

ULEPICC 2021 MÉXICO

XII CONGRESO INTERNACIONAL

PRESENTACIÓN

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.

LLAMADA A COMUNICACIONES

La convocatoria se encuentra abierta a partir de la publicación de esta convocatoria y hasta el 1 de junio de 2021.

1. Información general

El proceso de selección contempla un periodo de envío de resúmenes y un periodo de envío de ponencias. Se aceptarán ponencias en español, portugués, francés e inglés.

La revisión de las propuestas será gestionada por los coordinadores de cada sección.

Cada ponencia debe estar vinculada a una de las secciones de ULEPICC.

Los autores serán informados por correo electrónico sobre la aceptación de su trabajo en el plazo de una semana o máximo diez días.

Previa corrección estilística y de contenido sugeridas, los trabajos aceptados serán publicados como parte de las Actas del XII Congreso Internacional ULEPICC, México 2021.

Envío de resumen

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 enviarse en formato .odt o .doc al correo electrónico fcompolitic@gmail.com indicando en el asunto: RESUMEN ULEPICC + Apellidos del autor/a de la propuesta de comunicación.

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

2. Secciones

Sección 1: Epistemología y teoría de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura

Los intensos debates en los campos de la comunicación y la cultura en torno al estatus científico, las formas de producción de conocimiento y los esfuerzos internacionales de estandarización del mismo, por ejemplo a través de su indización, nos emplazan no sólo a abordar estas preocupaciones, sino también para tomar una posición crítica al respecto. Lo anterior implica, al menos, dos desafíos: por una parte, formar parte activa de las agendas y esfuerzos de disciplinarización presentes en ambos campos, en los cuales se disputa el saber-poder cada vez con más insistencia desde una racionalidad instrumental y funcional; y, por otra parte, discutir los principales modelos teóricos y saberes que permiten instalar a la economía política de la comunicación y la cultura como un campo epistémico propio. Interesa abordar en este espacio las diferentes problemáticas, preguntas y marcos de referencia que caracterizan a la Economía Política de la Comunicación y la Cultura, en tanto campo de producción de conocimiento y saberes de una comunidad académica y científica como lo es ULEPICC, frente a otras comunidades.

Sección 2: Políticas de comunicación y cultura

Los desafíos generados por la hegemonía y altos niveles de concentración de los medios de comunicación y las industrias culturales, exigen romper las racionalidades privatizadoras, recuperar el protagonismo público-estatal y garantizar el acceso y uso de la información y el conocimiento como bienes comunes. En este sentido, la sección orienta su trabajo hacia las diferentes formas de regulación institucionalizada de la comunicación y la cultura. Incluye la discusión y análisis de leyes de medios, garantías constitucionales de la libertad de expresión, condiciones de la comunicación durante estados de excepción y políticas públicas y privadas en general que pretenden regular los derechos a la comunicación y las industrias culturales, incluyendo sectores y áreas afines como las artes y actividades culturales en general.

Sección 3: Comunicación, ciudadanía y democracia

Los crecientes procesos de crítica, movilización social y resistencia ante la globalización del poder que pretende mantener el statu quo en todos sus niveles, hace necesario abordar las diferentes propuestas que garantizan sobre derechos de la comunicación vinculadas especialmente a movimientos sociales y ciudadanos cuyo objetivo es lograr nuevos niveles y formas de democratización de la comunicación. Es una forma de politicidad diferente de la comunicación, porque emerge desde la ciudadanía, forma parte de los derechos que se

hacen “desde la calle” y, desde una lectura crítica, representan formas de acceso y autogestión en tanto que alternativas para una ciudadanía mediática integral. En esta sección, se abordan los estudios y problemas relativos a medios comunitarios, formas de activismo y apropiación social de los medios en tanto que alternativas transformadoras de la comunicación como dominio.

Sección 4: Estructura de la Comunicación

Los procesos de intensiva y extensiva concentración de la propiedad y los contenidos de los medios de comunicación y de las industrias culturales nos demandan análisis, debates y propuestas, especialmente considerando el contexto del capitalismo expresado en los modelos neoliberal y posneoliberal, y los desafíos del pluralismo, la pluralidad y el libre acceso a la información (frente al libre flujo de las mercancías). La Sección de Estructura de la Comunicación analiza a nivel nacional e internacional las formas de concentración, flujos y lógicas sociales de la mediación, desde un punto de vista sincrónico, así como en su evolución histórica, considerando las formas de organización y producción de las industrias culturales y los sistemas locales, nacionales e internacionales de información y comunicación, ya sea a nivel sectorial o globalmente.

Sección 5: Nuevas tecnologías de la información, la comunicación y el conocimiento

La globalización, la racionalidad tecnológica y la promesa constante en un rol inclusivo y de equidad de las tecnologías se aborda en esta sección críticamente. La presencia de las Nuevas Tecnologías como dispositivos que permiten, por una parte, facilitar el acceso y generar cambio social y, por otra parte, ejercer el control y el poder a niveles globales, con alcances geopolíticos y biopolíticos constituyen un campo de estudios central para la EPC en la medida que altera los procesos de producción y reproducción social. ULEPICC aborda en esta sección, en consecuencia, todas las cuestiones relativas a la revolución digital sea en las industrias culturales, en la organización del Estado o en sectores estratégicos como la educación, la cultura o la vida cotidiana.

3. Fechas y cuotas por considerar

Envío de resúmenes. A partir de la publicación de esta convocatoria y hasta 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. Por razones económicas, se aceptará la defensa no presencial de la comunicación.

4. Modo de pago.

El pago de la inscripción, tanto en la modalidad de precio reducido como a precio normal, deberá realizarse exclusivamente mediante transferencia bancaria al siguiente número de cuenta en el Banco Santander:

IBAN: ES53 0049 6780 5224 1603 5352

SWIFT: BSCHESMMXXX

Se deberá indicar en el concepto de la transferencia la siguiente referencia:

CONGRESO ULEPICC + Apellidos del inscrito/a

Tras la realización del pago se debe remitir copia del justificante de transferencia, en formato PDF, al correo electrónico davidmontero@us.es. Este envío es necesario para completar la inscripción.

O vía PAYPAL a la cuenta

Ulepicc.paypal@gmail.com

En caso de problemas de cualquier tipo para realizar la transferencia bancaria, por favor, pónganse en contacto con David Montero a través del correo davidmontero@us.es.

5. Requisitos de presentación| de la ponencia

- Extensión mínima de 7 cuartillas y máxima de 15, incluidas tablas (un máximo de 3) e ilustraciones (un máximo de 3), sin contemplar la bibliografía.
- Norma Bibliográfica APA 6ta Edición. [Acceso a las normas de estilo](#).
- La presentación del trabajo debe contemplar: Título: preciso y claro. Resumen: debe indicar las intenciones, alcance, resultados y estructura general (no mayor de 200 palabras).
- Palabras clave: máximo hasta 5.
- Respetar el formato de estructura.
- La estructura de la ponencia tomará en cuenta:

1 - Introducción: Exponer la naturaleza y alcance de la investigación que sirve de sustento, su valor científico - social y económico, los antecedentes con que se cuenta y los propósitos de la ponencia de forma numerada.

2 - Metodología: Presentar el método empleado, las poblaciones y muestras, las técnicas, los software y los procedimientos generales desarrollados para los análisis que se presentan.

3 - Desarrollo: Serán expuestos los resultados o análisis esenciales de modo preciso. Los epígrafes serán marcados en negritas, y numerados en orden: 3.1; 3.2; 3.3.

4 - Conclusiones: análisis y síntesis más relevantes en función de la continuidad de la discusión del tema seleccionado, incluyendo los retos y proyecciones.

5 - Bibliografía.

- *Abreviaturas, siglas y símbolos:* deben ser solo los aceptados internacionalmente. Las abreviaturas y siglas deben explicarse la primera vez que se mencionan. Los símbolos y caracteres griegos, al igual que los subíndices y supraíndices, deben definirse claramente.
- *Tablas y figuras:* deben ordenarse con numeración arábica e incluirse en el cuerpo del texto o al final del trabajo indicándose claramente.
- Los términos, las abreviaturas y los símbolos utilizados en las figuras deben ser los mismos que aparecen en el texto. No utilizar caracteres, ni símbolos poco frecuentes (son preferibles los círculos, cuadrados o triángulos en blanco o rellenos). Si son muy complejos deben aclararse en una leyenda concisa. Los símbolos y caracteres deben ser claros y de tamaño suficiente, de manera que al reducirlos para la publicación sean legibles.