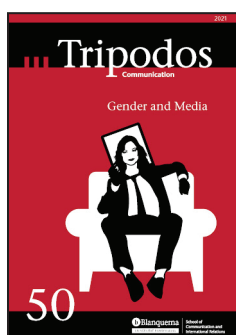


## Revista de revistes

### **Tripodos. Gender and Media**

Barcelona: Blanquerna - Universitat Ramon Llull  
Número 50, juliol 2021  
ISSN paper: 1183-3305, ISSN electrònic: 2340-5007

*Tripodos* celebra els 50 números amb la incorporació al consell editorial de les figures d'edició de gènere i d'edició juvenil. L'objectiu d'aquesta iniciativa és assegurar que el contingut publicat tingui una perspectiva de gènere, eviti els estereotips sexistes i la infrarepresentació de les dones als mitjans i, també, que les persones investigadores joves estiguin representades en la publicació.



En aquesta línia, aquest número aprofundeix en la intersecció del gènere amb la comunicació i la tecnologia. La revista aborda en diversos articles la identitat de gènere, els comportaments i la representació de dones i homes als mitjans i a les xarxes socials. En aquest sentit, l'estudi de Marta Mensa i Tao Deng examina com retraten les dones a Instagram, tant pel que fa a les marques de luxe del món de la moda, com per les etiquetes del públic a les xarxes. La recerca de Dafne Calvo, Eva Campos i Iris Simon confirma que les tècniques d'automatització i els fluxos contradictoris de potència són elements crítics per entendre el potencial real de les xarxes socials per al canvi social feminista, mentre que la recerca de Zeynep Gultekin-Akcay mostra com la representació del discurs dominant a la televisió afecta les percepcions dels infants sobre la masculinitat i la feminitat.

La revista també inclou articles sobre la representació de la identitat de gènere i la violència masclista en països concrets mitjançant l'espai cinematogràfic, l'art urbà o la publicitat.

Disponible [aquí](#).

### **Comunicar: Participación ciudadana en la esfera digital**

Huelva: Universidad de Huelva  
Número 69, octubre 2021  
ISSN paper 1134-3478, ISSN electrònic: 1988-3293

Les profundes transformacions de les tecnologies digitals i la participació social protagonitzen aquest número de *Comunicar*, que aborda la seva relació no només en l'àmbit de la comunicació, sinó també en el de l'educació i en el dels processos polítics. La publicació emfatitza sobre com les realitats digitals, en l'època de la pandèmia del coronavirus, han redefinit i impulsat la participació de la ciutadania en el seu paper com a consumidora i productora de continguts i la seva interacció massiva a la xarxa.



En aquest sentit, la revista reuneix cinc treballs que analitzen de quina manera les innovacions tecnològiques han creat oportunitats i espais que afecten la realitat política i social i que han reformulat el compromís cívic en línia. El primer article, "COVID-19 en YouTube: Debates y polarización en la esfera digital", d'Óscar Luengo, Javier García Marín i Emiliana de Blasio, presenta una anàlisi de la deliberació observada en aquesta plataforma d'intercanvi de vídeos sobre la Covid-19 a Itàlia, Espanya i el Regne Unit; mentre que "Participación ciudadana en Twitter: Polémicas anti-vacunas en tiempos de COVID-19", de Rafael Carrasco, Miguel Ángel Martín i Ernesto Villar, examina el grau en què les interaccions del públic a Twitter són favorables o desfavorables cap a les principals vacunes contra la Covid-19.

Disponible [aquí](#).

**Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura**

Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona

Núm. 64, juny 2021

ISSN paper: 0211-2175, ISSN electrònic: 2340-5236



La revista *Anàlisi* reflexiona en profunditat sobre la lluita contra la desinformació i la seva viralitat a través de les xarxes socials. El quadern aborda la qüestió de les notícies falses des d'una perspectiva multidisciplinària, en què convergeixen teories de la informació, informàtica, estadística i enginyeria de sistemes. També posa llum en el nou escenari del *deepfake* o hipertrucatge, que pot amenaçar la privacitat i incrementar els riscos derivats de les suplantacions d'identitat.

Per aprofundir en aquesta recerca, els articles analitzen diversos exemples. Concretament, Antonio M. Bañón utilitza la comèdia política *Yes Minister* (BBC, 1980-1984) per mostrar que el diàleg irònic entre personatges és una eina crítica poderosa de desinformació política, la qual s'adapta bé a la política habitual de YouTube; Marga Cabrera, Rodrigo Cisternas, Alberto López i Rebeca Díez estudien les publicacions a Instagram dels candidats presidencials de quatre països llatinoamericans amb eleccions el 2021 per identificar quina part del discurs estava relacionada amb el control de la pandèmia des d'una perspectiva multimodal; José Gamir, Raquel Tarullo i Miguel Ibáñez aborden la construcció de la imatge a través de la desinformació a Internet a partir de 161 notícies falses de caràcter racista, xenòfob o islamòfob desmentides el 2020 pels quatre mitjans espanyols de verificació d'informació acreditats per la International Fact-Checking Network: *Maldita.es*, *Newtral*, *Efe Verifica* i *Verificat*; Nadia Alonso, Pavel Sidorenko i Fábio Giacomelli analitzen la narrativa de la desinformació a través de les publicacions a TikTok de quatre països amb idiosincràsies i realitats nacionals diferents (Espanya, Portugal, Brasil i els Estats Units d'Amèrica); Lola Bañón condueix el seu estudi per mitjà de l'observació de la cadena Al Jazeera en els processos de verificació audiovisual de la redacció tradicional a l'estructura en núvol, i finalment, Francisco J. García aborda la tecnologia, les possibilitats i els riscos del *deepfake*.

Disponible [aquí](#).

**Ámbitos. Revista internacional de comunicación**

Sevilla: Universidad de Sevilla.

Núm. 53, edició estiu 2021

ISSN paper: 1139-1979, ISSN electrònic: 1988-5733



El focus de recerca d'aquest número de la revista *Ámbitos* se centra en Instagram, una de les xarxes socials de comunicació massiva amb major creixement, influència i potencial social en l'actualitat. La publicació presenta una sèrie d'articles amb aproximacions metodològiques i temàtiques variades per conèixer cap a on es dirigeix aquesta xarxa i el seu públic usuari, que si bé va començar sent eminentment jove, no professional i que valorava principalment la imatge, ha acabat incorporant també un públic adult, professional, *influencers*, partits polítics, empreses, científics, acadèmics, institucions, etc.

El monogràfic obre amb uns estudis de cas per establir de quina manera les editorials fan servir Instagram per promoure i influenciar el mercat del llibre; per analitzar com el personal sanitari va utilitzar, durant les dues primeres setmanes de confinament per la Covid-19, les eines que ofereix la plataforma per aconseguir més repercussió entre les seves audiències, o com les etiquetes esdevenen una forma de gestió de contingut, que justifica el seu ús com a representació d'informació que es pot beneficiar de les tècniques d'indexació.

Finalment, el monogràfic inclou articles per examinar l'impacte que Instagram exerceix en les emocions, el màrqueting social, la publicitat, la veracitat de la informació, el tractament informatiu i els mitjans de comunicació.

Disponible [aquí](#).

**Internacional Journal of Communication**

Califòrnia: University of Southern California (USC)

Volum 15, 2020

ISSN: 1932-8036



La revista (IJOC) obre el seu quinzè volum amb una àmplia selecció miscel·lània amb contribucions de persones expertes sobre temes diversos, com l'ètica periodística i el discurs d'odi, el sensacionalisme, els estereotips, les migracions o les polítiques públiques.

Amb un focus especial en el camp creixent d'una de les aplicacions de les xarxes socials que permet la recreació de vídeos curts i populars amb facilitat, especialment entre els joves, la revista dedica una secció especial al fenomen social TikTok. Al llarg d'anàlisis quantitatives de continguts i d'una sèrie de casos qualitius, s'ofereix una visió dels marcs emergents, enfocaments, metodologies i aplicacions de la plataforma, i es fa èmfasi en l'anàlisi dels aspectes socials i del context cultural en què va sorgir; la propietat, governança i gestió; el seu contingut i cultura digital juvenil, i la seva popularitat durant la pandèmia de la Covid-19.

L'última part de la publicació presenta diversos articles sobre infraestructures digitals i intel·ligents i conclou amb uns textos sobre l'enfocament teòric entre la religió i els mitjans de comunicació.

Disponible [aquí](#).

**Studies in Communication Sciences**

University of Zurich

Volum 21, núm. 1, juny 2021

ISSN paper: 1424-4896, ISSN electrònic: 2296-4150



SComS dedica el seu número de juny al paper dels mitjans de comunicació en les societats democràtiques. Concretament, se centra en la informació sobre les perspectives del públic usuari, la visibilitat en l'era digital i la responsabilitat social de la premsa, i la relació entre periodistes i audiència.

La revista està estructurada en tres apartats. La secció general conté un estudi de Dorothee Arlt amb el cas recent de la iniciativa popular suïssa "Sí a una prohibició del vel" que examina les percepcions del públic sobre el biaix mediàtic; la recerca de Thomas Zerback i Dominique S. Wirz sobre com els factors inherents als missatges influeixen en les reaccions en emojis de les persones usuàries de Facebook, i l'anàlisi de Nina Wicke i Monika Taddicken per conèixer com els mitjans de comunicació cobreixen la qüestió contemporània i global del canvi climàtic. Tanca la secció la contribució de Michael V. Reiss, Noemi Festic, Michael Latzer i Tanja Rüedy en relació amb la rellevància social de la selecció algorítmica.

La segona part és una secció temàtica sobre qüestions d'accessibilitat, representació, participació, diversitat i desigualtats; també examina la comunicació científica, els algorismes, les xarxes socials, les aplicacions de mitjans locatius, el programari lliure i els programes de televisió; seguida d'uns estudis empírics destinats a la visibilitat digital de gènere per assenyalar les desigualtats, posar de manifest l'ambivalència de la participació de les dones en els debats en línia, la replicació i el reforç de les normes de gènere a través de la tecnologia digital, així com per indicar altres desigualtats relacionades amb l'orientació sexual i el nivell socioeconòmic.

L'última part es completa amb una revisió de llibres i dos informes de conferències per posar de manifest com la transformació digital també afecta la ciència de la comunicació.

Disponible [aquí](#).

**L'Atalante: Revista de estudios cinematográficos**

València: Asociación Cinefórum L'Atalante i El Camarote de Pere Jules

Núm. 32, juliol 2021

ISSN paper: 1885-3730, ISSN electrònic: 2340-6992

L'edició número 32 de la revista cinematogràfica *L'Atalante* posa el focus en l'observació de la imatge de la dona en el món cinematogràfic espanyol, atenent al perfil femení amb diferents arquetips de modernitat, durant el període franquista.

La publicació recull una sèrie d'articles amb estudis de cas variats per verificar com les actrius femenines transgredien, de manera més o menys explícita, el model passiu, domèstic i servil que dictava el règim feixista per a les dones. La revista també fa una aproximació a les representacions socials de la dona, a les formes de treball en la indústria, als abordatges de la història del cinema a partir de les actrius, a l'anàlisi estètica de la feina interpretativa i, especialment, al seu paper com a portadores de nous models de feminitat per al públic femení.

En aquesta mateixa línia, la revista es completa amb un diàleg de Marga Carnicé Mur i Endika Rey amb l'actriu Teresa Gimpera en què s'aborden els diferents rols cinematogràfics que va encarnar al llarg de la seva trajectòria fílmica i el seu encaix personal dins dels diferents tipus d'arquetips a l'hora de representar una feminitat lliure i moderna.



Disponible [aquí](#).