De la publicidad digital al ecosistema móvil

El Dossier central de este número está dedicado a las transformaciones y escenarios de la publicidad actual; y dirigido por dos profesionales de muy larga trayectoria, Julián Bravo (Academia de la Publicidad) y Eduardo Madinaveitia (Zenith Media). Un trabajo necesario ya, porque *Telos* publicó su último dossier sobre este campo hace casi cinco años (ver número 82, de enero de 2010), y sobre aquellas realidades se han superpuesto desde entonces el contexto de la crisis financiera y, sobre todo, trascendentales innovaciones en las redes digitales y en los usos y hábitos de los usuarios, como la irrupción masiva de las redes sociales o la generalización de los dispositivos móviles, que han cambiado profundamente las estrategias publicitarias.

Como muestra de esa sinergia entre profesionales y académicos que constituye una seña de identidad de *Telos*, dos profesionales publicitarios de primera fila coordinan este monográfico, acompañados de Puntos de Vista encargados a investigadores profesionales y académicos de la publicidad tan notables como Daniel Solana (DobleYou), Miguel del Fresno (UNED) o Jaime Agulló (Comscore), junto a textos académicos seleccionados anónimamente de entre una veintena de propuestas, como los de Meritxell Roca (Universidad Ramón Llul), Natalia Quintas y Ana González Freiras (Universidad de A Coruña), Miguel Ángel Ortiz Sobrino (Universidad Complutense) y Francisco Javier Ruiz (Universidad Camilo José Cela) o Carmen Costa (Universidad de A Coruña).

El resultado, que corresponde al lector evaluar en última instancia, creemos que constituye una visión panorámica bastante completa de esas transformaciones publicitarias actuales y de sus escenarios de futuro, con atención especial a las grandes tendencias internacionales, y a fenómenos trascendentes y nada pasajeros como la televisión social, el *branded content* audiovisual, la publicidad dinámica, la extracción de datos o la medición de las audiencias digitales.

Como Autor Invitado contamos con un destacado exponente de la altura, veteranía y repercusión internacional alcanzada por las escuelas latinoamericanas de comunicación: Guillermo Orozco (Jalisco, 1954), catedrático en la Universidad de Guadalajara (México), quien nos disecciona magistralmente las mutaciones de la ficción audiovisual en sus articulaciones transmedia y las correspondientes transformaciones de sus relaciones con un nuevo receptor activo y creativo.

Fundación Telefónica
Telefónica

En la sección de Perspectivas, editamos tres contribuciones importantes: Jorge F. Aguirre (Universidad de Monterrey) estudia los cambios inducidos por los nuevos medios digitales, no sólo en relación con los usuarios sino en las expectativas y exigencias democráticas de los ciudadanos; Francisco Sierra, recién nombrado director de CIESPAL (Quito), analiza críticamente las políticas desarrolladas en Brasil sobre la cultura y la creatividad, detallando sus logros pero también sus carencias y retos; y Andreu Casero (Universidad Jaume I, de Castellón) y Sara Ortells-Badenes (Universidad Carlos III) examinan las consecuencias democráticas de un doble eje cruzado, entre información y entretenimiento y entre lo público y lo privado.

En la sección de Análisis, encontraremos otra doble aportación de relieve. Por un lado, Luis Deltell y Ana Gabriel Martínez-Torres (Universidad Complutense) estudian minuciosamente la presencia y actividad de los presidentes de naciones latinoamericanas en Twitter, concluyendo un gran impacto y millones de seguidores, aunque con la limitación de su llegada a los militantes convencidos y las dudas sobre un auténtico diálogo entre gobernantes y gobernados. Por su parte, Norberto Mínguez (Universidad Complutense) se replantea los viejos conceptos de ficción y no ficción en la cultura audiovisual actual para llegar a un cuestionamiento de su vigencia y proponer puntos de vista complementarios para su comprensión y aplicación digital.

Finalmente, y en lo que respecta a las secciones de investigación, ofrecemos en este apartado de Experiencias el fruto de una investigación desarrollada durante años bajo la dirección de Juan Miguel Aguado e Inmaculada Martínez (Universidad de Murcia) y Claudio Feijóo (Universidad Politécnica de Madrid) sobre el ecosistema de dispositivos móviles y su impacto en la oferta y el consumo de contenidos culturales, que afecta directamente a la propia experiencia individual de los usuarios.

En nuestras Secciones de Actualidad, el lector encontrará además elementos útiles para la actividad investigadora y profesional: desde la agenda de congresos y seminarios próximos hasta la reseña de revistas internacionales y libros en nuestro campo, profundizados en el análisis de algunos textos elegidos. También la revisión de las investigaciones doctorales desarrolladas en el pasado cuatrimestre y los cambios regulatorios más importantes de ese periodo, tanto en el plano europeo como nacional.

Pero esta entrega 99 de *Telos* tiene también la especial significación de anteceder al doble aniversario ya cercano, *Telos* 100 y *Telos*-30 años, que coinciden a principios de 2015. Con este motivo, el Consejo Científico de *Telos*, reunido casi en pleno a mediados de septiembre pasado, decidió centrar el próximo Dossier en un Balance y Tendencias de la Era Digital, una auténtica antología de textos con participación de la mayoría de sus miembros, reclutados entre lo más granado del pensamiento español sobre las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación. Así festejaremos cumplidamente un honroso cumpleaños -nada frecuente entre las publicaciones en ciencias sociales- partiendo necesariamente del balance de estas tres décadas de innovación tecnológica intensiva pero también de investigación y debates sobre sus repercusiones sociales, de las que las páginas de *Telos* constituyen un testimonio único.

Invitamos a nuestros lectores a seguir, tras este número 99, los contenidos de *Telos* 100: Con la misión de fundamentar sobre esa historia, más allá de toda tentación nostálgica, los desafíos

Fundación Telefónica
Telefónica

actuales y el análisis de las tendencias de futuro en cada campo; y con la pretensión de fijar en esa monografía, al mismo tiempo, una agenda para la investigación y la reflexión social futura y un plan estratégico a corto y medio plazo para la propia revista *Telos*.

Fundación Telefónica