Mutaciones en la ecología comunicativa

En una rápida evolución desde su aparición, floreciendo en muchos países avanzados y en desarrollo, objeto de denominaciones múltiples (como tecnopolos culturales, ciudades de la imagen, *medialabs*, *hubs*, etc.), las prácticas colaborativas de creatividad cultural han ampliado notablemente sus fronteras, combinando espacios físicos con otros virtuales y relacionales que a veces se articulan entre sí.

Nuestros Autores Invitados de este número de *Telos* son de especial relieve en la investigación internacional y aportan contribuciones originales de primera línea a nuestra revista. En efecto, Carlos Alberto Scolari (Argentina, actualmente en la Universidad Pompeu Fabra) es autor de una amplia bibliografía sobre la aplicación de las teorías clásicas de la comunicación a los medios digitales y los nuevos escenarios de la comunicación. En este caso, en su artículo examina las mutaciones en la ecología comunicativa y sus consecuencias sobre una nueva concepción del alfabetismo, para concluir trazando las líneas maestras de las nuevas habilidades necesarias en el mundo digital y, en consecuencia, de las transformaciones oportunas en la comunicación y en las funciones mismas de las instituciones educativas.

Por su parte, Jean Paul Simon, es *senior researcher* del Institute for Prospective Technological Studies (IPTS), uno de los siete institutos del JCR (Joint Researcher Centre) de la Comisión Europea, y justamente el encargado del estudio y la prospectiva de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), para basar las políticas de la UE, radicado en Sevilla. Su aportación tiene un doble valor: el de trazar un mapa completo de las grandes tendencias tecnoeconómicas sobre las industrias culturales (medios y contenidos), para concluir en ese marco sus potencialidades futuras, y el de sintetizar una veintena de informes especializados del IPTS producidos en los últimos cuatro años -muchos de ellos dirigidos por él mismo- que constituyen una biblioteca imprescindible para la investigación en este campo.

El Dossier 103 de *Telos* aborda un terreno tan en boga -en España e internacionalmente- como escasamente investigado y en el que se acumulan más los discursos políticos y tecnológicos que las evidencias y las mejores prácticas empíricas: el de los entornos tecnológicos creativos.

Fundación Telefónica
Telefónica

En una rápida evolución desde su aparición, objeto de denominaciones múltiples (como tecnopolos culturales, ciudades de la imagen, *medialabs*, *hubs*, etc.), las prácticas colaborativas en red han ampliado notablemente sus fronteras, combinando espacios físicos con otros virtuales y relacionales que a veces se articulan entre sí. El coordinador del Dossier, Hipólito Vivar (Universidad Complutense) acumula una dilatada experiencia en el estudio de las tecnologías de la comunicación y en sus derivaciones e implicaciones con la innovación industrial.

Como ya se explica de forma detallada en la visión panorámica que ofrece la Introducción al Dossier, los tres textos amplios desarrollan otras tantas visiones (teórica, histórica y pragmática) del temario elegido, mientras que los dos puntos de vista se corresponden con la experiencia consciente de dos teóricos de la cultura y el arte (en España y Colombia), capaces de examinar críticamente los entornos creativos que han dirigido personalmente.

Educación, publicidad, *blogueros* de moda

En la sección de Perspectivas editamos dos textos de empuje aunque de temáticas alejadas. Por una parte, Fernando Almaraz (Universidad de Salamanca) y Alexander Maz (Universidad de Córdoba) analizan los retos a que se enfrentan instituciones seculares como las educativas y universitarias en tiempos de conmoción de las tecnologías del conocimiento, identificando figuras profesionales nuevas, tecnológicas pero también organizativas, que puedan liderar un cambio que es también necesariamente organizativo y cultural. En segundo lugar, Jennifer Rodríguez-López e Ignacio Aguaded (Universidad de Huelva) diseccionan la evolución de la estética del vídeo musical, en tanto formato audiovisual posmoderno, independiente relativamente del cine y la televisión, para proponer finalmente nuevas tipologías de clasificación y estudio.

Audiencias activas

En Análisis atendemos asimismo a temáticas diversas, pero que no dejan de estar conectadas en sus repercusiones sociales. En primer lugar, María Saavedra Llamas y Leticia Rodríguez (Universidad Antonio de Nebrija) se dedican al estudio de las nuevas audiencias sociales, especialmente en la interrelación entre la televisión y las redes sociales, de las que se desprenden al mismo tiempo estrategias nuevas para las cadenas y para la publicidad. En segundo término, tenemos la colaboración de Alberto Pacheco (Universidad de Ciencias y Artes de América Latina, Lima), que analiza los cambios de paradigma del conocimiento y de la formación, en un contexto de comunicación individualizada y activa. Finalmente, Nuria Puente (Universidad Antonio de Nebrija) se dedica a reflexionar sobre los cambios hacia un consumidor más racional, activo e inteligente, que demanda nuevas estrategias en la venta *on line*.

En relación a las secciones de investigación, en Experiencias, Marián Alonso González y María José García Orta (Universidad de Sevilla), analizan los *blogs* de moda, con sus curiosas irrupciones de personajes y artistas como blogueros estrellas, como novedad en la difusión y la comercialización de un sector que, especialmente para el público joven, se ha modificado intensamente en los últimos años.

Fundación Telefónica
Telefónica

En todo caso, no podemos dejar de recomendar otras secciones de la revista que pueden interesar a muchos lectores. Como las Tribunas de la comunicación iniciales, en donde Juan Miguel Aguado (Universidad de Murcia y miembro del Consejo Científico de *Telos*) plantea nuevos problemas insólitos para los modelos de negocio tradicionales de los medios de comunicación y sus fuentes publicitarias; o el texto de Antonio San José (periodista, *Non Stop People*) cuyo repaso a una historia de proliferación de pantallas en la vida cotidiana de los usuarios y a sus consecuencias sobre la comunicación social y el ocio expresa la experiencia de muchos usuarios mayores de 40 años.

Tenemos que recomendar además el seguimiento de nuestras secciones de Actualidad, orientadas a ofrecer herramientas a los profesionales e investigadores para mantenerse al día y para participar con conocimiento de causa en esta época apasionante que nos ha tocado vivir, en la que la aceleración tecnológica se combina con acontecimientos económicos y mutaciones políticas -no necesariamente acompasados ni automáticamente positivos- para imprimir a nuestras vivencias una intensidad que pocas generaciones en la historia han podido experimentar.

En Memoria de Roberto Velázquez

Telos quiere rendir un emocionado homenaje a la vida y la obra de Roberto Velázquez (Oviedo, 1949), que formo parte durante años de su Comité Editorial y de su Consejo de Redacción, fallecido el 3 de septiembre de 2015.

Roberto Velázquez Martín, periodista y destacado gestor cultural, fue además Director General de Fundación Telefónica (1998-2001) y de la Fundación Arte y Tecnología de Telefónica, desde donde colaboró con entusiasmo en la trayectoria y labor de *Telos*. En sus últimos años, además de seguir participando en numerosos proyectos periodísticos y de cultura, fue profesor en la Universidad Carlos III de Madrid.

Fundación Telefónica
Telefónica