

# Editorial

Guillermo López García  
[Guillermo.Lopez@uv.es](mailto:Guillermo.Lopez@uv.es)  
Universitat de València

Comenzar una nueva revista académica centrada en los estudios de Periodismo y Comunicación, en 2015, en un contexto en el que ya son muchas, y de gran calidad, las publicaciones periódicas desarrolladas en nuestro ámbito de interés, puede parecer un esfuerzo fútil, o redundante. Pero creemos (obviamente, y por eso estamos aquí) que la revista *Dígitos* puede contribuir a ensanchar un poco más ese espacio, y más en un contexto en el que se nos pide cada vez más, como investigadores en ciencias sociales, que los resultados de nuestra investigación sean canalizados hacia la comunidad científica, de manera preferente, a través de revistas académicas.

Nuestra revista parte de una Universidad (la Universitat de València) con amplia y fecunda presencia en los estudios de comunicación en España, pero cuya actividad en el ámbito específico de las revistas no ha comenzado a producirse sino muy recientemente, merced al proyecto (desarrollado por compañeros de nuestro Departamento), de la revista *EU-topías*, a su vez derivada de una revista pionera en el campo de la semiótica de la comunicación, *Eutopías*, nacida en los años 80.

Por otra parte, la revista *Dígitos* busca singularizarse en nuestro campo mediante la asunción de un campo concreto de especialización: la comunicación digital. Podría considerarse, desde cierto punto de vista, que casi toda la comunicación que se está produciendo es comunicación digital (y este punto de vista probablemente sería acertado); y que, por tanto, tal acotación resultaría innecesaria.

Sin embargo, el campo de la comunicación es tan amplio como fecundo, y es muchísimo lo que se produce, desde ópticas y planteamientos diversos. Lo mismo cabe decir, en consonancia con su labor de intérprete de la realidad social, de lo que corresponde a la producción académica. Desde ese punto de vista, la adopción de un ámbito de estudio específico y, a la vez, tan amplio y diverso como la comunicación digital nos permite clarificar nuestros intereses y fijar la discusión académica en cuestiones más específicas, que a su vez guarden cierta coherencia en su conjunto.

La revista *Dígitos* se publicará, en principio, con periodicidad anual. Es nuestra intención, una vez hemos lanzado este primer número y la página web, que el modelo de funcionamiento nos permita publicar cada artículo aceptado tan pronto como sea posible, en lugar de esperar (como en esta primera ocasión) a que estuvieran disponibles todos los contenidos del número. Parece lo más oportuno, sin duda, teniendo en cuenta que *Dígitos* aparece como una revista digital, de difusión abierta a través de Internet ([www.revistadigitos.es](http://www.revistadigitos.es)).

El planteamiento de *Dígitos*, como revista, intenta combinar el desarrollo de un tema específico, un monográfico en cada número, con las aportaciones de investigación

que, formando también parte del ámbito de la comunicación digital, se dirijan a otras cuestiones. En este primer número, la temática del monográfico es una cuestión de indudable actualidad y repercusión social: Movilización social y nuevas tecnologías.

En muy poco tiempo, el uso de todo tipo de tecnologías digitales se ha generalizado entre la población de los países occidentales (y no sólo occidentales), particularmente entre los jóvenes. La diversificación de estas tecnologías, y su capacidad para abarcar cada vez más aspectos de nuestras vidas —como pronosticó, hace ya mucho tiempo, McLuhan (1996)— es un factor crucial para entender los cambios que se están produciendo, muy aceleradamente, en la composición y características de la opinión pública, así como en la propia estructuración del sistema mediático y el proceso de difusión de informaciones y opiniones.

Dicho proceso estaba tradicionalmente articulado por una minoría de actores (partidos políticos y medios de comunicación) que se dirigía a una mayoría pasiva de espectadores (el público). Se trataba de un proceso fundamentalmente unidireccional, en el que el emisor de los mensajes, y sobre todo el intermediario encargado de canalizarlos, ostentaba casi todo el protagonismo.

Sin embargo, en los últimos años ha comenzado a observarse un debilitamiento cada vez más perceptible de este paradigma de investigación, derivado de diversos factores. Entre ellos destaca la crisis, particularmente profunda, del sector de la comunicación. Una crisis que a su vez proviene, al menos en parte, de un cambio tecnológico (Castells, 2009; Jenkins, 2008), y de los subsiguientes cambios provocados en el consumo de medios de comunicación por parte del público. Se está produciendo una reordenación de la esfera pública (Dahlgren, 2005; Innerarity, 2006) en la que, si bien los medios de comunicación continúan ocupando el centro del sistema, la capacidad del público para hacerse visible, y para influir activamente en la agenda pública y en el proceso de formación de opiniones, es significativamente mayor (Castells, 2009).

Estos cambios pueden observarse con particular claridad cuando asistimos a movilizaciones sociales con repercusión inmediata en el espacio público (tanto en los medios de comunicación como en las calles). En estos casos, en los que el público parece irrumpir súbitamente en el escenario, a menudo cogiendo por sorpresa tanto a los dirigentes políticos como a los gestores de los medios de comunicación, nos encontramos ante la condensación de un proceso de formación de la opinión pública en el que las nuevas tecnologías, y sobre todo el papel activo del público, son protagonistas en un grado particularmente elevado.

En cuanto al contenido específico del monográfico, este se compone de seis artículos. El primero de ellos permite enmarcar el objeto de estudio propuesto. Juan Antonio Cordero (Université Catholique de Louvain) realiza una reflexión sobre las implicaciones y consecuencias en el plano comunicativo y social de la infraestructura técnica con la que está organizada Internet. Una infraestructura que sigue siendo fuertemente deudora de la configuración inicial de Internet (cuando apareció como un proyecto militar, Arpanet, en los años sesenta), pero en la que también tienen incidencia los cambios producidos desde entonces, merced al uso comercial que se acaba dando a

la red. En particular, el artículo incide en el actual predominio de los proveedores de contenidos de Internet (Internet Content Providers, ICP), como Facebook o Google, por contraposición con los operadores de telecomunicaciones que aportan acceso a la red (Internet Service Providers, ISP), que ocupaban una posición mucho más prominente en la fase anterior. Y se pregunta en qué medida la situación de absoluto predominio de ciertos operadores no puede suponer un retorno al tradicional modelo de comunicación jerarquizado, con predominio de los mediadores (sean estos medios de comunicación o proveedores de servicios o contenidos) sobre el público, frente al modelo de difusión horizontal característico de Internet desde su génesis.

A continuación, Júlia Araújo (Universitat de València) aporta una reflexión de conjunto desde otra óptica: los estudios feministas. A través del análisis del discurso, Araújo plantea un debate en el que parte de una posición crítica con el "ciberoptimismo" y la capacidad emancipatoria de Internet y las redes digitales, poniendo de relieve su carácter incipiente y la contraposición con un predominio de los discursos heteropatriarcales tradicionalmente dominantes.

El monográfico pasa a abordar cuestiones directamente ligadas con los partidos políticos en sus cuatro artículos restantes. En el primero de ellos, José Manuel Sánchez Duarte (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid) realiza una investigación cualitativa, basada en cuarenta entrevistas a militantes del PP y del PSOE de la Comunidad de Madrid, con el fin de averiguar el uso que hacen de las nuevas tecnologías en su acción política, así como para determinar en qué medida su condición de militantes les permite o les alienta a desarrollar una actividad más independiente o más estrechamente ligada con la estrategia general del partido.

El siguiente artículo, obra de Mar Sanjuán (Universitat de València), se centra en el análisis de los nuevos partidos políticos españoles que se presentaron en las recientes Elecciones Europeas de 2014: Movimiento Red, Podemos, Partido X y Recortes 0. El artículo analiza los postulados esenciales de cada partido, su modelo de financiación y sus estrategias de movilización electoral y difusión de informaciones a través de Internet, así como la repercusión de cada uno de estos partidos en seis medios de comunicación convencionales.

Finalmente, el monográfico se completa con dos aportaciones centradas en el que, sin duda, ha sido el acontecimiento político más importante derivado de las mencionadas Elecciones Europeas: la irrupción fulgurante en el panorama político español de Podemos. Este partido ha logrado, en muy pocos meses y según reflejan las encuestas, hacerse con un apoyo importantísimo del electorado, equivalente al que tendrían los dos principales partidos políticos españoles, PP y PSOE. El sistema político bipartidista, por tanto, podría verse sustituido (algo que comprobaremos en este año plagado de citas electorales) por un modelo más diseminado, de tres o incluso cuatro partidos compitiendo por la supremacía electoral.

El primero de los dos trabajos centrados en Podemos, obra de Marián Alonso (Universidad de Sevilla), realiza un análisis descriptivo de la evolución de Podemos en sus primeros meses de andadura, deteniéndose en el papel que tienen Internet y las

redes sociales en la estructuración del partido, su difusión de mensajes y el proceso de toma de decisiones interno. El segundo, de Pilar Lluch (Universitat de València), parte del análisis del discurso de una charla de Pablo Iglesias, líder de Podemos, para identificar y discutir los planteamientos discursivos e ideológicos esenciales de este partido político, y muy particularmente su engarce con diversas estrategias de difusión y movilización a través de Internet.

Además, este primer número de *Dígitos* incluye cinco artículos que no forman parte del monográfico, y que abarcan otras cuestiones vinculadas con el campo de la comunicación digital. En el primero de ellos, Adolfo Carratalá (Universitat de València) realiza un completo análisis del papel satírico de las viñetas de ocho cibermedios españoles a propósito de la Monarquía española, en un marco temporal indudablemente significativo: el mes de junio de 2014, en el que se produjo la abdicación de Juan Carlos I y la posterior coronación de Felipe VI. Puede observarse, así, en qué medida el uso de la libertad de expresión, con una perspectiva crítica, respecto de este asunto, tradicionalmente escaso en los medios de comunicación españoles, podría adquirir una mayor relevancia en medios de comunicación de aparición más reciente y que podemos considerar, intuitivamente, menos controlados (o controlables), al difundirse vía Internet.

Acto seguido, encontramos dos artículos que se centran en el análisis de una de las dimensiones que más singularizan a los cibermedios respecto de sus equivalentes en prensa, radio y televisión: el potencial alcanzado por la interactividad en sus diversas formas, y en concreto la capacidad de los usuarios para interpelar al emisor de la información y para debatir con otros usuarios. El primer artículo centrado en esta cuestión, de Dafne Calvo (Universidad de Valladolid), realiza un acercamiento muy bien fundamentado metodológicamente a las características discursivas y el potencial deliberativo de los comentarios en dos cibermedios españoles: *elpais.com* y *elmundo.es*. En ambos casos, el análisis recorre no sólo los comentarios a las noticias de sendos cibermedios, sino también su presencia en las redes sociales. El segundo artículo centrado en esta cuestión es obra de Vicente Fenoll (Universitat de València), e incide sobre una categoría particular de usuarios de Internet, y en concreto de los comentarios de las noticias y foros: la figura del trol de Internet, que desarrolla estrategias diversas con el objetivo último de sabotear o destruir la comunicación entre los demás usuarios en un determinado espacio virtual. Fenoll centra su análisis en varias noticias relacionadas con el juicio al expresidente de la Generalitat Valenciana, Francisco Camps.

A continuación, encontramos otros dos artículos vinculados con el espacio comunicativo de la Comunidad Valenciana. En el primero de ellos, que parte de una tesis doctoral, Pedro Muelas (Universidad Europea de Madrid) expone las conclusiones de su análisis sobre las prácticas comunicativas digitales de una muestra de cuarenta corporaciones valencianas, públicas y privadas, y la extensión de sus gabinetes de comunicación a través de Internet. Finalmente, Elvira Calatayud (Universitat de València) realiza un concienzudo análisis del webdoc *0Responsables*, centrado en el accidente de la Línea 1 de Metro de Valencia el 3 de julio de 2006, que provocó 43 muertos y cuyas consecuencias jurídicas y políticas fueron puestas en suspenso por

parte del gobierno autonómico valenciano (responsable subsidiario del accidente) durante años. El artículo combina el análisis de los parámetros técnicos y narrativos de esta modalidad documental con la descripción del contexto social y político, y en particular la movilización ciudadana (encabezada por los familiares de las víctimas del accidente) en protesta —como reza el título del documental— por la inexistente asunción de responsabilidades.

Por último, el primer número de *Dígitos* se completa con la publicación de reseñas de los siguientes trabajos: *Vigilados. Wikileaks o las nuevas fronteras de la información* (Díaz y Lozano, Biblioteca Nueva, 2014); *La generación APP. Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital* (Gardner y Davis, Paidós, 2014); *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital* (Rendueles, Capitán Swing, 2013); *El Cuarto Poder en red. Por un periodismo (de código) libre* (Sampedro, Icaria, 2014); y *Elogio del papel. Contra el colonialismo digital* (Casati, Ariel, 2015).

Este primer número ha supuesto un esfuerzo ingente. Lanzar una publicación periódica siempre es un reto, sobre todo porque el compromiso es a largo plazo: una vez nos echamos a la piscina, hay que darle continuidad. Desde aquí quisiera agradecer a algunas de las muchas personas e instituciones que han colaborado en el lanzamiento de la revista: por supuesto, a la institución de origen, la Universitat de València, así como al Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación, en el seno del cual se inscribe *Dígitos*. Al director de dicho Departamento, Santiago Renard, y a su secretario, Daniel Jorques. Y, en lo que concierne al equipo vinculado con la revista, por supuesto quiero agradecer la generosidad de los miembros de su Comité Científico, así como a los revisores de los artículos de este primer número, por su ayuda en todo el proceso. Evidentemente, es también ineludible agradecer la participación de los autores cuyas investigaciones conforman este primer número, por la confianza que han mostrado en la revista.

Por último, hay cuatro personas sin cuyo entusiasmo, apoyo y constancia no se habría podido publicar este primer número, ni la revista habría salido del estatus de mero proyecto o idea general. En primer lugar, Manuel de la Fuente, amigo y compañero de fatigas en (literalmente) cientos de proyectos en común desde hace ya bastante tiempo. Vicente Fenoll, que con enorme generosidad se ha hecho cargo de toda la maquetación de la revista. Lidia Valera, que estuvo en el proyecto desde su génesis y ha trabajado en él en todas sus fases; y, muy particularmente, Lorena Cano, que ha sido estos meses la auténtica alma mater del proyecto y ha contribuido, más que nadie, a que éste se hiciera realidad.

Dr. Guillermo López García  
Director de la revista