

tenidos, productores, público y prousuarios en las noticias de TVE e YLE” (CSO2013-45470-R).

Palabras clave: Análisis de discursos, periodistas, RTVE, concurso público.

DERECHOS FUNDAMENTALES Y CONTROL DE LA DESINFORMACIÓN: SOLUCIONES Y NUEVOS PROBLEMAS

Raquel SEIJAS
(Universidad de Málaga)

Resumen: Durante las últimas décadas las mayores amenazas a la libertad de expresión, acceso a la información y a otros derechos fundamentales provienen: de la propagación de desinformación y de la intromisión y mercantilización de datos personales. Si una parte de la solución para luchar contra la desinformación pasa por crear instrumentos de control que pueden vulnerar o suponer una intromisión en la privacidad y en la libertad de expresión, las soluciones comienzan a ser un problema.

Este estudio tiene un doble objetivo, por un lado, realizar un análisis de las medidas que han puesto en marcha desde la UE y el gobierno español para eliminar la desinformación y proteger la privacidad; y por otro, comprobar si las iniciativas puestas en marcha son compatibles con la libertad de expresión e información, la privacidad y con el derecho a acceder a una información diversa. El marco regulador deviene cada vez más complejo. Aunque las regulaciones se realicen a través de la cooperación entre empresas, gobiernos y ciudadanía, es difícil y peligroso controlar la información que se mueve en la red.

Palabras clave: Derechos fundamentales, UE, privacidad.

POLÍTICAS PARA LA CIUDADANIZACIÓN DE LOS MEDIOS PÚBLICOS Y DEMOCRACIA DE CALIDAD

Patricia Ortega Ramírez
(Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco)

Resumen: Uno de los recursos que se postulan para enfrentar la crisis de la política y promover una democracia de calidad es la inclusión de ciudadanos en instituciones del Estado. Estudios recientes en América Latina proponen repensar la democracia de manera integral. “Para ello se requiere de una estrategia dual: por un lado, considerar críticamente el desarrollo institucional de la arquitectura democrática, fortaleciendo las instituciones protectoras de derechos; por el otro, analizar los espacios de participación ciudadana en la vida pública.” (Olvera, 2010: 9).

No hay avance en la democracia de calidad sin democratizar la comunicación. Los medios públicos contribuyen a desarrollar cultura política y son espacios esenciales para la participación de los ciudadanos. En México, la Reforma Constitucional de 2013 en materia de telecomunicaciones y radiodifusión estableció principios fundamentales para los medios públicos. Hoy cada televisora o radiodifusora pública debe tener un consejo ciudadano. Este trabajo expone avances del diagnóstico que la autora realiza sobre el cumplimiento de los principios constitucionales para los medios públicos, su incidencia en la democracia de calidad y limitaciones de las políticas públicas.

Los consejos ciudadanos tendrían que funcionar con transparencia y rendición de cuentas para ser un vínculo eficaz entre medios públicos y sociedad. Sin embargo no siempre difunden sus diagnósticos y propuestas, a menudo sus integrantes no se interesan en dirigirse a la sociedad y las normas legales son insuficientes. Esta investigación contribuye a pensar nuevos paradigmas de lo público y ofrece un diagnóstico de los alcances y limitaciones de la acción ciudadana para la democratización de los medios públicos.

Palabras clave: participación ciudadana, democracia de calidad, medios públicos, marco jurídico.

LAS OFERTAS POLÍTICAS DE LAS CANDIDATAS A GOBERNADOR EN MÉXICO

Dr. Luis Fernando Sánchez
(Universidad de Guadalajara)

Resumen: El estudio se interesa por observar la difusión de propuestas políticas en la publicidad electoral televisiva de las candidatas a gobernador en México. De acuerdo con diversos estudios realizados en Estados Unidos las candidatas suelen apropiarse de ciertos temas que los electores asocian con las mujeres durante sus campañas. El estudio delimita el análisis a la oferta política difundida en 112 anuncios electorales producidos por los partidos PAN, PRI y PRD, en las elecciones de los Estados de la República Mexicana en diez y seis gubernaturas en el periodo 2009-2015. Como estrategia metodológica se efectúa un análisis de contenido circunscrito al componente verbal. Los resultados del estudio reportan la presencia de 71 menciones relativas a propuestas políticas: 26 del PRD, 22 del PAN, 17 del PRI y 6 de la coalición PAN-PRD. De las 18 candidatas que contendieron por alguna gubernatura, 13 difundieron al menos una propuesta. En general, las candidatas difundieron 3.9 propuestas a lo largo de la campaña publicitaria.

El trabajo presenta evidencia sobre el desempeño de las candidatas a través de la publicidad política televisiva, en particular, sus esfuerzos para conectar con los electores mediante la difusión de sus propuestas políticas. Al observar su desempeño en cada elección se aprecia que predomina la baja calidad informativa, particularmente en el caso de las candidatas del PAN, aunque esto igualmente se presenta en los demás partidos.

Palabras clave: Publicidad electoral, campañas electorales, calidad informativa, democracia, candidatas, propuestas políticas,

.....

AYUDAS PÚBLICAS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS ESPAÑOLAS (2018-2019): DE LA POLÍTICA LINGÜÍSTICA AL FOMENTO DE LA LECTURA

Guadalupe Aguado Guadalupe
(Universidad Carlos III de Madrid)
José Joaquín Blasco Gil
(Universidad Autónoma de Barcelona)

Resumen: Con esta comunicación buscamos realizar un rastreo de las ayudas a medios de comunicación convocadas por las comunidades autónomas españolas en el momento actual, examinando las subvenciones que se han promovido en los años 2018 y 2019. Para el estudio se han fijado tres objetivos: 1) Identificar aquellas comunidades autónomas en las que existen ayuda; 2) Ver la finalidad con la que se convocan dichas ayudas y criterios de concesión; 3) Detectar qué perfiles de medios son los beneficiarios. Las comunidades autónomas de las que se realiza el seguimiento, por ser las que cuentan con subvenciones a medios de comunicación, son: Cataluña, Comunidad Valenciana, País Vasco, Galicia, Asturias, Navarra, Baleares y Andalucía.

Se observa que hay un predominio de ayudas destinadas al fomento de la lengua propia, si bien también se cuenta en algún caso como Andalucía con subvenciones destinadas a la alfabetización mediática y el fomento de la lectura. En otras comunidades como Galicia, se promueven ayudas económicas destinadas a potenciar la financiación de los medios de comunicación. Se detecta asimismo que los beneficiarios de las ayudas varían según los casos, si bien la mayoría está abierta a prensa, radio, televisión y medios digitales. Se identifica que el medio radio es uno de los más beneficiados en este sentido, con convocatorias específicas dirigidas al mismo en el caso de algunas comunidades autónomas.

Este trabajo se enmarca en el proyecto “Impacto de la financiación pública en la economía de las empresas mediáticas privadas. Subvenciones y publicidad institucional. Análisis del caso español (2008-2020)”. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Plan Nacional de I+D+i, Programa Estatal de Generación del Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico. Referencia PGC2018-093887-B-I00

Palabras clave: medios de comunicación, ayudas públicas, comunidades autónomas

.....

CRISIS DEL PLURALISMO INFORMATIVO EN CHILE Y WALLMAPU. PERCEPCIONES Y PROYECCIONES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN ECOSISTEMA COMUNICACIONAL INTERCULTURAL.

Raúl Magallón
(Universidad Carlos III de Madrid)
Marc Espín
(Universidad Autónoma de Barcelona).

Resumen: Las relaciones prensa-estado se han caracterizado tradicionalmente por el desempeño de tres funciones por parte de los estados: censor, regulador y protector. Son las dos últimas las que han prevalecido en los países de regímenes democráticos y en ellas se centra la discusión sobre la publicidad institucional.

Claudio Maldonado Rivera
(Universidad Católica de Temuco)

Resumen: La relación del estado-nación chileno con el pueblo mapuche ha estado marcada por una política colonial de larga data. Desde finales del siglo XIX hasta la actualidad, una serie de tecnologías de exclusión y despojo han sido aplicadas por parte del aparato estatal con la finalidad de dar curso a un proyecto nacional anclado a una modernidad que ha desplaza-do toda diferencia y nodo de contradicción posible.

En este contexto, la comunicación ha cumplido un rol cen-tral. Ya sea desde el punto de vista de la construcción de ima-ginarios vinculados a los idearios de la nación chilena, como desde las prácticas de comunicación indígena que a lo largo de la historia se han constituido en enclaves antagónicos al colonialismo interno. No obstante, esta lucha comunicacio-nal no ha quedado ajena a las asimetrías que organizan las relaciones interculturales en contextos estructurados por el patrón colonial de poder. Atendiendo dicha problemática, se ha logrado dar curso al proyecto PLU180002, a través del cual se ha accedido a las percepciones y proyecciones que diversos agentes vinculados a la comunicación tienen respecto al mo-delo de Pluralismo Informativo regional y sus impactos en los modos de tratamiento informativo que se efectúan en torno al conflicto chileno-mapuche. Los entrevistados exponen que el Pluralismo Informativo en Chile está en crisis. Ello, debido a factores políticos, securitarios, económicos, culturales y me-diáticos subsumidos a la lógica del mercado neoliberal y el co-lonialismo interno. Favorecer el diseño de un Pluralismo Infor-mativo intercultural, requiere de medidas políticas en materia de comunicación y reconocimiento de los pueblos indígenas, procesos formativos a nivel universitario que apuesten por un periodismo intercultural, la puesta en circulación de narra-tivas anticoloniales, una nueva economía política de la comu-nicación, además de promover el diálogo intercultural entre medios y la autonomía política e identitaria de los medios de comunicación mapuche.

Palabras clave: Pluralismo Informativo, Comunicadores, Conflicto, Interculturalida

.....

APROXIMACIÓN A LAS POLÍTICAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN CENTRAL DEL ESTADO (2008-2018)

El objetivo de este trabajo es comprender el papel del Gobierno español en el reparto de la publicidad institucional durante la última década, en un escenario de creciente demanda de transparencia y de mayor competencia entre las empresas de comunicación en el que, además de la aparición de nuevos medios digitales, se consolidan buscadores como Google y redes sociales como Facebook.

Este trabajo está limitado a la Administración Central del Estado y se centrará en el análisis de la regulación existente en materia de políticas de publicidad institucional y de los informes anuales de Publicidad y Comunicación Institucional que ha publicado Moncloa entre 2008 y 2018, en cumplimiento de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional. Cerramos el estudio en 2018 porque el último informe disponible es de ese año.

Este trabajo se enmarca en el proyecto “Impacto de la financiación pública en la economía de las empresas mediáticas privadas. Subvenciones y publicidad institucional. Análisis del caso español (2008-2020)”. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Plan Nacional de I+D+i, Programa Estatal de Generación del Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico. Referencia PGC2018-093887-B-I00.

Palabras clave: publicidad institucional, políticas públicas, medios de comunicación, España.

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA DE LA ADMINISTRACIÓN LOCAL ESPAÑOLA A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES ANUNCIANTES (2008-2018)

Mercè Díez
Aida Martori
(Universitat Autònoma de Barcelona)

Resumen: La comunicación expondrá el planteamiento y los principales hallazgos de una indagación sobre cuáles son las principales administraciones públicas locales en cuanto a volumen de inversión publicitaria. Se tendrá en cuenta tanto la evolución de la cifra total de la inversión realizada como una ponderación a partir del número de habitantes —en una fase posterior también se pretende analizar en función de otros criterios, como los presupuestos municipales—. El análisis comprenderá el conjunto de la Administración pública local, es decir, tanto los que son entes locales de existencia obligatoria, como el resto de entes de carácter opcional, como las comarcas, las áreas metropolitanas y las mancomunidades. Con este estudio se pretende hacer una primera aproximación al análisis de la inversión publicitaria de las administraciones locales en España que permita más adelante abordar con mayor perspectiva el estudio de la publicidad de carácter institucional (diferenciándola de la comercial que también pueden llevar a cabo las administraciones públicas). Esta investigación se enmarca en el proyecto “Impacto de la financiación pública en la economía de las empresas mediáticas privadas. Subvenciones y publicidad institucional. Análisis del caso español

(2008-2020)”. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Plan Nacional de I+D+i, Programa Estatal de Generación del Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico. Referencia PGC2018-093887-B-I00,

Palabras clave: administración pública local, inversión publicitaria

LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL EN EL ÁMBITO AUTONÓMICO: ANÁLISIS COMPARATIVO DEL MARCO LEGAL Y EVALUACIÓN DE LOS NIVELES DE TRANSPARENCIA.

Miguel Álvarez Peralta
Belén Galletero Campos

(Universidad de Castilla-La Mancha)

Resumen: Las noticias sobre el apoyo encubierto de las instituciones públicas a medios de comunicación afines no son excepcionales. En algunos casos, los métodos se asemejan más a la subvención que al contrato estrictamente guiado por fines comerciales y de difusión, de ahí que a veces sean los propios medios perjudicados los que exijan mayor control sobre dichos métodos.

La regulación de campañas publicitarias llevadas a cabo por las administraciones públicas se remonta a 1995, cuando el Gobierno de Andalucía impulsó la Ley 5/1995, de 6 de noviembre, reguladora de la Publicidad Institucional, hoy derogada. Desde entonces, son trece las comunidades autónomas que han desarrollado normativa propia sobre este objeto, la mayoría de ellas posteriores a la Ley Estatal de Publicidad y Comunicación Institucional promulgada bajo el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero.

En este trabajo se realiza un estudio comparativo de la legislación de ámbito autonómico para evaluar la existencia de diferencias significativas en cuanto a limitaciones o niveles de transparencia exigida. Por otro lado, se analiza la información accesible a través de los Portales de Transparencia de las comunidades autónomas que componen la muestra, así como la facilidad del ciudadano para acceder a los datos de una manera sencilla y clara.

Esta comunicación se enmarca en el proyecto “Impacto de la financiación pública en la economía de las empresas mediáticas privadas. Subvenciones y publicidad institucional. Análisis del caso español (2008-2020)”. Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. Plan Nacional de I+D+i, Programa Estatal de Generación del Conocimiento y Fortalecimiento Científico y Tecnológico. Referencia PGC2018-093887-B-I00

Palabras clave: publicidad institucional, concentración de medios, economía política de la comunicación

EJE 3:
COMUNICACIÓN,
CIUDADANÍA
Y DEMOCRACIA

Eje 3: Comunicación, ciudadanía y democracia

Seminario 2
Lunes 18 Y martes 19,
de 16:00 a 18:00 horas
y de 18:30 a 20:30
Coordinadores:
José CANDÓN
David MONTERO



José CANDÓN



David MONTERO

Los crecientes procesos de crítica, movilización social y resistencia ante la globalización del poder que pretende mantener el statu quo en todos sus niveles, hace necesario abordar las diferentes propuestas que garantizan sobre derechos de la comunicación vinculadas especialmente a movimientos sociales y ciudadanos cuyo objetivo es lograr nuevos niveles y formas de democratización de la comunicación. es una forma de politicidad diferente de la comunicación, porque emerge desde la ciudadanía, forma parte de los derechos que se hacen “desde la calle” y, desde una lectura crítica, representan formas de acceso y autogestión en tanto que alternativas para una ciudadanía mediática integral. en esta sección, se abordan los estudios y problemas relativos a medios comunitarios, formas de activismo y apropiación social de los medios en tanto que alternativas transformadoras de la comunicación como dominio.

PRENSA ALTERNATIVA EN ESPAÑA. ESTUDIO DE CASO DE “EL SALTO”

Susana Alés Álvarez-Mancinas Chávez

Resumen: En este trabajo hacemos una aproximación teórica a la estructura de la prensa alternativa en España, teniendo como caso de estudio El Salto. Definimos qué es prensa alternativa y por qué hemos llegado a esa definición, analizamos la estructura de la información del diario El Salto, que se autodenomina un medio alternativo y que está compuesto a su vez por numerosos medios. La riqueza de la estructura en un medio como este es enorme, de ahí el interés del asunto. Queremos dar visibilidad a la composición, a la organización, a la gestión y a los aspectos que definen este complejo diario para que, de esta forma, se puedan apreciar las diferencias entre la prensa convencional y un medio como El Salto, que nace de una nueva generación del periodismo, así como la manera de entender la comunicación, la información y los medios de comunicación social. Si bien, lo más interesante es el estudio de su estructura para ver si, en ese aspecto, este medio de medios es también alternativo.

Palabras clave: Estructura de la información, medios de comunicación alternativos, prensa convencional, estructura de la comunicación, medios de comunicación tradicionales, medios de comunicación social.

LA MEMORIA, UNA CONTIENDA POR EL CAMPO POLÍTICO EN COLOMBIA

Luis Daniel Botero Arango
(Universidad de Antioquia, Colombia)

Resumen: La trayectoria de las víctimas del conflicto en Colombia ha pasado de los espacios privados de dolor individual, a la acción pública reivindicativa. Hoy no se trata de un tema marginal de las agendas políticas locales, regionales y nacionales, sino de un renglón preminente en programas y proyectos de planes de desarrollo y de la agenda legislativa. La memoria, la verdad, la reparación y la no repetición de las violencias, son acciones que ahora deben ser adelantadas por instituciones del Estado colombiano en el marco de la reparación integral a las víctimas del conflicto armado, como resultado de una lucha que, por años, estuvieron protagonizando colectivos y organizaciones de víctimas en distintas regiones del país, junto a entidades de toda índole, para la transformación del campo político (Bourdieu, 2001). Este trabajo pretende desarrollar una reflexión sobre algunas prácticas, ejercicios y dispositivos de memoria, que han permitido la emergencia de las víctimas como actores sociales y políticos, al tiempo que esas reivindicaciones les han llevado al lugar que les corresponde en el campo político en el país. Para eso, se retoma el caso de la Asociación de Víctimas del Municipio de Granada (Asovida) en Colombia.

Palabras clave: Memoria, campo político, contienda política, víctimas.

LA RELACIÓN LONGITUDINAL DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA ONLINE Y OFFLINE EN EL CONTEXTO DE UNA CAMPAÑA PRESIDENCIAL

Alejandra Rodríguez-Estrada
(UABC)
Carlos Muñiz
(UANL)
Martín Echeverría Victoria
(ICGDE-BUAP)

Resumen: En la literatura se discute tradicionalmente el papel que tiene la participación política (PP) para la toma de decisiones democráticas de un país, casi siempre desde la dicotomía de PP formal o no formal. La *hiperconexión* de hoy en día, permite nuevas expresiones de PP que deben considerarse a la hora de entender el concepto en sí mismo. Y para hacerlo, se sugiere entender la relación entre la PP *offline* y la *online*, sobre todo en tiempos que detonen dicha interacción, como ocurre en tiempos electorales.

Se aplicó una encuesta panel digital a nivel nacional (México) con la finalidad de comparar la relación entre el reporte de la PP *online* con la *offline*. Se encontró que, solo en el tiempo cercano a la elección y posterior a esta, se da un efecto *spillover*, en el que se puede hablar de que la PP *offline* influye en la *online*.

Palabras Clave: participación política online, participación política offline, elecciones presidenciales.

PERIODISMO-ROCK Y CONTRACULTURA: LESTER BANGS

Juan Carlos Fernández Serrato
(Universidad de Sevilla)

Resumen: Las formas del periodismo ligadas a la música rock y a la contracultura de los años sesenta del pasado siglo suponen un fenómeno complejo que va más allá de la mera crítica musical o de la crónica cultural y dan lugar a nuevos discursos donde el periodismo rompe los límites de los géneros tradicionales, abriéndose no solo al llamado Nuevo Periodismo norteamericano, sino también a la creación literaria y a la confrontación de ideas sociopolíticas radicales.

Nuestro trabajo se centra en el análisis retórico y socio-semiótico de la obra del periodista Lester Bangs, uno de los iniciadores de la corriente del periodismo-rock y en el estudio de todos los cruces de géneros y discursos que conforman su escritura. Su eclecticismo y su militancia contracultural darán lugar a una nueva figura: el “periodista rock” (no “de rock”), que incluye la exhibición de un estilo de vida particular ligado a la figura del músico de rock, de manera que la distancia entre el sujeto periodístico que arma el discurso crítico u opinativo, sus elecciones retóricas y el objeto de su escritura queda borrada.

Esto supone una hibridación discursiva y genérica que parecía haber sido erradicada del periodismo desde principios del siglo XX y presenta no pocas concomitancias con las técnicas y objetivos del Nuevo Periodismo norteamericano, si bien, no puede considerarse como una variante del mismo, dado que los métodos de investigación no suelen ser de idéntica naturaleza y la presencia constante del ejercicio de crítica del gusto que observamos en el periodismo rock están ausentes o aparecen muy mermados en los reportajes o crónicas de Wolfe, Thompson, Talese y los demás representantes del Nuevo Periodismo.

Palabras clave: periodismo rock; contracultura; música rock, años sesenta.

TENDENCIAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA PARA LA PAZ EN ZONAS VULNERADAS POR EL CONFLICTO ARMADO EN COLOMBIA. ESTUDIO DE CASO, REGIÓN DEL ARIARI.

Paola Consuelo Ladino Marín
(Universitaria Agustiniiana)
Julio Rodríguez García
(Universitaria Agustiniiana)
Jairo Quintero Martínez
(Universitaria Agustiniiana)

Resumen: El planteamiento de un estudio que proponga identificar las tendencias de los medios de comunicación comunitaria para la paz en la región del Ariari (Meta-Colombia), se justifica desde un marco social como una propuesta de análisis y desarrollo que visibiliza los procesos comunitarios que aportan a una cultura de paz, y que, al ser visibilizados, suscitan el reconocimiento de otras formas de comunicación colectiva, válidas en el desarrollo de comunidades vulneradas por el conflicto armado.

En dicho proceso se destaca un ejercicio hermenéutico que permite tener una visión holística de condiciones pacíficas, que emergen luego de un acuerdo entre el gobierno colombiano y las Farc, y que cerró condiciones de conflicto a partir del diálogo, la interacción, el encuentro, la participación y solidaridad entre diversos agentes (Toro, 2014).

La identidad y el arraigo cultural son elementos clave en la construcción y proyección de los medios, en estos escenarios justamente se aprovecha la libertad para generar espacios desde la memoria histórica regional, la reconciliación, el perdón y la resiliencia, donde confluyen heterogéneos actores del conflicto, pues se abren los espacios para el diálogo y la producción de contenidos y/o programas con participación de entidades eclesíásticas, estatales, sociales y de la comunidad en general, sin distinción de género, edad, posición social y/o partido político.

Palabras clave: Comunicación comunitaria, modelo, paz, zonas de conflicto.

VIDEOACTIVISM AND YOUTH POLITICAL PARTICIPATION: THE CASE OF #YO SOY 132

Salomé Sola-Morales
(Universidad de Sevilla)

Resumen: The main objective of this paper is to analyze youth engagement and construction of mediatic identities through digital technology (Internet). For this aim, a case study has been carried out: the use of YouTube by the Mexican student movement #YoSoy132. During the 2012 “Mexican Spring”, students and citizens not only occupied the streets, to quest for a “real democracy” or to express their dissent through very significant demonstrations, but they also occupied the Internet to protest. First of all, this movement has been described and analysed in relation with the following variables: 1) nucleus of belonging, 2) main sociodemographic features, 3) forms of leadership, 4) interests, 5) collective identity and 6) relationship with otherness. Second, through a qualitative methodology – content analysis –, this paper analyses the most relevant pieces of videoactivism produced by young adults.

This methodology allows us to describe the use of YouTube by the student movement, as well as to analyze which types of identities are used and their principal characteristics and functions. Specifically, the study focused on the following aspects: a) protagonists appearing in the videos: main role, gender and age range, b) locations where these characters appear and c) type of identity represented: hegemonic or counter-hegemonic, majority or minority.

The main result of this research is, first, that the Internet has visibly increased youth political participation. And, second, that a resistance and contra-hegemonic identity is created through YouTube videos by young Mexicans. Moreover, being #YoSoy132 goes far beyond being young, student or belonging to a specific university. In this regard, the scenario is not occupied by a single subject or specific group of people but it belongs to the “oppressed” and to persons at risk or discrimination.

Palabras clave: Youth Engagement, #YoSoy132, Mediatic Identities, YouTube, Videoactivism, Online Mobilizations.

FEMINIZING TECHNO POLITICS. LEADERLESS MOVEMENTS IN SOUTHERN EUROPE, FROM 15M TO “NI UNA MENOS”

Carla Panico
(Universidad de Coimbra)

Resumen: The purpose of this text is to analyze the interaction between tecnopolitics and “femilisation” within the Recent Global Social Movements in Southern Europe.

Specifically, assuming the hypothesis that the political tool of new technologies could be considered inside the framework of the Epistemologies of the South, the perspective is to consi-

der them also related with the feminist critical thoughts about political organization.

This theoretical frame deals with the issue of social movement's non- hierarchical form of organization, that was firstly developed, inside Europe, from the feminist movements of the XX sec. and that is now one of the main focus of the new technological social movements.

The text tries to analyze contemporary forms of organization in Southern Europe – the PAH in Spain and the platform Obiezione Respinta in Italy – as they could represent examples of “epistemology of the feminine” in tight connection between political organization and new technologies.

Palabras clave: Social movements, Technopolitics, feminization, Southern Europe, feminisms

A PERMANÊNCIA DO JORNAL SINDICAL IMPRESSO: ENTRE A SUPERAÇÃO DO PAPEL E A CONVERGÊNCIA MUDIÁTICA

Luciana Miranda Costa
(Universidade Federal do Rio Grande do Norte)
João Paulo Rodrigo Hermes da Silva
(Universidade Federal do Rio Grande do Norte)

Palabras clave: Jornal sindical, Convergência, Mídia.

Resumen: Este artigo procura analisar a natureza da comunicação sindical e sua disputa por hegemonia em relação à grande mídia, a fim de identificar suas lógicas de funcionamento na atualidade. O trabalho busca compreender as razões pelas quais o jornal sindical impresso permanece em atividade, mesmo frente à crise do suporte papel, às transformações tecnológicas e às mudanças de comportamento no consumo das mensagens. É o caso dos jornais potiguares SindNotícias, uma publicação bimestral, com uma tiragem de 3 mil unidades, produzida pelo Sindicato dos Trabalhadores em Saúde Pública do Rio Grande do Norte (Sindsaúde/RN); e o Luta Bancária, uma publicação semanal, com uma tiragem de 4 mil exemplares, feita pelo Sindicato dos Bancários do Estado. As reflexões, sob uma base marxista, estão amparadas nas elaborações de Giannotti (2014), Silva (2013), Jost (2011) e Canclini (2008).

ACCIONES DESDE LOS MEDIOS PARA LA PROMOCIÓN DE VALORES EN LA SOCIEDAD CUBANA: EL CASO DEL TELECENTRO “PERLAVISIÓN” EN CIENFUEGOS, CUBA.

Henry Alfredo Pérez Mora

Resumen: La pérdida de los valores se ha convertido en un fenómeno de la sociedad cubana. El comienzo de este resquebrajamiento se ubica a inicios de los años noventa con la caída del campo socialista y la desintegración de la Unión Soviética, estos hechos constituyeron la causa fundamental, aunque no la única del llamado “Período Especial”, una situación que hizo que la economía cubana descendiera un 34,8%, al perderse fuentes de financiamiento, suministros de materias primas y de combustibles que afectaron negativamente el nivel de vida de los cubanos.

En los últimos tiempos los medios de comunicación masiva se han instalado con fortaleza en la sociedad volviéndose un instrumento poderoso, dominador, capaz de intervenir en la vida de las personas haciéndoles cambiar modos de pensar, de ver su vida y con ella sus valores axiológicos. Específicamente la televisión por ser difusión de idea, imagen y sonido aparece como el más eficaz de todos los medios tanto para crear como para resquebrajar el pensamiento socio-psicológico de las personas.

El espectro de la televisión abarca fronteras y muchos kilómetros, sus métodos exponen a los espectadores a una cuantiosa muestra de debates con materiales diversos que contienen fuente de riqueza cultural, creando similitudes y diferencias entre las sociedades, naciones y culturas del mundo. El papel de la televisión va mas allá de la información a sus televidentes, tiene que tener contenido y función educativa. Por ello adquiere una gran responsabilidad para mantener una sociedad equilibrada, pues es capaz de crear modos, nociones, creencias, hábitos e incluso puede manejar el buen uso del lenguaje tanto verbal como visual.

El canal Perlavisión ubicado en una zona estratégica de la ciudad de Cienfuegos tiene como misión satisfacer las necesidades y demandas de la sociedad cienfueguera de acuerdo con los principios y valores que rigen nuestra sociedad socialista. Esta ponencia pretende comentar acciones, maniobras y estrategias que traza el personal del canal para fortalecer y frenar la pérdida de valores en la sociedad cubana.

Palabras clave: Perlavisión; telecentros; valores; medios de comunicación; Cuba

LA PARTE SOCIAL DE LA RADIO EN MÉXICO: CONTEXTO DE LA DEMOCRACIA MEDIÁTICA

Raul Anthony Olmedo Neri
(UNAM)

Resumen: La comunicación alternativa es parte de un proceso de desarrollo conceptual que atiende la dinámica estructural en torno al sector social que se presenta al igual que el sector privado y el público en la radio mexicana. Por lo que en el presente trabajo se hace una descripción cuantitativa de la presencia del también denominado “el tercer sector” en la Amplitud Modulada (AM) y Frecuencia Modulada (FM), así como los retos a los que se enfrentan estos proyectos en términos económicos, políticos y sociales en México.

Para dicho análisis se ha empleado el marco teórico de la Economía Política de la Comunicación con la cual se establecen las bases argumentativas para el análisis de los datos oficiales sobre concesiones en materia radiofónica por parte del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Dentro de los resultados encontrados, se observa que: 1) el espectro radiofónico mexicano se ha consolidado con un carácter capitalista y de acumulación, 2) la materialidad territorial de la radio comunitaria o alternativa responde a características culturales que dan cuenta de la lucha por reivindicar la cultura en el plano comunicativo.

Palabras clave: comunicación alternativa; IFT; radio comunitaria; sector social; concesiones

PROCESOS DE APROPIACIÓN COMUNICATIVA EN RADIOS COMUNITARIAS POR PARTE DE MUJERES AFRODESCENDIENTES E INDÍGENAS.

M^a Cruz Tornay Márquez
(Universidad de Sevilla)

Resumen: Venezuela y Ecuador son dos de los países de América Latina que legislaron a favor de la participación de la ciudadanía en el ámbito de la comunicación, a través de la asignación de frecuencias para el sector comunitario, medidas de acción afirmativa o diferentes estrategias que tuvieron por objeto la creación de medios de comunicación vinculados al tercer sector. La promoción de medios ciudadanos se convierte en un vehículo para garantizar la pluralidad de voces necesarias en democracia, sin embargo, lo cierto es que las políticas públicas parecen ser necesarias, pero no suficientes, para lograr la participación de aquellos grupos cuyas voces son excluidas de los medios de comunicación hegemónicos de la misma manera que lo son de la sociedad.

Para identificar y comprender aquellos elementos que deben contribuir en los procesos de apropiación comunicativa de grupos históricamente excluidos, se toman como referencia dos experiencias comunicativas protagonizadas, por un lado, por mujeres afrodescendientes creadoras de la emisora comunitaria Avanzadoras de Yoco, en Venezuela; y por otro, la intervención comunicativa realizada con mujeres indígenas sanadoras en la emisora comunitaria ERPE, situada en la sierra central de Ecuador.

Aún tratándose de experiencias diferenciadas, se observan elementos que han colaborado en la potenciación del proceso de apropiación comunicativa y que han sido necesarios para superar los múltiples obstáculos encontrados por parte de las comunicadoras hasta lograr su acceso y participación en la radio. Los elementos identificados intervienen en tres ámbitos: público, comunitario e individual, en los que participan factores de diversa índole, como la existencia de políticas públicas, el apoyo de la comunidad, la motivación personal o la confianza en la capacidad de cambio, entre otros.

Los resultados de los testimonios de las comunicadoras afrovenezolanas evidencian un proceso de empoderamiento que inicia con una toma de conciencia en conexión con el rol político y social asumido por estas mujeres en su comunidad. En este caso, la apropiación comunicativa que se produce a partir del acceso y participación en la emisora es consecuencia y causa, a su vez, del empoderamiento tanto individual como colectivo de las comunicadoras. Por otro lado, en la intervención de mujeres indígenas ecuatorianas no se llega a alcanzar un proceso de apropiación comunicativa, que no respondía a los objetivos de la intervención, pero sí se logra capacitar en habilidades para la realización de un programa radiofónico y despertar la motivación del grupo para continuar las emisiones una vez finalizada la experiencia.

Palabras clave: radios comunitarias, apropiación comunicativa, género, empoderamiento

ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS VIDEOCLIPS DEL MOVIMIENTO FEMINISTA

Ana María Jorge Alonso
(Universidad de Málaga)
Joaquina Samaniego Espinosa
(Universidad de Málaga)
Samuel Vega Durán
(Universidad de Málaga)

Resumen: El 2018 ha sido un año de consolidación para el movimiento feminista, en el que ha conseguido entrar en las agendas políticas y mediáticas de todo el mundo. Esta investigación revisa los videoclips en castellano catalogados como empoderantes femeninos por los medios de comunicación para identificar cuáles son los comportamientos y actitudes que dominan el mercado cultural y qué perspectiva del feminismo pueden presentar. A través de una metodología cualitativa de análisis del discurso se identifican los elementos centrales de estas representaciones atendiendo a la presentación del empoderamiento femenino y su relación con la sexualización del cuerpo de la mujer, la idealización del consumo o la ostentación y la normalización de la heterosexualidad dominante.

Palabras clave: Videoclip, feminismo, análisis del discurso, industria cultural

DEL #ESTAMOSHASTALAMADRE HASTA #FUELESTADO. MOVIMIENTOS SOCIALES, REDES SOCIALES Y DEMOCRATIZACIÓN

Francisco de Jesús Aceves
(Universidad de Guadalajara)

Resumen: En el último lustro la sociedad mexicana se vio conmocionada por el desarrollo de tres poderosos movi-

mientos sociales. Aparentemente surgidos por circunstancias específicas y en contextos particulares, es posible identificar además de la dimensión nacional que alcanzaron sus movilizaciones, no solo una continuidad sino una mayor clarificación en el contenido de sus demandas, de tal manera que cada uno puede ser considerado como un eslabón necesario de un proceso democratizador impulsado y alimentado por una creciente participación de la ciudadanía.

Los movimientos de “No más sangre” “Yo soy 132” y “Ayotzinapa” son todos ellos parte del proceso democratizador.

El trabajo se sustenta en la observación participante en el desarrollo de las movilizaciones y su reflejo en las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube) y el seguimiento de las cuentas de los colectivos que surgieron en el transcurso de los movimientos. Para el estudio del desarrollo y alcance de los movimientos fue necesario elaborar un conjunto de indicadores como categorías analíticas, que permitieran establecer rasgos de similitud y diferencias entre ellos.

Palabras clave: Movimientos sociales; redes sociales; democratización; Ayotzinapa

bido a que se da mientras se ponen de acuerdo para la sublevación los indígenas con Daquilema. De este modo el discurso de Daquilema se visualiza por medio del canal oral y escrito; escrito porque el discurso se encuentra en el libro “Daquilema Rex” en donde se hace referencia a los principios que defendía el levantamiento, demostrando que no fue una simple protesta sino un movimiento emancipador ; y oral porque en su lecho de muerte: palabras de dolor, quien llama a su gente a que sigan luchando por su libertad y sus derechos, dejando así un legado de libertad e igualdad ante la sociedad de esta manera se convierte en un discurso social y político por ser emitido a un público específico en este caso al pueblo de Cacha-Ecuador.

Palabras clave: decolonialidad; epistemología del Sur; prácticas comunicativas; antiimperialismo

RESISTENCIA DISCURSIVA CONTRA LA LUCHA FEMINISTA EN LA ERA DE LA COMUNICACIÓN POSMASIVA: CASO YUCATÁN, MÉXICO

Virginia Cristina Carrillo Rodríguez
(UNAM)

Resumen: En el marco del capitalismo conectivo (García Canclini 2011), el intercambio comunicativo en el ámbito público, llamado comunicación posmasiva en algunos estudios (Cornejo y Portillo 2012), ha generado formas de interacción sin precedente que rebasan las fronteras de lo público y lo privado, y donde comunidades de hablantes que, situadas en un territorio pero por encima de sus fronteras, dejan huella discursiva de posturas ideológicas y políticas vigentes que con frecuencia se producen en clave de disputa simbólica.

Así, en las redes sociodigitales —retroalimentándose con los medios de comunicación masiva tradicionales— es agenda de la opinión pública el ejercicio de la ciudadanía a través de militancias sociopolíticas como los feminismos que se articulan en busca del reconocimiento de los derechos humanos, pero que encuentran resistencia en el discurso patriarcal que recurre a estrategias comunicativas específicas para impedir su avance.

En el marco de un proyecto de investigación doctoral, se presentarán algunos resultados del análisis de un *corpus* donde se ha caracterizado, desde la crítica feminista y con herramientas derivadas del Análisis del Discurso, la controversia discursiva en redes sociodigitales sobre dos hechos noticiosos ocurridos en Yucatán, México: 1) los ataques a una asociación civil pro derechos sexuales y reproductivos de las mujeres y 2) las reacciones en torno a una marcha feminista en contra de la violencia de género; ambos difundidos por algunos medios de comunicación yucatecos de doble estructura (impresos y digitales), elegidos con el criterio de relevancia de caso. El propósito ha sido revisar la formación simbólica de los mandatos patriarcales y la violencia contenida en sus códigos.

Palabras clave: crítica feminista, discurso patriarcal, redes sociodigitales, derechos de las mujeres.

EL INDIO DAQUILEMA Y SU DISCURSO ANTIMPERIALISTA

Carlos Larrea Naranjo
(Universidad Nacional de Chimborazo-Universidad de la Habana)

Hilda Saladrigas Medina
(Universidad de la Habana)

Julio Bravo Mancero
(Universidad Nacional de Chimborazo-Universidad Santiago de Compostela)

Mayra Tigllán Pilataxi
(Universidad Nacional de Chimborazo)

Resumen: El presente artículo analiza el discurso de Fernando Daquilema, que fue declarado “Héroe Nacional” por la Asamblea Nacional del Ecuador, considerando su lucha por los derechos de los grupos indígenas desfavorecidos. Asesinado el 8 de abril de 1872, por su accionar reivindicativo y contrario a las condiciones sociopolíticas de la época.

A través de los años, han existido múltiples figuras históricas que han influenciado significativamente en las masas, generando discursos sociales de diferenciación compuestos de forma estratégica a partir de los intereses colectivos con el objetivo de proveer de matrices de opinión compartidas, lo que despierta el interés de múltiples investigadores acerca de los aspectos que dan origen a tales impactos de movilización social.

El discurso de Fernando Daquilema se dio en una época de transformación social, en donde la gente indígena no tenía derechos, eran tratados discriminatoriamente y las mujeres eran objetos sexuales que servían a los “blancos” en la sociedad. Por lo tanto, el modo de construcción del discurso es dialogado de-

.....

REDES, PRECARIZACIÓN Y JÓVENES: UN ABORDAJE TECNOLÓGICO DE LOS MOVIMIENTOS SOCIALES EN EL SUR DE EUROPA

Jesús Sabariego
Carla Panico
(Universidad de Coimbra)

Resumen: La precarización creciente de la última década ha transformado radicalmente la estructura social y económica de la Unión Europea, especialmente en el Sur. La migración interna en el seno de la unión, especialmente entre jóvenes urbanos cualificados del Sur de Europa hacia otros países ha crecido exponencialmente hasta convertirse en un vector que define las recientes protestas y movimientos sociales acontecidos desde 2011. Estas protestas y movimientos se han definido por el uso, la mediación y apropiación de la tecnología de la comunicación, destacadamente de las Redes Sociales de Internet y las Aplicaciones de Mensajería Privada, con una finalidad política, no solo comunicativa, sino también estratégica y organizativa, que está inescindiblemente unida a la construcción de su identidad global. Aquello a lo que llamamos Tecnopolítica y que inaugura una nueva disciplina y herramienta analítica para el estudio de los aquí llamados Recientes Movimientos Sociales Globales. En la ponencia presentada abordamos algunas de las claves que definen la tecnopolítica a partir del estudio de caso llevado a cabo entre algunos de estos movimientos en Italia, España y Portugal.

Palabras clave: recientes movimientos sociales; democracia; precarización

.....

RACISMO INSTITUCIONAL E INMIGRACIÓN: REACCIÓN DE LOS CIUDADANOS ESTADOUNIDENSES HACIA LOS DISCURSOS DE TRUMP SOBRE INMIGRANTES MEXICANOS REPRODUCIDOS EN YOUTUBE

Tania Acosta Márquez
(Universidad Pedagógica Nacional)
José Francisco Martínez Velasco
(Instituto Politécnico Nacional)

Resumen: Desde su campaña presidencial, Trump ha sido insistente en difundir un discurso hostil en materia migratoria, responsabilizando en gran medida a los mexicanos por ser los causantes de diferentes problemas que se viven en Estados Unidos, como la delincuencia, la inseguridad y la afectación a la cultura nacional. De esta forma, las actitudes mostradas por este mandatario han detonado una serie de reacciones xenófobas en la población norteamericana, mismas que se han naturalizado y aplaudido por la población blanca, anglosajona y protestante (WASP). Este tipo de discursos han traído como consecuencia manifestaciones violentas, ya sea simbólicas o

físicas, hacia el colectivo inmigrante, como aconteció en West Virginia en febrero de este año o en el Paso Texas en el pasado mes de agosto. Es por ello que el principal objetivo de este estudio contempla el análisis de los discursos de Trump respecto al tema migratorio y la respuesta que éstos detonan en la población norteamericana. Para ello se trabajó con una muestra de conveniencia de 150 videos, los cuales tuvieron una duración máxima de cuatro minutos y fueron seleccionados a partir del uso del motor de búsqueda de YouTube con las palabras clave “Trump immigration speeches”. A partir de un análisis de contenido se estudiaron los principales encuadres inmersos en dichos discursos, el impacto de las señales raciales y la manifestación de actitudes relacionadas con el prejuicio sutil y manifiesto, mismas que detonaron a su vez diferentes reacciones en los usuarios que los visionaron. Lo anterior permitió medir las reacciones, no solo del presidente, sino también de los ciudadanos que publicaron su opinión sobre la inmigración que acontece actualmente en los Estados Unidos. De esta forma se pudo hacer patente, a partir del uso de estadística inferencial, las correlaciones existentes entre el racismo institucional difundido por Trump y el expresado por la población norteamericana, en la cual se visibiliza el uso de encuadres negativos y la mayor permanencia de actitudes vinculadas con el prejuicio manifiesto por parte de los ciudadanos norteamericanos, misma que se recrudece cuando se trata de inmigrantes mexicanos.

Palabras clave: Trump, Discursos migratorios, Encuadres sobre inmigración, prejuicio sutil y manifiesto, señales raciales, análisis de contenido

.....

EL ATENEO DE MÁLAGA, UNA INSTITUCIÓN CIUDADANA DE RAÍZ ILUSTRADA, EN LOS TIEMPOS DEL #METOO

Ana Jorge Alonso
Emelina Galarza

Resumen: Los ateneos nacen en España en diferentes momentos del siglo XIX y XX, pero siempre con la vocación de crear cultura ciudadana y dinamizar la vida cultural y social de las ciudades donde se crean. El Ateneo de Málaga nace en 1966, durante la dictadura franquista, como un foco de actividad cultural y conciencia cívica en tiempos oscuros y de gran pobreza intelectual. La llegada de la democracia revitalizó el Ateneo y lo convirtió en un escaparate de todas las corrientes de pensamiento y de la vida cultural de la ciudad. La consolidación del feminismo como uno de los movimientos sociales más dinámicos de los últimos años ha provocado la inclusión de los temas feministas en la agenda del Ateneo casi en paralelo al uso de herramientas TIC y a la presencia de la institución en redes sociales. El movimiento feminista en España se ha convertido en un referente internacional por la capacidad de autoorganización y su presencia masiva en las movilizaciones a escala planetaria en la segunda mitad de esta década.

La presencia en redes sociales, la programación de actividades y la constitución de espacios de debate permanente son muchas de las acciones realizadas por el Ateneo en los últimos

años. El contraste con las redes reales tejidas por las mujeres en estos años no arroja una repercusión significativa del Ateño en estos espacios.

Palabras clave: Ateño, Redes sociales, Feminismo, Participación ciudadana

COMUNICACIÓN Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL. ¿CÓMO ES EL DISCURSO DE LAS PEQUEÑAS ONGD EN LOS ESPACIOS DIGITALES?

Leticia Quintana Pujalte
(Universidad de Málaga)

Resumen: El nuevo paradigma tecnológico impacta de lleno en los modos de relacionarnos socialmente (Castells 1996; 2002; 2007). Entre muchos otros aspectos, las acciones políticas atravesadas por las herramientas de la comunicación digital también han adquirido nuevas facetas que deben ser estudiadas en profundidad para conocer hasta dónde estas nuevas formas de comunicar impactan -o no- en los modos de intervenir en el espacio público político (Mendes y Araujo, 2013, Sabariego, 2016; Della Porta y Diani, 2011; Della Porta y Tarrow, 2005). Desde el enfoque que aquí se presenta se entiende que el determinismo tecnológico es un reduccionismo que afecta el análisis crítico de las prácticas de comunicación que deben ser observadas y analizadas en la arena digital (Christensen, 2011; Morozov, 2011). Por ello, el objetivo de este estudio es conocer cómo las ONG de menor presupuesto anual en España gestionan su comunicación en los espacios digitales (sitio web y redes sociales de mayor frecuencia de uso) para identificar el tipo de contenidos que construye su discurso.

El rol de estas organizaciones, militantes por la sociedad civil, debe ser transformador y movilizar la participación ciudadana. La pregunta es si desde los espacios de comunicación digital ¿surgen nuevos modos de fomentar ciudadanía?; y si los contenidos que proponen estas organizaciones, ¿apuntan a sumar apoyos activos, más allá de los económicos? Para el análisis se toman micro y medianas ONG presentes en el Informe del Tercer Sector de la (ONGD, 2017). Allí aparecen treinta organizaciones con un presupuesto menor a 1 millón de euros pero para el análisis se han tomado solo aquellas que tienen una base no religiosa, lo que da un resultado de quince organizaciones. A partir de un análisis de contenido mixto se han determinado la tipología de temáticas que publican las organizaciones en los espacios digitales en donde centran su comunicación organizacional. Estos contenidos han sido catalogados como: pedagógico; organizacional; político; informativo; polémico; para la búsqueda de fondos (fundraising).

Palabras clave: comunicación 2.0; ONG; análisis de contenido mixto; discurso; ciudadanía.

EL USO ESTRATÉGICO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL MOVIMIENTO SOCIAL INDÍGENA MA OGM

Miguel Rodríguez Guerrero
Evaristo Barrera Algarín
(Universidad Pablo de Olavide)

Resumen: MA OGM es un movimiento social de carácter indígena, tanto en su composición como en identidad y objetivos, ubicado en la región de la península de Yucatán en el sureste de México. Sus siglas (MA OGM) provenientes del idioma maya, representa la lucha contra la agricultura intensiva transgénica que llevan a cabo de forma más intensa desde la presente década contra la empresa Monsanto (Bayer). Su defensa por el territorio y el medioambiente, vinculada inexorablemente a su identidad y prácticas culturales, se ha visto transformada particularmente desde el 2012 por el uso estratégico que realizan de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC). La investigación que aquí se presenta resumidamente avanza en el análisis de esta cuestión, mostrando las potencialidades, debilidades y estado actual que ha generado en el citado movimiento social.

En la actual sociedad red-cognitiva, nos situamos en un nuevo contexto donde la producción inmaterial de símbolos y la acción del conocimiento sobre sí mismo son su principal fuente de caracterización y diferenciación. Las nuevas formas de acción intersubjetivas de comunicación realizadas desde los nuevos movimientos sociales, junto a la Teoría Crítica de los Derechos Humanos y la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) suponen elementos imprescindibles desde los que analizar las transformaciones acaecidas en nuestros contextos. Nuevas modalidades de protesta de la ciudadanía donde la colocación del relato, en una disputa constante por la conquista del espacio mediático, pasa a ser la nueva clave para promover el empoderamiento y visibilidad de las desigualdades sociales existentes. Las transformaciones en la lucha social nos sitúa ante un cambio de paradigma donde la estructura, configuración, organización, relaciones y formas de acción de los movimientos sociales se ve afectada.

Palabras clave: movimientos sociales, derechos humanos, comunicación, NTIC.

HACIA LAS CLAVES DE UN MODELO SOSTENIBLE DE TELEVISIÓN COMUNITARIA EN ESPAÑA: TV CARDEDEU Y TELE K COMO CASOS DE ESTUDIO COMPARADOS

Gloria Rosique Cedillo
(Universidad Carlos III de Madrid)
Paz Andrea Crisóstomo Flores
(Universidad Carlos III de Madrid)

Nacidos bajo el amparo de la sociedad civil, los medios comunitarios se han caracterizado por ser entidades sin ánimo de lucro con un marcado carácter social, vocación alternativa al sistema dominante de medios e independientes de cualquier vinculación institucional, cuya función se ciñe a atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de grupos sociales, fomentar la participación ciudadana y vertebrar el tejido asociativo (Chaparro Escudero, 1998).

A lo largo de su historia, las televisiones comunitarias han estado marcadas por una constante aparición y desaparición de proyectos en un escenario caracterizado por la ausencia de políticas específicas, un marco jurídico desfavorable en el que desarrollar su actividad, la falta de reconocimiento legal y la desigualdad respecto a los medios privados.

Bajo este contexto, el objetivo de este estudio de tipo exploratorio es realizar una comparativa de las principales fortalezas y debilidades que presentan las televisiones comunitarias con más referencia en el sector: Tele Cardedeu (Barcelona, 1981), la primera televisión comunitaria de Cataluña, y Tele K (Madrid, 1992), primera emisora de televisión de carácter comunitario en Madrid. Partiendo de ello, se analizan dos de los principales factores que condicionan su desarrollo: su modelo de organización o gestión interna y sus vías de sustentabilidad económica. Asimismo, al hacer un recorrido por sus orígenes y las principales problemáticas que han rodeado a las televisiones comunitarias, se pretenden identificar las claves que recientemente han llevado a TeleK a dejar de emitir sus contenidos, en contraposición con TV Cardedeu que, a partir del 2013, vive una regeneración interna que le permite gozar de mejores perspectivas.

Para ello, se partió de una revisión de la bibliografía de referencia (Sáez, 2008; Abando, 2004; Meda, 2015;) que se complementó con la realización de entrevistas en profundidad a sus principales representantes. Los resultados apuntan a que, si bien ambas televisiones presentan un arraigado tejido asociativo y participación social de sus comunidades, a diferencia de Tele K que no cuenta con ningún tipo de subvención, TV Cardedeu cuenta con el soporte económico del ayuntamiento de Barcelona. Asimismo, se aprecian diferencias en lo referente a la gestión interna de cada uno de los medios analizados, las cuales se circunscriben -principalmente- al número de voluntarios que colaboran, así como a los perfiles y al número de profesionales que hacen posible la emisión de su programación; pese a ello, ambas comparten un modelo de comunicación participativo.

Palabras clave: televisiones comunitarias, sostenibilidad

EL FALSO DOCUMENTAL COMO GÉNERO DE SUBVERSIÓN POLÍTICA: OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

José-Luis Valhondo-Crego
(Universidad de Extremadura)

Resumen: John Zaller se preguntaba por el ecosistema in-

formativo idóneo o cuánta información es necesaria para que el público se orientara políticamente, y cómo debía ser presentada ésta. Para responder, estableció tres criterios normativos: el más importante tiene que ver con proveer de información al ciudadano para desempeñar sus responsabilidades políticas. Como éstas pueden ser infinitas, Zaller se centra en la de fiscalizar a los gobernantes. El segundo se relaciona con la viabilidad del modelo. No podemos obviar las características del mercado en el que está inmerso el sistema informativo y las limitaciones de las audiencias para procesar la información. El tercer criterio menciona el potencial crítico del modelo. Un estándar de calidad debe proporcionar recursos que permitan al espectador criticar las noticias. Esta crítica permitiría cuestionar la agenda política y mediática, y sus marcos discursivos.

Esta investigación parte de aplicar estos criterios a un género concreto: el mockdocumentary. Analiza hasta qué punto se cumplen tomando como caso de estudio Operación Palace, un mockdocumentary sobre el golpe de estado de 1981 en España, conocido popularmente como 23F. Emplea para ello un software de Análisis de datos cualitativos.

Operación Palace resulta idóneo para esta investigación porque, por un lado, su objetivo declarado es denunciar una falla en el sistema informativo español, concretamente la imposibilidad de acceso al material clasificado sobre el 23F. “El Tribunal Supremo no autoriza la consulta del sumario del juicio hasta que hayan transcurrido 25 años desde la muerte de los procesados o 50 años desde el golpe”. Por otro lado, se trató de un espacio televisivo que alcanzó una cuota de audiencia de más de 5 millones y una cuota del 23,9%, de lo que se deduce el interés de la población por la historia política de su país. Finalmente, este mockdocumentary recurre a un género reflexivo por definición, puesto que cuestiona el meta-relato de que el documental puede ofrecer al espectador una representación objetiva y veraz de la realidad.

Nuestro análisis concluye que, a pesar de su vocación reivindicativa, también cabe una crítica a esta iniciativa. Es cierto que, por una parte, parece probable que incluso los públicos con menos recursos puedan reflexionar sobre las posibilidades de manipulación del ecosistema informativo. No obstante, por otra parte, tal y como está confeccionado Operación Palace, se podrían inferir efectos tendentes a reforzar el cinismo político de los públicos.

Palabras clave: mockdocumentary, Ecosistema informativo, golpe de Estado

NI MICHISMI NI FIMINISMI, LA INFLUENCIA DE LOS MEMES Y LA REMEZCLA EN EL DISCURSO CONTRAHEGEMÓNICO DE LOS FEMINISMOS EN EL 8M

Macarena Hernández Conde
(Universidad de Sevilla)

Resumen: El 8M de 2018 fue valorado como un día histórico

para los feminismos del Estado. Cientos de miles de mujeres salieron a la calle convocadas a una huelga laboral y de cuidados y reivindicando igualdad de derechos, el fin de la violencia de género y la visibilización de las diversas opresiones.

Partimos de la hipótesis de que desde los discursos de los feminismos para convocar la huelga del 8M se pusieron en marcha elementos diferenciadores que permitieron que fuese entendida como que se ha denominado un “dispositivo inacabado” (Padilla, 2012) destacando el papel que en estos discursos tuvieron los repertorios simbólicos que se generaron en las redes sociales.

Para comprobar esta hipótesis se ha recogido una muestra de pancartas y memes digitales usados en la convocatoria del 8 de marzo de 2018, realizando un análisis crítico del discurso de dichos elementos junto con un análisis multimodal.

Dicho análisis nos devela como uso de la remezcla, multiplicado por la capacidad de producción y distribución de las redes sociales, borra todo rastro de autoría conduciendo necesariamente a una discurso colectivo y polivocal. Contribuye esto, por tanto, a la hipótesis del 8M como dispositivo inacabado, es decir, una convocatoria que debe su éxito de participación a la cesión de control de sus organizadoras originales.

Además, en este discurso polivocal tienen cabida tanto las reivindicaciones de la agenda clásica del feminismo institucional como las reivindicaciones de los diferentes colectivos autónomos. Se demuestra la existencia de un proceso en el que elementos de la cultura digital pasan a formas analógicas y viceversa, como por ejemplo el uso de los hashtags o las pancartas fotografiadas para difundirse por redes.

Pero la parte más interesante de la remezcla es la que sirve como praxis de una ciudadanía crítica.

Así, la cuestión de la participación colectiva es central: ¿puede una cultura emancipadora no ser colectiva? ¿De qué manera articulamos la diversidad y un bloque cultural amplio sino es a través de la apertura y la cesión del control?

Palabras clave: Feminismos, remezcla, protesta, hegemonía, discurso

DIARIOS DE CAUTIVERIO: LA ESCRITURA DURANTE EL SECUESTRO

Clara Victoria Meza Maya
Fredy Leonardo Reyes Albarracín
(Universidad Santo Tomás)

Resumen: La ponencia presenta resultados de la investigación “Reconstrucción de la memoria histórica de la Policía: el ataque a la población de Mitú, departamento de Vaupés” (2018), adelantada por docentes investigadores de la Facultad de Comunicación Social para la Paz, de la Universidad Santo Tomás y de la Escuela de Posgrados “Miguel Antonio Lleras Pizarro”. El énfasis de esta ponencia está en socializar las reflexiones

que surgen de las construcciones escriturales de algunos de los secuestrados policías retenidos por las FARC-EP a consecuencia de esta toma guerrillera, quienes acudieron a una escritura clandestina de diarios de vida, actividad en sí misma subversiva en el entorno privativo de la libertad. El diseño metodológico privilegió estrategias y técnicas enmarcadas en un enfoque cualitativo, en especial las referidas a la entrevista y al análisis de información documental. Esos escritos, que solo forzosamente podrían llamarse “cuadernos”, dejan ver cómo se va construyendo un sentido de cotidianidad aún en situaciones extremas, como durante el secuestro; relata los eventos rutinarios, las carencias y expectativas, los sueños, las reflexiones íntimas y las relaciones entre compañeros; y permiten observar cómo, en la vasta gama de expedientes que abastecen el archivo y guardan la memoria, estos documentos personales, producidos en el ámbito de lo íntimo y lo privado, no solo poseen un alto valor en sí mismos, sino que contienen un apreciable peso en la recreación de un hecho prolongado en el tiempo, cuando son incluidos en un proceso de investigación, pese a su condición de ser documentos no obstructivos. La investigación dio luces de las formas en que las preguntas sobre el relato testimonial trascienden los modos como las personas reconstruyen los significados de una vivencia fracturada por la experiencia del secuestro, para analizar un testimonio cuya textualidad escrita, que no busca ni quiere ser transformada en su escritura primera, demanda representarse con sentido aleccionador y ejemplarizante. En sus principales conclusiones, se expone cómo los relatos personales ponen en juego más que la memoria, al fijar unos recuerdos que permiten reconstruir factualmente una experiencia; se trata de relatos que envuelven un ejercicio de reflexión sobre la experiencia vivida, que pueden actuar como dispositivos para recomponer unas identidades fracturadas por la experiencia vivida. De igual modo, las narrativas de los diarios reivindican las subjetividades de sus autores en un momento límite, puesto que sus creencias, sentimientos, recuerdos y memorias son la base sobre la cual se comprende lo ocurrido.

Palabras clave: Diarios de cautiverio, Farc-EP, memoria, Mitú, policía, secuestro.

NOTAS DE RESISTENCIA DE ELZA SOARES: PRODUCCIONES DE RAZA Y GÉNERO EN TIEMPOS DE GOLPE Y REVÉS EN BRASIL.

Jaconilson de Araujo Vieira
(Universidad de Brasilia)
Patricia Rocha Lustosa
(Universidad del Estado de Piauí)
Paula Guerra (Universidad do Porto)

Resumen: Elza Soares (82 años), cantante brasileña que al nacer fue bendecida por una vaca. En Rolling Stone Brasil (2017) Elza dice que, a los 2 años, mientras su madre buscaba agua para ella, vio que se acercaba una vaca que la lamía como si fuera su hija. Esta es la metáfora y el silogismo de una brasileña nacida en las favelas de Río de Janeiro que encarna lo sagrado de las vacas para los hindúes. En Brasil, “vaca” es también un término comúnmente utilizado para identificar a

una mujer de mala origen. Su vida es una verdadera protesta contra las estructuras dominantes brasileñas, en defensa, precisamente, de la resistencia de los negros, las minorías de los derechos sociales y LGBT's. Empezamos desde el álbum "La mujer del fin del mundo" (2015), yendo en 2018 por "Dios es Mujer", hasta "El Hambre del Planeta" en 2019. Método: ordenamos las diferencias lingüísticas, configuraciones sociales particulares, pero también globales que involucran música y ciberactivismo (Gerbaudo, 2019). Interpretaremos, en la línea del pensamiento semiótico (Santaella, 2003, 2013), sociopolítico y tecno-político, la necesidad de un acceso lingüístico que conecte al artista hasta el público, como la convergencia de dos idiomas. Echaremos un vistazo a su video musical de Benedicta. Resultados: destacamos la evidencia teórica y epistemológica en las metáforas de la protesta, en particular junto con el universo tecno-político en la segunda ola del ciber autonomismo. Soslayamos el esfuerzo por parecerse lingüísticamente a su idiosincrasia, palabrotas y el doble sentido. El video evoca la paradoja de la mutación, Benedicto-Benedicta. Discusión: concluimos que las cantantes femeninas negras estaban, con excepciones, al margen de una cultura musical dominante, como señala Bourdieu (2001) sobre el predominio masculino y el habitus en la cultura. También concluimos que había indudablemente un suelo favorable en el campo de las artes, especialmente la música y su autonomía en el caso de Elza Soares. No solo una forma de disfrute auditivo, sino un producto distinto, una marca que emerge en la sociedad contemporánea, que se materializan en intercambios simbólicos como Guerra (2010) analiza exactamente en "quién crea los creadores". Demostramos que está más allá del arte bruto que surgen grandes artistas: también necesitan una ciber red de colaboración, un campo habilitador para su surgimiento, viable y perenne para que la artista pueda "emanciparse" en su oficio, autonomizarse. Y movilice un mundo conectado para escuchar su lugar de discurso.

Palabras clave: Elza Soares. Raza. Género. Ciber Activismo.

DEMOCRACIA COGNITIVA Y DERECHO A LA LECTURA: UNA CRITICA DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Juan Carlos Gómez Justo
(Universidad Pablo de Olavide)

Resumen: Las leyes de transparencia en el Estado Español establecen principios como que "la información será comprensible", así como que la información, en el caso de las personas con discapacidad, les será "suministrada por medios o en formatos adecuados de manera que resulten accesibles y comprensibles".

Como señalaba el profesor Herrera Flores, impedir que las personas puedan luchar por sus derechos supone "la mayor violación de derechos humanos". En este mismo sentido hacía referencia el profesor a la dignidad como el centro de las luchas concretándose en "la conquista de un acceso igualitario a los bienes materiales e inmateriales". Creemos que parte de la lucha emancipatoria de la ciudadanía consiste en el acceso

igualitario e inclusivo a la información de las administraciones, como parte de las luchas sociales por el control y rendición de cuentas en la gestión política.

En un mundo en el que el *capitalismo cognitivo* busca extraer y acumular el valor social producido por la ciudadanía que "componen la generación más formada y competente de los últimos siglos", en palabras de Herrera, surge una idea de democracia que provoca una idea romántica de la misma, aunque mucho más conectada con la idea de extracción que con la idea de cooperación. Hablamos de la *democracia cognitiva*, o del conocimiento, "orientada al continuo aprendizaje individual y social". Supone el crecimiento sin medida del conocimiento ciudadano, en un contexto de creatividad e innovación nunca visto.

Nuestro estudio propone la vía de la "democracia *accesiblemente* cognitiva", es decir, una democracia donde toda la ciudadanía pueda acceder a información que toda la ciudadanía pueda entender, promoviendo no solo el derecho a la información y al acceso a la misma si no el derecho a recibir una información que pueda ser comprendida por todas. Para ello haremos un estudio comparativo de metodologías y legislación accesibles cognitivamente entre España y otros países.

El objetivo es realizar una propuesta donde metodologías como la Lectura Fácil y el Lenguaje Claro puedan interiorizarse en las formas de comunicación de la administración permitiendo desarrollar un Estado permeable y transparente nada elitista y totalmente inclusivo en cuanto al método, al medio y al público. Esta propuesta además surge como una lucha por los Derechos Humanos desde las personas con discapacidad, que son el *sur de sures* de occidente, junto a otros grupos como las personas migrantes.

Palabras clave: democracia cognitiva, capitalismo cognitivo, accesibilidad cognitiva, transparencia, lectura fácil, lenguaje claro

REPRESENTACIONES DE LOS MIGRANTES: LAS REGULACIONES DESDE LA PRENSA

Carlos Felimer Del Valle Rojas
(Universidad de La Frontera, Chile)

Resumen: La creciente complejidad socio-cultural y económico-política de nuestras sociedades generan procesos de incertidumbre social que producen "dudas profundas acerca de quienes exactamente se hallan dentro del 'nosotros' y quienes dentro del 'ellos'"; de tal manera que las distintas prácticas de marginalización y exclusión, que observamos, constituyen modos de enfrentar esta incertidumbre "desmembrando el cuerpo sospechoso, el cuerpo bajo sospecha" (Appadurai, 2007: 18).

En definitiva, lo que podemos observar son procesos de producción y reproducción de sujetos "marginales/marginalizados", utilizando diversas estrategias, desde racionalidades morales, criminales y neoliberales impuestas por ciertos grupos de la sociedad con el objetivo de excluir a otros grupos.

Dichas estrategias están presentes tanto en las prácticas sociales de los grupos, a través de interacciones entre grupos “establecidos y marginados” (Elías y Scotson, 2016), como en el discurso de la industria mediática.

El propósito es comprender la representación y auto-representación cultural de las migraciones. Para ello, por una parte se utilizan técnicas de tipo etnográfico (Sautu, 2005), como el Grupo de Discusión (Ibáñez, 1979; Bonilla, Del Valle y Martínez, 2012) y la Entrevista en Profundidad. Por otra parte, se analiza un corpus de prensa sobre el tratamiento de noticias sobre las migraciones, a través de un modelo de Análisis del Discurso, considerando medios nacionales hegemónicos (El Mercurio y La Tercera), nacionales progresistas (El Mostrador) y regionales (El Austral), con un total de 167 notas.

Los resultados forman parte del Proyecto de Investigación CONICYT-CHILE PIA/ANILLOS SOC180045. Referencias

MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DEMOCRACIA Y REINTEGRACIÓN: DIÁLOGOS CON EXCOMBATIENTES DE LAS FARC-EP

Clara Victoria Meza Maya
Pablo Felipe Gómez Montañez
Freyd Leonardo Reyes Albarracín
(Universidad Santo Tomás)

Resumen: La ponencia deriva de la investigación “Iniciativas de paz desde perspectivas locales: una mirada crítica a los marcos temporales y normativos de la justicia transicional en Colombia” (2017), adelantada por docentes investigadores de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Santo Tomás. La propuesta presentada ahondará en las relaciones y percepciones de ex combatientes del grupo guerrillero FARC-EP con los medios masivos de comunicación, vistos estos ya como instrumentos para el establecimiento de relaciones de poder, bien como fuentes para construcción/manipulación de realidades durante el conflicto armado y en el momento de la reincorporación social, y los retos y desafíos de un periodismo para la paz, la democratización de la información y el acceso a los medios. Metodológicamente, se abrevó de la etnografía, y se acudió técnicas de recolección como talleres pedagógicos, entrevistas en profundidad, charlas informales y observación participante, en visitas realizadas por los investigadores a los entonces Espacios Territoriales de Capacitación y Reincorporación - ETCR, hoy Zonas Veredales de Normalización. Como hallazgos principales se resalta los reclamos constantes de esta insurgencia por la orientación de la función de los medios de comunicación para la formación de una nación en democracia y el fortalecimiento de conceptos inherentes a esta, como la ciudadanía. Se apreció una postura que apuesta por la vindicación del acceso al manejo de los medios de comunicación y el acceso a la transmisión de la información para el fortalecimiento de una democracia, cuando dichos medios franqueen el acceso a las comunidades y las regiones. Más, de acuerdo a lo explorado, en una sociedad en transición como la colombiana, carente de instituciones democráticas sólidas. En las conclusiones, se destaca que, en la observación y profundiza-

ción de las relaciones y percepciones de los ex combatientes con los medios masivos de comunicación, los vínculos se dan a diferentes escalas, en consonancia con las jerarquías políticas y mediáticas, antes y después de la reincorporación. Por otro lado, en lo que se refiere a la relación entre los medios de comunicación tradicionales con los antiguos comandantes, hoy a la cabeza del grupo político Fuerza Alternativa Revolucionaria del Común, hay una relación de proximidad. Si bien dicha aproximación no significa, necesariamente, un respaldo de los medios hacia los líderes del partido político o hacia sus propuestas, lo que sí es claro es que se da una relación de comodidad en el encuentro de unos y otros.

BLACK WOMEN IN PORTUGAL AND THE NEW PLACES OF SPEECH

Sónia de Sá
(Universidad de Beira Interior)

Resumen: Feminist movements in Portugal have reached new dimensions and diverse representations, both in the public domain - essentially in politics and leadership positions - as well as in the balance between private and public life. Even if the journey ahead is still long to reach equality, and the differences between men and women are still substantial. The depiction of the white, educated, empowered woman, who is aware of her rights, begins to emerge in Portugal. However, when we look at the condition of the black woman, the image of empowerment fades. Based on the works of Cambraia (2018), Hooks (2018), Johnson et al (2019), and Ferreira & Souza (2017), we analyse the demand for a black woman's voice in Portugal throughout the cyberactivism of INMUNE - Institute of Black Woman in Portugal. The study reveals that there is an ongoing process of participation and aggregation of African and Afro-descendent women in Portugal as a form of growing battle for their rights.

Palabras clave: Feminism, Black Women, Speaking Place, Empowerment, Communication Strategies

OBSERVATORIO DE MEDIOS DIGITALES PARA LA EVALUACIÓN DE LA ÉTICA Y DERECHOS HUMANOS EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA

Armando Villanueva Ledezma
(Universidad Autónoma de Chihuahua)
Aixel Cordero-Hidalgo
(Universidad Autónoma de Chihuahua)
Jorge Alan Flores Flores
(Universidad Autónoma de Chihuahua)
Fidel González Quiñones
(Universidad Autónoma de Chihuahua)

Resumen: La observación de medios permite analizar la

forma y fondo de la información con el fin de conocer la ética con que se guían, además del respeto a los derechos humanos, que permita emitir recomendaciones que lleven a estimular la participación ciudadana, fomentar la construcción de audiencias críticas, y crear conciencia a los medios de la necesidad de ofrecer una mayor calidad en sus contenidos. Este proyecto tuvo como objetivo: “Evaluar el tratamiento informativo de los medios digitales de información del Estado de Chihuahua”, en relación a tres ejes: ética, seguridad y derechos humanos, se llevó a cabo en la Universidad Autónoma de Chihuahua, México. Es de tipo cuantitativo, descriptivo, transeccional, no experimental. En una primera fase de la investigación se realizó la observación de los 12 medios con más tráfico en el Estado de Chihuahua a partir del mes de febrero al mes de junio del 2019, se analizaron notas nacionales relacionadas con violencia (robos, homicidios, secuestros, choques con saldo, entre otros) en relación a los tres ejes señalados anteriormente. La investigación aún no está concluida, se presentan datos preliminares (febrero-marzo), con la aplicación de un manual diseñado con la metodología empleada, se trabaja con el total de los datos de forma cuantitativa para continuar con la segunda fase que es el análisis cualitativo.

Palabras clave: Educación para los medios, periodismo, medios de comunicación, derechos humanos, valores éticos.

DE VÍCTIMAS A EXPERTAS: ESTRATEGIAS DE CIENCIA CIUDADANA PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PERSONAS DESAPARECIDAS EN MÉXICO

Ana Cepeda Jaramillo
(Tecnológico de Monterrey)

Resumen: Esta investigación estudia las formas de creación de conocimiento tecno-político del colectivo de familiares de desaparecidos “Por Amor a Ellxs”, una agrupación de mujeres, principalmente madres, de la Zona Metropolitana de Guadalajara. A través del uso de redes socio-digitales para coordinar sus demandas de localización e identificación de personas en Jalisco, sobre todo Facebook y Twitter, este colectivo se ha convertido en un actor público de la mayor importancia, ante la inoperancia del Estado, innovando en la implementación de diversas estrategias de comunicación interactiva para guiar los esfuerzos de búsqueda de desaparecidos.

En la primera parte de esta comunicación, presentamos la descripción del colectivo y la manera en que se han organizado a través de los años, creando alianzas con grupos de activistas, académicos, ONG’s, periodistas y funcionarios. En la segunda parte, se lleva a cabo una revisión teórica del concepto de ciencia ciudadana, particularmente enfocada en el estudio de estrategias creativas fuera de entornos institucionales y que abonan a la solución de problemáticas sociales, especialmente en casos como este en donde existe una gran incapacidad del Estado para detentar el monopolio de la violencia legítima. De la misma manera, se explora cómo se generan inteligencias colectivas diseminadas en plataformas digitales, que no solo

exhiben las incapacidades institucionales mencionadas, sino que construyen formas de agencia que empoderan a iniciativas ciudadanas para la generación de acciones conjuntas y expansión de la esfera pública. Para probar lo anterior, se presentan varias de las estrategias de colectivo, que van desde su entrenamiento en ciencias forenses y de política pública en materia de desaparecidos, desarrollo de manuales de actuación en casos de desaparición, confección de diarios de búsqueda con información de cuerpos localizados en fosas y morgues, diseminación de fichas de desaparición, producciones audiovisuales colaborativas para la generación de opinión pública, entre otros dispositivos. Al final, se concluye que el dolor y la rabia se canalizan en estrategias de ciencia ciudadana que, a través de la implementación de saberes experienciales, construyen formas de agencia de frente a la crisis de seguridad y violencia en México.

Palabras clave: Ciencia ciudadana, agencia, madres de desaparecidos, Facebook.

UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA A LA TECNOPOLÍTICA. DEL 15M AL MOVIMIENTO FEMINISTA

Sandra ARENCÓN
(Universidad de Sevilla)

Resumen: En los últimos ocho años en España hemos tenido dos grandes movilizaciones sociales históricas con algunos elementos comunes. En 2011, el movimiento 15M irrumpió en las calles y plazas de prácticamente todo el territorio ocupando los espacios públicos centrales de cada ciudad mediante acampadas. En 2018 se convocó la primera huelga feminista y las movilizaciones son masivas en todo el país durante dos años consecutivos. En los dos casos se observa a una ciudadanía crítica que se organiza en torno a una serie de demandas –entendidas como fundamentales para una efectiva democracia– que coloca en la esfera pública, rechaza cualquier tipo de mediación, es capaz de movilizar a la población y tiene una presencia activa en el espacio digital por los usos que hacen de las redes tecnológicas. La pregunta que sirve de guía hace alusión al papel que juegan Internet y las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la configuración de estos movimientos críticos y, en concreto, de qué hablamos cuando nos referimos a estas prácticas como prácticas «tecnopolíticas». Método: Se plantea abordar la discusión desde una perspectiva teórica que nos ayude a elaborar un marco conceptual de referencia en base a lo que algunos autores denominan como «tecnopolítica». Para ello, se indagará en las reflexiones iniciales de Javier Toret (2015), Monterde (2015), Guiomar Rovira (2018) y Paulo Gerbarde (2019), entre otros. Resultados: Es elaborado un mapa conceptual con las reflexiones académicas de referencia sobre «tecnopolítica» en relación con las prácticas y usos sociales de las redes tecnológicas desarrolladas por el movimiento 15M y el movimiento feminista. Discusión: La discusión intenta identificar no únicamente las potencialidades de las prácticas tecnopolíticas como nuevas formas de activismo y apropiación social de los medios, sino también los desafíos planteados teniendo en cuenta la escala temporal entre un mo-

vimiento y otro.

Palabras clave: Tecnopolítica, ciberactivismo, participación

.....

**LAS MOVILIZACIONES JUVENILES EN
MÉXICO EN EL ESCENARIO POSTERIOR
AL #YO SOY 132: EL ACTIVISMO ENTRE
LOS JÓVENES MEXICANOS EN TORNO AL
#FRIDAYFORFUTURE**

Maricela Portillo
(Universidad Iberoamericana)

Resumen: En este trabajo presentamos los resultados de una investigación más amplia que analiza la repercusión que el movimiento #YoSoy132 tuvo entre los jóvenes mexicanos que han sido marcados generacionalmente, ya sea porque tuvieron su primera experiencia de participación política en ese momento (Primavera de 2012) o porque se fueron involucrando posteriormente en las distintas movilizaciones que se dieron en México en los siguientes años. Modonessi (2017) caracteriza al periodo entre 2012 y 2014 en México, como un ciclo de movilización juvenil y estudiantil que fue sedimentándose a nivel experiencial en una camada de activistas y militantes y dio luz a formas específicas de politización generacional. Las derivas de este movimiento formarían parte de un mismo proceso sociopolítico (González Contreras, 2017). El recorrido que estos jóvenes activistas han seguido durante este ciclo de movilizaciones que inició en 2012 nos permite afirmar que el #YoSoy132 tuvo un fuerte impacto generacional en términos de construcción de ciudadanía (Portillo, 2015, 2018). Compartimos la perspectiva teórica de Reguillo (2017) sobre la incomodidad interpretativa que más que definiciones de las expresiones políticas juveniles intenta avanzar en su comprensión. Nos cuestionamos específicamente sobre el impacto que este ciclo de movilizaciones juveniles recientes ha tenido sobre los miembros más jóvenes de esa generación. Nuestro análisis presenta el seguimiento a las acciones colectivas que han ocurrido recientemente y que han sido protagonizadas por los integrantes más jóvenes de esta generación. Nos referimos específicamente a #HuelgaClimática y marcha que se organizó el 20 de septiembre de 2019 y que formó parte del #FridayForFuture en todo el mundo. Asumimos que “las generaciones no son estructuras compactas, sino solo referentes simbólicos que identifican vagamente a los agentes socializados en unas mismas coordenadas temporales” (Portillo, et. al., 2012). Es de nuestro interés mostrar aquí la conexión generacional (Mannheim, 1993) que se activó en esta acción global conectiva analizando el caso específico de los jóvenes mexicanos, para determinar las características estructurales de género, clase, acceso y apropiación tecnológica que nos permitan dar cuenta de la heterogeneidad generacional; así como la biografía y el contexto sociopolítico que pueden ayudarnos a caracterizar este movimiento en México. Así pues, nuestro estudio incorporó un diseño metodológico cualitativo que nos permite adentrarnos en la dimensión subjetiva de los sujetos (Orozco y González, 2011) y realizar un proceso inductivo. Para ello, se llevaron a cabo 10 entrevistas

a profundidad con jóvenes que participaron en esta marcha. Asimismo realizamos 10 entrevistas semiestructuradas con los padres de estos jóvenes que acompañaron la marcha o apoyaron con acciones concretas esos días. Los resultados confirman nuestra hipótesis respecto de una cierta subjetividad que apuesta por la reconfiguración de las formas de organización y participación ciudadana que se articula a partir de redes de colaboración y que apuesta por nuevas formas de nombrar y relacionarse con la política. Este análisis nos permitió avanzar en la comprensión de las continuidades y rupturas en las formas de participación política de esta generación. Permitted explicar empalmes, tensiones y rupturas en las formas en que sujetos socializados en un contexto espacio-temporal están replicando y en cierta forma interpretando y reinterpretando al sistema político y generando, si es el caso, nuevas formas de cultura política y construcción de ciudadanía.

Palabras clave: movilizaciones juveniles, generación, acción conectiva, ciudadanía, cultura política.

EJE 4: **ESTRUCTURAS** **DE LA** **COMUNICACIÓN**

Eje 4: Estructuras de la Comunicación



Francesco MANIGLIO



Juan Carlos MIGUEL DE BUSTOS

Seminario 3
Lunes 18 y martes 19,
de 16:00 a 18:00 horas
y de 18:30 a 20.30
Coordinadores:
Francesco MANIGLIO
Juan Carlos MIGUEL DE BUSTOS

Los procesos de intensiva y extensiva concentración de la propiedad y los contenidos de los medios de comunicación y de las industrias culturales nos demandan análisis, debates y propuestas, especialmente considerando el contexto del capitalismo expresado en los modelos neoliberal y posneoliberal, y los desafíos del pluralismo, la pluralidad y el libre acceso a la información (frente al libre flujo de las mercancías). La sección de estructura de la comunicación analiza a nivel nacional e internacional las formas de concentración, flujos y lógicas sociales de la mediación, desde un punto de vista sincrónico, así como en su evolución histórica, considerando las formas de organización y producción de las industrias culturales y los sistemas locales, nacionales e internacionales de información y comunicación, ya sea a nivel sectorial o globalmente.

PROGRAMAÇÃO COMO PILAR DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA NAS TVs LEGISLATIVAS: CASO DA TV CÂMARA DOS DEPUTADOS

Maria Carolina Vieira
(UNESP)

Resumen: A programação é um dos cinco itens que pode definir as características de um sistema de radiodifusão. Dessa forma, este artigo utiliza uma semana da grade de programação da TV Câmara dos Deputados, emissora legislativa considerada referência no país, para analisar a presença ou não de comunicação pública nesta representante do sistema de radiodifusão estatal brasileiro. Com isso, o trabalho busca não só averiguar o perfil e a qualidade da programação da TV Câmara, mas também contribuir para as discussões que procuram delimitar as finalidades da comunicação pública e da legislativa, assim como observar suas possibilidades práticas de hibridização. Para alcançar os objetivos propostos, utilizou-se tanto a análise de conteúdo como metodologia quanto bibliografia focada em radiodifusão e comunicação pública como base e referencial histórico. Os resultados indicam que o perfil da programação da TV Câmara concede a imagem de TV pública à emissora estatal, tanto por reconhecimento externo quanto por desejo interno de compromisso com a informação e a cidadania. No entanto, por estar vinculada a outros fatores, como gestão e financiamento, que são altamente atrelados ao Estado, a programação deve ser constantemente acompanhada devido às possibilidades de alterações de acordo com o cenário político.

Palabras clave: TV Câmara, Emissoras legislativas, Comunicação pública, Radiodifusão brasileira

EL EJERCICIO DEL PERIODISMO EN CUBA EN LOS AÑOS 1990: LA CRISIS, LA INTRODUCCIÓN DE LA TECNOLOGÍA Y LOS INICIOS DE LA PRENSA INDEPENDIENTE.

Laura Roque Valero
(Universidad de Guadalajara, México)

Resumen: Con la desintegración de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), Cuba perdió su principal fuente de importaciones, es decir, más del 80% de sus relaciones comerciales. Una profunda crisis sumergió al país en un estado de emergencia, que rozó los límites de la capacidad de resistencia de los cubanos. Sin embargo, los periódicos, órganos oficiales del Partido Comunista, se encargaron de llevar un mensaje de aliento a las personas y de difundir todas las alternativas posibles para paliar las innumerables carencias, obviando serias problemáticas que comenzaron a surgir en el orden social.

A través de la revisión bibliográfico-documental, las entre-

vistas a los directivos y reporteros de prensa de aquellos años y el análisis del discurso de 120 artículos publicados en tres periódicos cubanos durante 1993, se caracteriza el ejercicio del periodismo en Cuba en los primeros años de 1990. En aquel tiempo se introdujeron las primeras computadoras en el periódico *Granma* (principal órgano impreso del país y vocero oficial), lo que representaba un avance tecnológico, pero a la par un retroceso en las rutinas productivas porque los frecuentes cortes del fluido eléctrico impedían su uso.

Por otro lado, comenzó a surgir en algunos periodistas la necesidad de ofrecer otras aristas sobre la realidad cubana que la prensa oficial no publicaba. En los inicios, ese movimiento de periodismo independiente consistió solo en la repartición de hojas sueltas por lugares públicos, pero poco a poco se fue radicalizando el pensamiento de sus gestores hasta mostrar su desacuerdo con el gobierno.

En este complejo panorama de vida, los periodistas jugaron un rol fundamental en el sostenimiento del gobierno, el cual sorteó con éxito toda manifestación opositora. No obstante, cabría preguntarse cuál fue el costo de esta lealtad, hasta qué punto pudieron estos profesionales alertar sobre los males que padece la sociedad cubana actual, a qué obstáculos se enfrentaron en el ejercicio de su profesión y si pudieran considerarse o no las colecciones de aquellos años un registro de la historia. Algunas de las probables respuestas a estos cuestionamientos conforman el capítulo dos de la tesis de Doctorado de esta investigadora.

Palabras clave: periodismo, resistencia, socialismo, crisis

MERCADO DE MÍDIA E QUALIDADE DA DEMOCRACIA: EVIDÊNCIAS DE BARREIRAS AO MEDIA OPENING

Juliano Mendonça Domingues-da-Silva
(Universidade Católica de Pernambuco)

Resumen: Quanto mais democrático um país, mais aberto tende a ser seu mercado de mídia, ao passo que o inverso costuma se refletir em déficit de representação e de responsividade por parte de governantes. Esse pressuposto resume o paradigma do media opening (LAWSON, 2002; HUGHES; LAWSON, 2005; HUGHES, 2006; PORTO, 2012). Este estudo se propôs a testar empiricamente o modelo de Hughes e Lawson (2002) que aponta barreiras ao processo de media opening, a partir do seguinte problema de pesquisa: como barreiras ao media opening se relacionam com qualidade da democracia? Para tanto, fez-se uma análise comparada do tipo large n, investigação que permite: (a) sintetizar similaridades e variações, o que contribui para a formulação e refinamento do aparato conceitual; (b) testar hipóteses acerca do relacionamento entre fenômenos sociais e políticos, o que abarca a relação entre mídia e contexto político; (c) inferir causalidade, embora essa seja uma árdua missão quando se trata de pesquisa em comunicação, levando-se em conta as particularidades histórica dos casos comparados e a potencial fragilidade dos dados (HALLIN; MANCINI, 2004). MÉTODOS: O estudo seguiu três etapas: (1) revisão do

debate conceitual sobre o fenómeno do media opening; (2) identificação de variáveis no portal de banco de dados do The Quality of Government Institute (QoG), da Universidade de Göttingen (TEORELL et. al., 2018) aderentes ao debate conceitual para testes estatísticos; (3) realização de testes de hipótese, correlação bivariada, de modo a verificar a relação entre barreiras a media opening e direitos civis e políticos, sendo estes identificados pela variável Voz e accountability. RESULTADOS: Os resultados dos testes estatísticos indicaram que quanto maior o grau de influência econômica sobre a mídia, menor o grau de voz e accountability ($p < 0,001$; $\rho = -,921$); quanto maior o grau de influência legal sobre a mídia, menor o grau de voz e accountability ($p < 0,001$; $\rho = -,929$); quanto maior o grau de pressão política sobre a mídia, menor o grau de voz e accountability ($p < 0,001$; $\rho = -,938$). DISCUSSÃO: A análise comparada do tipo large n realizada neste estudo reforça a validade do modelo explicativo relativo a barreiras ao media opening. Com isso, este estudo se propõe a contribuir para o campo de investigação sobre a relação entre mídia e democracia não apenas por conta das evidências apresentadas, mas também pelo caminho metodológico adotado.

Palavras-chave: media opening; mídia e democracia; qualidade da democracia.

DIVERSIDAD Y ASTURIANÍA. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE TPA EN LA ERA VIRGILI

Azahara Cañedo Ramos
(Universidad Carlos III de Madrid)

Resumen: Antonio Virgili asumió la dirección general de Televisión del Principado de Asturias (TPA) en diciembre de 2011, seis años después del inicio de las emisiones de la televisión autonómica. En ese momento, TPA pasaba por la mayor crisis que ha experimentado en sus años de existencia. Tras superar un precurso de acreedores, amenazas de cierre, denuncias por cesiones ilegales de trabajadores y liderar un proceso de reestructuración empresarial, Virgili dimitió por motivos personales en febrero de 2019.

Desde la perspectiva investigadora de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, esta comunicación tiene como objeto analizar, desde el prisma de la diversidad audiovisual, los años de gestión Virgili. Así, a partir de trabajos desarrollados en torno a este concepto (Napolí 1999; Alborno y García Leiva 2017, 2019; Cañedo 2018, 2019), la pregunta de investigación que se plantea es: ¿en qué medida ha contribuido la gestión Virgili a la diversidad del audiovisual en Asturias?

Para responder a esta pregunta, la metodología de investigación se compone, por un lado, de un análisis documental (recursos bibliográficos, documentación oficial de TPA - pública y no pública-, bases de datos sectoriales, informaciones de prensa y otras fuentes primarias al respecto) y, por otro lado, de entrevistas a agentes implicados.

La comunicación se estructura como sigue. En primer lugar, se indican los antecedentes en la gestión de TPA desde su

puesta en marcha: las direcciones generales de José Ramón Pérez Ornia (2006-2011) y de Juan José Guerenabarrena (2011). En segundo lugar, se analiza con detalle la gestión Virgili (2011-2019). El análisis se estructura en cinco dimensiones: modelo de empresa, gestión, financiación, externalización y programación. Por último, se señalan una serie de propuestas para el futuro de TPA, tomando en cuenta el contexto sociopolítico actual.

En cuanto al avance de resultados, una primera aproximación a los datos revela que hasta la reestructuración empresarial de 2015, la gestión Virgili supuso un aporte efectivo a la diversidad audiovisual en Asturias. TPA se constituyó en este período en un ejemplo de 'asturianía' televisiva, algo novedoso en la región. Especialmente destacable es la apuesta por la lengua propia del territorio y la contratación de empresas de producción de contenidos regionales. Respecto al período posterior, la ausencia de datos de carácter público impide arrojar resultados al mismo nivel de fiabilidad. Sin embargo, los datos disponibles indican una continuidad en la gestión, que apenas se ve afectada por el cambio estructural.

Palabras clave: televisión autonómica, diversidad audiovisual, Televisión del Principado de Asturias, servicio público de radiodifusión,

ACCESIBILIDAD A LA TELEVISIÓN LINEAL Y BAJO DEMANDA: ESTUDIO DEL CASO DE CANAL SUR

Victoria García-Prieto
(Universidad de Sevilla)

Resumen: En 2012, Canal Sur Televisión cerró su segundo canal para ofrecer la misma programación que en su cadena principal, de manera simultánea y con subtítulos, audiodescripción y lengua de signos por defecto. Se trata de la única televisión en España que ha optado por este modelo de dos canales diferenciados para la incorporación de la accesibilidad. Por ello, esta investigación se centra en el estudio la viabilidad y la pertinencia del modelo de accesibilidad de Canal Sur desde el punto de vista de los receptores y expertos del movimiento asociativo.

Partimos de los informes publicados por la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT), la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y la propia corporación de Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) para exponer las características de este modelo de accesibilidad. El estudio se completa con el análisis de sus ventajas y desventajas a través de encuestas cuantitativas a los usuarios y de entrevistas cualitativas a representantes del movimiento asociativo de personas sordas y personas ciegas, y también de la propia Canal Sur. Además, este trabajo analiza no solo la accesibilidad de la televisión lineal, sino que en las encuestas y entrevistas también hemos incluido cuestiones sobre la incorporación de estos servicios a la página web de RTVA, ya sea en su emisión simultánea o bajo demanda.

En general, el subtítulo y la audiodescripción en Canal Sur mantienen cuotas similares o inferiores a las de otras televisiones nacionales o autonómicas. De entre los resultados, destaca la interpretación a lengua de signos, que cuenta con cuotas muy altas y superiores a las obligaciones mínimas establecidas en la ley audiovisual española. A pesar de ello, el hecho de que los servicios de accesibilidad se muestren por defecto en Canal Sur 2 y que no se puedan activar o desactivar según las necesidades de los espectadores es algo muy criticado por las organizaciones entrevistadas.

Las asociaciones de personas sordas y personas ciegas, así como los propios usuarios, prefieren un único canal con todos los servicios de accesibilidad opcionales. Esta idea coincide con el propio concepto de accesibilidad, entendido como la creación de contenidos válidos y accesibles para toda la ciudadanía, y no de canales propios y diferenciados para personas con discapacidad. Asimismo, debido a la rápida implantación de nuevas formas de consumo audiovisual en streaming, la falta de accesibilidad de los contenidos online también es duramente criticada en nuestras encuestas y entrevistas.

Palabras clave: accesibilidad audiovisual, subtítulo, audiodescripción, lengua de signos, traducción audiovisual

UNA NUEVA FORMA DE CONTROL MEDIÁTICO: EL REPARTO DE LOS FONDOS DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

Juan Carlos Gil González
(Universidad de Sevilla)

Resumen: Con la grave crisis económica que sigue padeciendo nuestro país desde el menos 2009, las grandes empresas comerciales redujeron drásticamente, como mecanismo de ahorro, su inversión publicitaria en los medios de comunicación. Éstos se vieron obligados a buscar nuevas fuentes de financiación que aseguraran su supervivencia, su solvencia económica y su independencia profesional. La solución más viable la hallaron en la publicidad institucional, cuyos recursos se nutren fundamentalmente de los recursos públicos. Sin embargo, las instituciones públicas encargadas de la gestión de los fondos dedicados a la publicidad institucional (Ayuntamientos, Diputaciones, Gobierno de Comunidades Autónomas), a pesar de lo que marca la ley, vieron la oportunidad de presionar con pólvora de rey e incluso intentar controlar los discursos de los medios. Optaron por premiar a los medios cuyos principios editoriales favorecían sus propuestas de gobiernos y decidieron castigar con la merma de publicidad institucional, e incluso con la negativa a repartirlos, a los medios más críticos con las actuaciones de los distintos gobiernos.

En este texto haremos una revisión crítica de los conceptos de profesional de la información que no se ha interpretado adecuadamente desde el mundo jurídico, así como una revisión crítica de la Ley 29/2005 de 29 de diciembre de Publicidad y Comunicación Institucional. Además, proponemos el análisis jurídico de algunos casos en los que ya se han pronunciado nuestros tribunales. Como punto final, esbozaremos un posi-

ble proyecto de solución con el que ofrecer la ciudadanía alternativas en la gestión de los fondos dedicados a la publicidad institucional, entendiendo que éstos provienen de la recaudación de impuestos, ya sean directos o indirectos.

MODELOS PRODUCTIVOS DEL AUDIOVISUAL EN CASTILLA Y LEÓN: UN ESTUDIO EXPLORATORIO DE LAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL REGIONAL.

M^a de la Peña Mónica Pérez Alaejos
Marina Hernández Prieto
(Universidad de Salamanca)

Resumen: El sector de la comunicación audiovisual se ha visto sometido a cambios fundamentales como consecuencia de las transformaciones tecnológicas. La llegada del paradigma digital y la convergencia mediática ha dado lugar a fenómenos que van desde la disolución de las barreras geográficas a la multiplicación de los modos de producción. La investigación que se presenta busca indagar sobre los efectos de todos estos cambios en el sector de la producción audiovisual en Castilla y León.

Su principal objetivo es llevar a cabo un análisis del desarrollo de los modelos de negocio en el sector y para ello, la investigación utiliza la propuesta de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009); actualizar el censo de empresas de producción audiovisual en Castilla y León a 2018; identificar el modelo productivo y de financiación de la industria; y, por último, establecer una aproximación al nivel de internacionalización del sector. La metodología empleada comprende, en primer lugar, un cuestionario autoadministrado a las empresas del sector realizada a través de la plataforma Qualtrics y en segundo lugar, un focus group con algunos representantes de los agentes productores y distribuidores de la comunidad autónoma.

Las conclusiones del estudio muestran, en términos de facturación, tanto la retracción general del consumo privado como del gasto público en los últimos años, y el pequeño tamaño de la práctica totalidad de los actores de la región. La falta de asociacionismo entre los diferentes agentes del sector es también un hecho contrastable, así como las limitaciones en términos de internacionalización. Por otra parte, se identifican dos problemas importantes que inciden en la falta de desarrollo del sector productivo en la región: la primera hace referencia a un déficit histórico que la Comunidad Autónoma ha ido acumulando con el sector en términos del compromiso con la producción audiovisual de la región y la segunda a una falta clara de apuesta por la I+D+I en este sector productivo.

Palabras clave: Producción audiovisual, modelo de negocio, desarrollo, Castilla y León, Industria audiovisual

APROPIACIÓN IDEOLÓGICA DEL FEMINISMO DESDE EL NEOLIBERALISMO: ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN Y DISCURSO EN FREEDA

Laura Manzano-Zambruno
(Universidad de Sevilla)
Bianca Sánchez-Gutiérrez
(Universidad de Sevilla)

Resumen: El feminismo se ha convertido, actualmente, en una poderosa herramienta de *branding* que desarticula su significado político emancipador de las mujeres para convertirse en una mera estrategia de venta a favor de la marca que hace uso de él (Goldman, Heath y Smith, 1991; Fernández Hernández, 2017). Si el feminismo ha copado parte del discurso mediático ha sido gracias a sustituir la perspectiva estructural por una individualista que no permite dar cuenta de la magnitud de opresión estructural de las mujeres (Gill, 2016). La motivación por incorporar estos debates en los medios se explica, a menudo, con la intención de crear la ilusión de diversidad y no de ser subversivos, mecanismo de legitimación de la hegemonía en las actuales democracias (Chomsky, 1992; Van Dijk, 2008). Así, se explica el nacimiento en 2017 del medio digital autodefinido como feminista *Freeda*. Siguiendo la perspectiva crítica del enfoque estructural (Reig y Labio, 2017), esta investigación se centra en la evidencia de los vínculos de *Freeda* con la estructura hegemónica, a través del conglomerado Fininvest, fundado por el magnate Silvio Berlusconi, envuelto en casos de prostitución de mujeres y acoso sexual (Hernández Velasco, 2013).

De ese modo, nuestra hipótesis es que *Freeda* es un ejemplo de mercantilización del feminismo por sus lógicas empresariales y la banalización de su mensaje, rehuyendo toda dimensión política propia de la ideología feminista. Los objetivos de esta investigación son definir las características del feminismo mediático presente en *Freeda* y situar a este medio en el espectro ideológico mediante un análisis de su estructura mediática.

Para ello, aplicaremos a la muestra -un mes completo en torno al 8 de marzo de 2019- el Análisis Crítico del Discurso, ya que el feminismo “es una teoría crítica del poder” (de Miguel, 2015: 29) y esta herramienta nos permite conocer la presencia del poder en el mensaje (van Dijk, 2008). Recurriremos al Enfoque Estructural Simple (Reig, 2017) para aproximarnos a la estructura empresarial en la que se inserta y con la que se interrelaciona *Freeda*.

Los resultados de la investigación muestran la disonancia entre el discurso de *Freeda* y su pertenencia a una estructura hegemónica que obedece a la lógica capitalista de los grandes conglomerados mediáticos mundiales. Así, inferimos que no podemos considerar *Freeda* como una publicación feminista, sino como un medio cercano al pseudo-feminismo liberal, centrado en la libertad individual y alejado de la crítica al sistema patriarcal-capitalista.

Palabras clave: Feminismo, Neoliberalismo, Estructura de la Información, Análisis Crítico del Discurso, *Commodity Feminism*, Feminismo Mediático

INDUSTRIAS CULTURALES Y CAMBIO CLIMÁTICO. LA DESTRUCCIÓN DEL PLANETA EN NUESTRAS PANTALLAS

Mario Zaragoza Ramírez

Resumen: La espectacularización que las industrias culturales en conjunto hacen del cambio climático en diferentes productos; entiéndase, documentales, filmes, hashtags, videos, libros de ficción y otros objetos con o sin base científica, distraen o quitan la atención del desastre global y disminuyen la gravedad del problema entre los espectadores y consumidores culturales. Esto contribuye a perder el foco sobre las acciones que deben atenderse para mitigar las grandes consecuencias del cambio climático y el calentamiento global, como bajar las emisiones de las grandes empresas (lo que limita su producción y por ende sus ganancias) y las inversiones en hidrocarburos y en energías no renovables, ya que estos productos, responsabilizan directamente al consumidor y son parte de otros factores que fincan en las acciones individuales, que nacen de la alienación, el mantenimiento y persistencia del desasosiego climático.

Palabras clave: industrias culturales, espectacularización, cambio climático, consumidores culturales y alienación.

LA RECONFIGURACIÓN DEL CAMPO EDITORIAL EN MÉXICO

Jerónimo Repoll
(Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, México)

Resumen: La emergencia de los medios conectivos (Van Dijk, 2016; 2018) intensificaron la crisis del modelo de negocio de los medios masivos (Scolari y Carlón, 2014; Wu, 2016; Becerra y Mastrini, 2017). El epicentro de la crisis se localiza en la modificación de los patrones de consumo, producción y circulación de las formas simbólicas. Esto impactó no solo a las industrias con modelo de flujo, sino también a las editoriales. Si nos enfocamos en el modelo de negocio, pasamos de unos medios que vendían audiencias a los anunciantes (privados y públicos) a unas plataformas que venden datos, ahora personalizados, a partir de la huella digital que nos perfila de una manera mucho más certera para los intereses del mercado y el estado. Esto no desconoce la centralidad que aún ostentan las industrias en la sociedad contemporánea, ni las brechas que atraviesan y profundizan desigualdades sociales y diferencias culturales. Es por ello que, atendiendo a este mapa de tensiones, en esta ponencia nos enfocamos en la reconfiguración del campo editorial en México, donde la industria sigue jugando un papel significativo pero ya no está sola.

Para dar cuenta de la transformación del campo editorial en México analizamos, primero, la información generada por la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (CANIEM), el INEGI, la Secretaría de cultura y otras fuentes institucionales. En segundo lugar, analizamos las plataformas digitales que habilitan tanto las prácticas de los prosumers como la media-

ción de los algoritmos en la toma de decisiones empresariales. Complementamos estos análisis con entrevistas a diferentes actores de la industria editorial.

Palabras clave: Industria editorial, campo editorial, modelo de negocio, convergencia, curaduría.

EL INSTITUTO FEDERAL DE TELECOMUNICACIONES Y GRUPO TELEvisa: ENTRE EL DEBER Y PODER

Lorena Treviño Peláez
(Universidad Nacional Autónoma de México)

Resumen: En marzo de 2015 la Autoridad Investigadora (AI) del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) emitió un dictamen preliminar en el que se declaraba a Grupo Televisa (GTV) con poder sustancial en 2,124 mercados relevantes que correspondían a una división local (aplicada a la República Mexicana por municipios, excepto para la capital del país) en el Servicio de Televisión y Audio Restringidos (STAR). Un mes después se emitió otro dictamen de la misma naturaleza, esta vez en 102 mercados.

Los meses de octubre y noviembre de ese mismo año el IFT emitió resoluciones en las que sostuvo que no se contaba con elementos suficientes para determinar la existencia de un agente económico con poder sustancial dentro del STAR, también argumentó que el crecimiento de GTV en ese sector había sido negativo en comparación con los otros grupos (a pesar de que en 2015 seis de cada diez suscriptores tenían contratado el servicio con una de las empresas pertenecientes a GTV).

A principios de 2017 GTV fue declarado con poder sustancial a nivel nacional, pero más allá de las resoluciones emitidas por el IFT lo importante del asunto es que Televisa está centrando sus esfuerzos en la televisión restringida aun con la actuación del IFT, por ejemplo, en 2015 y 2016 compró la totalidad de Cablevisión Red y Televisión Internacional, respectivamente. Es por eso que la ponencia tiene dos objetivos, el primero es analizar las resoluciones del IFT que deberían controlar el crecimiento de la televisora en el STAR; y segundo, analizar la concentración de la empresa a través de la compra de algunas cableras los últimos años.

Con lo anterior, pretendemos evidenciar que las empresas buscan en la medida de lo posible evadir sus responsabilidades –y no solo eso– lo que demuestra este caso es que se puede seguir acumulando poder incluso cuando la autoridad en la materia sigue de cerca tu negocio. En este sentido, quizás, la intervención del IFT no sea suficiente para limitar a los actores económicos, tal vez hace falta mayor presión para lograr que desistan de mantener una posición cuasimonopólica, para que entre el deber y el poder se imponga el primero.

Palabras clave: televisión restringida, concentración, Televisa, IFT

SPORTS RIVALRIES AND JOURNALISTIC NARRATIVES IN SANTA CATARINA (BRAZIL): MEDIA OWNERSHIP, BOOSTERISM AND REFLECTIONS OF POLITICAL POWER ON FOOTBALL

Matheus Simões Mello
(Universidade Federal de Santa Catarina)

Resumen: Comparing to the other 26 Brazilian states, Santa Catarina, localized in the southern part of Brazil, has some particularities. Rather than have a big metropole, the state is composed by six regions that are politically and economically puissant. Each one has its cultural and historical peculiarities. This context, for instance, provides political conflicts aiming to be protagonists and get economic resources as much as possible. These tensions overtops political sphere and could be noted, for example, on football rivalries and the respective media coverage. Therefore, this study aims to analyze narratives of rivalry about the two most important cities of Santa Catarina: Florianópolis (its capital) and Joinville (its most populous). These are represented by three football clubs: Joinville EC (from Joinville) and Avaí FC and Figueirense FC (from Florianópolis).

As the main method, we use the Critical Analysis of Narratives, idealized by Motta (2013). Such proceeding is inspired by literary theories and is interested to understand which narratives are included on media coverage and what values and intentions are behind the journalistic products. Our empirical object is formed by copies published between 2009 and 2018 of two local newspapers: A Notícia (from Joinville) and Diário Catarinense (from Florianópolis).

We have observed the constant efforts of Joinville's newspaper to stress cultural differences with Florianópolis. It could be seen on texts about Hemerson Maria, one of the most relevant coaches of Joinville EC's history. Maria was born in Florianópolis and this fact was assiduously reminded to describe the huge resistance that he has suffered during the beginning of his contract. At the same time, A Notícia has highlighted the fact that someone from the capital declared that Joinville is his new home and loves such city. Furthermore, both newspapers, through texts written by chief-editors, pointed that boost local team(s) is an institutional decision.

Palabras clave: sports journalism; narratives, Santa Catarina; boosterism; media ownership.

MEDIASET Y ATRESMEDIA: EL DUOPOLIO TELEVISIVO FRENTE A NETFLIX

María José Garcia-Orta
Lorena Romero Domínguez
(Universidad de Sevilla)

Resumen: Tras la llegada a España de plataformas de vídeo

bajo demanda (video on demand –VOD–) como Netflix o HBO a partir de finales de 2015, éstas no han parado de crecer. El último Panel de Hogares publicado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), revela que “un tercio de los hogares españoles utilizaron una plataforma de pago para consumir contenidos audiovisuales online a finales del cuarto trimestre de 2018” (CNMC, 2019).

Según el estudio “TGI Global Quick View”, en España más de la mitad de los suscriptores de estas plataformas (54%) “accede a Netflix, mientras que el 25% lo hace a través de Amazon Prime Video (...). El 83% de los jóvenes españoles de entre 16 y 24 años están suscritos a alguna de estas plataformas, lo que supone un 37% más que la media del adulto conectado” (Espinel, 2019).

Sin embargo, este auge de las plataformas VOD no ha beneficiado a las televisiones lineales, especialmente Mediaset y Atresmedia, que han visto cómo sus acciones han bajado desde 2015. En concreto, las acciones de Atresmedia han pasado de 9 euros a 3,3 euros, casi una tercera parte, mientras que Mediaset ha reducido su valor bursátil a la mitad.

Ante esta situación, esta investigación se plantea como principal objetivo conocer las estrategias que han puesto en marcha ambos grupos de comunicación para competir con Netflix y diversificar sus áreas de negocio. El trabajo se estructura en dos grandes bloques. Primero se hará un recorrido por las características y evolución del sector de VOD en España y, a continuación, se describirán las estrategias puestas en marcha para competir con Netflix. Para ello, utilizamos una metodología que recurre a la técnica Desk Research.

El estudio nos permitirá comprobar cómo las televisiones lineales han creado acuerdos entre ellas para producir y/o distribuir contenidos que sea competitivos con Netflix, al mismo tiempo que han impulsado sus propias plataformas de VOD, como Atresplayer Premium o Mitele Plus de Mediaset. Incluso se han sumado al lobby que solicita al gobierno un cambio en la regulación para las plataformas online. A pesar de todo ello, las alianzas y sinergias siguen estando presentes, ya que Netflix les ofrece una gran ventana internacional para impulsar principalmente la ficción española.

Palabras clave: Mediaset, Atresmedia, Netflix, VOD, Televisión

ESCASA PRESENCIA DE CONCESIONES DE USO SOCIAL INDÍGENA EN EL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO DE MÉXICO, UN PAÍS MULTICULTURAL.

Sandra Vásquez Salazar

Resumen: En México, desde 2014, el espectro radioeléctrico se concesiona con base en los lineamientos de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, con la cual se creó la figura legal concesión de uso social para los medios comunitarios, indígenas y pertenecientes a universidades privadas. Fue durante la gestión de Enrique Peña Nieto que entró en vigor esta ley, en el marco de la Reforma en telecomunicaciones y radiodifusión. En 2018 comenzó el sexenio de Andrés Manuel López Obrador y, en el caso particular de las emisoras indígenas, es revelador conocer que el número de concesionarios ha decrecido de un sexenio a otro; pues, según datos oficiales del Instituto Federal de Telecomunicaciones¹, en 2018 México contaba solamente con 7 concesiones de uso social indígena.

Método: Análisis comparativo entre las condiciones estructurales (políticas, económicas, sociales y culturales) en el sexenio de Enrique Peña Nieto -a partir de la reforma constitucional- y lo que lleva la gestión de Andrés Manuel López Obrador para obtener una concesión de uso social indígena. :

Se deben reconocer y respetar las formas tradicionales de organización comunitaria, fortalecerlas y buscar su representación en los órganos de gobierno.

Solo así podrá existir equilibrio entre las concesiones de uso social y las comerciales en el espectro radioeléctrico nacional. Los medios sin fines de lucro representan a la ciudadanía plural y sus procesos de comunicación alternativa. Su presencia es positiva, pues robustecen la democracia. Entender su lógica y respaldarlos con políticas públicas y leyes específicas a sus condiciones será un acierto en beneficio de la nación.

Palabras clave: medios comunitarios, radios indígenas, espectro radioeléctrico, legislación del espectro radioeléctrico.

DE “PROVEDORES DE CONTENIDOS” A “ESTRUCTURAS SOCIALES CLAVE”: EL GIRO A LA PRÁCTICA EN LOS DISCURSOS DE LOS CIUDADANOS SOBRE LA TELEVISIÓN PÚBLICA (TVE)

Concha Mateos
(Universidad Rey Juan Carlos de Madrid)
María Lamuedra
(Universidad de Sevilla)

Resumen: La democracia requiere un ecosistema mediático que haga posible una opinión pública informada y libre. El Servicio Público de Televisión se inscribe en ese marco como herramienta de garantía democrática. Por esa razón, la doctrina académica asigna al SPT la misión general de surtir a la ciudadanía de información oportuna y suficiente como para asegurar que participe en el sistema y se mantenga, en consecuencia, la cohesión social y cultural. Cuando a partir de los años 70 y 80 los diferentes estados fueron abriendo el sector audiovisual, que había sido monopolístico hasta el momento, a la participación de operadores privados, en el ecosistema resultante, el SPT ha terminado ocupado un lugar central, como modelo y contrapeso del resto de agentes. Esta convivencia (Arribas, 2011:12) activó nuevas redefiniciones de la función del SPT, mas no perdió vigencia. Las altas instancias políticas

europas siguen considerándolo una función esencial que requiere protección.

Las responsabilidades de los medios no las moldean únicamente parlamentos y gobiernos. Para Mc Quail (2000), los medios deben responder a los valores sociales consensuados y a los códigos profesionales de autorregulación. Carlson (2016:350), en su teoría del Methajournalism, expone que la aceptación social es esencial para que el servicio alcance legitimidad.

Este trabajo analiza la evolución de los discursos ciudadanos sobre el Servicio Público de Televisión (SPT) en España antes y después de una ola de agitación social situada cronológicamente entre los años 2011 y 2013, en la que las demandas de participación ciudadana se hacen más visibles, y coincidentes con tendencias en otras áreas académicas y artísticas conocidas como “giro a la práctica”. Con este enfoque se analizan 11 grupos de discusión de receptores de Televisión Española (TVE), realizados en dos fases: 2008-2009 y 2014-2016.

Palabras clave: Servicio público, giro a la práctica, TVE, discursos de receptores

LA TRASNACIONALIZACIÓN Y LA DIGITALIZACIÓN DE LOS GRUPOS EUROPEOS EN EL MERCADO GLOBAL DE LA COMUNICACIÓN

Nereida Cea
Aida María De Vicente
(Universidad de Málaga)

Resumen: El campo de estudio de la comunicación está sujeto a la dinámica transversal de cambios que afectan a la transnacionalización y digitalización de los grupos de comunicación. En este trabajo se analiza las corrientes de cambio que experimentan las industrias de la comunicación, tomando como elementos de análisis los dos principales grupos de comunicación en tres países europeos (Vivendi y Lagardère, en Francia; Bertelsmann y Axel Springer, en Alemania; y Mediaset y RCS MediaGroup, en Italia).

El marco teórico en el que se contextualiza esta investigación es la confluencia de la literatura académica que aborda el estudio del análisis comparado de sistemas de medios, junto con trabajos que abordan la estructura de mercados y grupos de comunicación.

En este trabajo se utiliza un enfoque cualitativo, ya que se utiliza una metodología descriptiva, con una estrategia mixta, dado que el verdadero enfoque cualitativo estimula la investigación en dos direcciones: una inductiva, y por lo tanto exploratoria, con otra deductiva, que permite la interpretación de los datos dentro del marco teórico propuesto previamente. La muestra queda conformada por los seis grupos de comunicación europeos antes referidos. Se revisa la documentación interna de las empresas, los informes sectoriales y las noticias

más relevantes publicadas sobre dichas empresas. Toda esa información obtenida de la exploración de datos recientes se integra con la obtenida de la revisión sistemática de publicaciones académicas sobre esta materia.

Las conclusiones se deducen del análisis de los seis grupos europeos analizados. Se destaca el modelo empresarial de los dos mayores grupos europeos: el alemán Bertelsmann y el francés Vivendi, dado que en ambos se observa la diversificación, el liderazgo en sus mercados nacionales y la digitalización de sus procesos, para a partir de ahí consolidar un modelo de grupo de comunicación paneuropeo, que gira en torno al audiovisual y editorial, en el caso de Bertelsmann, y en el audiovisual y la industria discográfica, en el caso de Vivendi.

Las conclusiones del trabajo sugieren que la transnacionalización y la digitalización, son fuerzas de cambio homogeneizadoras, que convierten a los grandes grupos de comunicación en empresas cada vez más próximas al modelo de gestión de las empresas tecnológicas, en las que los valores identificados como empresas de origen familiar con décadas de historia y trayectoria social se diluyen en beneficio de modelos de gestión empresarial.

Palabras clave: grupos de comunicación; estructura de la comunicación; Europa.

¿NUEVA ESFERA DIGITAL INTERACTIVA Y CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL GUSTO SOBRE FICCIÓN AUDIOVISUAL: DEMOCRATIZACIÓN REAL O SIMULACIÓN POSTDEMOCRÁTICA?

Miguel Álvarez Peralta
(UCLM)

Resumen: Uno de los puntos calientes de polémica en el ámbito de los estudios de la comunicación de masas es el efecto político-cultural introducido por las nuevas tecnologías interactivas de la comunicación, y especialmente por las redes sociales digitales que en este momento están a punto de cumplir su primera década de uso socialmente masivo a nivel global. En el seno de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, mientras las posiciones críticas tienden a señalar con acierto el impulso a la privatización y control centralizado de la esfera pública que estructuralmente suponen, así como de explotación de fuerza de trabajo no remunerada incorporada al ciclo de revalorización del capital bajo la forma del prosumidor, otras posiciones más optimistas ponen el foco en el potencial para la reapropiación de la palabra en el espacio público por parte de movimientos sociales de nuevo cuño y redes más o menos líquidas de activistas con alta cualificación técnica.

Como aporte a esta discusión en curso, la presenta investigación aborda un estudio de caso que conecta con una necesidad específica de las industrias culturales, y en concreto de una plataforma audiovisual OTT (Over The Top) en proceso de expansión y asentamiento global como es Netflix, que consiste

en incidir en la recepción y crítica que reciben sus producciones para garantizar la rentabilización de estas y la apertura de nuevos mercados. El objetivo era dilucidar en qué medida la construcción de dicha recepción cultural en las redes sociales digitales interactivas (estudiando en concreto el caso de Twitter) está dominada por estrategias comerciales disfrazadas de espontánea expresión popular a través de dispositivos técnicos como bots automatizados que replican mensajes positivos.

El principal resultado es que, si bien existe evidencia que parece indicar que Netflix estaría empleando este tipo de estrategias falsificadoras de una auténtica democratización de la construcción social del gusto en ficción audiovisual, es imposible confirmar con toda certeza este extremo con las herramientas tecnológicas a disposición de la comunidad investigadora si se efectúan con un grado de sofisticación elevado, pero al alcance de inversiones publicitarias modestas. En la discusión de resultados se plantean las alarmantes consecuencias que conlleva esta observación, en términos de la práctica imposibilidad de evaluar el carácter democrático de dicha expresión popular digital a partir del análisis de su contenido, y por tanto la indecibilidad del carácter genuinamente espontáneo de la recepción social expresada en estas redes.

Esta comunicación se enmarca en el proyecto de investigación “Diversidad audiovisual y plataformas en línea: el caso Netflix (ref. CSO2017 -83539-R)” del Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Economía y Competitividad de España.

Palabras clave: economía política de la comunicación, twitter bots, Netflix, construcción social del gusto.

**EJE 5:
NUEVAS TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN,
LA COMUNICACIÓN Y
EL CONOCIMIENTO**

Eje 5: Nuevas tecnologías de la Información, la Comuni- cación y el Conocimiento



Lucía BENÍTEZ



Jesús SABARIEGO

Seminario 4
Lunes 18 y martes 19,
de 16:00 a 18:00 horas
y de 18:30 a 20.30
Coordinadores:
Lucía BENÍTEZ
Jesús SABARIEGO

La globalización, la racionalidad tecnológica y la promesa constante en un rol inclusivo y de equidad de las tecnologías se aborda en esta sección críticamente. La presencia de las Nuevas Tecnologías como dispositivos que permiten, por una parte, facilitar el acceso y generar cambio social y, por otra parte, ejercer el control y el poder a niveles globales, con alcances geopolíticos y biopolíticos constituyen un campo de estudios central para la EPC en la medida que altera los procesos de producción y reproducción social. ULEPICC aborda en esta sección, en consecuencia, todas las cuestiones relativas a la revolución digital sea en las industrias culturales, en la organización del Estado o en sectores estratégicos como la educación, la cultura o la vida cotidiana.

.....

DEMOCRACIA DIGITAL E GOVERNO ELETRÔNICO: A PERSPECTIVA DE JOVENS BRASILEIRO

Aline Camargo
(Universidade Estadual Paulista Unesp/Bauru)
Antonio Francisco Magnoni
(Universidade Estadual Paulista Unesp/Bauru)

Resumen: Dispositivos de novas tecnologias de comunicação e informação, interativas e multifuncionais, têm sido observados como recursos para fortalecer o processo democrático. Neste sentido, o objetivo deste artigo é verificar de que maneira as novas tecnologias digitais têm possibilitado maior participação cidadã no contexto da democracia digital, especificamente no caso de jovens brasileiros, com idade entre 15 e 29 anos. Para tal, foram aplicados questionários online que evidenciaram o conhecimento das ferramentas de e-governo e seus usos pelos 200 usuários que compõem a amostra desta pesquisa. Observa-se que as atividades conhecidas e desempenhadas pelos jovens que compõem a amostra relacionam-se à democracia digital, em sua maioria, no âmbito administrativo, ainda não alcançando níveis representativos no que diz respeito à democracia consultiva, deliberativa e participativa.

Palabras clave: democracia digital, governo eletrônico, tecnologias digitais, juventude

.....

USO DE NOVAS TECNOLOGIAS AUXILIANDO EN LA IDENTIFICACION DE INDIVIDUOS CON ALTAS HABILIDADES Y SUPERDOTACION

Jose Walter Farias
(Fundación Oswaldo Cruz)

Resumen: Actualmente vivimos en una sociedad permeada por tecnologías e lenguajes computacionales. Los comportamientos y formas de lidiar con las actividades humanas son monitoreadas por dispositivos que generan millones de datos que luego serán utilizados para tomar decisiones de todo tipo en diferentes áreas de la industria y el comercio. Específicamente e al área educativa, la tecnología tiene un papel secundario dentro de la sala de aula, siendo que, podría utilizarse también y de forma eficaz en la investigación y gestión de datos para definir políticas y directrices certeras en las diferentes temáticas educativas.

Con la sociedad inmersa en la era del "BIG DATA" donde la Información tiene un valor superlativo, crear tecnologías y metodologías innovadoras a partir de herramientas computacionales ciertamente puede ayudar al desarrollo educacional como un todo. El papel del educador contemporáneo, especialista en el área, es primordial para reconocer los nuevos desafíos y utilizar nuevas herramientas disponibles, ayuden a solucionar o mejorar diferentes aspectos de la temática educación.

Los profesionales de hoy no solo deben limitarse al conocimiento teórico adquirido en las graduaciones, sino que deben

buscar nuevas habilidades, que la propia sociedad contemporánea exige en todas las áreas de conocimiento. De esta forma el profesional podrá reconocer los desafíos que la sociedad actual impone y luego ver las herramientas disponibles para su resolución, una de estas formas es la capacidad de buscar y analizar datos, disponibles en diferentes plataformas o crear tecnologías y metodologías coleccionar datos.

Palabras Clave: Nuevas Tecnologías en la educación, Gestión de la información en la educación

.....

I+D+I EN TIC Y LA CONTRADICCIÓN CON LA PRÁCTICA DE LA OBSOLESCENCIA PROGRAMADA

Dardo Neubauer
(UNAM)

Resumen: El desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC) ha marcado un nuevo patrón de desarrollo tanto cognitivo como económico. En la dinámica de este proceso, los centros de I+D+i han cumplido un papel dinamizador en el impulso y progreso tecnológico. En el contexto del capitalismo cognitivo contemporáneo, el conocimiento volcado a la creación de valor agregado a las formas de producción está marcando los horizontes en el área de investigación, principalmente en el sector privado. En este sentido, inversión y productividad económica ha sido la línea que ha marcado los estudios en I+D+i por sobre el bienestar de la sociedad. Si bien en el ámbito público, a través de universidades y centros de investigación, financiados principalmente con presupuesto estatal se ha volcado a cubrir determinadas demandas sociales, el sector privado antepone una lógica comercial centrada principalmente a acrecentar los márgenes de ganancia a través de la innovación en sus productos.

En el ámbito de las TIC y específicamente de la telefonía móvil, este patrón se recrea con particularidades determinadas. La necesidad de innovar en un mercado altamente dinámico y con una fuerte competencia comercial ha puesto a las empresas de este sector en la necesidad de crear dispositivos con un alto desarrollo tecnológico para expandir o conservar su cuota de mercado, pero también frente a la disyuntiva de recrear constantemente el ciclo de investigación, producción y consumo de estos bienes tecnológicos. Es en este plano que la práctica de la obsolescencia programada recobra relevancia, pero a la vez, grandes controversias.

La producción tecnológica bajo los parámetros de la obsolescencia programada determina que no estamos ante un proceso evolutivo, sino más bien ante el diseño de una lógica de mercado que preconiza un discurso innovador detrás del cual se esconden una serie de procedimientos y estándares de producción que tiene como finalidad la acumulación del capital y recreación del ciclo de consumo.

Palabras clave: Sociedad de la Información y el Conocimiento; investigación, desarrollo e innovación; obsolescencia programada; telefonía móvil.

.....

THE ROAD TO DATA SOVEREIGNTY: BARCELONA'S FREE SOFTWARE EXPERIENCE

Tales Tomaz
(Universidad de Salzburgo)

Resumen: As the currency for using contemporary communication media, data have turned out to be a central force in contemporary capitalism. Notwithstanding a certain belief that this 'big data revolution' will render politics or even capitalism obsolete (Mayer-Schönberger and Cukier, 2013; Shroff, 2013; Zuboff, 2019), this paper follows McChesney's (2013) insight that any attempt of making sense of the Internet, and for extension of the contemporary digital world, without considering its relationship to our current political economic dimension is dubious. Then, policymaking on data has to be monitored. In this respect, few initiatives have raised as much interest as Barcelona's digital plan, especially within Ada Colau's administration since 2015. The city council established as one of its goals 'technological sovereignty', which is understood as giving back to the citizens control over the richness derived from their data. For achieving this, the digital plan foresees the adoption of free software and open standards (Ajuntament de Barcelona, 2017), which resonates with Morozov's (2019) argument that democratised politics of data should consider not only the propriety of the data, but the very infrastructure of data production. In this context, this paper asks: Which role does the free software play in Barcelona's policymaking regarding data sovereignty? To what extent is Barcelona's free software policy being able to tackle the political economic challenges of data in contemporary capitalism? For dealing with these questions, this paper analysis documents, such as Barcelona's proposal of code for technological practices (Ajuntament de Barcelona, 2017) and the City Digital Plan (2015-2019) (Ajuntament de Barcelona, 2019), as well as relies on interviews with local citizens, members of the Barcelona city council and the Free Software Foundation Europe. From this empirical analysis, it is clear that free software plays indeed a central in Barcelona's plan, being a successful political step for achieving data sovereignty. Thanks to this policy, sensitive data for public matters remain either property of citizens or a public good, instead of being raw material for a few companies in the Silicon Valley. There are, however, limitations. Without adopting free software and open standards in their private practices as well, citizens still provide those big companies with lots of data, which facilitates corporate modelling of behavioral strategies for big techies profit. In this sense, the city should consider deepening its strategy, encouraging private use of free software and open standards through, for example, more widespread adoption of free software in public schools.

Palabras clave: big data; data sovereignty; free software; Barcelona

.....

ACTIVISMO DE DATOS PARA LA IGUALDAD

Lucía Benítez Eyzaguirre
(Universidad de Cádiz)

Resumen: El activismo de datos es un ejercicio crítico contra su apropiación por parte de las empresas tecnológicas, que impulsa el empoderamiento ciudadano. Desde el feminismo, la decisión sobre cuáles son los datos públicos, de quién se obtiene la información, con qué fin, o cuestiones relacionadas con el consentimiento, el acceso, la propiedad y la privacidad se debe completar con el análisis de cuál es su efecto sobre la vida de las mujeres.

Se analizan aquí propuestas y recomendaciones sobre la desagregación de datos realizadas por diferentes instituciones e iniciativas como la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC), la Declaración de Dubai del UN World Data Forum 2018, United Nations Global Pulse u Open Algorithms Project, así como también iniciativas para datos abiertos como SOLID u Openpds/SA, y organizaciones no lucrativas como Data2X y Open Data Watch, en busca de criterios y prácticas incluyentes de datos con perspectiva de género.

Se obtiene información sobre políticas inclusivas de datos desde la justicia de género, tanto en la captura, la gestión, la apropiación de la información por parte de plataformas online, o el papel de los datos en la gobernanza. Este mapa de diagnóstico muestra quién ejerce el poder sobre los datos, la toma de decisiones, la información desagregada, o el valor de los datos en las necesidades y problemas humanos y colectivos, cuestiones esenciales para la consecución de derechos sociales, económicos, políticos y culturales.

El feminismo apoya la explotación de los datos para el bien común, pero cuestiona temas como el consentimiento, el acceso, la propiedad, la privacidad, o la navegación anónima, es decir, la agencia. Las políticas de datos optimizadas con criterios ajenos tienen consecuencias destructivas sociales y económicas para las mujeres. El debate sobre la agencia personal y feminista, sobre la dimensión emancipadora del conocimiento y el control del uso y la obtención de información, es vital ante la amenaza de la implantación de la inteligencia artificial. El uso abierto de los datos contribuye a la reducción de la brecha de género, a la consecución de derechos humanos, al desarrollo y la vida de las personas.

Las prácticas cotidianas sobre los datos son una herramienta de intervención política de influencia creciente, un ámbito de contestación y resistencia ante el modelo dominante.

Palabras clave: Data activismo, género, feminismo

.....

HACIA UNA R-EVOLUCIÓN EDUCATIVA DIGITAL: EL DERECHO A LA EDUCACIÓN Y LAS IMPLICACIONES DE LA BRECHA DIGITAL EN LA SOCIEDAD RED.

Isabel Rodríguez López
(Universidad Iberoamericana de Ciudad de México)

Resumen: Las Nuevas Tecnologías y la Convergencia Digital ofrecen una poderosa forma de acceso a la Información y a va-

lioso material Educativo y de Aprendizaje. Sin embargo, la Brecha Digital, especialmente en países del Tercer Mundo como México, es uno de los principales problemas que impiden a los ciudadanos desarrollarse en conocimiento, educación y participación democrática.

El acceso y uso de estas Tecnologías requiere de tres procesos (infraestructura, accesibilidad y habilidades), cuya ausencia genera una desigualdad que está generando nuevos estratos y clases sociales, que desarticulan la igualdad, equidad y pueden llegar a impedir Derechos Fundamentales.

La Educación es un Derecho Humano Fundamental y Universal, así que la pregunta es ¿cómo podemos Revolucionar y Evolucionar Digitalmente para que la Educación pueda llegar a todos los sectores, especialmente a los más desfavorecidos? Generando así igualdades laborales, sociales, económicas, culturales, además de una participación ciudadana, política y democrática equitativa e informada.

Con esta investigación, se analizará la influencia educativa, social, política, económica y cultural de la Sociedad Red y las diversas Tecnologías que facilitan su uso y acceso, así como las situaciones y problemáticas que generan la Brecha Digital. Con los resultados obtenidos, se propondrán soluciones y metodologías que permitan una correcta inclusión y un establecimiento de la Comunicación y Educación mediada por Tecnologías que garantice y asegure los Derechos Ciudadanos indispensables en la Era Digital.

Se discutirá no solo la importancia y necesidad de implementar estas soluciones, sino también, posibles vías de Cooperación y Desarrollo entre países y comunidades que permitan solventar las problemáticas y agilizar la inclusión. Es urgente hacernos responsables y utilizar las Nuevas Tecnologías, que han permitido la Globalización (con sus beneficios, contradicciones y desventajas), para generar realmente una Comunidad Global comprometida y que permita el crecimiento de sus miembros, no la enajenación tecnológica de los mismos.

Palabras Clave: Brecha Digital, Nuevas Tecnologías, Sociedad Red, R-Evolución Educativa Digital, Era Digital, Educación.

.....

LOS ESPORTS COMO PRODUCTO COMERCIAL DIRIGIDO A UNA COMUNIDAD DIGITAL CONSUMIDORA: EL CASO OVERWATCH LEAGUE EN LA PLATAFORMA TWITCH

Alejandro Reyes García

Resumen: En los últimos años, los eSports, también conocidos como deportes electrónicos, se han convertido en toda una industria mediática y un negocio en crecimiento. Se espera que en los próximos años, el mercado de los eSports crezca de forma acelerada en cuanto a número de jugadores, espectadores y consumidores. Overwatch League es una liga de eSports de-

desarrollada por la empresa Blizzard Entertainment y es un buen ejemplo de los grandes y ambiciosos planes empresariales que se tienen con los eSports. Estudiar desde esta perspectiva el fenómeno resulta interesante y en definitiva muy pertinente.

El presente trabajo tiene como objetivos, por un lado, explorar de forma general el panorama del modelo de espectáculo y negocio que intenta implantarse con Overwatch League, poniendo especial atención en los puntos donde se emula el modelo ya establecido y conocido de los deportes. Por otro lado, se busca conocer a la comunidad que recibe estos contenidos en la plataforma Twitch; dicha comunidad es el público objetivo de este tipo de transmisiones y se pretende encontrar sus características y rituales autóctonos al menos de forma general.

Para hacer esta exploración, se toma como base teórica la estenografía digital como una forma de acercarse a una comunidad como la de Twitch. Además se tienen presente la importancia del consumo visto más allá de un simple intercambio de bienes y servicios, sino como un conjunto de procesos sociales y culturales que definen a los individuos. Finalmente se aborda el tema tomando en cuenta el medio en cuestión que no es la clásica televisión, sino algo más; lo que Carlos Scolari denomina “la hipertelevisión”.

Son muy claros los paralelismos entre las prácticas televisivas ya conocidas en programas deportivos y lo que Overwatch League nos presenta. La forma en la que introducen la publicidad y la colocación de productos, marcas y patrocinadores resulta más que familiar, al igual que la dinámica mediática de la competencia deportiva. Interesante fue encontrar momentos donde la gente interactuaba en vivo y online. Es decir, la comunidad online tuvo momentos de interacción con el público que seguía el evento de forma presencial. Todo esto nos hace pensar que esta comunidad y muchas otras del ámbito digital pueden ir mucho más allá de Internet. Pero cabe preguntarse aquí ¿qué nuevas formas y posibilidades puede traernos este tipo de transmisiones y estas nuevas comunidades consumidoras? ¿Qué tipo de interacciones se pueden desarrollar?

Todo indica que el esquema de la transmisión deportiva tradicional será el modelo base que Blizzard Entertainment pondrá en práctica para incursionar en el ámbito de la transmisión de eSports. Pero, aún así con los eSports y todo tipo de transmisiones vía web, vamos a ser testigos (casi siempre inconcientemente) de un proceso de cambio y evolución, en el que la TV va a ser transformada sustancialmente al grado de pasar a ser un medio totalmente nuevo, distinto y único.

Los eSports como industria apuntan a ser un fenómeno aún más comercial de lo que han sido los deportes y toda la industria mediática que gira entorno a ellos. Valores y características fundamentales de la competencia deportiva como la salud física y mental, el *fair play* y el “espíritu olímpico”, quedan atrás y no parecen ser prioridad en absoluto.

.....

INVASÃO OU OCUPAÇÃO? CONTROVÉRSIAS SOCIOTÉCNICAS SOBRE A FUNÇÃO SOCIAL DA

PROPIEDAD FUNDIÁRIA NO BRASIL

Monique Figueira
(Instituto Brasileiro de Informação
em Ciência e Tecnologia)

Resumen: O artigo busca analisar disputas sociotécnicas no Brasil sobre a função social da propriedade fundiária, considerando em especial a fragilidade do ativismo digital e a discrepância entre a letra jurídica oficial e o direito de fato achado nas ruas. O problema é decerto ainda mais amplo que o escopo nacional, pois inserido na matriosca de controvérsias que configuram o sistema capitalista global: a era considerada da informação parece sob a alienação e *fake news*, a sociedade dita do conhecimento desconhece quem detém posse do território, prescindindo de indicadores que poderiam mitigar assimetrias históricas. Apesar de básicos, o direito à terra e à moradia envolvem diversas contradições. É como se a Constituição Federal fosse líquida, pois lista parâmetros para políticas nunca regulamentadas, em profunda divergência entre teoria e prática. O direito à propriedade fundiária exclusiva não é absoluto na medida que a terra deve atender sua função social, já que é meio indispensável à vida e bem comum para usufruto público. Contudo, especialmente no sul global a reforma urbana e agrária nunca foram efetivadas, e seguem reivindicadas pelos movimentos sociais. Ainda que frágeis, nossas democracias se ancoram na viabilidade de mecanismos para participação e diálogo sobre disputas típicas do fazer cívico. Desse cenário surgem novos arranjos de consulta pública, como o portal e-Cidadania do Senado, lançado em 2012. Esta pesquisa analisa a sugestão legislativa 2/2018, que propunha “criminalizar o MST (Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra), o MTST (Movimento dos Trabalhadores Sem Teto) e outros movimentos ditos sociais que invadem propriedades”. Ao avaliar o potencial de engajamento dos instrumentos jurídicos e dispositivos tecnológicos, o que se constata é a hegemonia do valor de troca sobre o valor de uso e a crise de representatividade política. O resultado da consulta - a quarta proposta mais popular na história do portal - computou 521.017 votos a favor e 388.888 contra a criminalização dos movimentos. O processo não indicou qualquer progressismo - seja na forma, no conteúdo, ou nas consequências efetivas -, mas um simulacro de participação enquanto assistimos o ressurgimento do autoritarismo. Nosso regime sociotécnico deve ser considerado à luz da exclusão digital e do analfabetismo funcional, de onde emergem possibilidades de uso esvaziados, meramente utilitários, ou com potencial de mobilização política e alargamento da democracia. O embasamento teórico relaciona a economia política da informação, comunicação e cultura com a crítica à teoria ator-rede, oriunda dos estudos de ciência e tecnologia, ambas articuladas à análise documental de instrumentos jurídicos, plataformas sociodigitais e notícias veiculadas pela grande mídia.

Palavras-chave: Economia Política da Informação; Política Pública; Plataformas Sociodigitais; Propriedade Fundiária; Movimentos Sociais; Brasil.

EL ARTE DE LAS REDES. MANIFIESTOS Y

VANGUARDIAS DE LA “REVOLUCIÓN DIGITAL”

Paz Sastre Domínguez
(Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Lerma, México)

Resumen: La recuperación, el análisis y la catalogación de manifiestos, cartas y declaraciones publicadas desde la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad busca documentar la historia social de internet a través de las voces que han participado y participan activamente en su definición. El objetivo principal es preservar parte de este acervo inmenso, frágil, disperso y a veces poco conocido de documentos que testimonian los debates surgidos en torno a la llamada “revolución digital”.

El análisis de los discursos individuales y colectivos heterogéneos difundidos en manifiestos, cartas y declaraciones permiten trazar distintas genealogías que han ido configurando poéticas y políticas de red en muchos casos antagónicas que aún conviven y discuten entre sí. Entre ellas se incluyen actores destacados como, por ejemplo, Ted Nelson, Richard Stallman, Bill Gates, John Perry Barlow, Hakim Bey o Jaron Lanier, junto a movimientos sociales y corrientes artísticas como el ciberpunk, el criptopunk, el ciberfeminismo, el software libre, la cultura libre, los makers, los hackers, el transhumanismo, el net art, los medios tácticos, el plagiarismo, el neoísmo, la piratería, el P2P, el culture jamming, el hacktivismo, el tecnochamanismo o el “open source everything”, entre otros.

El acervo invita a reflexionar sobre la historia social de internet como proceso revolucionario y conduce a una revisión teórica del papel que han jugado manifiestos, cartas y declaraciones durante la modernización occidental y su relación con las vanguardias políticas y artísticas del pasado.

Palabras clave: manifiestos, revolución digital, tecnopolítica, movimientos sociales, vanguardias

DERECHAS, REDES SOCIALES Y RED DE PODER EN AMÉRICA LATINA

Silvina Romano
(Universidad de Buenos Aires)
Arantxa Tirado
(Universidad Autónoma de Barcelona)
Yair Cybell
(Universidad de Buenos Aires)
Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica

Resumen: En los últimos cinco años América Latina experimentó cambios sustanciales en el escenario político, protagonizado por un retorno de la derecha a la esfera política formal, por la vía democrática o por la vía del golpe (institucional, blando, etc.), caracterizada por campañas comunicacionales novedosas. Se perciben giros discursivos en la comunicación política de campaña, en buena medida ancladas en el uso de las redes sociales: desde Bolsonaro en Brasil, hasta Bukele en El Salvador y Carlos Mesa en Bolivia. En la ponencia, abordaremos dos factores novedosos que consideramos influyentes

o determinantes en este cambio y un factor de carácter más estructural o institucionalizado en la política latinoamericana (aunque con nuevos componentes), que podría estar articulando viejas trayectorias con nuevas estrategias políticas y comunicacionales.

El primer factor es la estética política y la estrategia comunicacional del presidente estadounidense Donald Trump: el protagonismo que le otorgó a las redes sociales, su estética anti-política (anti-establishment-outsider) y como experiencia que comienza a caracterizar la estrategia de las derechas en las redes, destacando el acceso a datos personales disponibles en las redes y la difusión de noticias falsas. El segundo factor refiere al escándalo de Facebook y Cambridge Analítica, que ponen en evidencia el potencial en la manipulación de datos para las campañas electorales. El factor más institucionalizado es una red de relaciones entre grupos de derecha (liberal o conservadora) locales, tejida con instituciones regionales y transnacionales que legitiman discursos/prácticas de derecha (conservadora o liberal) en la que se montan las nuevas estrategias políticas y comunicacionales ¿los dueños de las plataformas son parte de esta red? ¿para quién juegan políticamente?

Se plantean estos procesos y cuestionamientos retomando la perspectiva de la economía política de la comunicación, reactualizando conceptos como el de manufacturación de consentimiento e ideología hegemónica para comprender las lógicas y el alcance del relato de realidad (¿posverdad?) y las prácticas políticas que son reproducidas en las redes (y que afectan a todo el espectro político), articuladas de modo directo o indirecto con la red de poder de derechas.

Se propone una metodología de análisis cuantitativo-cualitativo, cruzando datos obtenidos de discursos campaña, documentos oficiales (de diferentes gobiernos) y estadísticas sobre uso de redes sociales en campaña.

SÍNTOMAS, POTENCIALIDADES Y TRAUMAS EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

Ángeles Díez Rodríguez

Resumen: A lo largo del siglo XXI se han producido innumerables movilizaciones sociales en todo el planeta, la mayor parte de las cuales han utilizado las redes sociales; en algunos casos como herramientas para convocar, en otros para interactuar y/o participar a modo de ciberacciones, en otros como espacios de debate político y también como espacios virtuales a través de los que buscar o restablecer vínculos ético-políticos que fueron rotos (fragmentados) por la racionalidad instrumental del mercado.

En las movilizaciones que han tenido lugar en el Estado español, como el 15 M, las Marchas por la Dignidad, o las más recientes movilizaciones feministas, o de los jubilados, encontramos simultáneamente: utilización de los espacios virtuales y propuestas de restablecimiento de los vínculos comunitarios físicos; reivindicaciones políticas y sociales relacionadas con

las condiciones de vida y problemas contemporáneos, tanto como afloramiento de problemáticas que remiten a la historia trágica del país como la Guerra civil o la Transición.

El objetivo de esta reflexión es proponer un abordaje de los movimientos sociales recientes en España desde la perspectiva psicosociológica analizándolos en tanto que síntomas de traumas históricos no resueltos pero en un contexto de hegemonía de las comunicaciones y la interacción mediadas por la tecnología digital.

La metodología de este estudio combina el análisis sociológico, el método histórico y las técnicas cualitativas. Se utiliza específicamente la conceptualización que propone S. Zizek sobre el concepto de síntoma y J. M. Marinas sobre el síntoma comunitario en tanto que fenómeno moral y político característico de la modernidad.

En todos los movimientos analizados aparecen contradicciones que surgen entre las formas comunitarias tradicionales y las comunidades virtuales, el espacio ético-político de las relaciones cara a cara y el ciberespacio, la participación y movilización clásica de ocupación de las calles y plazas; y las conectividades y ciber-acciones... En definitiva, los límites y las potencialidades transformadoras del ciberespacio en la perspectiva de los objetivos, necesidades y deseos comunitarios de las movilizaciones contemporáneas. De la caracterización que hace Marinas nos interesa resaltar el señalamiento del vínculo ético y político de lo comunitario que se presenta como opuesto al liberalismo individual.

En este trabajo se aporta una reconceptualización de la sociabilidad mediada tecnológicamente a partir del análisis específico de los movimientos sociales. Se elabora el concepto de "sociabilidad digital" resignificándola a partir tanto de sus potencialidades como sus determinaciones.

Se concluye que el papel asignado a la tecnología en su relación con el entorno social se encuadra dentro del dogma económico de la sociabilidad ordenada y no conflictiva. La cibernsiedad produce y reproduce un entorno (virtual) que da salida al conflicto social, lo disuelve y canaliza al ofrecer a los sujetos un no-espacio donde la psique del sujeto despliega sus deseos aparentemente sin restricciones, incluido el deseo de vínculos sociales, la añoranza de la comunidad y la reivindicación social.. Pero en determinados contextos históricos en los que las poblaciones arrastran pasados traumáticos la relación con los medios virtuales resulta paradójica y conflictiva, generando potencialidades no previstas por los algoritmos.

Palabras clave: Síntoma comunitario, Trauma, Movimientos sociales, sociabilidad virtual.

HABITAR LAS TECNOLOGÍAS: CONOCIMIENTO Y PROXIMIDAD EN LOS ACTIVISMOS CONTRA LAS VIOLENCIAS DE GÉNERO EN EL CONTEXTO MEXICANO

Johnny Lara Delgado
(Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo)
Alejandra Araiza Díaz
(Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo)

Resumen: Conectarse a las tecnologías hoy en día significa, estar, convivir, relacionarse, todo bajo las lógicas de la globalización y el capitalismo. Las nuevas tecnologías de la información se han convertido en lugares de enunciación discursiva y biopolítica. En México, el activismo digital es una acción política cíclica, que se reinventa, crea nuevas líneas de comunicación y construye conocimiento.

El interés de este trabajo son las multitudes feministas y su lucha desde distintos espacios con el objetivo de crear e incidir en espacios donde lo feminista sea herramienta de transformación social y política. Se expone como premisa el activismo feminista contra las violencias de género, y la intersección de acciones políticas en las redes sociales digitales como espacio político. Nuestro método-caja de herramientas- es la etnografía virtual realizada en Twitter y Telegram, enfocada en un diseño que apunta a la observación de cotidianidades, de discursos, de formas, emociones e interpelaciones personales. La distribución del análisis de datos se distribuye en lo onlife (Floridi, 2015), pues transita tanto en espacios online (Twitter y Telegram) y lo offline (plazas, calles, manifestaciones). De esta forma el análisis se organiza en categorías de análisis que dan una perspectiva agrupada de los activismos. Analizar los datos en este punto, nos permitió, pensar en las cotidianidades, en visibilizar a las olvidadas, a las invisibles, recuperar la autogestión de internet, y su radicalidad de pensamiento.

La temporalidad de nuestros datos en el día a día, en cada seguimiento de movilización social mostraba el impacto de las palabras, de las colectividades, y no de la individualidad, La investigación permitió modificar los significados que implican los conocimientos situados, como nuevas marcas y orientaciones de los grandes mapas que globalizan el cuerpo en el mundo (Haraway, 1995). La red nos hizo pantalla, ventana, pizarra, panóptico porque era portátil (Zafra, 2010: 12), permite habitar nuestras redes sociales digitales, nuestro espacio onlife, recuperarlo, acceder al cambio social, revolucionar digitalmente desde los cuerpos, discursos, y llevarnos a un sentido político mas nuestro.

Palabras clave: activismo, multitudes, etnografía, feministas, onlife, situado

INFLUENCERS Y REDES DE “CIBERACTIVISMO POLÍTICO” EURÓSCÉPTICO

Beatriz Marín García
(Universidad Carlos III de Madrid)

Resumen: El presente estudio se enmarca dentro del proyecto RTI2018-097709-B-I00 (Racionalidad y contraconocimiento. Epistemología de la detección de falsedades en relatos informativos) del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (España).

En los últimos años muchas investigaciones han tomado como objeto de estudio campañas de desinformación lanzadas a través de redes sociales digitales para influenciar el voto en períodos electorales. En los ecosistemas de desinformación convergen tanto actores motivados estratégicamente como jugadores involuntarios que participan también en la producción y/o difusión de determinados contenidos y narrativas. Al igual que en anteriores procesos electorales, estos ecosistemas han servido de territorio para difundir narrativas euroescépticas antes y durante la campaña a las elecciones al Parlamento Europeo de mayo de 2019.

El objetivo principal del trabajo es identificar el papel que desarrollaron determinados perfiles de influencia y potenciales comunidades ideológicas de usuarios en la difusión de narrativas que promovieron sentimientos de desconfianza hacia la Unión Europea.

Los resultados del análisis surgen a partir de una muestra de artículos y contenidos digitales defendiendo narrativas euroescépticas desinformativas y fuertemente sesgadas difundidas en redes sociales durante la campaña electoral. Después de analizar el discurso utilizado en dichos contenidos y mediante la utilización de herramientas de análisis de redes sociales, el estudio analiza las comunidades asociadas a los contenidos que consiguieron un mayor impacto en redes sociales.

Primeramente, este proceso permite identificar el alcance que tuvo la difusión de narrativas antieuropeas que podrían contribuir a delimitar un nuevo imaginario colectivo. Además, es posible dibujar la conformación del ecosistema al reconocer los actores implicados en la filtración de las narrativas en redes sociales, el papel que cumplieron los usuarios amplificadores de esas narrativas y los patrones de relaciones existentes entre los diversos tipos de usuarios.

Por último, al analizar los patrones de comportamiento de los actores implicados es posible desenmascarar posibles intereses estratégicos. Una evidencia es la existencia de usuarios automatizados confundibles con perfiles de usuarios reales para dar más visibilidad a determinados discursos en espacios de debate digitales. En ocasiones, este tipo de actores, acogidos al lenguaje y formato del *user-generated content*, han acogido características del periodismo ciudadano y de los modelos de medios de comunicación alternativos.

Palabras clave: Desinformación, elecciones europeas, redes sociales, ecosistemas de desinformación

LA CREDIBILIDAD PERIODÍSTICA SACRIFICADA POR LA POBLACIÓN JUVENIL FRENTE A LA INMEDIATEZ DE LOS NUEVOS SOPORTES INFORMATIVOS EN LAS REDES

Clara Eugenia Marcos Gómez
(Universidad de Extremadura)

Resumen: Los jóvenes nativos digitales se despegan defini-

tivamente de los medios de comunicación empresariales tradicionales cuando desean informarse, optan por las redes sociales ,por nuevas formas de consumo. Las “fake news” navegan sin control en la red. No son ajenos a este riesgo pero aún así no se sustraen a su utilización para conformar sus opiniones y conocimientos sobre la actualidad.

Se presenta un estudio sobre los hábitos de consumo de los estudiantes de primer curso de los estudios de grado de Comunicación Audiovisual y Periodismo de la Universidad de Extremadura .La accesibilidad al objeto de estudio permite que se opte por una metodología basada en un cuestionario cerrado estructurado en tres bloques para conocer cuáles son los hábitos de consumo de actualidad periodística , cuál es la credibilidad que perciben de la oferta de los diferentes soportes comunicativos y qué temáticas despiertan interés en este segmento poblacional. Serán ellos los profesionales que en el futuro elaboren los contenidos y soportes del nuevo periodismo y por tanto, se antoja relevante conocer sus intereses.

Su estilo de consumo y sus conocimientos de partida sobre el periodismo son útiles para el colectivo del profesorado universitario, ya que así, ajustarán la docencia a los intereses del alumnado y de la sociedad, proporcionando orientación a estos futuros profesionales. Los jóvenes, cuyos hábitos de consumo de información se analizan en este estudio, serán principales agentes del nuevo periodismo donde la premisa del contenido veraz sobre el que se sustentan la profesión como factor decisivo en las estructuras democráticas parece relegarse.

El estudio concluye que el 95% de estudiantes analizado utiliza para informarse de la actualidad sobre todo las Redes Sociales y los medios on line, la prensa escrita no es elegida ni tan siquiera por el 1% de los encuestados. Es la aplicación de whastspss la utilizada de manera abrumadora por los estudiantes, a pesar de reconocer de forma mayoritaria que les aporta poca credibilidad y falta de objetividad en el abordaje de los contenidos. La instantaneidad , la accesibilidad y los temas tratados en los nuevos soportes justifican su uso preferente frente a la veracidad de su contenido.Se plantea por tanto reflexionar sobre la necesidad de recuperar la atención sobre la credibilidad de los contenidos y entender que la tecnología, por sí misma, no puede erigirse en el mensajero.

Palabras clave: Periodismo, Comunicación, Jóvenes, Credibilidad, Universidad ,Redes

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL: UMA AMEAÇA À DEMOCRACIA E A LIBERDADE NO BRASIL?

Francieli Boito
(Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC)
Ana Paula Camargo
(Universidade Comunitária da Região de Chapecó)
Maria Paula Zanchet de Camargo
(Universidade Comunitária da Região de Chapecó)

Resumen: Em 1956 quando John McCarthy usou pela primeira vez o termo “inteligência artificial” mal sabia ele, à pro-

porção que tomara neste século. Historicamente comenta-se que os primeiros anos de IA foram de sucesso mesmo com os primitivos e arcaicos computadores. Atualmente, com a ascensão da Quarta Revolução Industrial, e todo avanço tecnológico proporcionado pela globalização a IA passou a ser utilizada para a captura de dados sigilosos de usuários, contrariando o direito à democracia, privacidade e a liberdade dos indivíduos. Nesse sentido, com o estudo pretende-se analisar a IA e se essa, é uma ameaça à democracia e a liberdade no Brasil. Metodologia: Utilizar-se-á o método dedutivo, abrangendo discussões teóricas, com abordagem qualitativa, e técnica de pesquisa bibliográfica usa-se como instrumento de pesquisa, a análise documental. Resultados e Discussões: A inteligência artificial tem sido uma aliada a várias áreas e tem proporcionado grandes mudanças gerando muitos benefícios principalmente à saúde, educação, indústria, trabalho etc. No entanto, alguns problemas podem ser gerados como: a perda de empregos; diminuição da responsabilidade humana, e principalmente, ser utilizada para fins indesejáveis, como a invasão de dados pessoais, sendo que com as redes sociais aumentou-se o acesso a informações tornando-as facilmente manipuláveis. Recentemente uma lei que ainda está em fase de aprovação, tramita nos órgãos governamentais no Brasil tendo como objetivo “ Estabelecer o uso da inteligência artificial no país”, em um tom tímido coloca o respeito à liberdade e a democracia, sem evidenciar maiores cuidados ou sanções quanto ao seu uso. O que evidencia a importância de um estudo mais aprofundado e mais debates sobre o tema, que ainda, caminha em passos lentos nesta sociedade.

Palavras-chave: Inteligência artificial. Liberdade. Democracia. Cuidado. Brasil

ECONOMÍA POLÍTICA DE LAS DATING APPS

Carlos Alberto García Méndez
(Universidad Nacional Autónoma de México)

Resumen: El presente trabajo es una investigación en proceso cuyo objeto de estudio es la industria de las aplicaciones de citas (Dating Apps o Online Dating Industry) analizada desde la aproximación teórico-metodológica de la Economía Política de la Comunicación.

En primer lugar, esta investigación genera una fotografía con gran angular acerca de la industria de las Dating Apps y su valor en un mercado que año tras año amplía sus alcances de audiencia. En un segundo momento, analiza los modelos de negocio con los que operan los principales competidores en la Online Dating Industry, los cuales pueden comprenderse en categorías básicas como freemium, premium, membresía, publicidad insertada, publicidad nativa, suscripción y micropagos (Dosdoce.com, 2014). Finalmente, se presenta una mirada crítica a esta industria y sus correlatos en términos interpersonales.

Los métodos utilizados son básicamente investigación documental, análisis de datos estadísticos e incursiones etnográficas (etnografía digital o netnografía). La interpretación de los hallazgos recurre al cruce de fuentes y variables correlaciona-

das.

Tan solo el mercado de las Dating Apps en Estados Unidos en septiembre de 2019 se elevó hasta alcanzar una audiencia aproximada de 27.5 millones de usuarios, lo que representa cerca del 8.5% de la población en dicho país. En cuestión del mercado global, se calcula que solamente Tinder (la aplicación líder en el sector) acapara cerca de 80 millones de usuarios (Gómez, Ortiz, 2019). ¿Cuál es el valor de esta industria que explota la promesa de venta de llenar los vacíos creados por Modernidad postindustrial?

En la fase actual del capitalismo podemos encontrar rasgos patológicos vinculados con el cansancio por la hiperproductividad de los trabajadores, caso específico el burn out o también el síndrome de túnel de carpiano; así mismo, diversas fuentes hablan de la soledad como epidemia global acentuada por la dinámica de la vida profesional y la aceleración de la vida cotidiana. En este contexto, la industria de la compañía o el amor, son una más de las promesas de venta de la sociedad hiper-capitalista. Las dating apps, un producto del mercado, llenan los vacíos emocionales creados por el capitalismo de nuestra época

DESAFÍOS DE LOS DERECHOS DIGITALES EN MÉXICO

Alma Rosa Alva De La Selva
(UNAM)

Resumen: Como parte de un proyecto de investigación más amplio, el trabajo se propone identificar, en el marco de los grandes procesos de reestructuración capitalista y del desarrollo incipiente en el país de la ciudadanía digital, los retos u obstáculos más relevantes para el ejercicio de los llamados “derechos digitales”.

Dicho objetivo es relevante en tanto a cinco años de la promulgación de la Reforma de Constitucional de Telecomunicaciones, que estableció un conjunto de nuevas prerrogativas relacionadas con los nuevos escenarios digitales, aun cuando éstas se encuentran garantizadas por el Estado para su uso efectivo, están aún lejos de concretarse en el país. La ponencia se centra en dos de ellas: el “derecho de integración a la Sociedad de la Información y el Conocimiento” y el “derecho de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet”, establecidos en el artículo 6º constitucional.

Dicho problema tiene impacto en el desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento en México, donde se presenta un rezago en términos de construir condiciones sociales más inclusivas, factor crucial para una auténtica participación en la nueva sociedad.

En cuanto a la metodología, se aplica el análisis histórico-estructural para el estudio de la problemática de los derechos digitales en México. Ampliamente utilizada en las cien-

cias sociales latinoamericanas, dicha estrategia metodológica parte de considerar la realidad social como una “totalidad relacional” que opera y se desenvuelve desde diversas “dimensiones” (económica, política, cultural, social, tecnológica, entre otras), así como niveles de análisis articulados en un mismo entramado histórico-social. Dicha metodología permite establecer categorías analíticas para la reconstrucción articulada de la complejidad social. Asimismo, tal propuesta metodológica permite vincular la visión histórica con el presente, con lo que se hace posible vislumbrar, e incluso anticipar el desenvolvimiento futuro de aquélla a partir del previo reconocimiento de estructuras globales.

En el trabajo se plantea como imperativo para avanzar en el tema y de la construcción de una Sociedad de la Información y el Conocimiento mayormente equitativa, el indispensable fortalecimiento de la ciudadanía digital en el país, en el contexto de un proceso de cambio traducido en acción transformadora y desde una perspectiva de inclusión social.

En paralelo a ello se plantea la necesidad impostergable de reformular la política digital actual, así como otras acciones tendientes a la materialización y el ejercicio efectivo de los derechos digitales.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y DERECHOS HUMANOS

Pilar Roca Núñez
Universidad Pablo de Olavide

Resumen: Este trabajo pretende analizar el campo de la inteligencia artificial desde el punto de vista de la ética y los derechos humanos. Concretamente, busca conocer cuáles son los dilemas éticos que se plantean con la evolución de esta tecnología y, en consecuencia, demostrar que existe la necesidad de elaborar un código deontológico que regule la actividad de la inteligencia artificial. Con el fin de alcanzar estos objetivos, se ha realizado un análisis de contenido durante los meses de junio, julio y agosto del año 2019. La muestra seleccionada se compone de cinco casos reales y recientes de proyectos que usan inteligencia artificial y que plantean dilemas éticos considerables. Dicha muestra cuenta con proyectos que usan diversas técnicas de inteligencia artificial, proceden de diferentes países o zonas geográficas y cuyas entidades responsables están financiadas de forma pública y privada. Como instrumento de medida, se ha empleado una ficha de elaboración propia que permite recabar los datos empíricos de la investigación. A partir de los resultados extraídos de la recopilación e interpretación de estos datos, se ha confirmado la hipótesis principal sobre la necesidad de elaborar un código ético común en torno a la inteligencia artificial. De la misma manera, se han obtenido conclusiones en relación a la concentración geográfica de los avances en inteligencia artificial y a la predominancia del sector privado sobre el público respecto a los proyectos que usan esta tecnología. También se ha confirmado la hipótesis sobre cómo afecta la inteligencia artificial a los derechos humanos. El derecho al trabajo y la protección contra el desempleo, la libertad y la privacidad de las personas, son los dere-

chos que más afectados se ven por la automatización. Por lo tanto, el hallazgo de proyectos que suponen un riesgo para la ética y los derechos humanos indica que las naciones deben trabajar conjuntamente para evitarlo.

Palabras clave: inteligencia artificial, ética, derechos humanos, código ético, tecnología.

.....

OTRAS FORMAS DE NARRAR LA CULTURA DESDE EL ESCENARIO DIGITAL: ANÁLISIS DE LOS LABORATORIOS DE CREACIÓN DE CONTENIDOS CULTURALES Y CONVERGENTES EN COLOMBIA

Carlos Andrés Mosquera Vargas

Resumen: Hoy, gracias a los avances en la conectividad y la tecnología, lo global está cada vez más inmerso en lo local. Internet, la banda ancha e internet móvil a través de teléfonos o tabletas han revolucionado las dinámicas cotidianas, especialmente entre los más jóvenes. La llegada de la web a lo local ha generado nuevos hábitos de vida y otras formas de relacionarnos. En consecuencia, las culturas locales se han ido transformando. ¿Cómo hacemos para equilibrar el sentido transformador de lo global en lo local? ¿Cómo la web permite preservar, rescatar, fortalecer y visibilizar la cultura local? Para responder a esto, es necesario reconocer las posibilidades que brinda la web, más allá del consumo o la participación en las redes sociales.

Esta ponencia parte del análisis de los «Laboratorios de creación de contenidos culturales y digitales-LCCCD» realizados por el Ministerio de Cultura de Colombia junto con universidades y organizaciones sociales en diferentes territorios del país que el autor de la ponencia tuvo la oportunidad de acompañar entre 2015 y 2018. No se trata de una reflexión para argumentar el trabajo que la institucionalidad nacional ha desarrollado desde la comunicación/cultura, sino de una metodología (de análisis, creación colectiva y circulación de contenidos culturales) que genera aprendizajes y amplía el debate sobre los puntos relacionales entre lo local y lo global, la convergencia, la ciudadanía activa, las posibilidades de narrar la cultura en la web, el reto de los comunicadores sociales, el trabajo colaborativo y el sentido incluyente de la comunicación social en la web.

Los LCCCD fueron realizados con comunidades indígenas, campesinas, afrodescendientes, mujeres y estudiantes de comunicación social y periodismo en diferentes territorios de Colombia. Se gestaron como espacios colaborativos donde actores comunicativos, culturales y educativos diseñaron, produjeron e hicieron circular contenidos convergentes desde otras miradas y otras formas de entender las manifestaciones culturales del país.

Los resultados de este proceso formativo y de producción giran en torno tres ejes centrales: 1. La posibilidad desde la

web de generar espacios de participación, la construcción de puentes para el reconocimiento de la diversidad, la diferencia cultural, y el diálogo intercultural. 2. La creación de relatos sobre el patrimonio y las manifestaciones culturales pueden servir como estrategia pedagógica desde el audio, el video, la fotografía, el texto y las aplicaciones digitales para conservar y difundir la cultura. 3. Las comunidades y los territorios tienen en la web la posibilidad/necesidad de pasar de ser consumidores a prosumidores culturales. ¿Qué retos tiene Colombia para ello?

Palabras clave: TIC, comunicación, cultura, memoria, colaboratividad, convergencia

.....

¿NUEVA ESFERA DIGITAL INTERACTIVA Y CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL GUSTO SOBRE FICCIÓN AUDIOVISUAL: DEMOCRATIZACIÓN REAL O SIMULACIÓN POSTDEMOCRÁTICA?

Miguel Álvarez Peralta
(UCLM)

Resumen: Uno de los puntos calientes de polémica en el ámbito de los estudios de la comunicación de masas es el efecto político-cultural introducido por las nuevas tecnologías interactivas de la comunicación, y especialmente por las redes sociales digitales que en este momento están a punto de cumplir su primera década de uso socialmente masivo a nivel global. En el seno de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, mientras las posiciones críticas tienden a señalar con acierto el impulso a la privatización y control centralizado de la esfera pública que estructuralmente suponen, así como de explotación de fuerza de trabajo no remunerada incorporada al ciclo de revalorización del capital bajo la forma del prosumidor, otras posiciones más optimistas ponen el foco en el potencial para la reapropiación de la palabra en el espacio público por parte de movimientos sociales de nuevo cuño y redes más o menos líquidas de activistas con alta cualificación técnica.

Como aporte a esta discusión en curso, la presenta investigación aborda un estudio de caso que conecta con una necesidad específica de las industrias culturales, y en concreto de una plataforma audiovisual OTT (Over The Top) en proceso de expansión y asentamiento global como es Netflix, que consiste en incidir en la recepción y crítica que reciben sus producciones para garantizar la rentabilización de estas y la apertura de nuevos mercados. El objetivo era dilucidar en qué medida la construcción de dicha recepción cultural en las redes sociales digitales interactivas (estudiando en concreto el caso de Twitter) está dominada por estrategias comerciales disfrazadas de espontánea expresión popular a través de dispositivos técnicos como bots automatizados que replican mensajes positivos.

El principal resultado es que, si bien existe evidencia que parece indicar que Netflix estaría empleando este tipo de estrategias falsificadoras de una auténtica democratización de la construcción social del gusto en ficción audiovisual, es impo-

sible confirmar con toda certeza este extremo con las herramientas tecnológicas a disposición de la comunidad investigadora si se efectúan con un grado de sofisticación elevado, pero al alcance de inversiones publicitarias modestas. En la discusión de resultados se plantean las alarmantes consecuencias que conlleva esta observación, en términos de la práctica imposible de evaluar el carácter democrático de dicha expresión popular digital a partir del análisis de su contenido, y por tanto la indecibilidad del carácter genuinamente espontáneo de la recepción social expresada en estas redes.

Esta comunicación se enmarca en el proyecto de investigación “Diversidad audiovisual y plataformas en línea: el caso Netflix (ref. CSO2017 -83539-R)” del Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Economía y Competitividad de España.

Palabras clave: economía política de la comunicación, twitter bots, Netflix, construcción social del gusto.

.....

LA OBRA DE TEATRO DE JOSÉ RICARDO MORALES: CÓMO EL PODER DE LAS NOTICIAS NOS DA NOTICIAS DEL PODER (1971). UNA REFLEXIÓN CRÍTICA SOBRE EL USO DE LOS DISPOSITIVOS DISCURSIVOS Y LAS FAKE NEWS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Juan Alfredo del Valle Rojas
(Universidad de Groningen)

Resumen: El siguiente trabajo ofrece una representación de las prácticas de los medios de comunicación en las que se construye una relación entrelazada entre los intereses privados y públicos y de distorsión de la realidad entregada por los periodistas representada en la obra de teatro *Cómo el poder de las noticias nos da noticias del poder* (1971) del dramaturgo y escritor chileno-español José Ricardo Morales (1915-2016), quien arribó a Chile en 1939 producto del exilio obligado durante la Guerra Civil Española. Morales co-fundó el Teatro Experimental y colaboró con la profesionalización del teatro en Chile (Iturra, 2004). Sus tópicos más recurrentes son: el abuso del poder, la irracionalidad del lenguaje, la tecnificación y el conflicto entre el ser humano moderno y los avances tecnológicos (Centro Dramático Nacional, 2014).

Este trabajo se enfoca en evidenciar cuáles dispositivos de distracción específicos que presentan las *fake news* en los medios de comunicación que se pueden trazar en la obra *Cómo el poder de las noticias nos da noticias del poder* de Morales. En este sentido, se analizará de manera crítica aquellos tópicos con el prisma de las recientes teorías sobre comunicación y medios, ofreciendo una problematización a fondo de cinco extractos de la obra. La capacidad de Morales de problematizar acerca de la manipulación de los medios de comunicación, específicamente en la televisión, contribuyó a la creación de una narrativa paralela de posibles futuros que desafían los cánones literarios nacionales y se anticipan a diversos tópicos relacionados con

la intervención mediática de los medios corporativos y los políticos en los años ‘60 y ‘70. Por ello, esta obra es relevante para la comprensión de los procesos de evolución e intervención de la manipulación mediática no solo en Chile sino también en el mundo. En consecuencia, los análisis destacarán la capacidad de Morales de predecir los problemas sociales, tales como la utilización de información falsa por los medios de comunicación, como en el caso del periódico chileno *El Mercurio* y su intervención y apoyo al gobierno militar, junto al acceso privilegiado a información clasificada del Estado que tuvo durante la dictadura cívico-militar en Chile en 1973.

Mi objetivo final será problematizar: (1) el enfoque crítico hacia los medios de comunicación de Morales, revelando su utilización del espacio cultural de distracción en los años ‘60, respecto al uso de la televisión como una herramienta política para distraer a la audiencia; (2) la crítica sobre el rol de la mujer en la televisión como un reflejo de los intereses de los medios corporativos sobre la publicidad, el cual produce ciertos dispositivos discursivos de distracción hacia el televidente para promover la imagen ideal de la mujer: una joven hermosa cuyo objetivo es convertirse en modelo.

Palabras clave: José Ricardo Morales; Cómo el poder de las noticias nos da noticias del poder; Teatro Moderno Español; manipulación mediática; dispositivos discursivos de distracción; fake news.

.....

A IMAGINABILIDADE DO ESPAÇO URBANO A PARTIR DA NARRATIVA LGBTQ+

Daniela Garrossini
(Universidade de Brasília)
Gabriel Lyra
(Universidade de Brasília)
Beatriz Nery
(Universidade de Brasília)

Resumen: Desde o ano de 2016, no contexto sociopolítico do Brasil, diversas formas de violência e opressão emergem, cada vez mais potentes, em nosso cotidiano. Essa violência é percebida na forma de estratégias políticas, entre estas o golpe de 2016, o Governo Federal ilegítimo de 2017 e os contextos eleitoral e pós-eleitoral de 2018 e 2019, que trouxeram discursos de ódio principalmente em relação aos grupos marginalizados das comunidades negra, LGBTQ+, indígena, feminista, entre outras. Neste trabalho, a narrativa LGBTQ+ é o ponto de partida irrequieto perante tal violência, buscando a potencialização e visibilização dessa realidade específica por meio da ação político-estética que a apropriação do espaço urbano possibilita. Essa narrativa, construída a partir de uma pesquisa de Trabalho de Conclusão de Curso na Universidade de Brasília, se apresenta como um conjunto de ações de participação ativa na construção, significação e ressignificação de territórios da cidade, ocasionando experiências que trazem a transformação desses imaginários. Essas ações se deram no Setor de Diversões Sul, na Universidade de Brasília, na Ponte Juscelino Kubitschek, pontos de convivência nas Asas Sul e Norte. Opta-se pela metodologia proposta pelos Imaginários Urbanos vinculados às

técnicas de composição urbana como processo de reflexão e resistência, trazendo a narrativa em representações gráficas e textuais. Esse trabalho busca impactar os imaginários acerca da vivência LGBT nesses territórios e provocar ressignificações acerca desse grupo social.

Palavras-chave: Composição urbana; LGBTQ+; Brasília; Imaginários Urbanos

.....

RELATOS SOBRE LA TELEVISIÓN. PROBLEMAS PARA NOMBRAR UNA NUEVA TECNOLOGÍA

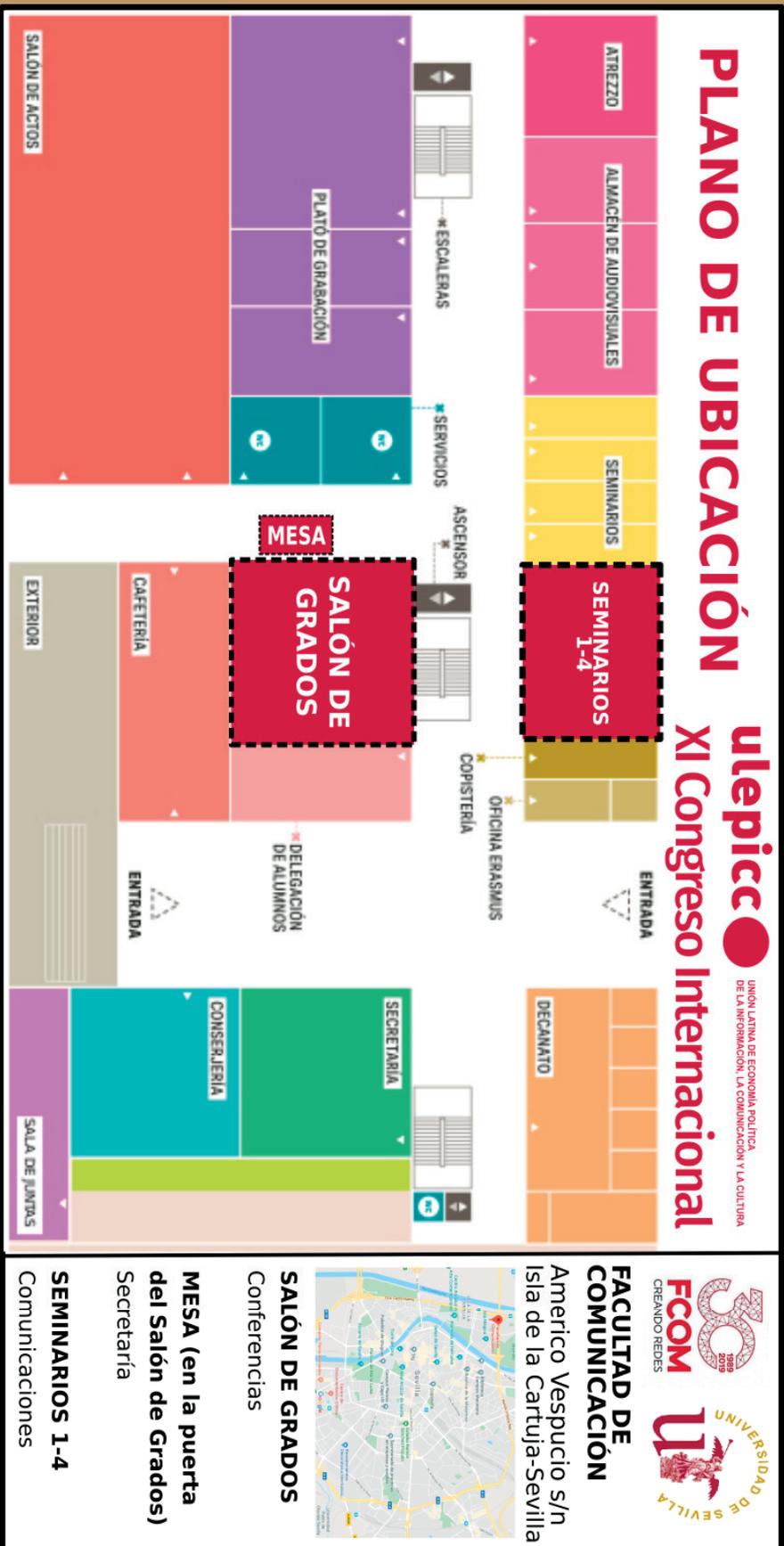
Francisco Hernández Lomeli
(Universidad de Guadalajara)

Resumen: El objetivo de este artículo es un análisis de notas periodísticas aparecidas entre 1924 y 1935 en el diario jalisciense *El Informador* y el semanario *Revista de Revistas*, medios impresos que mostraron un interés por la popularización de la televisión desde mediados de los años 20 del siglo pasado. El criterio de selección del material fue doble. Por un lado *temático*, es decir que las notas periodísticas fueron aquellas relacionadas con la cobertura del surgimiento de la televisión en el mundo. Por otro lado fue *cronológico*; ya que no hay notas publicadas antes de 1924. Y 1935 se estableció como límite porque en ese año se inauguró en México un sistema experimental de televisión. A partir de este año la prensa contó ya con un referente concreto cuando se hablaba de televisión y no era especulativo. Se pretende mostrar los intentos por darle nombre a esa tecnología, o planteado en palabras de Varela (2005) se trata de mostrar “los problemas de nominación del aparato” (p. 23). También es de interés ver cómo se percibía ese invento en las notas periodísticas. Además, es objeto de análisis los usos imaginados que se atribuían al futuro medio de comunicación.

EJE 5

PROGRAMA COMUNICACIONES

MAPA DE UBICACIONES



PROGRAMA COMUNICACIONES

DESGLOSE

EJE 1: Epistemología y teoría de la economía política de la comunicación y la cultura

Los intensos debates en los campos de la comunicación y la cultura en torno al estatus científico, las formas de producción de conocimiento y los esfuerzos internacionales de estandarización del mismo, por ejemplo a través de su indización, nos emplazan no sólo a abordar estas preocupaciones, sino también para tomar una posición crítica al respecto. Lo anterior implica, al menos, dos desafíos: por una parte, formar parte activa de las agendas y esfuerzos de disciplinarización presentes en ambos campos, en los cuales se disputa el saber-poder cada vez con más insistencia desde una racionalidad instrumental y funcional; y, por otra parte, discutir los principales modelos teóricos y saberes que permiten instalar a la economía política de la comunicación y la cultura como un campo epistémico propio. Interesa abordar en este espacio las diferentes problemáticas, preguntas y marcos de referencia que caracterizan a la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, en tanto campo de producción de conocimiento y saberes de una comunidad académica y científica como lo es ULEPICC, frente a otras comunidades.

EJE 2: Políticas de comunicación y cultura

Los desafíos generados por la hegemonía y altos niveles de concentración de los medios de comunicación y las industrias culturales, exigen romper las racionalidades privatizadoras, recuperar el protagonismo público-estatal y garantizar el acceso y uso de la información y el conocimiento como bienes comunes. En este sentido, la sección orienta su trabajo hacia las diferentes formas de regulación institucionalizada de la comunicación y la cultura. Incluye la discusión y análisis de leyes de medios, garantías constitucionales de la libertad de expresión, condiciones de la comunicación durante estados de excepción y políticas públicas y privadas en general que pretenden regular los derechos a la comunicación y las industrias culturales, incluyendo sectores y áreas afines como las artes y actividades culturales en general.

EJE 3: Comunicación, ciudadanía y democracia

Los crecientes procesos de crítica, movilización social y resistencia ante la globalización del poder que pretende mantener el statu quo en todos sus niveles, hace necesario abordar las diferentes propuestas que garantizan sobre derechos de la comunicación vinculadas especialmente a movimientos sociales y ciudadanos cuyo objetivo es lograr nuevos niveles y formas de democratización de la comunicación. Es una forma de politicidad diferente de la comunicación, porque emerge desde la ciudadanía, forma parte de los derechos que se hacen “desde la calle” y, desde una lectura crítica, representan formas de acceso y autogestión en tanto que alternativas para una ciudadanía mediática integral. En esta sección, se abordan los estudios y problemas relativos a medios comunitarios, formas de activismo y apropiación social de los medios en tanto que alternativas transformadoras de la comunicación como dominio.

EJE 4: Estructura de la comunicación

La globalización, la racionalidad tecnológica y la promesa constante en un rol inclusivo y de equidad de las tecnologías se aborda en esta sección críticamente. La presencia de las Nuevas Tecnologías como dispositivos que permiten, por una parte, facilitar el acceso y generar cambio social y, por otra parte, ejercer el control y el poder a niveles globales, con alcances geopolíticos y biopolíticos constituyen un campo de estudios central para la EPC en la medida que altera los procesos de producción y reproducción social. ULEPICC aborda en esta sección, en consecuencia, todas las cuestiones relativas a la revolución digital sea en las industrias culturales, en la organización del Estado o en sectores estratégicos como la educación, la cultura o la vida cotidiana.

EJE 5: Nuevas tecnologías de la información, la comunicación y el conocimiento

Los procesos de intensiva y extensiva concentración de la propiedad y los contenidos de los medios de comunicación y de las industrias culturales nos demandan análisis, debates y propuestas, especialmente considerando el contexto del capitalismo expresado en los modelos neoliberal y posneoliberal, y los desafíos del pluralismo, la pluralidad y el libre acceso a la información (frente al libre flujo de las mercancías). La Sección de Estructura de la Comunicación analiza a nivel nacional e internacional las formas de concentración, flujos y lógicas sociales de la mediación, desde un punto de vista sincrónico, así como en su evolución histórica, considerando las formas de organización y producción de las industrias culturales y los sistemas locales, nacionales e internacionales de información y comunicación, ya sea a nivel sectorial o globalmente.

PROGRAMA COMUNICACIONES

LUNES 18 DE NOVIEMBRE

	1ª sesión (16:00-18:00)	2ª sesión (18:30-20:30)	COORDINADORES
EJE 1 SEMINARIO 1 (SESIÓN ÚNICA 16:00-19:00)	<ul style="list-style-type: none"> → Mapeamento de conocimiento crítico de la red de programas de investigación traslacionales de la Fundación Fiocruz → Imágenes del ciberactivismo como dispositivo de contrainformación → Mitos que sostienen el capitalismo en la Era Digital → Sobre o conceito de trabalho: uma leitura dos Grundrisse de Marx → Neoliberalismo e institucionalización académica en el campo de la Comunicación → Vías para construir una Investigación Crítica a partir de ocho textos fundamentales 		FERNANDO QUIRÓS MARCOS DANTAS
EJE 2 SALÓN DE GRADOS	<ul style="list-style-type: none"> → Bolivia o el Estado del olvido: discursos sobre la violencia de la dictadura militar → Políticas de Comunicação, Leis de Mídia e Diversidade Étnico-racial → Políticas de Convergencia en Colombia → Políticas de Comunicación y Memoria en Ecuador → Políticas de Memoria en Argentina 2003-2019 → La memoria, una contienda por el campo político en Colombia 	<ul style="list-style-type: none"> → Mitos y realidades de México Conectado → Bakhtin e Brecht no Dirceu → How Foreign Media Fix Nigerian Elections through Digital Media Manipulation of Political Communication → Un acercamiento a la neuropolítica. El papel de las emociones en la política española → Integração Audiovisual no Mercosul → Las ofertas políticas de las candidatas a gobernador en México → La inversión publicitaria de la administración local española a partir del análisis de los principales → anunciantes 	SUSANA SEL ANA ISABEL SEGOVIA
EJE 3 SEMINARIO 2	<ul style="list-style-type: none"> → Prensa alternativa en España. Estudio de caso de El Salto → La relación longitudinal de la participación política online y offline en el contexto de una campaña presidencial → A permanência do jornal sindical impresso: entre a superação do papel e a convergência midiática → Acciones desde los medios para la promoción de valores en la sociedad cubana → El uso estratégico de las nuevas tecnologías de la información y comunicación del movimiento social indígena MA OGM → Diarios de cautiverio: la escritura durante el secuestro → Representaciones de los migrantes: Las regulaciones desde la prensa → Observatorio de medios digitales para la evaluación de la Ética y Derechos Humanos en el Estado de Chihuahua 	<ul style="list-style-type: none"> → La obra de teatro de J. R. Morales: Cómo el poder de las noticias nos da noticias del poder → Videoactivism and youth political participation, the case of #YoSoy132 → Feminizing technopolitics. Leaderless movements in Southern Europe → Del #Estamosshastalamadre hasta #FueelEstado. Movimientos sociales, redes sociales y democratización → Redes, precarización y jóvenes → El Falso Documental como género de subversión política: Oportunidades y amenazas → Democracia cognitiva y derecho a la lectura: una crítica de la sociedad de la información → Medios de comunicación, democracia y reintegración: diálogos con excombatientes de las FARC-EP → Una aproximación teórica a la tecnopolítica. Del 15M al movimiento feminista 	JOSÉ CANDÓN DAVID MONTERO

PROGRAMA COMUNICACIONES

LUNES 18 DE NOVIEMBRE

EJE 4 SEMINARIO 3	<ul style="list-style-type: none"> → Programação como pilar da comunicação pública nas TVs Legislativas: caso da TV Câmara dos Deputados → Diversidad y asturianía. Análisis de la gestión de TPA en la era Virgili → Modelos productivos del audiovisual en Castilla y León: Un estudio exploratorio de las formas de organización y producción del tejido empresarial regional → La reconfiguración del campo editorial en México 	<ul style="list-style-type: none"> → El ejercicio del periodismo en Cuba en los años 1990: la crisis, la introducción de la tecnología y los inicios de la prensa independiente → Accesibilidad a la televisión lineal y bajo demanda: estudio del caso de Canal Sur → Mediaset y Atresmedia: el duopolio televisivo frente a Netflix 	JUAN C. MIGUEL DE BUSTOS FRANCESCO MANIGLIO
EJE 5 SEMINARIO 4	<ul style="list-style-type: none"> → Democracia digital e Governo Eletrônico: a perspectiva de jovens brasileiro → Activismo de datos para la igualdad → Hacia una R-Evolución Educativa Digital: el Derecho a la Educación y las implicaciones de la Brecha Digital en la Sociedad Red → Síntomas, Potencialidades y Traumas en la comunicación política a través de las redes sociales → Economía Política de las Dating Apps 	<ul style="list-style-type: none"> → Uso de nuevas tecnologías auxiliando en la identificación de individuos con altas habilidades y superdotación → The road to data sovereignty: Barcelona's free software experience → Inteligência artificial: uma ameaça à democracia e a liberdade no Brasil? → Inteligencia artificial y derechos humanos → Relatos sobre la televisión. Problemas para nombrar una nueva tecnología → La publicidad institucional en el ámbito autonómico: análisis comparativo del marco legal y evaluación de los niveles de transparencia 	LUCÍA BENÍTEZ JESÚS SABARIEGO

PLANO DE UBICACIÓN

XI Congreso Internacional

FACULTAD DE COMUNICACIÓN
Americo Vespucio s/n
Isla de la Cartuja-Sevilla

SALÓN DE GRADOS
Conferencias

MESA (en la puerta del Salón de Grados)
Secretaría

SEMINARIOS 1-4
Comunicaciones

PROGRAMA COMUNICACIONES

LUNES 18 DE NOVIEMBRE

	1ª sesión (16:00-18:00)	2ª sesión (18:30-20:30)	COORDINADORES
EJE 2 SALÓN DE GRADOS	<ul style="list-style-type: none"> → Comunicação Política e Eleições no Brasil: Análise das postagens dos candidatos → Análisis de los documentales Get me Roger Stone y The Brink que retratan a los asesores de Trump Políticas de Comunicación y Memoria en Ecuador → Los Think tanks en España: análisis comparativo de su presencia mediática en periodos electorales y no electorales → Derechos fundamentales y control de la desinformación: soluciones y nuevos problemas → Ayudas públicas a los medios de comunicación en las comunidades autónomas españolas (2018- 2019): de la política lingüística al fomento de la lectura → Crisis del Pluralismo informativo en Chile y Wallmapu 	<ul style="list-style-type: none"> → El Estado como agente golpista: El cine político como cronista de la intervención norteamericana en América Latina → Políticas de la Generalitat de Cataluña en materia de publicidad institucional: regulación e impacto sobre las empresas de medios (2007-2018) → Políticas para la ciudadanía de los medios públicos y democracia de calidad → Aproximación a las políticas de publicidad institucional de la Administración Central del Estado (2008-2018) → La transnacionalización y la digitalización de los grupos europeos en el mercado global de la comunicación 	SUSANA SEL ANA ISABEL SEGOVIA
EJE 3 SEMINARIO 2	<ul style="list-style-type: none"> → Periodismo-rock y contracultura: Lester Bangs → Análisis del discurso de los videoclips del movimiento feminista → El indio Daquilema y su discurso antiimperialista → Resistencia discursiva contra la lucha feminista en la era de la comunicación posmasiva: caso Yucatán, México → Ni michismi ni fiminismi, la influencia de los memes y la remezcla en el discurso contrahegemónico de los feminismos en el 8M → Notas de resistencia de Elza Soares: producciones de raza y género en tiempos de golpe y revés en Brasil → Black women in Portugal and the new places of speech → Las movilizaciones juveniles en México en el escenario posterior al #YoSoy132: el activismo entre los jóvenes mexicanos en torno al #FridayForFuture 	<ul style="list-style-type: none"> → Tendencias de los medios de comunicación comunitaria para la paz en zonas vulneradas por el conflicto armado en Colombia → La parte social de la radio en México: contexto de la democracia mediática → Procesos de apropiación comunicativa en radios comunitarias por parte de mujeres afrodescendientes e indígenas → Comunicación y transformación social. ¿Cómo es el discurso de las pequeñas ONGD en los espacios digitales? → Hacia las claves de un modelo sostenible de televisión comunitaria en España → De víctimas a expertas: estrategias de ciencia ciudadana para la identificación de personas desaparecidas en México → Racismo institucional e inmigración: Reacción de los ciudadanos estadounidenses hacia los discursos de Trump sobre inmigrantes mexicanos → El Ateneo de Málaga, una institución ciudadana de raíz ilustrada, en los tiempos del #metoo → A imaginabilidade do espaço urbano a partir da narrativa LGBTQ+ 	JOSÉ CANDÓN DAVID MONTERO

PROGRAMA COMUNICACIONES

LUNES 18 DE NOVIEMBRE

EJE 4 SEMINARIO 3	<ul style="list-style-type: none"> → Mercado de Mídia e Qualidade da Democracia: evidências de barreiras ao media opening → Una nueva forma de control mediático: el reparto de los fondos de la publicidad institucional → El Instituto Federal de Telecomunicaciones y Grupo Televisa: entre el deber y poder → Sports rivalries and journalistic narratives in Santa Catarina (Brazil): media ownership, boosterism and reflections of political power on football 	<ul style="list-style-type: none"> → Apropiación ideológica del feminismo desde el neoliberalismo: estructura de la información y discurso en Freeda → Industrias culturales y cambio climático. La destrucción del planeta en nuestras pantallas → Escasa presencia de concesiones de uso social indígena en el espectro radioeléctrico de México, un país multicultural 	JUAN C. MIGUEL DE BUSTOS FRANCESCO MANIGLIO
EJE 5 SEMINARIO 4	<ul style="list-style-type: none"> → I+D+i en TIC y la contradicción con la práctica de la obsolescencia programada → Invasão ou ocupação? Controvérsias sociotécnicas sobre a função social da propriedade fundiária no Brasil → Derechas, redes sociales y red de poder en América Latina → Habitar las tecnologías: conocimiento y proximidad en los activismos contra las violencias de género en el contexto mexicano → La credibilidad periodística sacrificada por la población juvenil frente a la inmediatez de los nuevos soportes informativos en las redes → Desafíos de los derechos digitales en México 	<ul style="list-style-type: none"> → Los eSports como producto comercial dirigido a una comunidad digital consumidora: El caso Overwatch League en la plataforma Twitch → El arte de las redes. Manifiestos y vanguardias de la “revolución digital” → Influencers y redes de “ciberactivismo político” eurósceptico → Otras formas de narrar la cultura desde el escenario digital: análisis de los Laboratorios de creación de contenidos culturales y convergentes en Colombia 	LUCÍA BENÍTEZ JESÚS SABARIEGO

PLANO DE UBICACIÓN



UNIÓN LATINA DE ECONOMÍA POLÍTICA DE LA INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

XI Congreso Internacional




FACULTAD DE COMUNICACIÓN
Americo Vespucio s/n
Isla de la Cartuja-Sevilla





SALÓN DE GRADOS
Conferencias

MESA (en la puerta del Salón de Grados)
Secretaría

SEMINARIOS 1-4
Comunicaciones

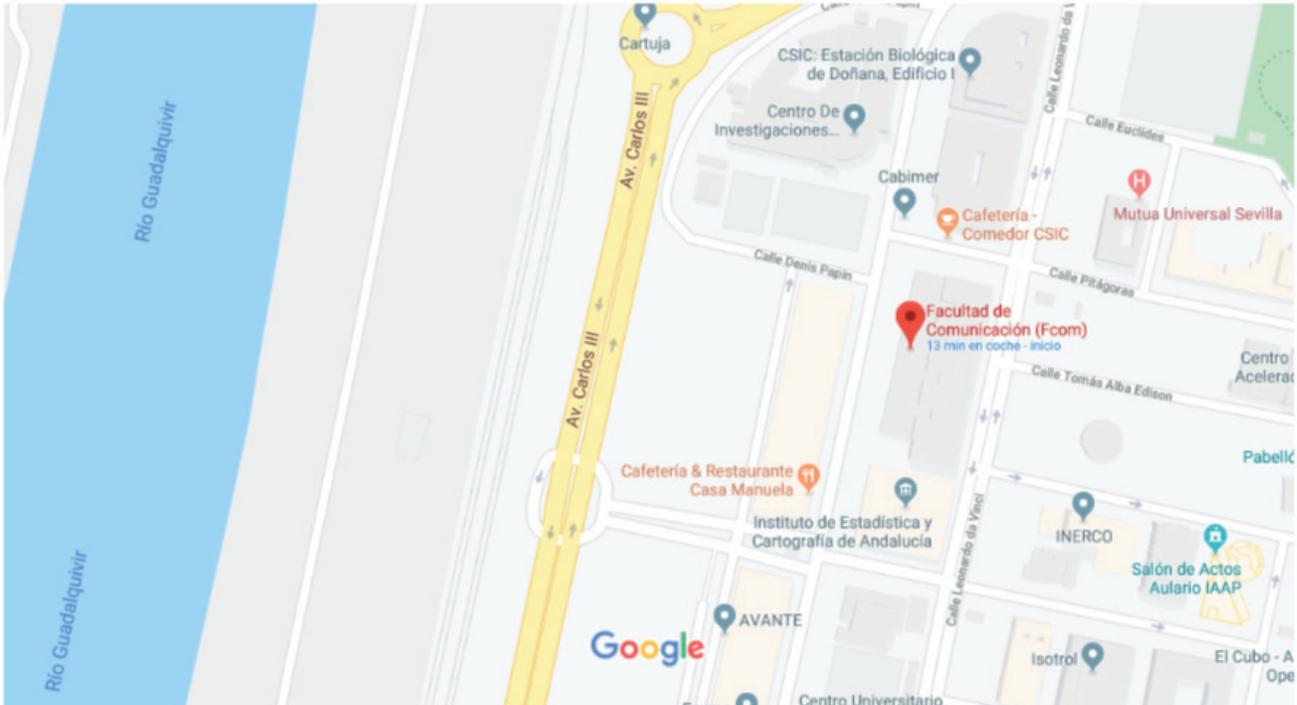
PROGRAMA COMUNICACIONES
MAPA DE UBICACIONES



PROGRAMA COMUNICACIONES

MAPA DE UBICACIONES

Google Maps Facultad de Comunicación (Fcom)



Datos del mapa ©2019 Google, Inst. Geogr. Nacional 50 m

Google Maps Facultad de Comunicación (Fcom)

Líneas de bus C1 y C2 dejan en la puerta de la facultad (cada siete minutos) desde diversos puntos de la ciudad



Datos del mapa ©2019 Google, Inst. Geogr. Nacional 200 m

ÍNDICE ALFABÉTICO DE AUTORES

EJE 1

ÁNGEL CARRASCO-CAMPOS
MARCOS DANTAS
ELAINE LUCIA DA SILVA
RODRIGO DUARTE GUEDES
MONIQUE FIGUEIRA
GLORIA GÓMEZ DIAGO
LUANA MENEGUELLI BONONE
JOAN PEDRO-CARAÑANA
ENRIC SAPERAS
VÍCTOR SILVA ECHETO
TIAGO TADEU OLIVEIRA

EJE 2

GUADALUPE AGUADO GUADALUPE
PABLO ARREDONDO RAMÍREZ
QUIQUE BADIA MASONI
JOSÉ JOAQUÍN BLASCO GIL
LUIS DANIEL BOTERO ARANGO
ALINE CAMARGO
NEREIDA CEA
AIDA MARÍA DE VICENTE
MERCÈ DíEZ
MARC ESPÍN
ISABEL FERNÁNDEZ ALONSO
LUIS FERNANDO SÁNCHEZ
DIEGO GARCIA RAMIREZ
JACQUELINE LIMA DOURADO
ROBERT MADU
RAÚL MAGALLÓN
ANTONIO FRANCISCO MAGNONI
CLAUDIO MALDONADO RIVERA
AIDA MARTORI
PAULO VICTOR MELO
JOSEPHAT OKOYE
PATRICIA ORTEGA RAMÍREZ
DÉBORA PÉREZ SERNA
DANIEL ALEJANDRO RAMÍREZ LÓPEZ
ISABEL RAMOS
SARA REBOLLO BUENO
MARINA ROSSATO FERNANDES
RAQUEL SEIJAS
SUSANA SEL
CARLOS SERRANO

ALBERTO TÍSCAR GIL
WERNER VÁSQUEZ
ANTONIO VILLANUEVA MARTÍN

EJE 3

FRANCISCO DE JESÚS ACEVES GONZÁLEZ
TANIA ACOSTA MÁRQUEZ
SUSANA ALÉS ÁLVAREZ-MANCINAS CHÁVEZ
SANDRA ARENCÓN
EVARISTO BARRERA ALGARÍN
JULIO BRAVO MANCERO
VIRGINIA CRISTINA CARRILLO RODRÍGUEZ
ANA CEPEDA JARAMILLO
AIXCHEL CORDERO-HIDALGO
PAZ ANDREA CRISÓSTOMO FLORES
JACONILSON DE ARAUJO VIEIRA
SÓNIA DE SÁ
CARLOS DEL VALLE
JUAN ALFREDO DEL VALLE ROJAS
JUAN CARLOS FERNÁNDEZ SERRATO
JORGE ALAN FLORES FLORES
EMELINA GALARZA
DANIELA GARROSSINI
JUAN CARLOS GÓMEZ JUSTO
PABLO FELIPE GÓMEZ MONTAÑEZ
FIDEL GONZÁLEZ QUIÑONES
PAULA GUERRA
MACARENA HERNÁNDEZ CONDE
ANA MARÍA JORGE ALONSO
PAOLA CONSUELO LADINO MARÍN
CARLOS LARREA NARANJO
GABRIEL LYRA
VICTORIA MARTÍN ECHEVERRÍA
JOSÉ FRANCISCO MARTÍNEZ VELASCO
CLARA VICTORIA MEZA MAYA
LUCIANA MIRANDA COSTA
CARLOS MUÑIZ
BEATRIZ NERY
RAUL ANTHONY OLMEDO NERI
CARLA PANICO
HENRY ALFREDO PÉREZ MORA
MARICELA PORTILLO
LETICIA QUINTANA PUJALTE
JAIRO QUINTERO MARTÍNEZ
FREDY LEONARDO REYES ALBARRACÍN
PATRICIA ROCHA LUSTOSA

ÍNDICE ALFABÉTICO DE AUTORES

JOÃO PAULO RODRIGO HERMES DA SILVA
ALEJANDRA RODRÍGUEZ-ESTRADA
JULIO RODRÍGUEZ GARCÍA
MIGUEL RODRÍGUEZ GUERRERO
GLORIA ROSIQUE CEDILLO
JESÚS SABARIEGO
HILDA SALADRIGAS MEDINA
JOAQUINA SAMANIEGO ESPINOSA
SALOMÉ SOLA-MORALES
MAYRA TIGLLÁN PILATAXI
MA CRUZ TORNAY MÁRQUEZ
JOSÉ-LUIS VALHONDO-CREGO
SAMUEL VEGA DURÁN
ARMANDO VILLANUEVA LEDEZMA

EJE 4

AZAHARA CAÑEDO RAMOS
MA DE LA PEÑA MÓNICA PÉREZ ALAEJOS
MARÍA JOSÉ GARCÍA-ORTA
VICTORIA GARCÍA-PRIETO
JUAN CARLOS GIL GONZÁLEZ
MARINA HERNÁNDEZ PRIETO
LAURA MANZANO-ZAMBRUNO
JULIANO MENDONÇA DOMINGUES-DA-SILVA
JERÓNIMO REPOLL
LORENA ROMERO DOMINGUEZ
LAURA ROQUE VALERO
BIANCA SÁNCHEZ-GUTIÉRREZ
MATHEUS SIMÕES MELLO
LORENA TREVIÑO PELÁEZ
SANDRA VÁZQUEZ SALAZAR
MARIA CAROLINA VIEIRA
MARIO ZARAGOZA RAMÍREZ

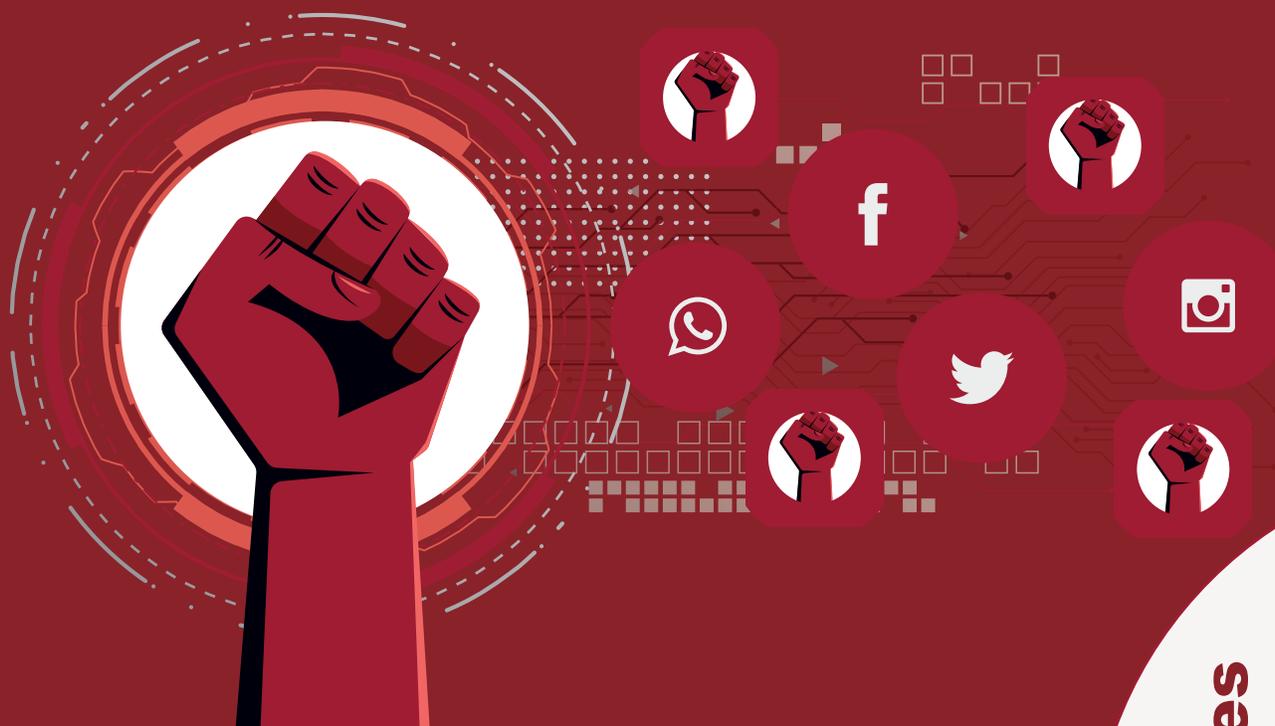
EJE 5

ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA
MIGUEL ÁLVAREZ PERALTA
ALEJANDRA ARAIZA DÍAZ
LUCÍA BENÍTEZ EYZAGUIRRE
FRANCIELI BOITO
ALINE CAMARGO
ANA PAULA CAMARGO
YAIR CYBELL

ÁNGELES DIEZ RODRÍGUEZ
JOSE WALTER FARIAS
MONIQUE FIGUEIRA
ANTONIO FRANCISCO
BELÉN GALLETERO CAMPOS
CARLOS ALBERTO GARCÍA MÉNDEZ
FRANCISCO HERNÁNDEZ LOMELI
JONNHY LARA DELGADO
CLARA EUGENIA MARCOS GÓMEZ
BEATRIZ MARÍN GARCÍA
CARLOS ANDRÉS MOSQUERA VARGAS
DARDO NEUBAUER
ALEJANDRO REYES GARCÍA
PILAR ROCA NÚÑEZ
ISABEL RODRÍGUEZ LÓPEZ
SILVINA ROMANO
PAZ SASTRE DOMÍNGUEZ
ARANTXA TIRADO
TALES TOMAZ
MARIA PAULA ZANCHET DE CAMARGO

CIBERACTIVISMO, LIBERTAD Y DERECHOS HUMANOS

Retos de la democracia informativa



Resúmenes

XI Congreso Internacional ULEPICC

Unión Latina de la Economía Política de la Información, la
Comunicación y la Cultura



ulepicc

UNIÓN LATINA DE ECONOMÍA POLÍTICA
DE LA INFORMACIÓN, LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA