



ulepicc .ES

VII Congreso ULEPICC-España
Segovia, 11 y 12 de febrero de 2021

**LA INVESTIGACIÓN
CRÍTICA, HOY.
GRUPOS, PROYECTOS
E INICIATIVAS**

LIBRO DE RESÚMENES

VII Congreso Nacional ULEPICC-España
La investigación crítica, hoy.
Grupos, proyectos e iniciativas
Segovia, 11 y 12 de febrero de 2021



Universidad de Valladolid



Universidad de Valladolid

ulepicc .ES

Unión Latina de Economía Política de
la Información, la Comunicación y la Cultura
- Sección España -

VII CONGRESO ULEPICC-ESPAÑA
La investigación crítica, hoy. Grupos, proyectos e iniciativas
Segovia, 11 y 12 de febrero de 2021

Libro de resúmenes:

VII Congreso ULEPICC-España.

La investigación crítica, hoy. Grupos, proyectos e iniciativas

Celebrado en el Campus María Zambrano (Segovia) de la Universidad de Valladolid

Editado por Ángel Carrasco-Campos y Ana I. Segovia Alonso

Maquetación: Noelia Santamaría-Cárdaba

ISBN: 978-84-09-05474-9



ulepicc.es

VII Congreso ULEPICC-España
Segovia, 11 y 12 de febrero de 2021

**LA INVESTIGACIÓN
CRÍTICA, HOY.
GRUPOS, PROYECTOS
E INICIATIVAS**

organizan:



ulepicc.es Unión Latina de Economía Política de
la Información, la Comunicación y la Cultura
- Sección España -

colaboran:



COMITÉ CIENTÍFICO Y JUNTA DIRECTIVA DE ULEPICC-ESPAÑA

- Ana I. Segovia Alonso (Coordinadora del Comité) (Universidad Complutense de Madrid y Presidenta de Ulepicc-España)
- Ángel Carrasco-Campos (Coordinador del Congreso) (Universidad de Valladolid y Tesorero de ULEPICC-España)
- Juan Ramos Martín (Pontificia Universidad Javierana y Secretario Académico de ULEPICC-España)
- Javier Marzal Felici (Universitat Jaume I y Vocal de ULEPICC-España)
- Lucía Benítez Eyzaguirre (Universidad de Cádiz y Vocal de ULEPICC-España))
- Miguel Álvarez Peralta (Universidad de Castilla-La Mancha y Vocal de ULEPICC-España)
- Joan Pedro-Carañana (Universidad Complutense de Madrid y Vocal de ULEPICC-España)

COMITÉ ORGANIZADOR

- Coordinación General del Congreso: Ángel Carrasco Campos (Universidad de Valladolid)
- Coordinación institucional: Agustín García Matilla (Universidad de Valladolid)
- Inscripción y secretaría técnica: Azahara Cañedo (Universidad de Castilla-La Mancha)
- Asesoría técnica: Miguel Vicente Mariño (Universidad de Valladolid)
- Mantenimiento web: Miguel Álvarez Peralta (Universidad de Castilla-La Mancha) y Marina Hernández Prieto (Universidad de Salamanca)
- Diseño: Susana de Andrés del Campo (universidad de Valladolid) y Rocío Collado Alonso (Universidad de Valladolid)
- Maquetación y revisión a la edición: Noelia Santamaría-Cárdaba y Ángel Carrasco-Campos (Universidad de Valladolid)
- Coordinación protocolaria: Javier Sánchez Galán (Universidad de Valladolid), Rebeca Martínez Fernández (Universidad Rey Juan Carlos), Winston Guillermo López Zúñiga (Universidad de Valladolid), David Pérez López (Universidad de Valladolid)

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	- 7 -
Sobre ULEPICC y ULEPICC-España.....	- 9 -
La Carta de Buenos Aires (2001).....	- 10 -
ULEPICC-España: cómo asociarse	- 12 -
PROGRAMA.....	- 13 -
APERTURA DEL VII CONGRESO DE ULEPICC-ESPAÑA.....	- 17 -
SESIÓN 1. GRUPOS DE INVESTIGACIÓN (I).....	- 19 -
SESIÓN 2. GRUPOS DE INVESTIGACIÓN (II).....	- 25 -
SESIÓN 3. REVISTAS ACADÉMICAS	- 29 -
SESIÓN 4. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (I).....	- 33 -
SESIÓN 5. PROYECTOS DE DOCTORADO	- 37 -
SESIÓN 6. INICIATIVAS DE EDUCACIÓN	- 41 -
SESIÓN 7. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (II).....	- 47 -
NOVEDADES EDITORIALES.....	- 51 -
CALL FOR PAPERS – Número especial sobre Economía Política de la Comunicación y la Cultura (hasta el 31 de julio de 2021)	- 55 -
CALL FOR PAPERS: XII Congreso Internacional ULEPICC (Ciudad de México, 11, 12 y 13 de octubre)	- 57 -

PRESENTACIÓN

La sección española de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-España) celebra en su VII Congreso Nacional en la ciudad de Segovia durante los días 11 y 12 de febrero de 2021, tomando como sede el recientemente estrenado Campus Público María Zambrano (Segovia) de la Universidad de Valladolid.

Con el título de "La investigación crítica, hoy: grupos proyectos e iniciativas" presentamos este congreso como un espacio de diálogo y debate entre investigadores/as y grupos de investigación que desarrollan, desde una perspectiva crítica, transformadora y emancipadora, líneas de trabajo, proyectos e iniciativas de investigación, educación e intervención social en el marco general de la economía política de la información, la comunicación y la cultura.

Esta modalidad de congreso, convenida dentro de las circunstancias de la pandemia global de la COVID-19, se aleja de los formatos tradicionales, como espacios para presentar trabajos de investigación, y se proyecta como un foro para el encuentro entre miembros de ULEPICC e investigadores, colectivos y grupos que trabajan desde perspectivas e intereses afines, en el que puedan dar a conocer y poner en común sus líneas, proyectos e iniciativas.

La Academia atraviesa una situación en la que, superada por la premura en muchos casos, y sin recursos humanos ni materiales en otros, corre el riesgo de verse sumida en la urgencia de un día a día de permanente y apresurada adaptación en sus prácticas docentes e investigadoras. Por ello, consideramos que este tipo de eventos deben servir, ahora más que nunca, para impulsar y tejer redes y espacios de colaboración. Más, si cabe, cuando las consecuencias académicas de la emergencia de la pandemia global suceden en el marco general de una acelerada adopción de estándares, propios del neoliberalismo, de competencia individual entre investigadores, grupos de investigación y universidades.

Deseamos, así, que con este VII Congreso de ULEPICC-España podamos identificar intereses y proyectos comunes para visibilizar líneas de trabajo consolidadas, e impulsar otras emergentes, en el marco general de la investigación crítica y la economía política de la comunicación y la cultura.

La organización de este VII Congreso ULEPICC-España es fruto del esfuerzo colectivo de los Comités que lo han impulsado, de las entidades que lo han apoyado, y también de socios/as de ULEPICC y de tantos participantes que han refrendado la iniciativa con su interés en formar parte de este evento. Todo ello con la motivación de encontrarnos y reunirnos, en las circunstancias y modalidades que fueran posibles. Por todo ello, gracias a todas las personas, instituciones, y grupos que habéis participado en este congreso, haciéndolo posible.

Ana I. Segovia Alonso
Presidenta de ULEPICC-España

Ángel Carrasco Campos
Coordinador del VII Congreso ULEPICC-España

Sobre ULEPICC y ULEPICC-España

ULEPICC es una asociación científica internacional de pensamiento crítico creada en el año 2002. Según los principios recogidos en la Carta de Buenos Aires (2001), su objetivo principal es abordar las transformaciones de las industrias culturales y las formas de poder, acceso y control de la información, la cultura y el conocimiento. ULEPICC congrega socios en la mayoría de países de América Latina, España, Francia, Portugal e Italia. Se organiza en un modelo federal, con dos capítulos nacionales (España y Brasil) y diferentes secciones temáticas.

El capítulo de **ULEPICC-España** se constituye como asociación de docentes e investigadores/as de la comunicación del Estado español, con personalidad jurídica y sin ánimo de lucro.

De acuerdo con la Carta de Buenos Aires, son objetivos de la Asociación:

- Contribuir a la reflexión crítica y plural sobre los problemas emergentes de la comunicación, la información y la cultura.
- Promover el intercambio de ideas y experiencias entre investigadores/as y docentes, favoreciendo el perfeccionamiento y revitalización intelectual de sus socios/as.
- Incidir y participar en la agenda pública y en las políticas de comunicación para la democratización del espacio social.

Para el cumplimiento de estos fines, la ULEPICC-España realizará las siguientes actividades:

- Organización de congresos, seminarios, encuentros, conferencias y ciclos de estudios de comunicación interdisciplinarios.
- Desarrollo y patrocinio de las investigaciones y actividades de comunicación que representen contribuciones al campo de la Economía Política y Teoría Crítica de la Comunicación.
- Incidir y participar en la agenda pública y en las políticas de comunicación para la democratización del espacio social.
- Establecimiento de acuerdos y convenios con entidades sociales, institutos y órganos de fomento a la investigación, para el intercambio de informaciones y experiencias entre especialistas y movimientos sociales que trabajan en favor de una democratización de la comunicación.
- Apoyo a otras asociaciones que aspiran a objetivos semejantes a los propios, en el campo de la Economía Política y Teoría Crítica de la Comunicación.
- Incentivo y asesoramiento para la formación científica, tecnológica y cultural de profesores, profesionales y especialistas de la comunicación, como tal Asociación junto a otras entidades públicas y privadas.
- Publicación de obras de carácter científico, de carácter individual o colectivo sobre Economía Política y Teoría Crítica de la Comunicación.
- Desarrollo de sitio Web sobre Economía Política y Teoría Crítica de la Comunicación.

La Carta de Buenos Aires (2001)

La **Carta de Buenos Aires** fue redactada al final del I Encuentro de Economía Política de la Comunicación del Mercosur, celebrado en la capital argentina entre el 14 y el 15 de mayo del 2001. Se trata de un documento que sintetiza la visión y el compromiso histórico de los investigadores latinos frente a las modificaciones introducidas en el mundo de la comunicación como consecuencia de los cambios económicos, políticos, sociales y culturales que impuestos en el tránsito del siglo XX al XXI.

Los investigadores de la comunicación reunidos en el 1er. Encuentro de Economía Política de la Comunicación del Mercosur, decidieron, divulgar a la comunidad académica internacional, y a todos los interesados en el tema de las comunicaciones, la información y la cultura, esta Carta de Buenos Aires.

1. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han adquirido un papel fundamental en el modo de producción y en todos los sectores de la vida social como expresión de una nueva situación estructural del capitalismo, producto de la crisis de transición del siglo XX al XXI.

2. El desarrollo científico y tecnológico -especialmente en lo referente a las TIC, las biotecnologías y el desarrollo de nuevos materiales- demuestra el extraordinario grado de socialización de la producción y la potencialidad que ha alcanzado el conocimiento humano, lo que abre inmensas posibilidades liberadoras y de bienestar a la sociedad. Pero el sistema económico y de poder que llevó a esos desarrollos impide, al mismo tiempo, que aquellas posibilidades se realicen, profundizando, al contrario, el individualismo, la miseria y la violencia.

3. Los sistemas de comunicación de masas reflejan esa situación y sirven para mantener y perfeccionar los mecanismos de alienación, reduciendo las posibilidades de comunicación democrática y liberadora a un tipo de interactividad en que el sujeto social está cada vez más preso del consumismo y la enajenación, como resultado de la exacerbación del sistema mercantil.

4. Todos los sectores de la comunicación, apoyándose en la convergencia que propician las TIC pasan por una brutal concentración y centralización apoyados por el poder estatal, mientras que, por otro lado, ese mismo poder dificulta al extremo la acción de aquellos actores no hegemónicos que podrían representar una alternativa democrática y progresista de organización de los sistemas de comunicación como el movimiento de las radios y TVs comunitarias y todos los sectores de servicio público, cada vez más arrinconados y desfigurados, imposibilitados de competir contra los poderosos intereses económicos oligopólicos.

5. Frente a esta situación y muy influenciados por lo que se ha llamado «pensamiento único», se han hecho dominantes en las ciencias de la comunicación los estudios de carácter tecnocráticos e instrumentales, desprovistos de cualquier dimensión crítica o alternativa. Así, los enfoques críticos de la comunicación de los años 70 han cedido el lugar hegemónico a teorías apartadas de los graves problemas concretos que afectan a nuestras sociedades. Esta situación es particularmente grave en América Latina y otras regiones del tercer mundo.

6. Una de las consecuencias es que la formación de los profesionales en comunicación se muestra inadecuada para el enfrentamiento de los problemas

concretos de las sociedades contemporáneas, puesto que su función de mediadores sociales exigiría no simplemente el conocimiento formal de las técnicas y tecnologías informáticas y comunicativas, sino principalmente, el espíritu crítico y la capacidad de comprensión amplia de su papel en el mundo.

7. Esto no impide que la rebeldía de la juventud se manifieste en una postura crítica y una acción política y cultural que intenta convertirse en contra-hegemónica. Tampoco impide que diferentes sectores sociales se organicen para reivindicar y practicar otro tipo de comunicación. Pero la efectividad de esos movimientos se ve profundamente dificultada, entre otras razones, por la orfandad teórica que padecen.

8. Los problemas no se limitan al campo de la comunicación. La actual reestructuración capitalista, al poner en relieve la subordinación del trabajo intelectual a la lógica actual de acumulación, exige un cambio profundo en todos los sectores de la enseñanza, investigación, ciencia y tecnología. Se pretende que los laboratorios universitarios se transformen en centros de producción de conocimientos directamente vinculados y al servicio de determinadas cadenas productivas y reducir el papel de la Universidad Pública, a simple formadora de la nueva clase trabajadora del siglo XXI. En todos los campos, y a pesar de los avances efectivos en el intercambio y construcción colectiva del conocimiento, el pensamiento crítico se ve marcadamente reducido y estigmatizado.

9. La resistencia a la tendencia hegemónica del pensamiento único, en el campo de las Ciencias de la Comunicación, no puede desconocer la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, entendida como un conjunto de enfoques críticos y heterodoxos, contrapuestos al llamado «main stream». En las asociaciones nacionales e internacionales de Ciencias de la Comunicación, los grupos de Economía Política vienen asumiendo un importante papel en la organización de intelectuales de ese campo dedicados a un tema marginado hasta hace muy poco tiempo. Como resultado se ha creado un marco teórico propio, interdisciplinar y pertinente para la comprensión de la realidad actual, proporcionando un importante instrumental de análisis para fundamentar la acción de los actores sociales no hegemónicos en el campo de la comunicación. La escuela latinoamericana, por su parte, ha tenido la capacidad de desarrollar un aporte teórico original, y de incorporar las contribuciones de los autores anglosajones y europeos.

Las dos organizaciones internacionales más importantes que albergan grupos de Economía Política de la Comunicación, en este momento, son AIERI/IAMCR y ALAIC. En este momento, desde América Latina nos proponemos impulsar una organización más amplia de la Economía Política de la Comunicación, la Información y la Cultura, incorporando los diferentes aportes latinos, en diálogo con otras corrientes. El grupo EPTIC/ALAIC, el site EPTIC y este 1er. Encuentro de Economía Política de la Comunicación del Mercosur demuestran claramente su importancia y viabilidad.

En este sentido, la asamblea de clausura del 1er. encuentro de Economía Política de la Comunicación del Mercosur invita a todos los investigadores y estudiosos de la comunicación, información y la cultura de los diferentes países latinos a incorporarse al II Encuentro de Economía Política de la Comunicación a realizarse en la ciudad de Brasilia en el mes de marzo de 2002, con el objetivo de discutir la posibilidad de crear la mencionada asociación.

ULEPICC-España: cómo asociarse

Para solicitar el ingreso en ULEPICC-España deben enviarse los siguientes documentos:

1. Petición por escrito a la Presidencia, con el compromiso de cumplir las previsiones de los Estatutos y de participar en la vida asociativa.
2. Rellenar el **formulario de inscripción**: <https://cutt.ly/lj3AcAY>
3. Acreditación de la autoría de trabajos o el ejercicio de líneas de investigación mediante la presentación de un curriculum vitae que se ajuste a los planteamientos de la Carta de Buenos Aires.
4. Aval de un socio de pleno derecho.

Procedimiento de aceptación:

- La Junta Directiva valorará la documentación presentada, pudiendo solicitar al candidato información adicional, y decidirá si se cumplen los requisitos estatutarios para proceder a la admisión provisional de los nuevos socios. La condición de socio de pleno derecho deberá ser ratificada por la Asamblea General en su siguiente reunión ordinaria.
- Una vez aprobado el ingreso por la Junta Directiva, se ha de abonar la primera cuota para formalizar la incorporación. En admisiones posteriores al 1 de julio del año en que se efectúa la solicitud, se abonará el 50% de la cuota correspondiente a dicho año natural.
- La condición de socio/a se ratificará nualmente mediante el pago de la cuota durante el primer trimestre del año. La falta de pago o ausencia de justificación de su retraso se traducirá en la baja del asociado.
- En el caso de que la Junta Directiva desestime el ingreso, el/la solicitante podrá solicitar a la Presidencia que su documentación sea examinada por la Asamblea General, cuyo pronunciamiento será definitivo.

Cuotas anuales:

- Socio individual (30 €)
- Estudiantes (10€)
- Investigadores en situación de desempleo (5€)
- Socio institucional (100 €)

Ventajas para socios/as:

- Integrarse en la red de investigación de referencia en Economía Política de la Comunicación y la Cultura.
- Información actualizada de agenda de actividades (congresos, foros de discusión, presentaciones de libro, jornadas de doctorado, seminarios teórico-metodológicos...).
- Cuota reducida (o gratuita, según el caso) en inscripciones a congresos y otras actividades.

****Los/as participantes (no asociados/as) en el VII Congreso ULEPICC-España disfrutarán de una reducción del 50% en su primera anualidad (2021) una vez se apruebe su ingreso por la Junta Directiva*****



VII CONGRESO ULEPICC-ESPAÑA
Segovia, 11 y 12 de febrero de 2021

PROGRAMA

JUEVES 11 DE FEBRERO

9,30h – APERTURA DEL VII CONGRESO ULEPICC-ESPAÑA

- Exmo. Sr. D. Agustín García Matilla (Vicerrector del Campus de Segovia de la Universidad de Valladolid).
- D. Francisco Sierra Caballero (Presidente de ULEPICC-Federal)
- D^a. Ana I. Segovia Alonso (Presidenta de ULEPICC-España)

10,00h – 12,00h. SESIÓN 1: GRUPOS DE INVESTIGACIÓN (I)

PAUSA

12,15h – 14:00h. SESIÓN 2: GRUPOS DE INVESTIGACIÓN (II)

ALMUERZO

15,30h – 17,15h. SESIÓN 3: REVISTAS ACADÉMICAS

PAUSA

17,30h – 19,15h. SESIÓN 4: PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (I)

PAUSA

19,15h – ASAMBLEA EXTRAORDINARIA ULEPICC-ESPAÑA

VIERNES 12 DE FEBRERO

9,00 – 11h. SESIÓN 5: PROYECTOS DE DOCTORADO

PAUSA

11,15h – 12:45h. SESIÓN 6: INICIATIVAS DE EDUCACIÓN

PAUSA

13:00h – 14,30h. SESIÓN 7: PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (II)

CLAUSURA DEL CONGRESO



APERTURA DEL VII CONGRESO ULEPICC-ESPAÑA– Jueves 11, 9:30h

Acceso a la sesión: <https://cutt.ly/DkhhawM>

Exmo. Sr. D. Agustín García Matilla

Vicerrector del Campus de Segovia de la Universidad de Valladolid

D. Francisco Sierra Caballero

Presidente de ULEPICC Federal

D^a. Ana I. Segovia Alonso

Presidenta de ULEPICC-España

SESIÓN 1 - GRUPOS DE INVESTIGACIÓN (I) – Jueves 11, 10:00h

Acceso a la sesión: <https://cutt.ly/YkhjeCL>

Presenta y modera: Ana I. Segovia Alonso (UCM)

Agustín García Matilla (Universidad de Valladolid) y Belinda de Frutos (Universidad de Valladolid)	GICAVH - Grupo de Investigación en Comunicación Audiovisual e Hipermedia
Luis A. Alborno (UC3M) y Trinidad García Leiva (UC3M)	Diversidad Audiovisual / Audiovisual Diversity
Ana María López Cepeda (UCLM), Miguel Álvarez Peralta (UCLM), Belén Galletero Campos (UCLM) y María José Ufarte Ruiz (UCLM)	MEDIACOM – Grupo de Investigación en Sociología de la Comunicación
Aurora Labio-Bernal (US), Lorena R. Romero Domínguez (US), María José García Orta (US), Victoria García-Prieto (US), Román Martín Santos (Consejería de Igualdad de la Junta de Andalucía)	DEMOC-MEDIA – Medios, Políticas de Comunicación y Democracia en la Unión Europea
Javier Marzal Felici (UJI)	I.T.A.C.A-UJI. Investigaciones en Tecnologías Aplicadas a la Cultura Audiovisual
Enric Saperas (URJC) y Ángel Carrasco-Campos (UVa)	GEAC – Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación



SESIÓN 2 - GRUPOS DE INVESTIGACIÓN (II) – Jueves 11, 12:15h

Acceso a la sesión: <https://cutt.ly/WkhjHWg>

Presenta y modera: **Joan Pedro-Carañana (UCM)**

Pilar Parra Contreras (UCM)	CIBERSOMOSAGUAS - Cultura Digital y Movimientos Sociales
Francisco Sierra Caballero (US)	COMPOLÍTICAS - Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social
Néstor García Montes (UCM) y Pedro Martín Gutiérrez (UVa)	Red CIMAS
Susana Morais (RICCAP) y Alejandro Barranquero (UC3M-RICCAP)	RICCAP - Red de Investigación en Comunicación Comunitaria Alternativa y Participativa
Miguel Vicente (UVa)	Grupo de Investigación Reconocido en Ciencias Sociales Aplicadas

SESIÓN 3 – REVISTAS ACADÉMICAS – Jueves 11, 15:30h

Acceso a la sesión: <https://cutt.ly/hkhj1X0>

Presenta y modera: **Montse Bonet (UAB)**

Ángel Juan Gordo (UCM)	Revista Teknokultura
Esteban A. Ramos Muslera (UNAH) y Manuel Montañés Serrano (UVa)	Revista Latinoamericana Estudios de la Paz y el Conflicto
Marcelo Antonio Martínez Hermida (USC)	Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo
Javier Marzal Felici (UJI)	Revista adComunica
Francisco Sierra Caballero (US)	Revista REDES.COM

SESIÓN 4 – PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (I) – Jueves 11, 17:30h

Acceso a la sesión: <https://cutt.ly/ZkhkeHo>

Presenta y modera: **Juan Ramos Martín (PUJ)**

Trinidad García Leiva (UC3M) y Luis A. Albornoz (UC3M)	Investigar la diversidad de los servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción
Javier Moreno Gálvez (US) y Francisco Sierra Caballero (US)	Apropiación social de las nuevas tecnologías y participación política
Javier Marzal Felici (UJI)	PARCICOM: Participación ciudadana y medios de comunicación públicos. Análisis de experiencias de co-creación audiovisual en España y en Europa
Alfonso Gutiérrez (UVa) y Susana de Andrés (UVa)	INTERNÉTICA – Verdad y ética en las redes sociales



SESIÓN 5 – PROYECTOS DE DOCTORADO – Viernes 12, 9:00h

Acceso a la sesión: <https://cutt.ly/OkhbTks>

Presentan y moderan: **Lucía Benítez Eyzaguirre (UCA) y Ángel Carrasco-Campos (UVa)**

Claudia Taboada-Castell (EHU/UPV) y María José Cantalapiedra González (EHU/UPV)	Interactividad digital en espacios emergentes. Un estudio sobre las Salas de Prensa Virtual en el entorno administrativo cubano.
Romina Samana Pepe Oliva (UJI)	La construcción discursiva de las mujeres políticas "del cambio": Un estudio comparativo de sus estrategias discursivas en Twitter como fenómeno de empoderamiento.
Noelia Santamaría-Cárdaba (UVa)	Educación para el Desarrollo y la Ciudadanía Global Crítica en los centros educativos ubicados en zonas rurales de Castilla y León
Judith Cáceres (UVa)	La diabetes mellitus tipo 1 y la inclusión educativa: una perspectiva crítica desde la experiencia familiar

SESIÓN 6 – INICIATIVAS DE EDUCACIÓN – Viernes 12, 11:15h

Acceso a la sesión: <https://cutt.ly/nkhhOua>

Presenta y modera: **Alejandro Barranquero (UC3M-RICCAP)**

Mari Cruz Alvarado López (UVa)	Máster en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas
Luis Torrego Egado (UVa)	Máster en Investigación e Innovación Educativa
Luis Aranz Monreal y Mouna Kebir Tio	Metodologías participativas y comunicación para la creatividad social
Jesús Ramé (URJC)	El audiovisual como herramienta de emancipación colectiva
Gemma Camañez (UC3M)	Donantes de memoria: proyecto divulgativo de Memoria Histórica

SESIÓN 7 – PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (II) – Viernes 12, 13:00h

Acceso a la sesión: <https://cutt.ly/gkhhSlc>

Presenta y modera: **Azahara Cañedo (UCLM)**

Josep Àngel Guimerà (UAB), Miguel Ángel Casado (EHU/UPV), Montse Bonet (UAB)	Plataformas del audiovisual y juventud
Lucía Benítez Eyzaguirre (UCA) y Marcela Iglesias Onofrio (UCA)	INSAF-Fem Innovación Social y Tecnología para la mejora de empleabilidad de las mujeres tunecinas
Héctor Fouce Rodríguez y Joan Pedro-Carañana (UCM)	Problemas públicos y controversias: diversidad y participación en la esfera mediática. Crisis del periodismo.
Gloria Gómez-Diago (URJC)	Recuperar ideas para la (re) construcción de una perspectiva crítica en comunicación a partir del análisis del volumen "Ferment in the Field"

APERTURA DEL VII CONGRESO DE ULEPICC-ESPAÑA

Jueves 11 de febrero – 9:30h

Sala de vídeo-conferencia: <https://cutt.ly/DkhhawM>

Presenta: Ángel Carrasco-Campos (Universidad de Valladolid)

Exmo. Sr. D. Agustín García Matilla

(Vicerrector del Campus de Segovia – Universidad de Valladolid)

Catedrático en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación, Segovia e Investigador Principal del Grupo de Investigación Reconocido por la Universidad de Valladolid, GICAVH (Grupo de Investigación en Comunicación Audiovisual e Hipermedia) con diferentes proyectos en el ámbito de la Competencia mediática. Cuenta con una dilatada experiencia en gestión universitaria, habiendo desempeñado los cargos de Director Técnico de la Universidad Española de Educación a Distancia (UNED, 1983-1987), Vicerrector Adjunto al Vicerrectorado de Relaciones Internacionales, Institucionales y de Comunicación de la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M, 2006-2007), Coordinador del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Valladolid (UVa, 2008-2011) y como Decano de la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación, también de la Universidad de Valladolid (UVa, 2012-2018). Además de en la Universidad de Valladolid, ha sido docente e investigador en la Universidad Complutense y en la Universidad Carlos III de Madrid. Es uno de los investigadores españoles impulsores de la educomunicación en nuestro país; otros ejes de su trayectoria investigadora son la televisión educativa y de servicio público, televisión e infancia, las funciones educativas de la televisión y la Teoría y Técnica de información Audiovisual, con especial énfasis en el uso de las TICs.

Francisco Sierra Caballero

(Presidente de ULEPICC Federal – Universidad de Sevilla)

Catedrático de Teoría de la Comunicación, Investigador del Instituto Andaluz de Investigación en Comunicación y Cultura (INACOM) y director de COMPOLÍTICAS (Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social en la Universidad de Sevilla. Presidente de ULEPICC Federal desde 2014, es también Director de la sección de Comunicación y Cultura de la Fundación de Investigaciones Marxistas (FIM), y de la sección de Teorías y Métodos de Investigación en Comunicación de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC). Su compromiso con la investigación crítica se materializa en su labor como impulsor e investigador principal de diferentes proyectos de investigación competitivos y redes internacionales de investigación.

Experto en políticas de comunicación, nuevas tecnologías y participación ciudadana de la Unión Europea, ha impartido clases y conferencias como profesor invitado en universidades de América Latina, España, Portugal, Francia e Italia. Autor, entre otras publicaciones, de “Marxismo y comunicación. Teoría crítica de la mediación social (Siglo XXI, 2020), “Introducción a la comunicología” (ACCI, 2019), “Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento” (Gedisa, 2006) y “Elementos de Teoría de la Información” (MAD, 1999).

Ana I. Segovia Alonso

(Presidenta de ULEPICC-España – Universidad Complutense de Madrid)

Profesora Titular de Teoría de la Información y Estructura de la Comunicación en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, ha sido profesora e investigadora invitada en la Universidad de la Frontera (Chile) y en la University of Illinois At Urbana-Champaign (USA). Socia fundadora y presidenta de ULEPICC-España, de la que ha desempeñado con anterioridad los cargos de Tesorera y Secretaria de su Junta Directiva, habiendo también formado parte de la Junta Directiva de ULEPICC Federal como Tesorera (2008-2012). Sus intereses de investigación se focalizan en la regulación, la concentración y la estructura de la propiedad de los medios desde la perspectiva de la economía política de la comunicación. Entre sus publicaciones recientes destacan *Grupo Prisa: Media Power in Contemporary Spain* (Routledge, 2020) junto con Luis A. Albornoz y Núria Almirón, "Buenas prácticas para la diversidad en la industria audiovisual" (dentro del libro *Diversidad e industria audiovisual* de Fondo de Cultura Económica, 2017) junto con M^a Trinidad García Leiva, así como su trabajo como coordinadora de los especiales de la revista Cuadernos de Información y Comunicación (CIC) dedicados a *Digitalización de la comunicación, democracia y ciudadanía* (2019) junto con Miguel Álvarez Peralta, a *Comunicación, Cultura y Diversidad* (2016), y *Economía Política de la Comunicación* (2006).

SESIÓN 1. GRUPOS DE INVESTIGACIÓN (I)

Jueves 11 de febrero – 10:00h-12:00h

Sala de vídeo-conferencia: <https://cutt.ly/YkhjeCL>

Presenta y modera: Ana I. Segovia Alonso (Universidad Complutense de Madrid)

GICAVH - Grupo de Investigación en Comunicación Audiovisual e Hipermedia

Agustín García Matilla y Belinda de Frutos (Universidad de Valladolid)

La educación en materia de comunicación, también denominada educomunicación o educación en competencia comunicativa, incluiría contenidos como la alfabetización digital, alfabetización en comunicación audiovisual y multimedia, y de otras estrategias comunicativas básicas como las propias de la lectoescritura. El sistema educativo forma de manera dispersa en contenidos que tienen que ver con los diversos lenguajes, los valores o los aspectos estéticos de la comunicación, por ello los objetivos de este grupo de investigación son:

- Análisis de contenidos y formatos audiovisuales en hipermedia y modos de aprovechamiento social, educativo y cultural de los mismos.
- Análisis del grado de competencia audiovisual-digital en diferentes segmentos de la población.
- Propuestas globales de servicios de valor añadido en el nuevo contexto audiovisual digital, a partir del estudio del GRP social en contenidos de servicio público en radio, televisión y multimedia.

Líneas de investigación:

- Educomunicación: Educación en Comunicación Audiovisual e Hipermedia.
- Competencia en Comunicación Audiovisual de profesionales de la enseñanza, de profesionales de los medios de comunicación y del público en general.
- Alfabetización Digital y contenidos y formatos hipermedia.
- Medios y sistemas de información y comunicación.

Coordinador del Grupo: Agustín García Matilla

Más información en: <https://cutt.ly/uj0kiPm>

Diversidad Audiovisual / Audiovisual Diversity

Luis A. albornoz y M^a Trinidad García Leiva (Universidad Carlos 3 de Madrid)

El grupo de investigación Diversidad Audiovisual / Audiovisual Diversity, con sede en la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), se dedica al estudio de la problemática de la diversidad en el funcionamiento de las industrias culturales desde principios de la década. Una perspectiva internacional, alimentada por una red de investigadores en Europa y América Latina, y la apuesta por la innovación tecnológica y la elaboración de políticas y estrategias sectoriales, sitúan al grupo a la vanguardia en la investigación de las transformaciones que experimenta el sector audiovisual. El [website diversidadaudiovisual.org](http://diversidadaudiovisual.org) ofrece una amplia gama de contenidos especializados en la materia, con el objetivo de transferir conocimiento a la sociedad y difundir el conocimiento científico de forma abierta y accesible.

Líneas de investigación:

- Diversidad de/en las industrias culturales
- Gobernanza, política y regulación de las industrias culturales
- Economía política de la comunicación
- Geopolíticas de los medios audiovisuales
- Producción, distribución y consumo de contenidos sonoro-musicales

Producción científica relevante (sólo libros):

- Luis A. Albornoz y M^a Trinidad García Leiva (eds.) (2019). *Audiovisual Industries and Diversity: Economics and Policies in the Digital Era*. Nueva York/Abingdon: Routledge (Routledge Studies in Media and Cultural Industries).
- J. Ignacio Gallego, Manuel Fernández-Sande y Nieves Limón (eds.) (2018). *Trends in Radio Research: Diversity, Innovation and Policies*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Luis A. Albornoz y M^a Trinidad García Leiva (eds.) (2017). *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica (FCE).
- Luis A. Albornoz y M^a Trinidad García Leiva (eds.) (2017). *El audiovisual en la era digital. Políticas y estrategias para la diversidad*. Madrid: Cátedra.
- Luis A. Albornoz (2015). *Power, Media, Culture. A critical view from the Political Economy of Communication*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Luis A. Albornoz y M^a Trinidad García Leiva (eds.) (2012). *La televisión digital terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Proyectos ejecutados en el marco del Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I+D+i):

- Diversidad cultural y audiovisual: buenas prácticas e indicadores (ref. CSO2011-26241); duración: 2012–2014.
- Diversidad de la industria audiovisual en la era digital (ref. CSO2014-52354-R); duración: 2015–2017.
- Diversidad audiovisual y plataformas en línea: el caso Netflix (ref. CSO2017-83539-R); duración: 2018–2020.
- Diversidad y servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción (ref. PID2019-109639RB-I00); duración: 2020–2024.

Director: Luis A. Albornoz

E-mail: diversidadaudiovisual@uc3m.es

Website: <http://diversidadaudiovisual.org>

MEDIACOM – Grupo de Investigación en Sociología de la Comunicación

Ana María López Cepeda, Miguel Álvarez Peralta, Belén Galletero Campos y María José Ufarte Ruiz

El Grupo de Investigación de Sociología de la Comunicación perteneciente a la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM) tiene como objetivo central canalizar estudios sobre las transformaciones de los medios de comunicación en Castilla-La Mancha. Surge con la vocación de crear un punto de encuentro e intercambio de ideas e investigaciones entre investigadores y profesionales interesados en la comunicación de esta comunidad autónoma.

Entre sus propuestas, ha puesto en marcha MEDIACOM, un proyecto que surge a través de la iniciativa del anterior decano de la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha, Antonio Laguna, y un grupo de investigadores, con la vocación de crear un Observatorio de Medios en Castilla-La Mancha. Con este propósito, en 2010 lanzó un Informe sobre la situación de los medios en Castilla-La Mancha categorizando los mismos por tipo de soporte, localidad y provincia, propiedad, tipo de contenidos y uso de redes sociales. En 2021 está previsto el lanzamiento de su actualización y comparativa con el fin de conocer la evolución de los medios castellano-manchegos en la última década y ampliar su estudio a la producción audiovisual manchega. Cuenta para ello con la financiación de las ayudas de la UCLM desde 2015 y hasta la actualidad. En el marco de este Observatorio y gracias a una ayuda obtenida en la convocatoria competitiva para proyectos de investigación del Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha, en el año 2018 se desarrolló un estudio dirigido por Belén Galletero Campos y cuyo objetivo fue analizar la situación sociolaboral del colectivo de mujeres periodistas en la comunidad autónoma. El estudio se basó en una encuesta a una muestra representativa de 179 periodistas de la región pertenecientes a 85 medios de comunicación de ámbito local, distribuidos en los sectores de prensa impresa, radio, televisión y medios nativos digitales.

Además, entre sus proyectos de investigación con financiación pública se encuentra "Indicadores de rentabilidad social en los medios de comunicación para el desarrollo regional", financiado por la Junta de Castilla-La Mancha (SBPLY/19/180501/000232), cuyo objetivo es implementar unos indicadores de medición de la calidad y rentabilidad social de los medios castellano-manchegos. Forman parte del grupo de investigación en la actualidad, Ana María López Cepeda (Investigadora Principal), Miguel Álvarez Peralta, Luis Mauricio Calvo Rubio, Belén Galletero Campos, Raquel Gómez Rosado, Lidia Peralta García, Juan Carlos Santos Núñez, José Reig Cruañes, Vanesa Saiz Echezarreta y María José Ufarte Ruiz. Además, cuenta con un contrato de investigación: Alba Soledad Moya Ruiz.

Página web: <https://blog.uclm.es/mediacom/>

DEMOC-MEDIA – Medios, Políticas de Comunicación y Democracia en la Unión Europea

Aurora Labio-Bernal, Lorena R. Romero Domínguez, María José García Orta, Victoria García Prieto (Universidad de Sevilla) y Román Martín Santos (Consejería de Igualdad de la Junta de Andalucía)

El grupo Medios, Políticas de Comunicación y Democracia en la Unión Europea (DEMOC-MEDIA) reconocido oficialmente en el Sistema de Información Científica de Andalucía (SEJ-528) y adscrito al Departamento de Periodismo II de la Universidad de Sevilla, surge a finales de 2012.

Dirigido por Aurora Labio, el grupo se enmarca dentro de la línea de Economía Política de la Comunicación y está formado por doctores e investigadores que desarrollan sus trabajos en este ámbito. El grupo ha empezado a desarrollar iniciativas centradas en el estudio de medios públicos, privados y comunitarios en relación a las políticas de comunicación en los diferentes estados miembros de la Unión Europea y sus consecuencias sobre el periodismo y la sociedad en su conjunto. El objetivo de los trabajos a realizar se centra en la transferencia del conocimiento a la sociedad para favorecer el funcionamiento del sistema de medios como garantes democráticos.

Durante 2018 DEMOC-MEDIA desarrolló el proyecto Políticas de Comunicación y Mercado Audiovisual. Análisis del consumo de productos culturales de calidad en la ficción seriada de las plataformas online entre menores y jóvenes en España, dentro del Plan propio de la Universidad de Sevilla y a través de una ayuda como proyecto precompetitivo. La línea de investigación del mismo surgía tras la presentación de dos I+D, durante los años 2017 y 2018, que recibieron una calificación B pero que no fueron finalmente financiados. Entre el primer y el segundo proyecto realizamos una modificación, aunque ambos se centraban en el estudio de la política común en materia del mercado comunicativo digital en la Unión Europea y su desarrollo sobre directrices y actuaciones dirigidas a los contenidos de calidad para menores y jóvenes. El segundo año matizamos estas cuestiones y añadimos todos aquellos aspectos referidos a la protección y la educación en valores con perspectiva de género. Esta primera parte, centrada más en el diagnóstico de la situación, necesitaba completarse con el estudio de aquellos contenidos más vistos entre los menores en tres importantes plataformas OTT de España: Movistar, Netflix y HBO.

El objetivo final de estos proyectos se dirigía a realizar un informe final con conclusiones sobre tres ámbitos: 1) qué se está haciendo (y qué no) por parte de las autoridades regulatorias para estimular a los proveedores de contenidos sobre su responsabilidad a la hora de producir y emitir piezas audiovisuales que incluyan la educación en valores; 2) qué nivel de compromiso existe (o no) por parte de la industria a la hora de transmitir valores con perspectiva de género a través de las series para menores; 3) qué valores están presentes en las series para menores en las plataformas de video bajo demanda en España y hasta qué punto la educación con perspectiva de género está presente en dichos contenidos.

Como parte de la metodología se plantearon análisis documentales, entrevistas y un *forum group*, así como un estudio empresarial de las principales plataformas SVOD que actúan en España, su relación con empresas de telecomunicaciones y su relevancia en los hábitos de consumo. Por último, se incluía también un análisis de contenido de las series para menores más vistas en Movistar+, HBO y Netflix aplicando una parrilla de variables que respondían a criterios sobre educación en valores y con perspectiva de género.

Todo este trabajo de preparación de proyectos y el desarrollo posterior del proyecto competitivo en la Universidad de Sevilla motivaron que los miembros del citado grupo desarrollaran una labor investigadora que quedó plasmada en diferentes publicaciones, asistencia a Congresos e iniciativas metodológicas, de las que la más relevante fue la celebración de un *forum group* con representantes de la industria audiovisual a nivel andaluz y nacional (Movistar+, La Claqueta, RTVE, Media Training Consulting y Asociación Andaluza de Mujeres del Audiovisual). Tras la realización del *forum group*, además, recibimos una comunicación escrita del Observatorio Europeo del Audiovisual del Consejo de Europa interesándose por los avances y resultados del proyecto, así como por la posibilidad de generar sinergias con el grupo de investigación.

Más información en: <http://www.democmedia.com/>

I.T.A.C.A-UJI. Investigaciones en Tecnologías Aplicadas a la Cultura Audiovisual

Javier Marzal Felici (Universitat Jaume I)

El grupo de investigación ITACA-UJI nace en 2003 bajo la dirección de Javier Marzal para desarrollar investigaciones sobre la cultura visual en un amplio abanico de campos que tienen como hilo conductor el estudio de los medios audiovisuales con un especial interés por los efectos de las tecnologías digitales en los procesos de producción de sentido. Las investigaciones se afrontan desde una orientación semiótica (análisis textual) combinada con el estudio de las condiciones de producción, distribución, exhibición y recepción de los textos audiovisuales. Desde 2020 Aarón Rodríguez codirige el grupo junto a Javier Marzal.

Líneas de investigación:

- Teoría, historia y análisis de textos audiovisuales
- Teoría de la imagen
- Narrativa audiovisual
- Tecnología de los medios audiovisuales
- Teoría e historia de la fotografía
- Producción y realización en radio y televisión
- Estructura y empresas del sistema audiovisual
- Comunicación, nuevas tecnologías y educación

Entidades colaboradoras:

- Departamento de Ciencias de la Comunicación. Universitat Jaume I
- Laboratorio de Ciencias de la Comunicación (LabCom UJI)
- Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de Innovación en Comunicación. Universitat Jaume I
- Universitat Jaume I
- Culturarts – IVAC
- MESAV.Mesa sectorial de l'audiovisual valencià

GEAC – Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación (Group of Advanced Studies in Communication)

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

El Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación (GEAC) investigación se creó en el año 2003 y por ello es uno de los grupos de mayor antigüedad en la Universidad Rey Juan Carlos, con una actividad de investigación ininterrumpida en los últimos 17 años. Su rango actual por evaluación externa es de 'Grupo de Alto Rendimiento'. El GEAC, coordinado por Enric Saperas, está formado por once investigadores que han desarrollado su actividad de investigación tanto en el ámbito público como privado con el objetivo de estudiar las prácticas profesionales del periodismo, los discursos de los medios de comunicación audiovisuales y escritos (agendas y marcos informativos, acontecimientos mediáticos), la comunicación política, las relaciones públicas y la comunicación estratégica, los usos políticos y sociales de la red por parte de los movimientos ciudadanos y las rutinas productivas en los diarios digitales españoles y el nuevo fotoperiodismo. Los investigadores que forman el GEAC presentan dos características reseñables: su colaboración continuada en el tiempo y su agrupación en líneas de investigación homogéneas. Cada mes de

mayo publica un informe anual de productividad científica en su [sitio web](#). En la actualidad el grupo de investigación gestiona el [Máster de investigación aplicada a la comunicación](#) y el [Laboratorio de Investigación de la Imagen Televisiva y Electrónica](#) (LIITE). En 2019 los investigadores del GEAC publicaron 7 artículos en revistas de máxima indexación y 9 capítulos de libros, presentaron 21 comunicaciones en congresos internacionales y nacionales, gestionaron 2 proyectos de investigación en convocatoria competitiva y realizaron acciones de evaluación en 29 revistas *peer-review*. Por otra parte, han desempeñado cargos unipersonales como dirección de asociaciones internacionales de profesionales de la investigación, de programa de doctorado, de máster universitario, y como responsables de gestión de convocatorias competitivas de proyectos de investigación nacionales y de comisiones de acreditación y de seguimiento de titulaciones oficiales de grado y postgrado.

Más información en: <https://www.geac.es/> y <https://twitter.com/GEAC1>

SESIÓN 2. GRUPOS DE INVESTIGACIÓN (II)

Jueves 11 de febrero – 12:15h-14:00h

Sala de vídeo-conferencia: <https://cutt.ly/WkhjHWq>

Presenta y modera: Joan Pedro-Carañana (Universidad Complutense de Madrid)

CIBERSOMOSAGUAS – Cultura digital y movimientos sociales

Pilar Parra Contreras (Universidad Complutense de Madrid)

Cibersomosaguas es un grupo de investigación consolidado de la Universidad Complutense de Madrid que desarrolla investigación aplicada y asesoramiento en torno a aspectos sociales, tecnológicos y organizativos. Fomenta la colaboración entre estudiantes, investigadores y docentes, y funciona como un centro para el desarrollo de investigaciones en cooperación con otros grupos y organismos estatales e internacionales. La mayoría de sus integrantes forman parte del [Departamento de Sociología: Metodología y Teoría](#) de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, UCM.

Desde su fundación en 2002 Cibersomosaguas ha colaborado con entidades públicas y empresas en materia de seguridad vial y movilidad (RENFE, DGT, UNESPA), redes sociales y social media (SOCIAL NOISE, DGT), en el ámbito organizativo (PRISA, RENFE, FUNDACIÓN REAL MADRID) y nuevas tecnologías y educación (FAD/INJUVE). El grupo forma parte del [Campus de Excelencia Internacional de Moncloa](#) (UCM/Politécnica/CAM) y del [Instituto Complutense de Sociología para el Estudio de las Transformaciones Sociales Contemporáneas](#) (TRANSOC).

Actualmente dirige [Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales](#).

Más información en: <https://www.cibersomosaguas.net/>

COMPOLÍTICAS – Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social

Francisco Sierra Caballero

El Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLITICAS) es un colectivo académico de análisis y formación especializado en el estudio teórico, político e histórico-crítico de los procesos de desarrollo y cambio social en torno a las mediaciones simbólicas e infocomunicacionales. Adscrito al [Plan Andaluz de Investigación \(SEJ-456\)](#), desde su constitución como red de intercambio académico, se orienta al análisis de los cambios y estructuras significativas del sector de la información y la comunicación pública. A partir de un enfoque abierto e integrador, trata de vincular la teoría y la práctica, el pensamiento y la dinámica cultural, desde una visión crítica y una cultura de investigación productiva y emancipadora. La filosofía académica del grupo es impulsar el conocimiento y las aportaciones más avanzadas del pensamiento comunicacional, tratando en todo momento de promover progresos notables en la organización, la práctica y la representación de las industrias de la comunicación y la cultura mediante la mejora de los aparatos teórico-metodológicos críticos y el acervo histórico de los conocimientos disponibles sobre el saber-hacer informativo, más allá de las formas de racionalización instrumental al uso. En este marco, COMPOLITICAS promueve y acoge diversos proyectos de formación e investigación, como el [Observatorio Iberoamericano de Ciudadanía Digital \(CICO\)](#), la [Red Tecnopolíticas](#), la sección de [Comunicación y Cultura de la](#)

[Fundación de Investigaciones Marxistas \(FIM\)](#), el Seminario Permanente de Estudios Visuales o el [Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC](#).

Objetivos:

- La investigación básica y aplicada en materia de comunicación, política, historia de la propaganda y comunicación participativa para el cambio social.
- El desarrollo del conocimiento teórico, histórico-crítico y político de la comunicación y la mediación social desde el punto de vista del cambio y el desarrollo cultural.
- La formación teórico-metodológica y académica avanzada de personal investigador en grado y estudios de doctorado.
- La publicación y difusión de resultados de investigación en publicaciones periódicas especializadas y colecciones editoriales.
- La consultoría experta en políticas culturales, comunicación política, participación ciudadana y desarrollo social.

Líneas de investigación:

- [Teoría Crítica de la Comunicación](#)
 - o Coordinador: Dr. Juan Carlos FERNÁNDEZ SERRATO
- [Memoria, Propaganda y Análisis de la Comunicación Política](#)
 - o Coordinador: Dr. Miguel VÁZQUEZ LIÑÁN
- [Teoría y Análisis de las Políticas de Comunicación y Cultura](#)
Coordinador: Dr. Francisco SIERRA CABALLERO
- [Comunicación, Desarrollo y Cambio Social](#)
 - o Coordinadora: Dra. Lucía BENÍTEZ EYZAGUIRRE
- [Estudios Visuales y Crítica de la Imagen](#)
 - o Coordinador: Dr. David MONTERO SÁNCHEZ

Director: Francisco Sierra

Más información en: <https://compoliticass.org/>

Red CIMAS

Néstor García Montes (Universidad Complutense de Madrid) y Pedro Martín Gutiérrez (universidad de Valladolid)

CIMAS somos profesionales del área de las ciencias sociales, personas formadas en distintas disciplinas comprometidas activamente con nuestro entorno social y político, en el que intervenimos con criterios de diversidad, inclusividad, creatividad y cooperación. Estamos constituidas en red, con nodos en diferentes países de Europa, Estados Unidos y Latinoamérica, unidos por el objetivo de la permanente transformación social en un contexto de sustentabilidad y de situar a las personas y comunidades en el centro de la vida, apostando por una re-definición del marco de lo público en el espacio del procomún.

Participamos en el Mercado Social de Madrid, y trabajamos de forma cooperativa con diferentes redes sociales y entidades ciudadanas y académicas, como la Red Sentipensante, de América Latina. Nos movemos en el ámbito de la Planificación Participativa, mediante procesos de presupuestos participativos, agenda 21, planes integrales, etc... Y utilizamos la formación específica e integrada en todos estos procesos.

Parte de nuestros profesionales son, a la vez, profesorado de diferentes universidades (UCM, UVa, Jaén, Cuenca-Ecuador...), y muchos profesionales que actualmente trabajan en los equipos técnicos de ayuntamientos han estado formados en el Magíster en Investigación Participativa para el Desarrollo Local, título propio de la UCM (1996- 2012), impartido en la Facultad de CC Políticas y Sociología. Curso que ha contado todos estos años con el apoyo docente y metodológico de CIMAS.

A partir del año 2015 hemos puesto en marcha cursos de formación continua (diploma UCM) sobre los presupuestos participativos en el marco de la planificación participativa y el desarrollo rural y la ordenación del territorio, para atender la demanda existente de formación en esta herramienta en los nuevos ayuntamientos, dirigidos a técnicos, a políticos y ciudadanía interesada. Actualmente disponemos, también de una plataforma para cursos online, desde donde trabajamos la formación en metodologías participativas aplicadas a contextos diversos.

Contacto: secretaria@redcimas.org

Más información en: <https://www.redcimas.org/>

RICCAP – Red de investigación en Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa

Susana Morais (RICCAP) y Alejandro Barranquero (Universidad Carlos III de Madrid- RICCAP)

La Red de Investigación en Comunicación Comunitaria Alternativa y Participativa (RICCAP) es una asociación sin ánimo de lucro y, a su vez, un grupo de investigación conformado por personas procedentes de distintas áreas de conocimiento y Comunidades Autónomas. Todas confluyen en un interés común que está en el origen de la organización: crear una asociación académica íntegramente centrada en la investigación, divulgación y apoyo al Tercer Sector de la Comunicación (TSC) y sus diversos medios, proyectos y organizaciones.

RICCAP es la primera red española de investigación y acción en un amplio sector que incluye distintas experiencias (desde expresiones de comunicación alternativa y comunitaria a organizaciones de participación y educación en medios) y variados formatos (desde radio y televisión comunitaria a fanzines, videoactivismo y plataformas digitales). De hecho, uno de sus principales objetivos es desarrollar una investigación crítica y comprometida con el derecho a la comunicación y las necesidades de participación ciudadana en el sistema de medios. Además del esfuerzo puesto en la divulgación y sensibilización acerca del TSC, la red apuesta por el intercambio de conocimiento con otras asociaciones, redes y grupos de investigación, ya sea a nivel estatal o internacional. Entre nuestras principales actividades se encuentran la investigación teórica, empírica, metodológica y aplicada en torno al TSC; la organización y participación en espacios de encuentro y debate; o el desarrollo de actividades de divulgación y acciones de incidencia política en materias relacionadas con participación ciudadana, pluralismo mediático y diversidad.

Más información en: <https://www.riccap.org/es/>

**Grupo de Investigación Reconocido en Ciencias Sociales Aplicadas
(Universidad de Valladolid)**

Miguel Vicente Mariño (Universidad de Valladolid)

Objetivos

- Transferir conocimientos para contribuir al desarrollo y bienestar social, colaborando con entidades públicas y privadas, contratando, de acuerdo al art. 83 de la LOU, trabajos de carácter científico y técnico, y desarrollando la formación especializada y específica en relación a las líneas de investigación del Grupo.
- Fomentar la investigación en equipo y la cooperación interdisciplinar.

Líneas de investigación

- Consultoría de Procesos de Cambio en Contextos Organizativos
- Estudios Sociales en ámbitos organizativos y comunitarios. Estudio especial del Tercer Sector
- Bienestar y Políticas Sociales
- Diseño de Programas y políticas en sectores y contextos específicos
- Evaluación de Programas, Procesos y Políticas
- Organización y Gestión de Procesos de Desarrollo Organizativo
- Desarrollo Rural y Local
- Formación Especializada y Específica y Configuración de Títulos Propios
- Intervención Social

SESIÓN 3. REVISTAS ACADÉMICAS

Jueves 11 de febrero – 15:30h-17:15h

Sala de vídeo-conferencia: <https://cutt.ly/hkhj1X0>

Modera: Montse Bonet (Universitat Autònoma de Barcelona)

Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales

Ángel Juan Gordo López (Universidad Complutense de Madrid)

Teknokultura aborda el creciente protagonismo de la tecnología en contextos de comunicación y movilización social a través de una mirada crítica. Atiende a las maneras complejas en las que la tecnología y los nuevos medios sociales de comunicación, como sistemas de significación, reestructuran la vida social, económica, política y cultural. Para ello ofrece vías de discusión de estas problemáticas a partir de artículos destinados a la comunicación de resultados de investigaciones originales y ensayos innovadores.

La revista se publicará con una periodicidad de 2 números anuales. El primero aparecerá a mediados de año (mes de junio) y el segundo, de aparición a finales de año (mes de diciembre). Además, con carácter extraordinario, la revista podrá proponer a Ediciones Complutense (o casa editorial) la publicación de algún número especial.

Teknokultura es una revista de acceso abierto, lo que significa que todo el contenido está disponible de forma gratuita sin cargo para el usuario o su institución. Los usuarios pueden leer, descargar, copiar, distribuir, imprimir, buscar o vincular los textos completos de los artículos, o utilizarlos para cualquier otro propósito legal, sin pedir permiso previo del editor o del autor. Esta definición de acceso abierto está de acuerdo con la Iniciativa de Acceso Abierto de Budapest (Budapest Open Access Initiative, BOAI). La revista *Teknokultura* no cobra por tasas por envío de trabajos, ni tampoco cuotas por la publicación de sus artículos.

Teknokultura se une a la Red de Publicaciones Académicas Abiertas (RPA) ([Manifiesto de la RPA](#))

Revista acreditada por FEYT (sello de calidad 2020) e indexada en Dialnet Métricas (c2 Comunicación; c2 sociología), Emerging Sources Citation Index (ESCI) y Directory of Open Access Journals (DOAJ), entre otros.

Más información en: <https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/index>

Revista Latinoamericana Estudios de la Paz y el Conflicto

Esteban A. Ramos Muslera (Universidad Nacional Autónoma de Honduras) y
Manuel Montañés Serrano (Universidad de Valladolid)

La Revista Latinoamericana Estudios de la Paz y el Conflicto (ReLaPaC) es una revista de investigación científica editada por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras a través del Área de Paz del Instituto Universitario en Democracia, Paz y Seguridad (IUDPAS-UNAH), auspiciada y coeditada por el Consejo Latinoamericano de Investigación para la Paz (CLAIP). La publicación se centra en la divulgación de conocimiento académicamente relevante relativo a la disciplina de los Estudios de la Paz y el Conflicto, haciendo particular énfasis en el conocimiento desarrollado en Latinoamérica y el Caribe. El carácter interdisciplinar de la revista permite abordar la paz y los conflictos, así como otros contenidos teóricos relacionados. Por eso, la revista está dirigida a todas aquellas personas que, con diferente formación

académica y profesional, estén interesadas en las temáticas relacionadas con la Investigación para la Paz.

Serán bienvenidas para su evaluación y posible publicación las contribuciones de calidad que aborden las temáticas propias de la Revista, desde cualquier perspectiva y procedencia. Estas contribuciones pueden consistir en artículos de investigación, reseñas o críticas de libros, y notas de investigación, resúmenes de tesis doctorales o ensayos académicos. Cada contribución será publicada en la sección correspondiente después de superar un proceso de evaluación doble ciego por pares expertos evaluadores externos, y del Equipo Editorial. En los Números Especiales se aceptarán, asimismo, otro tipo de documentos tales como relatos, descripciones de experiencias o artículos de opinión que por su temática pudieran ser de interés para el público de la revista. El contenido de los Números Especiales no necesariamente es sometido a revisión por pares. La recepción de originales se encuentra ininterrumpidamente abierta siendo el Equipo Editorial quien determina el Volumen y Número ("regular" o "especial") en el que se incluye el trabajo.

La Revista Latinoamericana Estudios de la Paz y el Conflicto acepta:

- Artículos de investigación científica, originales e inéditos, que no se encuentren en proceso de evaluación o comprometidos en alguna otra publicación. Su contenido se referirá a algún campo de Investigación relativo a la disciplina de los Estudios de la Paz y el Conflicto.
- Notas de investigación (como informes de hallazgos, aportaciones, etc.) y ensayos académicos derivados de investigaciones, resúmenes de trabajos de investigación y tesis doctorales sobre cualquiera de los campos de Investigación relativos a la disciplina de los Estudios de la Paz y el Conflicto.
- Recensiones o críticas de libros, así como noticias y reuniones científicas, novedades bibliográficas, etc. sobre la temática de la revista.

En los "Números especiales" de la Revista Latinoamericana Estudios de la Paz y el Conflicto, son aceptados, además:

- Relatos, descripciones de experiencias o artículos de opinión que por su temática pudieran ser de interés para el público de la revista.

Cada Número correspondiente a los Volúmenes anuales de la revista se compone de un mínimo de seis artículos de investigación científica inéditos, pudiendo incorporar, complementariamente, una mayor o menor cantidad de notas de investigación, ensayos académicos, y críticas de libros. Los "Números especiales" de la Revista no necesariamente se componen de un mínimo de artículos de investigación científica, y pueden variar su composición de acuerdo con el interés del Equipo Editorial.

Más información en: <https://iudpas.unah.edu.hn/area-de-paz/revista-latinoamericana-estudios-de-la-paz-y-el-conflicto>

Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)

Marcelo Antonio Martínez Hermida (Universidade de Santiago de Compostela)

La Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD) es una publicación de carácter científico que tiene su origen en la Red Europa América Latina de Comunicación y Desarrollo (Real_ Code) promovida desde las universidades gallegas, lideradas por el grupo Gi-1927 "Ciudadanía e Comunicación" (CIDACOM de la Universidad de Santiago de Compostela.

RICD asume como documento fundacional el Manifiesto de Compostela, firmado en el primer encuentro (2011) por los grupos de investigación europeos y latinoamericanos fundadores de *Real_ Code*. En este manifiesto se expresa la necesidad de asentar una nueva y abierta mirada en la relación entre la Comunicación y el Desarrollo, como procesos diversos, transversales, que modelan los cambios sociales. La línea editorial pretende dar prioridad y presencia a las investigaciones realizadas en el campo junto a las organizaciones y entidades que sustentan la sociedad civil.

RICD tiene como finalidad ser un instrumento de difusión científica, que ofrezca una lectura crítica y permanente de la relación entre Comunicación y Desarrollo. Se pretende dar prioridad y presencia a las investigaciones basadas en trabajos de campo en contacto y colaboración con la sociedad civil. En cada número se aborda una línea temática de especial interés para la revista. Las líneas temáticas programadas son anunciadas por medio de la Convocatoria de Colaboraciones. La lista de revisores y revisoras se publica anualmente.

Ámbito principal (Códigos UNESCO):

- 63 08 Sociología: Comunicaciones Sociales

Otros ámbitos relacionados (Códigos UNESCO):

- 63 01 Sociología: Sociología cultural.
- 63 02 Sociología experimental.
- 63 07 Sociología: Cambio y desarrollo social
- 63 10 Sociología: Problemas sociales.
- 63 11 Sociología: Asentamientos sociales

RICD aparece indexada en ESCI, ERIH PLUS, Dialnet, Latindex y MIAR.

Más información en: <https://revistas.usc.gal/index.php/ricd/index>

adComunica. Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación

Javier Marzal Felici (Universitat Jaume I)

adComunica es una revista científica de carácter internacional editada por el Departament de Ciències de la Comunicació de la Universitat Jaume I. Su objetivo es el estudio y análisis del panorama actual de la comunicación, en un sentido amplio, principalmente desde la perspectiva de la dirección estratégica. De este modo, la revista *adComunica* nace con una vocación inequívoca por contribuir a un mejor conocimiento de la realidad del mundo de la comunicación actual, y por tratar de aportar ideas y propuestas de acciones que puedan servir para situaciones de conflicto y crisis que afectan, de forma sustancial, al universo de las empresas de comunicación, en cualquiera de sus contextos informativos, publicitarios y audiovisuales.

Con una periodicidad semestral (de aparición en los meses de mayo y noviembre de cada año), *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación* nace tanto en soporte de papel impreso como en versión digital, siguiendo los protocolos de excelencia exigidos actualmente, con la evaluación por pares y a ciegas (*peer review*) de los manuscritos recibidos o encargados, gracias a la colaboración de evaluadores externos, así como el seguimiento de unas normas de publicación y un estricto protocolo para la presentación de manuscritos, descritos con detalle en el sitio web.

La revista adComunica cuenta asimismo con una compleja estructura organizativa, integrada por un Comité Científico, un Comité editorial, un Consejo Profesional y un Consejo Técnico, que garantizan la calidad de la publicación científica. Queremos destacar la vocación internacional de la revista, cuya lengua principal es el castellano, aunque también se aceptan artículos y colaboraciones en inglés y en valenciano / catalán.

adComunica está indexada en ESCI/WOS. En 2019 ha recibido el sello de calidad de la FECYT. En Google Scholar Metrics tiene un Índice h con valor de 12 y un Índice i10 con valor 10. En REDIB, en Comunicación, se encuentra la décima en España y la duodécima internacional. En MIAR tiene un ICDS de 7.6. Figura en los Directorios DOAJ y en bases de datos de su especialidad como ERIHPlus y Dialnet. adComunica publica artículos en español, catalán e inglés.

Más información en: <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/adcomunica/index>

REDES.COM – Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación

Francisco Sierra Caballero (Universidad de Sevilla)

REDES.com es la revista científica del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social, creada en 2001 como anuario para aportar a la comunidad académica internacional y a los profesionales de la comunicación nuevos conocimientos y herramientas analíticas para el estudio y transformación del sistema informativo desde principios filosóficos y culturales que contribuyan a la socialización colectiva de los medios, tecnologías y procesos de información y comunicación pública.

La revista REDES.COM, cuyo editor es el catedrático Francisco Sierra Caballero, pasó a convertirse en una revista académica y editada en sistema OJS en 2010 en asociación con el Núcleo Multimedia e Internet de la Facultad de Tecnología de la Universidad de Brasilia. Con este acuerdo, se modificó la estructura y modelo de organización, y se potenció su presencia en redes internacionales como la Red Europa-América Latina de Comunicación y Desarrollo (REA-CODE), REDECOM, REDALyCo CONFIBERCOM. Fruto de estos cambios, la revista fue incluida por primera vez entre las 300 revistas de comunicación más importantes de todo el mundo por su impacto internacional y número de citas, de acuerdo con el índice H de Google Scholar Metrics (2008-2012). En ese mismo ranking se ubica en el puesto 89 de las revistas de Educación (2011-2015).

En la actualidad, REDES.com está indexada en Emergin Sources Citation Index (ESCI/WOS) 2017/18, en la posición 84, y en Dialnet Métricas (C2 en Ciencias Políticas y C3 en Comunicación en el año 2019).

SESIÓN 4. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (I)

Jueves 11 de febrero – 17:15h-14:00h

Sala de vídeo-conferencia: <https://cutt.ly/ZkhkeHo>

Moderador: Juan Ramos Martín (Pontificia Universidad Javeriana)

Investigar la diversidad de los servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción

M^a Trinidad García Leiva y Luis A. Albornoz (Universidad Carlos III de Madrid)

El objetivo es presentar una investigación en marcha, titulada 'Diversidad y servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción', desarrollada por el grupo de investigación Diversidad Audiovisual/Audiovisual Diversity con financiación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Dicha investigación persigue describir y analizar, en clave de promoción y/o protección de la diversidad de las industrias audiovisuales, los cambios suscitados por la presencia de operadores de servicios de SVOD (*subscription video-on-demand*) en el mercado español, con especial atención a aquellos que operan a escala global y cuyas casas matrices se ubican en los Estados Unidos.

Tales cambios se estudiarán en función de dos ejes principales: el político-regulatorio y el socioeconómico. Para ello se propone analizar el grado de integración en el mercado español de cinco operadores, atendiendo a sus actividades de producción y distribución (acuerdos, encargos, adquisiciones); actividades de promoción (actuación en el mercado publicitario); relaciones con los consumidores (datafication y construcción de audiencias); relaciones con otros agentes de las industrias culturales y del sector telecomunicaciones (acuerdos editoriales, contratación de infraestructuras de red); y cumplimiento de obligaciones en el marco de su actividad empresarial (fiscalidad, inversión en obra europea/española y su visibilidad). Los cinco actores en los que se centrará la atención, durante el periodo 2020–2024, son: Netflix España, HBO España, Amazon Prime Video, Apple TV+ y Disney+.

Más información en: <http://diversidadaudiovisual.org/>

Apropiación social de las nuevas tecnologías y participación política

Javier Moreno Gálvez y Francisco Sierra Caballero (Universidad de Sevilla)

En el marco del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social, como continuación de los resultados del proyecto "Ciberactivismo, ciudadanía digital y nuevos movimientos urbanos" (CIBERMOV) y en coordinación con el Grupo de Trabajo CLACSO "Apropiación de tecnologías digitales e interseccionalidades", se desarrollará durante los próximos años un programa de trabajo centrado en las dinámicas de instrumentalización y autonomía en los usos de las nuevas tecnologías por parte de la ciudadanía en procesos de participación ciudadana.

Más allá de analizar las prácticas en torno al ciberactivismo y la tecnopolítica, se incorporarán también las prácticas de la ciudadanía no organizada en torno a colectivos con un alto grado de innovación tecnológica, partiendo para ello de las experiencias locales en torno a la socialización y educación formal e informal en espacios de acceso público a las nuevas tecnologías. Para ello se desarrollará una metodología cualitativa centrada en la producción y análisis de los discursos en

torno a las prácticas tecnológicas ciudadanas vinculadas a la participación política, apoyada en la sistematización de los datos cuantitativos disponibles fruto de los proyectos de investigación desarrollados en el marco del grupo de investigación COMPOLITICAS.

Con el objetivo de aportar conocimiento original en la materia, se abordarán los siguientes objetivos:

- Analizar la manera en que las redes digitales se constituyen como espacios de mediación social y el papel que juegan en el desarrollo local y comunitario a través de la dinamización de prácticas culturales, económicas o de procesos de participación ciudadana.
- Definir las competencias digitales y comunicativas de la ciudadanía digital en su acceso a partir de la comunicación interactiva.
- Revisar críticamente los usos y apropiaciones que operan en los espacios de acceso público a las nuevas tecnologías.
- Analizar las demandas y deficiencias de las formas emergentes de socialización de los nuevos actores políticos en la red.
- Observar cómo esos nuevos espacios de mediación social actualizan las expresiones tradicionales de participación ciudadana y de interacción de la ciudadanía en el espacio público.

PARCICOM: Participación ciudadana y medios de comunicación públicos. Análisis de experiencias de co-creación audiovisual en España y en Europa
Javier Marzal Felici (Universitat Jaume I)

Los medios de comunicación públicos (MCP) europeos se enfrentan a profundas transformaciones como consecuencia del cambio tecnológico, de la crisis económica y de la expansión de la ideología neoliberal -que ha provocado una crisis reputacional de los MPC, sin precedentes. En este contexto, la adopción de un nuevo modelo de gobernanza de las radiotelevisiónes públicas constituye una estrategia necesaria para tratar de superar esta triple crisis, que pasa por implementar una gestión más eficiente y transparente, además de dar pasos firmes hacia una participación ciudadana efectiva. El presente proyecto de investigación, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (2019-2021), se propone identificar y analizar experiencias de co-creación relevantes, a nivel europeo y español, tratando de identificar sus características más relevantes, desde un punto de vista textual y de contenido, así como las condiciones de producción y de financiación de este tipo de producciones audiovisuales. Asimismo, se pretende desarrollar una metodología para analizar la calidad de la "participación ciudadana", en el ámbito de la co-creación, mediante la determinación de los principales parámetros que cabe considerar en el marco de los valores del servicio público que los MCP han de cumplir.

Para la identificación y análisis de los casos de estudio, se propone crear un *focus group* entre expertos de primer nivel en el campo de la investigación en medios de comunicación públicos en España y en Europa. En segundo lugar, se realizarán entrevistas en profundidad a los responsables de las corporaciones de medios y a los creadores que hayan participado en las experiencias seleccionadas. En tercer lugar, se propone el desarrollo de una experiencia de co-creación de contenidos audiovisuales, de interés para los MCO, mediante una metodología de investigación-acción. Finalmente, se realizarán encuestas entre diferentes colectivos sociales para conocer la valoración de esta experiencia audiovisual de participación ciudadana.

La presente investigación pretende derivar en la redacción de un informe, para los responsables de los MCP, e incluso para corporaciones de medios y productoras de titularidad privada, que permita clarificar cómo se articula la participación ciudadana en el contexto español y europeo, incluyendo la elaboración de un catálogo de buenas prácticas, de recomendaciones, rutinas de trabajo y herramientas que sean de ayuda para expandir e incrementar la participación ciudadana en los medios de comunicación públicos.

Más información en: <http://www.culturavisual.uji.es/proyecto-participacion-ciudadana-y-medios-de-comunicacion-publicos/>

INTERNÉTICA – Verdad y ética en las redes sociales

Alfonso Gutiérrez y Susana de Andrés (Universidad de Valladolid)

Ip 1 dr. Alfonso Gutiérrez Martín (Universidad de Valladolid)

Ip 2 dr. Agustín García Matilla (Universidad de Valladolid)

Título del proyecto: verdad y ética en las redes sociales. Percepciones e influencias educativas en jóvenes usuarios de twitter, instagram y youtube. (Internética)

Title of the project: truth and ethics in social-networking websites. Youngsters' Perceptions and Educational Influence of Twitter, Instagram and Youtube. (Internethics)

Desde sus inicios, uno de los aspectos clave de la educación mediática ha sido hacer entender que la imagen no es la realidad, que los medios ofrecen interpretaciones y representaciones, y que su alto grado de iconicidad (foto, vídeo, 3D, realidad virtual, realidad aumentada) no tiene por qué aumentar su veracidad. El menosprecio a la verdad provoca que valores como la justicia, la integridad, la honestidad o el respeto, que tienen su sustento en acciones o realizaciones que han de ser veraces, queden, a su vez, relegados.

De acuerdo con los organismos internacionales (UNESCO, ONU, UNICEF, OMS, Consejo de Europa, Parlamento Europeo) y sus recomendaciones, en este proyecto se investiga sobre el potencial de las redes sociales en la educación en valores, y más concretamente sobre el valor que se da a la verdad y la ética en espacios de afinidad (Gee, 2005), e Internet en general. Dentro de estos espacios, nos centraremos en Twitter, Instagram y YouTube, como redes más populares.

Partimos de la necesidad de una educación mediática ya hace tiempo apuntada en la "Declaración de Grünwald sobre la educación relativa a los medios de comunicación" (UNESCO, 1982), y que se ha ido reformulando en las últimas décadas de acuerdo a la evolución tecnológica, mediática y social: Masterman, 1985; Duncan et al, 1989; Gutiérrez, 2003; Buckingham, 2003; Celot & Pérez-Tornero, 2009; Hobbs, 2010; Aparici & García Matilla, 2010; Ferrés & Piscitelli, 2012; Gutiérrez & Tyner, 2012, por citar solo unos pocos. Entre las competencias que los gobiernos de la Unión Europea han acordado como básicas para la ciudadanía se encuentra la competencia digital, informacional o mediática.

En nuestra investigación, dentro del marco del papel de los medios y las redes sociales como agentes de educación informal, pretendemos analizar qué importancia se da a valores éticos y afectivos como la justicia, la integridad, la honestidad, el amor, el respeto o la empatía. Valores éticos que, junto a la verdad, podrían estar en crisis en una sociedad hedonista propiciada por el abuso de la tecnología digital. Coincidimos con los autores del Informe de la Comisión Europea

(2018) sobre noticias falsas y desinformación en Internet, en que no son necesarias las noticias falsas para desinformar, para transmitir información falsa, engañosa o tendenciosa con la intención de causar daño o conseguir beneficio económico. Intentamos, y así lo hemos hecho ya a menor escala en otras investigaciones en las que nos basamos (Gutiérrez-Martín, Torrego-González & Vicente-Mariño, 2019), analizar la consideración de la verdad y los valores éticos en las redes sociales en el momento actual, y cómo debe abordarse este tema desde la acción educativa.

SESIÓN 5. PROYECTOS DE DOCTORADO

Viernes 12 de febrero – 9:00h-10:30h

Sala de vídeo-conferencia: <https://cutt.ly/OkhbTkS>

Presentan y moderan: Lucía Benítez Eyzaguirre (Universidad de Cádiz) y Ángel Carrasco-Campos (Universidad de Valladolid)

Interactividad digital en espacios emergentes. Un estudio sobre las Salas de Prensa Virtual en el entorno administrativo cubano

Claudia Taboada-Castell y María José Cantalapiedra González (Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea)

Este proyecto de investigación forma parte de una tesis doctoral en curso como parte del Programa de Doctorado en Comunicación Social en la UPV/EHU. El objetivo es evaluar las prácticas de comunicación corporativa y gestión de flujos informativos en el ecosistema digital cubano, donde la descentralización en los canales de acceso a la información en los últimos años ha propiciado una revolución comunicativa inédita en la historia del socialismo cubano. En un nuevo entorno fuente abierta, basado en el uso universal de Internet, han eclosionado nuevos recursos digitales al servicio de las corporaciones, como las Salas de Prensa Virtual, haciendo patente la necesidad de replantear los ejercicios tradicionales de comunicación con la ciudadanía.

Se parte de un diagnóstico de la aplicabilidad digital a la comunicación corporativa mediante un estudio del funcionamiento de las SPV de los organismos de la administración central del estado cubano, como mediadoras de los flujos informativos entre los diversos actores comunicativos del nuevo entorno informacional cubano.

En última medida se buscará exportar metodologías comprobadas en estudios precedentes en el ámbito internacional para la ideación conceptual de una herramienta que estandarice la gestión informativa de las corporaciones cubanas con los medios de comunicación y que contribuya a la innovación social en un escenario de creciente interactividad digital.

La investigación se enmarca en la colaboración de la UPV/EHU y la Universidad de la Habana, materializada a través del reciente Convenio firmado entre ambas entidades, como culminación de la larga tradición de cooperación internacional en materia de innovación y desarrollo social entre el Gobierno Vaco y Cuba.

Objetivo General

- Diseño conceptual de una herramienta de comunicación corporativa (Sala de Prensa Virtual) que sistematice, organice y enriquezca los flujos informativos entre los organismos de la administración central del estado, los medios de comunicación estatales, y la ciudadanía.

La investigación se abordará desde una metodología mixta, combinándose métodos cualitativos y cuantitativos de recogida de información. La investigación además se sostendrá en una tipología descriptivo-aplicada (en sus respectivas fases), y para la producción comunicativa. La investigación se concibe además con una hipótesis de partida que plantea: la estandarización de una herramienta corporativa online (Sala de Prensa Virtual), organizada y eficiente, facilitaría la gestión de los flujos informativos de las entidades gubernamentales cubanas y los medios de comunicación, el acceso abierto y dinámico de los periodistas y ciudadanos a los contenidos de la web, así como un mejor aprovechamiento de las ventajas comparativas de las TICs y la convergencia hipermedia en la gestión

comunicativa. Se conciben como técnicas de investigación el análisis de contenido a través de una ficha elaborada para el proyecto, las entrevistas en profundidad y los grupos de discusión.

La investigación se encuentra en su primer estadio, este es la sistematización del estado del arte y antecedentes a nivel académico e investigativo, sobre la aplicabilidad de la convergencia digital en el contexto corporativo cubano. Posteriormente, se continuará a la fase de evaluación puntual de la existencia y funcionamiento de las Salas de Prensa Virtual, o espacios similares, en las webs de las instituciones delimitadas en la muestra.

La construcción discursiva de las mujeres políticas "del cambio": Un estudio comparativo de sus estrategias discursivas en Twitter como fenómeno de empoderamiento.

Romina Samana Pepe Oliva (Universitat Jaume I)

La comunicación audiovisual y el cine, en su versión artística, se están viendo afectados por el nuevo paradigma comunicacional. Internet y los nuevos modos de producción digital que conlleva han cambiado las ideas y las prácticas cotidianas sociales y artísticas, dando como resultado una transformación antropológica a gran velocidad.

Ante este panorama, parece oportuna la necesidad de una actitud crítica y pedagógica frente al uso de los medios digitales. En este sentido, El pensamiento crítico puede aportar la idea del audiovisual desde la educación social de los sentidos o como una herramienta de creación de materias y conciencias, en definitiva, de modos de relación. Por eso nos parece interesante retomar planteamientos de Vigotsky, Lukács, McLuhan, Sánchez Vázquez, Rodari, Freire, Morin, Habermas o Kaplún para la práctica de la alfabetización audiovisual.

Esta investigación se centra en el análisis de un proyecto concreto de alfabetización audiovisual, el cual lleva a cabo el Colectivo Educar la Mirada, cuya intención es la de reflexionar de forma crítica sobre las prácticas creativas audiovisuales en su transformación del capitalismo industrial y financiero al capitalismo cognitivo, donde los datos son la nueva materia prima. Además, queremos formular la relevancia de una alfabetización audiovisual como herramienta creativa de emancipación.

La consecuencia de los cambios que estamos viviendo en la comunicación audiovisual se han cristalizado en una imposición tecnológica de dispositivos audiovisuales de comunicación e información y de unos modos de hacer que han pasado, en poco más de un siglo, del intento de captación de la realidad ante la cámara de los hermanos Lumière a la posibilidad de realizar una pieza audiovisual desde un móvil (Captura, montaje, efectos y distribución). Con el estreno de Avatar (James Cameron, 2009) se inaugura la posibilidad de crear todo un imaginario virtual sin salir de un ordenador, presagiando la desaparición del cine de los oficios y sus modos de producción tradicionales de la comunicación audiovisual analógica.

Con este planteamiento abordaremos el trabajo del Colectivo Educar la Mirada y de cómo desarrollan su acciones pedagógicas, en lo que ellos denominan comunidades no productivas, colectividades que no están dentro del círculo de producción audiovisual (infancia, inmigración, tercera edad...), donde se marca el uso de este medio como herramienta de expresión emancipadora. Un ejemplo muy claro es la incorporación al proyecto de herramientas epistemológicas de la antropología visual para crear las condiciones de la realización de relatos en

primera persona. Es muy interesante, por ejemplo, el uso del recuerdo a través de los objetos para realizar películas colectivas desde las necesidades y sensibilidades propias de una comunidad concreta.

Educación para el Desarrollo y la Ciudadanía Global Crítica en los centros educativos ubicados en zonas rurales de Castilla y León

Noelia Santamaría-Cárdaba (Universidad de Valladolid)

La tesis doctoral, que está en el periodo final de su proceso de elaboración, tiene como objetivo principal descubrir si los centros educativos ubicados en zonas rurales de Castilla y León educan para desarrollar una ciudadanía global con conciencia crítica. La Educación para el Desarrollo y la Ciudadanía Global (en lo sucesivo, EDCG) es una cuestión difícil de definir, pues es un concepto cambiante que se encuentra sometido a múltiples interpretaciones; siendo la noción de EDCG Crítica la se emplea en este estudio.

En este estudio, se comprende la EDCG Crítica como un proceso educativo cuyo objetivo es formar ciudadanos globales que sean capaces de pensar de forma crítica y actúen de manera autónoma defendiendo la justicia social y los Derechos Humanos a favor de un mundo sostenible y humano. Adicionalmente, esta investigación se ha enmarcado en los centros educativos rurales por dos motivos: el primero, es que poseen unas características propias que les diferencia de los urbanos, y el segundo, es que este estudio se encuentra ligado al proyecto europeo Rural DEAR Agenda EYD-2015, el cual se centra en las zonas rurales.

Con el propósito de dar respuesta al objetivo general de esta investigación, se realizaron dos estudios de encuesta, uno centrado en los docentes y otro destinado a los equipos directivos. Concretamente, para obtener los datos necesarios para esta investigación se emplearon dos cuestionarios, uno para el profesorado y otro para los directores, con preguntas abiertas y cerradas. Asimismo, se llevó a cabo un análisis de la legislación educativa vigente, en el momento en el que se enviaron los cuestionarios, en España y en Castilla y León para analizar si se impulsaba la EDCG Crítica desde los documentos normativos.

Los resultados de cada uno de los estudios revelan diversos aspectos que deben ser mejorados: 1) la legislación educativa presenta carencias a la hora de tratar adecuadamente los aspectos ligados a la EDCG; 2) los docentes inciden en la falta de compromiso y formación que poseen para enseñar a sus estudiantes la EDCG; y 3) los equipos directivos no promueven, en líneas generales, la EDCG desde los Proyectos Educativos de Centro. En conclusión, la EDCG queda relegada a meras acciones puntuales y todavía hay mucho trabajo para hacer para impulsar una correcta formación de ciudadanos globales críticos en el ámbito de la educación formal.

La diabetes mellitus tipo 1 y la inclusión educativa: una perspectiva crítica desde la experiencia familiar

Judith Cáceres (Universidad de Valladolid)

La finalidad de este proyecto persigue conocer la realidad inclusiva del alumnado afectado por Diabetes Mellitus tipo 1 (DM1), a través de las voces de sus respectivas familias. Se trata de una investigación biográfico-narrativa de carácter cualitativo y enfocada hacia la metodología comunicativa crítica. Está planteada desde

diversas técnicas: análisis documental, entrevista, autoetnografía y relatos de vida. Apelamos a la rigurosidad, a la subjetividad y al análisis crítico-reflexivo que define este tipo de técnicas para indagar en el concepto de inclusión, exponer las principales características de la enfermedad y trasladar, todo ello, al ámbito educativo.

Planteamos una investigación en la que el protagonismo viene dado por las vivencias y experiencias de las familias. Se recogen las voces, en la autoetnografía y en los relatos de vida, de esas familias a las que, de un día para otro, una enfermedad le quitó lo más importante de la vida, la salud de un hijo o hija. Y, por si esto fuera poco, cuando llega el momento de volver a la realidad, ese momento en el que ese niño o niña, ahora afectado por DM1, debe volver a jugar, volver a reír, volver a disfrutar, volver al colegio, etc., se topa con una enorme barrera excluyente que le imposibilita la normalización de su día a día. Los docentes no se hacen responsables del tratamiento de la enfermedad, la dirección del centro educativo tampoco, entonces, ¿quién se hace responsable de estos niños y niñas, que como todos los demás, según la Declaración de los Derechos del Niño, tienen derecho a la educación? La respuesta a esta pregunta la tienen ellas, las familias, pues son las que nos permitirán dar voz a una desigualdad social que requiere difusión, comprensión y formación educativa para ser transformada.

El interés social y científico de esta investigación obedece a su carácter innovador a la hora de dar respuesta a un problema actual. Si al desconocimiento generalizado que tiene la sociedad sobre esta enfermedad, le añadimos la superación de la exclusión social, la desintegración y las desigualdades, que se recogen como retos sociales del programa Horizonte 2020, nos topamos con una realidad que nos exige un conocimiento crítico, científico y compartido que contribuya a la superación de dichos retos en el ámbito educativo. Con este proyecto se presenta un documento para el empoderamiento colectivo y la mejora de la inclusión educativa y social.

SESIÓN 6. INICIATIVAS DE EDUCACIÓN

Viernes 12 de febrero – 11:15h-12:45h

Sala de vídeo-conferencia: <https://cutt.ly/nkhhOua>

Modera: Alejandro Barranquero (Universidad Carlos III de Madrid – RICCAP)

Máster en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas

Mari Cruz Alvarado López (Universidad de Valladolid)

El Máster en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas, el primer máster realizado en España sobre comunicación con fines sociales, comienza a ofertarse en el año 2008 como una especialización de posgrado en el Campus de Segovia de la Universidad de Valladolid, donde se imparte el grado de Publicidad y Relaciones Públicas, con gran éxito de matrícula entre los estudios de esta Universidad. Desde entonces se ha impartido de manera continuada, con un perfil del estudiantado marcadamente internacional e interdisciplinar: en sus 13 años han formado parte de este proyecto más de 150 estudiantes procedentes de una veintena de países diferentes. Toda esa diversidad confluye en un factor común y diferencial que une a estudiantes y profesorado: una clara conciencia social que pone en relieve el valor de la comunicación como agente para la transformación y el desarrollo social.

Con una orientación que combina la investigación académica (que permite el posterior acceso a Doctorado), la planificación y desarrollo de estrategias y campañas de comunicación y la intervención social, el máster promueve convenios de colaboración de la Universidad con entidades públicas (Ayto. de Segovia, Diputación de Segovia, Junta de Castilla y León...), organizaciones no gubernamentales (Cruz Roja, AIDA...) y otras vinculadas al sector privado (Televisión Castilla y León, Fundación Caja Rural o la Federación Empresarial Segoviana, Mamá tiene un plan –fundada por una estudiante egresada), que permiten poner en práctica los conocimientos y competencias adquiridos.

Se trata, además, de un máster caracterizado por la repercusión social que alcanza en el entorno próximo y también en otros contextos, durante y después de su impartición. Este aspecto se materializa en cada edición mediante la colaboración sistemática y/o puntual que se establece entre las actividades formativas de las diferentes materias y distintas entidades con fines sociales, con las que se desarrolla una simbiosis que permite llevar a cabo una experiencia real de aprendizaje servicio de la que se benefician no solo nuestros/as estudiantes, sino también las entidades y la sociedad sobre las que estas actúan.

Más información en: <http://sjc.uva.es/comunicacion-con-fines-sociales-estrategias-y-campanas/>

Máster en Investigación e Innovación Educativa

Luis Torrego Egido (Universidad de Valladolid)

El Máster Universitario en Investigación e Innovación Educativa, de 60 créditos, adscrito a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas, se imparte de manera semi-presencial en la Facultad de Educación de Segovia.

La finalidad del Máster es doble: la formación de profesionales comprometidos con la innovación educativa y con los procesos de renovación pedagógica y también la formación de profesionales cuya dedicación futura pudiera encaminarse hacia

la investigación educativa. Estarán dotados de las herramientas conceptuales y procedimentales necesarias para utilizar los fundamentos, métodos y técnicas de la investigación educativa como estrategia de mejora y de transformación de la docencia en las instituciones educativas.

No se trata de una propuesta "ex novo", sino de la modificación sustancial de una titulación –Máster Universitario en Investigación en Ciencias Sociales- de la que el último informe de renovación de la acreditación la Comisión de Evaluación de Titulaciones de ACSUCYL determina lo siguiente:

Los indicadores evidencian un alto nivel en la adquisición de competencias en investigación educativa. Además, la continuidad con Doctorado y contratos predoctorales en la Universidad pone de manifiesto que este máster capacita para la continuidad de la carrera investigadora.

El máster promueve la especialización de titulados en el ámbito de la Educación con capacidad de estudio, voluntad de trabajo y vocación por la investigación. Al tratarse de materias en constante evolución, resultará también muy adecuada una mentalidad abierta a contenidos cambiantes.

Esta titulación se imparte en modalidad de enseñanza semipresencial. La experiencia de estos últimos años ha puesto de manifiesto las siguientes ventajas:

- Posibilidad de satisfacer a un tipo de demanda de estos estudios representada por estudiantes que son, a su vez, trabajadores de la enseñanza en diferentes niveles educativos.
- Mejorar la comunicación entre los protagonistas del proceso educativo, pues el cambio se traduce en una mayor accesibilidad al profesorado para resolver dudas, en una reducción de los tiempos de consulta y en una facilitación de la evaluación continua.
- Aprovechar los recursos tecnológicos de la Universidad de Valladolid y la capacitación y experiencia del profesorado del Máster en procesos de enseñanza online y en *blended learning*.
- Conseguir dos objetivos básicos: optimizar las ventajas de los nuevos medios con su incorporación sistemática y justificada a nuestro Máster, y capacitar a los estudiantes para el uso adecuado de estos medios con fines educativos.

Más información en: <https://educasg.uva.es/titulaciones/master-en-investigacion-e-innovacion-educativa/>

Metodologías participativas y comunicación para la creatividad social

Luis Arnanz Monreal y Mouna Kebir Tio

En enfoques y contextos caracterizados por la complejidad y diversidad, se está poniendo en valor la creatividad social como vía para orientar procesos de cambio y organización en comunidades, organizaciones e instituciones. Al mismo tiempo, asistimos a un interés creciente por las metodologías y los procesos participativos. A pesar de esto, se percibe un déficit formativo y profesional en la aplicación de metodologías que permitan desarrollar de manera eficaz, rigurosa y transformadora dichos procesos. No existen apenas líneas formativas formales y regladas para la capacitación y habilitación de técnicos/as y especialistas en metodologías de dinamización, planificación e intervención participativa. El Curso integra la Sociopraxis y otras líneas metodológicas de diversa procedencia mediante las cuales el alumnado podrá afrontar los problemas propios de la participación. Además, se presta una atención especial a los mecanismos y a las dinámicas de

comunicación participativas que han de diseñarse y acompañar a procesos que tienen como objetivo conseguir una mayor profundización democrática.

La finalidad del Curso es aportar conocimientos y habilidades para diseñar, dinamizar y evaluar procesos participativos en colectivos, organizaciones o comunidades, mediante metodologías de participación y comunicación que fomentan la creatividad social. Los objetivos establecidos para ello son:

- Facilitar una base epistemológica sobre la metodología participativa en las ciencias sociales.
- Conocer las fases y el ciclo de un proceso participativo sociopráxico.
- Dotar de herramientas, técnicas y estrategias metodológicas y prácticas para diseñar, implementar y dinamizar procesos de participación social y comunitaria.
- Aprender a dinamizar y facilitar procesos participativos comunitarios articulando diversos actores sociales vinculados con la población, las entidades sociales, las administraciones públicas, etc.
- Aplicar los conocimientos a la práctica real en terreno, complementando la teoría con la praxis. -Desarrollar elementos de comunicación social para la participación.
- Conocer y analizar diferentes temáticas relacionadas con la planificación y organización participativa, la intervención sociocomunitaria y las políticas públicas: economía social, sostenibilidad, feminismo, gobernanza, intervención comunitaria,....

Más información en: <https://creatividadsocial.es/>

El audiovisual como herramienta de emancipación colectiva

Jesús Ramé (Universidad Rey Juan Carlos)

La comunicación audiovisual y el cine, en su versión artística, se están viendo afectados por el nuevo paradigma comunicacional. Internet y los nuevos modos de producción digital que conlleva han cambiado las ideas y las prácticas cotidianas sociales y artísticas, dando como resultado una transformación antropológica a gran velocidad. Ante este panorama, parece oportuna la necesidad de una actitud crítica y pedagógica frente al uso de los medios digitales. En este sentido, El pensamiento crítico puede aportar la idea del audiovisual desde la educación social de los sentidos o como una herramienta de creación de materias y conciencias, en definitiva, de modos de relación. Por eso nos parece interesante retomar planteamientos de Vigotsky, Lukács, McLuhan, Sánchez Vázquez, Rodari, Freire, Morin, Habermas o Kaplún para la práctica de la alfabetización audiovisual. Esta investigación se centra en el análisis de un proyecto concreto de alfabetización audiovisual, el cual lleva a cabo el Colectivo Educar la Mirada, cuya intención es la de reflexionar de forma crítica sobre las prácticas creativas audiovisuales en su transformación del capitalismo industrial y financiero al capitalismo cognitivo, donde los datos son la nueva materia prima. Además, queremos formular la relevancia de una alfabetización audiovisual como herramienta creativa de emancipación.

La consecuencia de los cambios que estamos viviendo en la comunicación audiovisual se han cristalizado en una imposición tecnológica de dispositivos audiovisuales de comunicación e información y de unos modos de hacer que han pasado, en poco más de un siglo, del intento de captación de la realidad ante la cámara de los hermanos Lumière a la posibilidad de realizar una pieza audiovisual

desde un móvil (Captura, montaje, efectos y distribución). Con el estreno de Avatar (James Cameron, 2009) se inaugura la posibilidad de crear todo un imaginario virtual sin salir de un ordenador, presagiando la desaparición del cine de los oficios y sus modos de producción tradicionales de la comunicación audiovisual analógica.

Con este planteamiento abordaremos el trabajo del Colectivo Educar la Mirada y de cómo desarrollan sus acciones pedagógicas, en lo que ellos denominan comunidades no productivas, colectividades que no están dentro del círculo de producción audiovisual (infancia, inmigración, tercera edad...), donde se marca el uso de este medio como herramienta de expresión emancipadora.

Un ejemplo muy claro es la incorporación al proyecto de herramientas epistemológicas de la antropología visual para crear las condiciones de la realización de relatos en primera persona. Es muy interesante, por ejemplo, el uso del recuerdo a través de los objetos para realizar películas colectivas desde las necesidades y sensibilidades propias de una comunidad concreta.

Donantes de memoria: proyecto divulgativo de Memoria Histórica

Gemma Camáñez (Universidad Carlos III de Madrid)

En el año 2011, dos profesores de la Universidad Carlos III de Madrid (Departamento de Comunicación y Departamento de Sociología), junto a un grupo de estudiantes, empezamos este proyecto divulgativo de Memoria histórica, con él que queríamos preservar el testimonio de personas que hubiesen vivido el periodo 1934-1978 en España. Su continuidad ha sido discontinua debido a la falta de recursos. Siempre ha salido adelante gracias al esfuerzo de los integrantes del mismo.

Donantes de Memoria somos un grupo de personas que, de forma voluntaria y sin ánimo de lucro, queremos preservar el patrimonio oral de vivencias de este país, España. En este proyecto colaboran activamente voluntarios de FPSF Madrid, profesores del Departamento de Comunicación de la UC3M, así como estudiantes del Grado en Comunicación Audiovisual y del Doble Grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual de esta misma universidad.

Desde Julio de 2020 se ha retomado este proyecto, tras casi seis años de "intermedio". En la actualidad (enero 2021) tenemos nueve estudiantes incorporados. Nuestro mayor interés es llegar al público joven, menores de 35 años, y para ello hemos creado perfiles en las distintas redes sociales (Twitter, Instagram, ...), con formatos más afines (*stories*, ...).

A través de un archivo audiovisual queremos recoger y difundir el máximo de testimonios de las personas que vivieron en primera persona y, si no es posible, sus familiares, la época final de la II República, la Guerra civil e inicios de la Dictadura franquista (1934-1945, principalmente) hasta sus recuerdos de la llegada de la Transición democrática. Contamos con las historias de personas que vivieron esa época, que tuvieron que sufrir el exilio, campos de concentración, cárcel, que siendo niños les mandaron a vivir con familias de acogida, ...

Es un trabajo realizado desde el ámbito social y universitario, y su fin es meramente divulgativo y de sensibilización. Contarlo para no olvidar, sería el lema que mejor lo define. Pretendemos crear un patrimonio para la sociedad española en general. El archivo será de acceso abierto y por lo tanto tiene un valor extra para la comunidad investigadora en ámbitos como la sociología, historia y antropología social. Así mismo, tiene un valor divulgativo para la comunidad educativa, especialmente en el ámbito universitario y en centros de enseñanza secundaria.

El proyecto nace con una necesidad de ser un proyecto nacional y de dar voz y visión a personas de todo el territorio. Para ello se buscarán socios en distintos ámbitos, por ejemplo, el Museo del Pueblo de Asturias. Asimismo, se pretende estar en contacto con instituciones internacionales, universidades, museos, asociaciones, para la búsqueda de posibles donantes (relacionados con el exilio, por ejemplo) y así mismo, poder realizar acciones divulgativas junto a ellos. Por ejemplo, con Asociaciones de exiliados en Francia, México, ...

El espacio multimedia está creado en la web:

<https://donantesdememoria.wordpress.com>

<https://donantesmemoria.wixsite.com/donantesdememoria>

SESIÓN 7. PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN (II)

Viernes 12 de febrero – 13:00h-14:30h

Sala de vídeo-conferencia: <https://cutt.ly/gkhbSlc>

Moderadora: Azahara Cañedo (Universidad de Castilla-La Mancha)

Plataformas del audiovisual y juventud: contenidos, estrategias empresariales y percepción de la audiencia

Josep Àngel Guimerà (Universitat Autònoma de Barcelona), Miguel Ángel Casado (Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea), Montse Bonet (Universitat Autònoma de Barcelona)

Los hábitos de consumo de contenidos televisivos han cambiado en España y en la mayor parte de los países de capitalismo avanzado y son los más jóvenes quienes muestran un cambio más rápido y profundo en esos hábitos. Tanto Internet como la infraestructura de telecomunicación y las plataformas de distribución de vídeo son agentes imprescindibles en esa transformación.

En este escenario de cambio, este proyecto se plantea acercarse al modo en el que los operadores tradicionales de televisión están reorientando su estrategia para tratar de llegar a un público joven que cada vez parece menos interesado en sus ofertas. Desde este punto de partida, se analizan tres ofertas específicas y muy recientes que desde los tres grandes grupos audiovisuales españoles se han lanzado específicamente para el público joven: FLOOXER por parte de Atresmedia, MTMAD por parte de Mediaset y PLAYZ por parte de TVE.

Los objetivos generales de la investigación son identificar la naturaleza de esas ofertas en el marco de la estrategia global de adaptación a un entorno digital cada vez más competitivo por parte de cada grupo, describir los objetivos últimos que persiguen y cuál es la recepción de su contenido por parte del público al que se dirigen. Para conseguirlo se ha diseñado una estrategia híbrida de investigación que combina el análisis documental con las entrevistas en profundidad a los responsables de las televisiones; y encuestas y *focus group* con jóvenes.

INSAF-Fem Innovación Social y Tecnología para la mejora de empleabilidad de las mujeres tunecinas

Lucía Benítez Eyzaguirre y Marcela Iglesias Onofrio (Universidad de Cádiz)

INSAF-Fem es el acrónimo del proyecto "Innovación Social y Tecnología para la mejora de empleabilidad de las mujeres tunecinas", un proyecto con perspectiva de género cuyo objetivo es mejorar el acceso al trabajo de las mujeres tunecinas mediante la formación transversal en información, comunicación e innovación social, a la vez que contribuir al fortalecimiento del desarrollo local endógeno. A partir de un diagnóstico de necesidades se propone atender cuestiones a estos temas a partir de una estrategia de desarrollo de zonas rurales y la mejora de sus competencias en el desarrollo social, mediante la colaboración de las universidades con las empresas y la sociedad civil.

El proyecto «Innovation Sociale et Technologie pour une Meilleure Employabilité des Femmes Tunisiennes» (INSAF-Fem) está liderado por la Universidad de Cádiz, en el marco del programa Erasmus + KA2 Capacity Building in the field of Higher Education. Para su realización a lo largo de los próximos tres años se ha aprobado una financiación próxima a los 600.000 euros, en concreto, 593.416 euros. Se trata

de uno de los 163 proyectos aprobados en esta convocatoria, de los 840 que se presentaron.

La iniciativa surge de una experiencia anterior con el título de "Género, Tecnología e Innovación Social", financiada por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID), realizada en Sfax en 2018 que tuvo muy buenos resultados, y el interés expreso del Ministère de la Femme, de la Famille, de l'Enfance et des Personnes Agées, que ahora participa como socio, para replicarlo en otras universidades tunecinas. De hecho, ahora se ofrece, además de en la Université de Sfax, en las de Monastir, Gabès y Kairouan. El consorcio está compuesto por 7 universidades, entre las que se encuentran además de las cuatro tunecinas mencionadas, la Université de Galatasaray (Turquía) y la Università degli Studi di Napoli "Parthenope" (Italia). Participan como socios en Túnez la Association Féminine pour la protection de la Famille y la Union Nationale de la Femme Tunisienne de Sfax. El proyecto "Género, Tecnología e Innovación Social" se realizó con anterioridad en Marruecos, con una excelente acogida, y un impacto del 360%, además de una valoración muy positiva en términos de igualdad.

La metodología del proyecto es dinámica y atenta a la realidad local, basada en la Investigación-Acción-Participación, mediante consultas sistemáticas y diagnósticos comunes. Así, el proyecto ha definido ya las competencias y necesidades formativas cuyas líneas principales están relacionadas con la comunicación, las TIC, el emprendimiento y la innovación social. En una segunda fase, se impartirán los cursos, así como el fortalecimiento de la transferencia. Las mujeres formadas son las que, en las cuatro universidades tunecinas, se encargarán de asesorar y formar a través de talleres a las asociaciones y las comunidades locales.

La Comisión ha destacado la coherencia entre las acciones programadas y su relación con los objetivos, resultados y actividades, la cualificación del personal que participa en las instituciones socias que cuentan con experiencia y habilidades en las temáticas del proyecto: género, innovación social, TIC y gestión de proyectos.

Más información en: <https://internacional.uca.es/insaf-fem-innovacion-social-y-tecnologia-para-la-mejora-de-empleabilidad-de-las-mujeres-tunecinas/>

Problemas públicos y controversias: diversidad y participación en la esfera mediática. Crisis del periodismo.

Héctor Fouce Rodríguez y Joan Pedro-Carañana (Universidad Complutense de Madrid)

Este proyecto está financiado por el Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad (CSO2017-82109-R) y dirigido por Cristina Peñarín y Héctor Fouce del grupo de investigación Semiótica, Comunicación y Cultura de la Universidad Complutense de Madrid. Parte de la perspectiva pragmática de que una esfera pública democrática requiere que los problemas sociales se aborden suficientemente como controversias en los medios de comunicación para que sean reconocidos como problemas públicos. Más allá de la concepción habermasiana, se sostiene que la esfera pública debe ser conflictiva y heterogénea, permitiendo la participación de una diversidad de voces que, muchas veces, tienen intereses antagónicos. La investigación plantea el objetivo de averiguar si y cómo este proceso de mediatización controversial tiene lugar en la esfera pública central y las esferas públicas periféricas respecto a una serie de problemas sociales, como

aquellos relacionados con la pandemia de la Covid-19, la crisis del periodismo, la prostitución o la industria musical.

Más información en: <http://semioteca.es/>

Recuperar ideas para la (re) construcción de una perspectiva crítica en comunicación a partir del análisis del volumen "Ferment in the Field"

Gloria Gómez-Diago (Universidad Rey Juan Carlos)

Recuperar la historia de la investigación en comunicación es fundamental para (re) construir el campo en una sociedad que demanda entornos más democráticos. El campo de la investigación en comunicación adolece de memoria intelectual. Un ejemplo paradigmático es el volumen editado conmemorando los 35 años del "Ferment in the Field" (1983) y que se tituló "Ferments in the Field" (2018). Al contrario de lo que sucede en el original, en el volumen conmemorativo se obvian los conceptos fundamentales del campo, dando una bienvenida a una interdisciplinaridad o a una multidisciplinariedad, obviando la construcción de una disciplina y obviando también el debate entre la investigación crítica y la investigación administrada, presente a lo largo del volumen original (Pooley, 2020). Este trabajo se contextualiza como una aplicación y desarrollo de un proyecto de investigación articulado en dos direcciones que se retroalimentan: 1) identificar en volúmenes fundamentales del campo de la comunicación herramientas conceptuales y procedimentales que han venido definiendo la investigación en comunicación; 2) ir (re)generando una propuesta epistemológica, teórica y metodológica para desarrollar una investigación crítica en el campo de la comunicación. Para este Congreso de ULEPICC presentamos herramientas conceptuales y procedimentales obtenidas del análisis del volumen "Ferment in the Field", -volumen que Nordstrem (2007: 212) situó como fundamental para buscar un alma para el campo de la comunicación- para (re)construir una perspectiva crítica desde la que poder generar una investigación en comunicación que pueda incidir en la sociedad.

NOVEDADES EDITORIALES



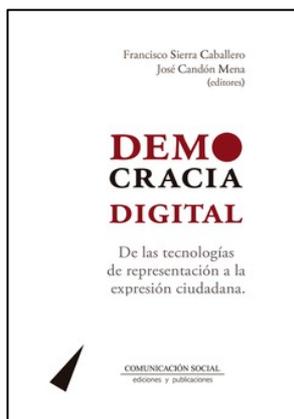
Grupo Prisa: Media Power in Contemporary Spain **Luis A. Albornoz, Ana I. Segovia, Núria Almirón**

Routledge (New York, 2020)

ISBN: 978-0-367-27753-6

Disponible en [Routledge](https://www.routledge.com/9780367277536)

Este libro, uno de los primeros estudios en inglés sobre el Grupo Prisa, ofrece una aproximación completa y concisa al perfil político, económico y sociocultural de uno de los principales conglomerados de medios de comunicación en Europa. Prisa es el primer grupo mediático en lengua española y portuguesa en la creación y distribución de contenidos en los ámbitos de la cultura, la educación y la información, produciendo contenidos para más de veinte países con marcas globales como *El País* (periódico), *Los 40* (radio) o *Santillana* (educación). Utilizando un enfoque de economía política crítica, sus autores examinan el comportamiento de Prisa y cómo este refleja la reciente evolución económica y política de España. Se trata de una obra ideal para estudiantes, académicos e investigadores que deseen profundizar en el conocimiento de una potencia mediática creciente en lengua española, o más generalmente interesados en las industrias internacionales de la comunicación y los medios de comunicación.



Democracia digital. De las tecnologías de representación a la expresión ciudadana

Francisco Sierra, José Candón-Mena (editores)

Comunicación Social Ediciones (Salamanca, 2020)

ISBN: 978-84-17600-25-9

Colección «Comunicación Crítica», nº 13

Disponible en [Comunicación Social Ediciones](https://www.comunicacion-social.com/)

Democracia Digital pone encima de la mesa diferentes aspectos del debate que rodea a la idea de una democracia digital posible que supere los límites de los actuales sistemas de representación y decisión que articulan a las sociedades contemporáneas y limitan las capacidades de progreso de éstas. De este modo, frente al discurso dominante de la racionalidad instrumental, cualquier acercamiento a esta cuestión no puede ser puramente técnico, sino que ha de pronunciarse sobre las distintas nociones o modelos de sociedad desde un punto de vista político e ideológico. La tecnología es versátil y puede servir a distintos fines, por lo que han de valorarse la utilidad o los riesgos de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) respecto a modelos concretos de democracia, y no respecto a una idea vaga y difusa de democracia que algunos politólogos quieren homologar objetivamente eludiendo confrontar cómo se materializan las lógicas emergentes de expresión y proyección ciudadanas. Así, *Democracia Digital* aborda una reflexión crítica desde el paradigma de la Economía Política sobre los escenarios abiertos por las tecnologías digitales en torno a la idea de democracia y a su materialización práctica según tres ejes temáticos claramente definidos:

- Oportunidades y riesgos para la democracia abiertos por las NTIC.
- Exposición y valoración crítica de experiencias y prácticas de aplicación de estas tecnologías en procesos de toma de decisiones democráticas.
- El uso activista de las NTIC en los movimientos sociales y su protagonismo como agentes activos de los procesos de democratización.



Marxismo y comunicación. Teoría crítica de la mediación social

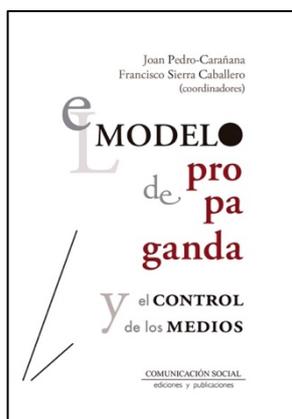
Francisco Sierra. Prólogo de Armand Mattelart

Editorial Siglo XXI (Madrid, 2020)

ISBN: 978-84-323-1988-4

Disponible en [Siglo XXI Editores](#)

La teoría crítica, que nos había explicado el fundamento materialista de nuestra sociedad y ofrecido estrategias para transformarla, tiene un nuevo desafío. Nuestro tiempo ya no se caracteriza solo por las contradicciones que la desigual distribución de la riqueza entraña, sino que también se ve determinado por un nuevo escenario: el capitalismo de plataformas y la revolución digital que han hipermediatizado la cultura y generado nuevos antagonismos sociales. Para poder comprender la sociedad del siglo XXI tenemos que repensar cuestiones esenciales de la teoría del valor, la semiótica y la reproducción del sistema social situando la comunicación como una cuestión central. Para enfrentarnos a este reto, Francisco Sierra nos propone una lectura marxista de la mediación social a partir de un análisis sintomático que hace emerger lo real, proyectando nuevas prácticas instituyentes, un nuevo pensamiento y praxis social para pasar de la cultura de la resistencia a la comunicación transformadora.



El Modelo de Propaganda y el control de los medios

Joan Pedro-Carañana, Francisco Sierra (coordinadores)

Comunicación Social Ediciones (Salamanca, 2019)

ISBN: 978-84-17600-25-9

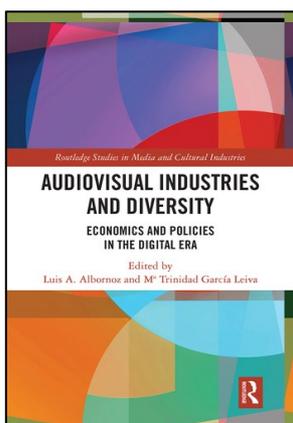
Colección «Comunicación Crítica», nº 11

Disponible en [Comunicación Social Ediciones](#)

A finales de la década de los 80 del siglo XX, Edward S. Herman y Noam Chomsky dieron a conocer su Modelo de Propaganda —un modelo teórico que explica cómo las élites y los grandes conglomerados de comunicación «fabrican el consentimiento de la opinión pública» (*manufacturing consent*) a través del sistema de medios para imponer su visión del mundo y el mantenimiento del statu quo de esas mismas élites. Hoy, el Modelo de Propaganda sigue siendo vigente pero precisa de reformulaciones que lo adapten al actual ecosistema digital impuesto tras la revolución tecnológica. *El Modelo de Propaganda y el control de los medios* reúne aportaciones teóricas y analíticas de investigadores españoles, latinoamericanos y anglosajones (incluidos los propios Chomsky y Herman, además de varios socios de ULEPICC) en torno al control internacional de los flujos de comunicación y el control del pensamiento en la era digital, bajo el prisma de los mecanismos de filtrado informativo contemplados por el Modelo de Propaganda, así como posibles actualizaciones del mismo. *El Modelo de Propaganda y el control de los medios* actualiza y pone en valor el legado intelectual de Edward S. Herman, un pensador comprometido con los derechos humanos y la democracia informativa —referente inequívoco en la crítica de la economía política del periodismo y en la denuncia de la red de exportación del terror del complejo industrial-militar del Pentágono.

Descargar [índice](#) y [muestra del contenido](#) (la introducción y la colaboración de Chomsky).

Videos de la presentación del libro [aquí](#) y [aquí](#).



Audiovisual Industries and Diversity: Economics and Policies in the Digital Era

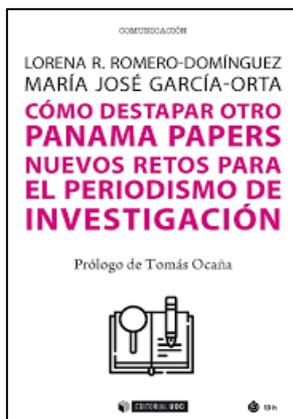
Luis A. Albornoz, Mª Trinidad García Leiva (ed), Prólogo de Toby Miller

Routledge (New York, 2019)

ISBN: 978-0-367-27753-6

Disponible en [Routledge](https://www.routledge.com)

Esta obra reflexiona sobre las problemáticas de la diversidad, el acceso y la expansión de las tecnologías digitales en las industrias audiovisuales, sobre todo en términos económicos y políticos. Presenta una colección de ensayos que provienen de diferentes campos de estudio, en particular de la Comunicación, la Economía, la Ciencia política y el Derecho. Entre los temas abordados se encuentran: el principio de la diversidad como objetivo de las políticas de cultura y comunicación, la evaluación de la Convención de la UNESCO sobre la diversidad cultural, los retos que enfrenta la producción, circulación y consumo de contenidos culturales a través de Internet, y el papel que desempeñan los algoritmos en el funcionamiento de las plataformas en línea. Este volumen es una lectura esencial para investigadores del campo de la comunicación, la economía de la cultura, las relaciones internacionales y el derecho internacional, así como para responsables políticos, periodistas especializados en medios, y gestores de instituciones públicas y privadas implicados en el desarrollo de políticas culturales y de comunicación. Los estudiantes de postgrado encontrarán en él un punto de referencia clave.



Cómo destapar otro Panama Papers. Nuevos retos para el Periodismo de Investigación

Lorena R. Romero-Domínguez, María José García Orta. Prólogo de Tomás Ocaña

UOC (Barcelona, 2019)

ISBN: 978-84-9180-590-8

Disponible en [Editorial UOC](https://www.uoc.edu)

Cómo destapar otro Panama Papers. Nuevos retos para el Periodismo de Investigación es una síntesis divulgativa y práctica del estado actual del Periodismo de Investigación en la escena nacional e internacional. Con especial atención a los cambios que ha vivido la actividad periodística, como consecuencia de la incidencia de la tecnología *blockchain*, las fuentes colaborativas o las narrativas transmedia, no perdemos de vista la necesidad de entender este fenómeno desde sus orígenes para ratificar su valor social en una sociedad democrática, luchando por mantener una ciudadanía bien informada, formada y crítica gracias a una información de calidad.

CALL FOR PAPERS – Número especial sobre Economía Política de la Comunicación y la Cultura (hasta el 31 de julio de 2021)

ReLaPaC - Revista Latinoamericana Estudios de la Paz y el Conflicto

La Revista Latinoamericana Estudios de la Paz y el Conflicto (ReLaPaC) realiza una llamada a artículos para su Número 5 del Volumen 3, destinado a un monográfico sobre Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Dicho número temático se convoca con motivo de la celebración del VII Congreso ULEPICC-España (Segovia) y del XII Congreso Internacional ULEPICC (Ciudad de México), cubriendo la llamada a artículos desde el 12 de febrero de (clausura del VII Congreso ULEPICC-España) hasta el 31 de julio de 2021 (cierre del plazo de envío de ponencias completas para el XII Congreso Internacional ULEPICC). La publicación del monográfico está prevista en enero de 2022 y su coordinación correrá a cargo de Francisco Sierra (Universidad de Sevilla) y Ángel Carrasco-Campos (Universidad de Valladolid).

La Economía Política de la Comunicación y la Cultura ocupa un lugar central en la investigación crítica en ciencias sociales. Su especificidad radica no solo en su objeto de estudio sino, especialmente, en la proyección transformadora de sus esfuerzos de investigación y análisis de la sociedad, desde un punto de vista materialista e histórico. Es por ello por lo que, en diálogo permanente con la realidad que aspira a transformar, no es posible entender la dimensión crítica de la Economía Política Comunicación y la Cultura como un sistema conceptual estático y cerrado, como tampoco en términos de una investigación empírica meramente descriptiva. De acuerdo con este planteamiento, la llamada a artículos está abierta a una amplia diversidad de temas relacionados con la información, los medios de comunicación y la cultura. Todas las personas interesadas pueden presentar su manuscrito, pudiendo tomarse las secciones oficiales de ULEPIC como posibles (aunque no excluyentes) ejes temáticos:

- Epistemología y Teoría de la Economía Política de la Comunicación y la cultura
- Políticas de comunicación y cultura
- Comunicación, sociedad y democracia
- Estructura de la comunicación
- Nuevas tecnologías de la información, la comunicación y el conocimiento

Los manuscritos deberán enviarse mediante los canales y de acuerdo a las directrices para autores/as establecidos por la propia revista. Todos los trabajos recibidos serán sometidos a evaluación doble ciego por pares.

Se aceptarán propuestas en cualquiera de la primera, segunda o tercera lengua de la revista (español, inglés, portugués) para las diferentes secciones de la revista:

- Artículos científicos: investigaciones de tipo teórico o aplicado (extensión máxima de 8500 palabras, referencias incluidas, aunque excluyendo resúmenes).
- Ensayos académicos y notas de investigación: informes de hallazgos, aportaciones, etc. derivadas de investigaciones en curso (extensión máxima de 5500 palabras, referencias incluidas, aunque excluyendo resúmenes).
- Reseñas de libros: publicados en los últimos cinco años (extensión máxima de 3000 palabras, referencias incluidas, aunque excluyendo resúmenes).

Cierre de plazo de envíos: 31 de julio de 2021

Directrices para autores/as: <https://iudpas.unah.edu.hn/area-de-paz/revista-latinoamericana-estudios-de-la-paz-y-el-conflicto/normas-y-directrices-para-la-presentacion-de-originales>

Política editorial y sistema de evaluación: <https://iudpas.unah.edu.hn/area-de-paz/revista-latinoamericana-estudios-de-la-paz-y-el-conflicto/politica-editorial-de-la-revista-y-sistema-de-evaluacion>

Editores del monográfico: Francisco Sierra Caballero (fsierra@us.es) y Ángel Carrasco-Campos (angel.carrasco.campos@uva.es)

Contacto: <https://iudpas.unah.edu.hn/area-de-paz/revista-latinoamericana-estudios-de-la-paz-y-el-conflicto/contacto>



UNAH
UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HONDURAS



IUDPAS
INSTITUTO UNIVERSITARIO
EN DEMOCRACIA, PAZ
Y SEGURIDAD



**REVISTA
LATINOAMERICANA
ESTUDIOS DE LA PAZ
Y EL CONFLICTO**

Revista Latinoamericana Estudios de la Paz y el Conflicto (ReLaPaC)

ISSN-e: 2707-8922 / ISSN: 2707-8914

CALL FOR PAPERS: XII Congreso Internacional ULEPICC (Ciudad de México, 11, 12 y 13 de octubre)

La Unión Latina de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC) invita a participar a su **XII Congreso Internacional ULEPICC-2021**, que se celebrará los días **11, 12 y 13 de octubre 2021** en la Ciudad de México. Con el título **El Futuro de los medios públicos. Acceso, Equidad informativa y desarrollo social** ULEPICC convoca a la comunidad académica a reflexionar y debatir sobre los retos y controversias en el uso, adscripción y aportaciones de los medios públicos a la sociedad. Ello es así frente a una comercialización creciente de la comunicación vía medios digitales. Servidores, plataformas, redes de transmisión se encuentran en manos de agentes privados transnacionales, cada vez más concentrados. Resulta urgente reflexionar sobre la preeminencia de lo comercial por sobre el servicio público.

En los últimos años hemos registrado cambios sensibles en las industrias culturales tradicionales: televisión, radio, prensa y cine. La llegada de actores que desde lo digital han implementado diferentes modelos de negocio, educado nuevos públicos y explorado nuevos formatos, obligó a un giro en las formas de abordar la investigación en medios de comunicación. En esta coyuntura los medios públicos han cobrado nueva relevancia. Aunque la tecnología para transportar contenidos cambia constantemente, el objetivo de construir comunidad con base en el intercambio y en el poner en común, sigue siendo el mismo. Situación que afirma la vigencia del concepto: la comunicación. Hoy más que nunca, construimos cercanía, brindamos acompañamiento y hacemos comunidad, gracias a ella.

Es en ese marco que se convoca a profesionales, docentes, investigadores, estudiantes y representantes de instituciones vinculadas a la información, la comunicación y la cultura en general, a poner en común análisis económicos, sociales, políticos y culturales que tengan como eje principal el papel que deberán jugar los medios públicos con el fin de eliminar las desigualdades, crear vías originales de acceso a la cultura e incidir en un desarrollo que implique a todos los seres humanos.

Envío de resúmenes

Enviar resumen de **400 palabras** respetando la norma IMRD (Introducción, Método, Resultados y Discusión) y añadir al final de **4 a 6 palabras clave**, así como el **nombre, apellidos y filiación institucional** de cada autor/a.

Los resúmenes deben presentarse a través de la plataforma web EasyChair. El *Call For Papers* está disponible en el siguiente enlace: <https://easychair.org/cfp/xii-congreso-ulepicc-2021>

La fecha límite para enviar resúmenes es el **1 de junio de 2021**.

Una vez enviados los resúmenes se procederá a su evaluación por parte del comité científico del congreso, que decidirá sobre su aprobación a la mayor brevedad.

En el caso de los resúmenes aprobados, los autores deberán proceder a la inscripción efectiva en el congreso mediante el pago de las cuotas establecidas. Es conveniente tener en cuenta las siguientes fechas:

- **Envío de ponencias.** A partir de la aceptación del resumen y hasta el 31 de julio de 2021.
- **Inscripción Fase 1.** A partir de la aceptación del resumen y hasta el 21 de julio de 2021. Costo:
 - 70 USD para ponentes.
 - 30 USD para asistentes en general.
- **Inscripción Fase 2.** Del 22 de julio al 21 de agosto de 2021. Costo:
 - 90 USD para ponentes.
 - 50 USD para asistentes en general.
- **Inscripción Fase 3.** Del 22 de agosto al 11 de octubre de 2021. Costo:
 - 100 USD para ponentes.
 - 60 USD para asistentes.

El pago de la inscripción dará derecho a la lectura oral en el Congreso y su publicación en el libro de resúmenes. El texto completo para su publicación en el libro de actas se someterá a un proceso posterior de revisión por pares.

NOTA: Por razones económicas, se aceptará la defensa no presencial de la comunicación.

Más información en: <https://ulepicc.org/xii-congreso-internacional-ulepicc-mexico-2021/>

ULEPICC 2021 MÉXICO 
XII CONGRESO INTERNACIONAL



ulepicc .es

VII Congreso ULEPICC-España
Segovia, 11 y 12 de febrero de 2021

**LA INVESTIGACIÓN
CRÍTICA, HOY.
GRUPOS, PROYECTOS
E INICIATIVAS**

organizan:



ulepicc .es

Unión Latina de Economía Política de
la Información, la Comunicación y la Cultura
- Sección España -

colaboran:



Universidad de Valladolid

Grupo de Investigación Resonancias en
Ciencias Sociales Aplicadas



Universidad de Valladolid

Departamento de
Tecnología y Trabajo Social



Universidad de Valladolid

Facultad de Educación
Campus de Segovia



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Sociales,
Humanas y de la Comunicación
Campus de Segovia