

Resumen del Congreso

Procesos de plataformización y medios de comunicación en España y en Europa

El Congreso "*Procesos de plataformización y medios de comunicación en España y en Europa*", organizado en el marco del proyecto de investigación "*La plataformización audiovisual: diagnóstico propositivo de los procesos de plataformización en el panorama mediático español contemporáneo*", tuvo lugar los días 14 y 15 de noviembre de 2024 en la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM).

Este evento contó con el apoyo del **Plan Propio de Investigación de la Universidad de Castilla-La Mancha**, fondos **FEDER**, el **Centro de Estudios Europeos "Luis Ortega Álvarez"** (Centro de Excelencia Jean Monnet), la **Facultad de Comunicación** y la **Cátedra de Gobierno Abierto**.

El congreso conmemoró los **10 años del grupo de investigación ComPublic** y durante dos días, reunió a expertos nacionales e internacionales para reflexionar sobre los procesos de plataformización desde perspectivas regulatorias, económicas, sociales y narrativas, ofreciendo un espacio para trazar propuestas innovadoras que aborden los desafíos y oportunidades en este entorno cambiante.

El programa contó con las siguientes intervenciones:

Conferencias Plenarias:

Conferencia Plenaria I: "La plataformización: retos mediáticos y jurídicos en el siglo XXI"

- Participante: Andrés Boix (U. València)
- Moderadora: Azahara Cañedo

Inicialmente las redes de telefonía se instalaban en casas de las personas más adineradas, adquiriendo así una posición de dominio frente al resto. Aunque hay matices, hoy en día esto es lo que pasa con las plataformas digitales como Google, pues los empresarios que no pueden acceder a este servicio se quedan atrás frente a los usuarios que sí pueden acceder a él. Al principio, la idea de las plataformas se concebía como una intermediación entre compradores y vendedores, específicamente en el contexto de los *two-sided market*. En estos mercados, las plataformas deben equilibrar las necesidades de ambos grupos (compradores y vendedores). Sin embargo, si el equilibrio es inestable significa que una de las partes tiene más poder que la otra, generando así dificultades para que el intermediario (la plataforma) maximice sus beneficios sin perjudicar a una de las partes.

Conferencia Plenaria II: “La guerra de las plataformas: del papiro a la IA”

- Participante: Carlos Scolari (U. Pompeu Fabra)
- Moderadora: María José Establés Heras

El ecosistema mediático está influido hoy en día por el gran número de actores y plataformas existentes. Las primeras formas de escritura surgieron en cuatro lugares y momentos diferentes del planeta, sin embargo, pese a que el uso del papiro se ha mantenido por cuatro mil años, hoy es imposible imaginar que nuestro actual sistema de comunicación perdurará tanto tiempo debido a la velocidad de adaptación tecnológica que hemos desarrollado. Esto no debe alarmarnos, pues también hubo guerras mediáticas en la antigüedad como con el paso del papiro al pergamino o la creación del formato libro.

Mesas Redondas:

Mesa I: "El entorno mediático y los procesos de plataformización: estructura empresarial, contenidos y narrativas contemporáneas"

- Participantes: Trinidad García Leiva (UC3M), Teresa Sorolla (U. Jaume I), J. Ignacio Gallego (UC3M)
- Moderadora: Minerva Campos Rabadán

Esta mesa abordó el tema de cómo la plataformización impacta en las narrativas, la estructura empresarial y los modelos de negocio mediáticos.

Trinidad García Leiva analizó la concentración de mercado en el sector VOD español, liderado por plataformas como Netflix, Amazon y Disney, y destacó cómo esto limita la diversidad y la competencia.

Teresa Sorolla exploró la complejidad narrativa en las series contemporáneas protagonizadas por mujeres, destacando cómo estas estructuras fragmentadas desafían al espectador.

J. Ignacio Gallego explicó cómo plataformas como Spotify están transformando el mercado del audio, externalizando riesgos y consolidando su dominio en la industria.

Mesa II: "El papel de las instituciones públicas"

- Participantes: Mike Villanueva (Film Commission Castilla-La Mancha), Diego Agúndez (Comisión Europea)
- Moderadora: Ana López Cepeda

En esta mesa se debatió el papel crucial de las instituciones públicas en la sostenibilidad del sector audiovisual.

Mike Villanueva describió cómo la Film Commission de Castilla-La Mancha ha consolidado la región como un *backlot* para grandes producciones, destacando la agilidad en permisos y la riqueza paisajística como ventajas competitivas. También expuso los desafíos logísticos y organizativos asociados al aumento de rodajes.

Diego Agúndez presentó el panorama europeo, mostrando cómo los jóvenes consumen más noticias a través de redes sociales que por medios tradicionales. Analizó la caída de los ingresos de la prensa impresa y los retos financieros de los pequeños medios frente a las grandes plataformas digitales.

Mesa III: "Medios de comunicación públicos y plataformas: estrategias y propuestas de futuro"

- Participantes: Alessia di Giacomo (RTVE), Juan Manuel Blanco (Canal Sur)
- Moderador: Carlos Gómez Méndez

Esta mesa exploró cómo los medios públicos están innovando para competir en el ecosistema digital.

Alessia di Giacomo presentó la estrategia de RTVE Play, destacando su integración en Smart TVs y su propuesta de valor basada en contenido editorial sin algoritmos.

Juan Manuel Blanco explicó el proceso de digitalización de Canal Sur, incluyendo la modernización interna y el desarrollo de su plataforma digital CanalSur Más.

Este programa se completó con una ponencia que daba cuenta de los años de trayectoria investigadora del grupo a cargo de Susana de la Sierra Morón y Nieves Limón Serrano (**"ComPublic: 10 años investigando el entorno comunicativo español e internacional desde la Universidad de Castilla-La Mancha"**), de la exposición de las **líneas de trabajo e investigación de las personas que integran ComPublic** y con la presentación del libro ***Sobre la evolución de los medios. Emergencia, adaptación y supervivencia*** (Ed. Ampersand, 2024) de Carlos A. Scolari.

Este Congreso ofreció un espacio de análisis y debate interdisciplinar sobre los efectos de la plataformización en el panorama mediático tanto español como europeo. Las ponencias y mesas redondas permitieron reflexionar sobre temas clave como la regulación de los mercados digitales, la sostenibilidad de los medios de comunicación públicos y la innovación en narrativas y modelos de negocio. Este encuentro destacó el compromiso de la Universidad de Castilla-La Mancha y del grupo ComPublic con la investigación rigurosa y el pensamiento crítico en un entorno mediático en constante transformación.