

---

## Presentación

---

El número 46 de *Quaderns del CAC* dedica su monográfico a la temática **Participación, ciudadanía y comunicación**. Movidos por el creciente interés despertado por el paradigma participativo que se ha registrado como consecuencia de las transformaciones del ecosistema comunicativo hemos querido invitar a la comunidad investigadora a hacer sus aportaciones. La respuesta ha sido muy positiva, y la queremos poner en valor de manera especial, porque este número se ha realizado en pleno periodo de la crisis de la COVID-19 que, como al resto de la población, también ha afectado a autores, autoras y a personas revisoras. Fruto de los esfuerzos de todo el mundo, el lector tiene en sus manos una serie de contribuciones que ilustran los múltiples ángulos de la temática.

La pluma invitada para este número es **Marius Dragomir**, profesor visitante de la Central European University (Budapest), donde dirige el Center for Media, Data and Society, después de más de una década trabajando para la Open Society Foundations en Londres como responsable del *Program on Independent Journalism and del Network Media Program (NMP)*. Desde su privilegiada atalaya de observación examina en su artículo “Votar con la cartera: el significado real de la participación ciudadana en los medios de comunicación”, la dinámica entre la participación ciudadana y los modelos de negocio, para poner en el centro del debate la sostenibilidad del periodismo independiente. Su mirada pone el foco en la conexión entre dos aspectos muy discutidos por separado, pero raramente interrelacionados: el modelo cambiante de financiación del periodismo y la participación de la ciudadanía en los medios.

**Javier Marzal-Felici, María Soler Campillo y Carlos López-Olano** se focalizan en el servicio público de comunicación. “Participación ciudadana y medios de comunicación públicos. Resultados de *focus groups* a académicos, profesionales y expertos en dinamización social” es el título de su artículo, en el cual constatan la crisis de legitimidad de estos medios en el marco de las transformaciones que afectan el ecosistema mediático. También destacan el rol que puede jugar la participación ciudadana como herramienta para legitimar el servicio público y frenar la pérdida de relevancia social que le afecta. Finalmente, el texto también hace énfasis en el papel de la cocreación como potencial encuadre de la ciudadanía en los medios públicos.

**Natalia Quintas-Froufe y Montserrat Vázquez-Gestal** abordan la participación desde la perspectiva de la actividad de reclamación de la audiencia en relación con el servicio público. En su artículo “El Defensor de la audiencia de RTVE como mediador en la resolución de reclamaciones sobre el canal infantil Clan (2010-2015)” analizan la actividad desarrollada por los padres y madres del público infantil, en la que muestran sus preocupaciones ante la institución del Defensor de la audiencia por los contenidos del canal público especializado Clan. Además de presentar la institución y establecer los temas que generan inquietud, el texto pone de relevo algunas ventajas que se derivan de esta interacción como, por ejemplo, la explicación de criterios que pueden contribuir a la alfabetización mediática de las familias.

**Eloi Camps Durban** centra su interés en la experiencia de las radios ciudadanas. En su artículo “La participación en las radios ciudadanas: propuesta de análisis a partir de los conceptos *resistencia simbólica* y *alfabetización mediática*”, revisa ejemplos de contenidos participativos a partir de casos escogidos entre las experiencias de radios ciudadanas del espacio catalán de comunicación. Parte de la asunción que la participación en estas experiencias de comunicación alternativa es inseparable de la contribución a la creación de contenidos y propone como marco de análisis los conceptos de *resistencia simbólica* y *alfabetización mediática*.

**José Emilio Pérez Martínez** nos retrotrae a una de las experiencias más genuinas de participación comunicativa: la de las radios libres. En su artículo “Las radios libres madrileñas: comunicación local y participación vecinal en la década de 1980”, estudia las relaciones sinérgicas entre los movimientos sociales y el de las radios libres. Documenta la experiencia de uso de la radio por parte del movimiento vecinal madrileño, especialmente efervescente en la década de los 80 del siglo xx. Las experiencias analizadas muestran como la participación en las radios libres es una forma más de activismo y una herramienta para romper la espiral del silencio a la que son sometidos.

En el artículo “La deficiente regulación en España de los medios de comunicación comunitarios: el caso de Cuac FM”, **Isabel Lema Blanco** investiga las peripecias que afectan, todavía hoy, a las experiencias de comunicación comunitaria, que son herederas de las iniciativas documentadas en el texto anterior. Lema analiza las barreras que encuentra la ciudadanía para acceder a los medios de comunicación sin ánimo de lucro. Vertebrada su investigación con el estudio de caso de Cuac FM (A Coruña), una radio comunitaria que ha ganado una batalla a la Administración en los tribunales

y que sirve de hilo conductor para analizar la regulación de los medios de comunicación comunitarios a la normativa vigente.

Precisamente sobre la regulación del sector escriben **Ángel García-Castillejo, Manuel Chaparro-Escudero y Lara Espinar-Medina**. En el artículo “La modificación de la Ley audiovisual de Andalucía por el Decreto ley 2/2020, y la privatización de los medios públicos locales. Análisis de impacto y constitucionalidad”, analizan la estructura de la comunicación local en Andalucía y el impacto que se derivaría de la aplicación de la reforma de la Ley audiovisual de Andalucía. A pesar de que se centran en los efectos posibles en el sector radiofónico local, señalan las consecuencias que se derivarían también para las televisiones públicas locales.

**Tiffany Marques, Jorge Ferraz de Abreu y Rita Santos** abordan el tema de la televisión interactiva, un epítome de la participación. En su artículo “Unificación de contenidos audiovisuales en la iTV, un reclamo para atraer a generaciones más jóvenes a la gran pantalla: el caso de Ultra TV”, plantean el problema que representa la desafección de las jóvenes generaciones respecto de la gran pantalla y estudian una estrategia que revierta esta indiferencia. A partir de un caso de una interfaz única que integra contenidos lineales y no lineales, muestran el potencial para atraer usuarios jóvenes hacia las pantallas de iTV y para transformar sus experiencias de consumo.

**Emma Torres-Romay y Silvia García-Mirón**, en una reacción inmediata, analizan la actividad de *influencers* de Instagram en España en los primeros compases de la crisis sanitaria de la COVID-19. En su artículo “*Influencers* y coronavirus. Los contenidos sobre la pandemia COVID-19 en las publicaciones de prescriptores de redes sociales en España (2020): el caso de Instagram”, estudian los contenidos sobre la pandemia generados por un grupo de *influencers* destacados, cómo han afectado a sus actividades comerciales y cuáles han sido las formas y los géneros elegidos para tratar el tema.

En la sección de artículos, el texto de **Clàudia González Deumal** titulado “Análisis de iniciativas de alfabetización mediática entre centros escolares y medios de comunicación locales en Cataluña” se hace una radiografía de experiencias de educación en comunicación que aprovechan la sinergia entre los centros educativos y los medios audiovisuales de proximidad. El artículo identifica las actividades según la titularidad de los centros, los niveles educativos y su interrelación con los medios locales.

**Emili Prado**  
Director