

## Revista de revistas

### **Media and Communication**

Lisboa: Cogitatio Press  
Volumen 8, parte 2 (2020)  
ISSN: 2183-2439

### **Youth Digital Participation: Opportunities, Challenges, Contexts, and What's at Stake**

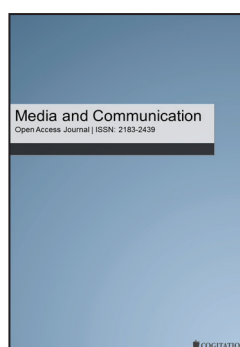
El octavo volumen de *Media and Communication* incluye un apartado centrado en la participación juvenil en el ámbito digital. Se estudia el efecto de la pandemia de la COVID-19 en los usos de las pantallas de este segmento de población en campos como la educación en línea, la formación de la identidad o la participación política.

El primer artículo, de Vissenberg y Haenens, estudia la capacidad de resiliencia en línea de los niños ante los potenciales riesgos de la red y se basa en datos del estudio *EU Kids Online*. Seguidamente, Reinikainen, Kari y Luomaaho estudian la interacción entre las nuevas generaciones y las organizaciones y marcas mediante las redes sociales. La conclusión de la investigación es que las organizaciones con capacidad de escucha tienen mejores niveles de confianza entre la generación Z.

En "Following Politicians on Social Media", Marquart, Ohme y Möller argumentan que seguir actores políticos en las redes sociales incrementa la posibilidad de participar en campañas, pero que las amistades y los seguidores son el foco principal de las redes políticas en línea.

La revista se completa con un artículo sobre la influencia de las audiencias globales de Twitter en la expansión de las protestas escolares contra el cambio climático y una investigación alrededor de los condicionantes y presiones de los estudiantes de periodismo en la hora de publicar contenido en línea.

Disponible [aquí](#).



### **Participations: Journal of Audience & Reception Studies**

Newcastle: Northumbria University  
Volumen 17, Número 1 (2020)  
ISSN 1749-8716

## Participations

Journal of Audience & Reception Studies

El volumen 17 de *Participations* gira alrededor del concepto de *engagement*. Rosenbaum y Bouvier dirigen la parte temática de esta publicación, e indagan en las relaciones entre las redes sociales y la protesta en "Twitter, social movements and the logic of connective action: Activism in the 21st century". Las autoras parten del concepto de acción conectada (*connective action*) para señalar las claves de cómo se relacionan grupos de usuarios de Twitter para generar cambios y cómo se construyen narrativas a partir de estas interacciones. También apuntan algunos aspectos problemáticos del activismo tuitero.

En la misma línea, Walker presenta una historiografía del uso de Twitter en una campaña digital por los derechos de las personas con diversidad funcional. Parisi, Comunello y Amico analizan cómo Twitter se volvió una herramienta de gestión de emergencias y de voluntariado digital en las inundaciones de la isla de Cerdeña en 2013. "Evaluating hashtag activism: Examining the theoretical challenges and opportunities of #BlackLivesMatter", de Zulli, se distancia del resto de aportaciones señalando los límites del activismo en línea y argumenta que la apropiación de las luchas se facilita con el uso de estas herramientas. El cierre, redactado por Bouvier, repasa las conexiones entre los trabajos presentados y reflexiona sobre si el activismo en línea es realmente activismo.

Disponible [aquí](#).

### RAE-IC

Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela - Grupo Novos Medios.  
Vol. 7, núm. 13, febrero 2020.  
ISSN 2341-2690.



El foco de investigación de este número de RAE-IC son las audiencias críticas y la tendencia creciente de la participación activa en el sistema mediático. La publicación pretende reflexionar sobre el papel cambiante de las audiencias en relación con los valores democráticos, los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) o la justicia social y ecológica.

El cuaderno central acoge una investigación de Ramon-Vegas y Mauri-Ríos sobre la recuperación del prestigio del periodismo ante la opinión pública. El trabajo señala tres pilares para mejorar la responsabilidad de los medios y la calidad informativa: la transparencia informativa, la autorregulación y la participación del público. También repasa instrumentos clásicos e innovadores para la rendición de cuentas y examina 12 herramientas para facilitar la participación, así como la percepción que tiene la ciudadanía de estos mecanismos.

Por otro lado, Marques Gonçalves presenta una discusión sobre el comportamiento de la población gitana como audiencia, y presta atención a si su papel es crítico y activo o no. Mediante 20 entrevistas semiestructuradas con miembros de la comunidad gitana, se presentan las reflexiones de esta comunidad sobre su representación en los medios de comunicación de España, y se destaca la capacidad crítica del pueblo gitano ante los medios tradicionales y los entornos digitales.

La revista incluye las aportaciones de dos firmas invitadas de Latinoamérica. Sáez Baeza recoge los resultados de la experiencia de los Consejos de la Sociedad Civil (COSOC). Éstos eran una herramienta consultiva de participación ciudadana sobre políticas de telecomunicaciones puesta en práctica por el gobierno chileno antes del estallido social de 2019. Por otro lado, Cogo y Ledur Alles publican una investigación sobre el uso de las TIC que hacen las migrantes haitianas en Brasil, sobre cómo este uso se ve condicionado por el género y cómo esta realidad se traduce en experiencias de activismo.

Disponible [aquí](#).

### IC. Revista Científica de la Información y la Comunicación

Sevilla: Universidad de Sevilla. Secretariado de Publicaciones  
Núm. 16. (2019)  
ISSN: 2173-1071

El número 16 de *IC* reflexiona sobre el comportamiento político e institucional de las generaciones nativas digitales bajo el título “Movimientos conectados: abordajes tecnopolíticos”. La revista quiere aportar matices en el debate sobre la incidencia de internet en la democracia, y se aleja de posiciones deterministas de *tecnoutopistas* y *tecnopesimistas*.

En el apartado de *Claves*, Rovira Sancho defiende que, detrás cada oleada de potencia comunicativa de movimientos de liberación a través de las TIC se ha dado una tendencia a la injerencia corporativa y de control. La autora defiende que hay que poner el foco en los medios y las finalidades de los usos tecnológicos.

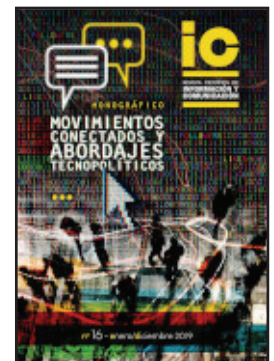
El artículo de Sampedro Blanco, Noes Aldás y Farné transporta el debate sobre comunicación digital y transformación social al marco de la política estatal española. Identifican el envío masivo de SMS contra la versión oficial del atentado de Atocha de 2004 como el punto de inicio de una esfera pública digital que ha transformado el sistema bipartidista español.

Orbegozo Terradillos, Morales y Grass, y Larrondo Ureta presentan un caso de estudio de la conversación en Twitter alrededor del juicio de *La Manada*. Los investigadores se fijan en la relación entre el movimiento feminista y el poder judicial, y prueban de diferenciar la indignación espontánea de la estratégica.

La creación de un *bot* como herramienta de análisis de la agenda informativa es el tema central del estudio de Magallón Rosa, Paniagua Rojano y Chacón Peinado. Se identifican los debates y la jornada de votación como momentos donde se aceleran los fenómenos de verificación en una campaña electoral.

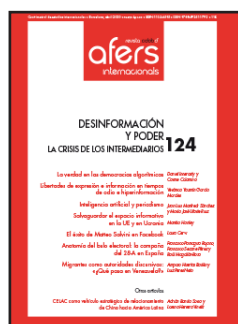
La revista incluye un análisis comparativo de Fenoll y Hassler sobre el estilo comunicativo en Facebook entre partidos populistas de España y Alemania. Concluyen que la ideología marca un hecho diferencial en estos usos. La publicación también incorpora artículos sobre el potencial político de los memes, la capacidad predictiva del *engagement* en resultados electorales o la percepción de los periodistas de la deontología como herramienta contra las noticias falsas.

Disponible [aquí](#).



**Revista CIDOB d'Afers Internacionals**

Barcelona: Barcelona Centre for International Affairs  
 Núm. 124, abril de 2020  
 ISSN: 1133-6595



La revista *CIDOB de Asuntos Internacionales* dedica este número a la desinformación y a su relación con el poder. Los coordinadores del monográfico, Innerarity y Colomina, destacan en la introducción que el contexto de pandemia ha acelerado un ecosistema digital que añade complejidad a la necesidad del debate democrático, con un aumento

de la fragmentación y una pérdida de influencia de los intermediarios de la información.

El número abre con una reflexión, también de Innerarity y Colomina, sobre la verdad en las *democracias algorítmicas*. En ella se cuestiona cómo afecta al sistema democrático que el debate público tenga lugar en espacios tecnológicos de propiedad privada y se aborda el desafío de gobernar unos entornos tan guiados por la datificación.

El texto de García Morales se fija en los límites de la mentira en cuanto a la libertad de expresión y de información. Concretamente, se expone si la mentira tiene cabida legítima en el debate público democrático partiendo de la perspectiva de la Constitución española y del Convenio Europeo de Derechos Humanos.

En “Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación”, los profesores Manfredo Sánchez y Ufarte Ruiz analizan las posibilidades y el impacto de esta herramienta con una revisión de literatura científica desde tres perspectivas: la económica, la ética y la periodística.

Destaca también el artículo de Cervi dedicado al uso que el líder de la extrema derecha italiana Mateo Salvini hace de Facebook. Después de un análisis digital, audiovisual y semántico, la investigación concluye que Salvini combina las características típicas del populismo con una adaptación perfecta al potencial de las redes sociales.

Por último, en “Migrantes que se autoproclaman autoridades discursivas: ¿Qué pasa en Venezuela?”, Huertas Bailén y Peres-Neto analizan la comunicación transnacional a través de *influencers* que son también personas migrantes. En concreto, se analiza el material publicado en YouTube sobre la autoproclamación como presidente de Juan Guaidó.

Disponible [aquí](#).

**El Profesional de la Información**

Sevilla: Secretariado de Recursos Audiovisuales y Nuevas Tecnologías, Universidad de Sevilla.  
 ISSN: 1133-8482. ISSN digital: 2171-7966.



A raíz de la crisis de la COVID-19, la revista *Profesional de la Información* ha acelerado los tiempos de evaluación y publicación de varios artículos que reflexionan sobre el impacto de la pandemia.

El investigador Casero-Ripollés estudia las dinámicas de consumo informativo durante la pandemia para evaluar las implicaciones en la transformación del sistema mediático y en la democracia. El autor utiliza los datos de encuestas del Pew Research Center's American Trends Panel y se fija en la credibilidad otorgada por la ciudadanía a los medios y su capacidad para detectar noticias falsas. Como resultado, se identifica un resurgimiento de los medios tradicionales, especialmente la televisión, y la reconexión en las noticias de la parte de la sociedad más ajena a la actualidad.

El foco de investigación de Salaverría *et al* es la desinformación durante el confinamiento. A partir de un análisis de contenido de 292 bulos detectados por las plataformas de verificación, se estudian las características formales y de contenido más frecuentes, y se detecta que la circulación de desinformación partía especialmente de redes sociales cerradas como WhatsApp. Temáticamente, destacan los altos niveles de información falsa sobre ciencia y sobre aspectos políticos y gubernamentales. A raíz de este hecho, se repasan las contribuciones teóricas sobre los bulos y se llega a una definición de este término, así como a una clasificación —broma, exageración, descontextualización y engaño— y a una propuesta de diagrama de gravedad de los bulos.

En “Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones”, Costa-Sánchez y López-García revisan la bibliografía de referencia en crisis anteriores de salud pública en contraposición a la comunicación institucional y mediática del nuevo coronavirus. Destacan la generación de miedo por

la ausencia de una fase de anuncio previo y el cambio brusco hacia la etapa de explosión de la crisis. Aun así, el formato de portavoz adoptado reúne las recomendaciones en comunicación de crisis. Los datos numéricos son valorados como el recurso informativo más valioso y se identifican muestras de alarmismo y sensacionalismo en el tratamiento periodístico.

El artículo de Rodero analiza la capacidad de adaptación de la radio en situaciones de crisis en base a la crisis sanitaria del 2020. A través de una encuesta a 560 oyentes de radio durante el confinamiento, señala un aumento en horas de consumo, en diversidad de programas y emisoras y en credibilidad. Se concluye que la radio resurge como medio protagonista, repitiendo una tendencia histórica en otras situaciones de crisis en el Estado español como el 23-F.

Destaca también el artículo firmado por los miembros del grupo de investigación DIGILAB, dirigido por Pere Masip, dedicado al estudio de los cambios en el consumo informativo del confinamiento, así como de la percepción ciudadana de la cobertura mediática de la crisis. Los resultados indican que la ciudadanía se ha informado con más frecuencia, pero manteniendo una actitud crítica con los sesgos editoriales, sensacionalistas y alarmistas de los medios de comunicación.

Disponible [aquí](#).