



**CALL FOR PAPERS, 55 (2018-2)**

**REVISTA COMUNICAR**  
Monográfico para «Comunicar»  
**CALL FOR PAPERS**

# **La esfera mediática**

## **Controversias en la vida pública**

**The Media Sphere. Controversies in Public Life**

### **Editores Temáticos**

---

- **Dra. Vanesa Saiz Echezarreta (Universidad de Castilla La Mancha)**
- **Dr. Héctor Fouce (Universidad Complutense de Madrid)**
- **Dra. Jocelyne Arquembourg (Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3, Francia)**

### **Enfoque**

---

Las democracias modernas requieren una esfera pública, siempre mediatizada: a través de los medios de comunicación los diferentes grupos construyen sus identidades y promueven sus intereses y puntos de vista en torno a los asuntos públicos. La opinión pública, como “estructura temática”, la forman aquellos temas o asuntos (*issues*) que se hacen relevantes como “problemas públicos” que afectan a algo común y demandan soluciones. Es fundamental comprender cómo llegan a hacerse relevantes en la esfera pública ciertos asuntos; qué procesos les permiten adquirir una forma adecuada a la comunicación en esa esfera, alcanzar una visibilidad mediática y acceder a diversas audiencias; cómo logran suscitar o participar en una controversia que incida en las instancias de decisión política. Sin asuntos públicos y controversias que traduzcan la conflictiva diversidad de posiciones al respecto, no hay esfera pública (“No hay espacio abierto a una pluralidad de perspectivas, imprescindible para la democracia”, sostiene Arendt).

Los medios y los periodistas cumplían la función de gatekeepers, dando acceso a la esfera pública a ciertos temas y negándolo a otros. Pero con la aparición de internet se abre la posibilidad de disputar a los medios de comunicación tradicionales esa posición dominante y emerge una esfera pública

más abierta a la diversidad de voces y asuntos. La esfera extendida, diversificada y atravesada por los usos actuales de los medios digitales aparece como un espacio discursivo-polémico en el que participan muy diversos actores, subesferas y perspectivas a menudo en conflicto y del que se critica su escasa capacidad de crear espacios de discusión entre visiones diferentes y de búsqueda de puntos de acuerdo.

En un momento de transición en el ecosistema mediático y en el periodismo, nos interesa indagar cómo utilizan los actores, de los más poderosos a los más débiles, los varios recursos y tecnologías para promover sus intereses y visiones; cómo intervienen los medios periodísticos y los entornos digitales en la definición pública de asunto y en la selección y caracterización de las perspectivas pertinentes a su discusión; cómo evolucionan y circulan ideas, representaciones, proyectos entre los diferentes espacios y medios, cómo inciden en la traducción entre visiones distintas, en la formación y el desarrollo de las controversias y en la búsqueda de soluciones y acuerdos.

## Descriptores

---

- Esfera pública clásica y nueva esfera pública. Conceptos de diversidad, conflictividad y participación de los actores interesados en los problemas públicos.
- Condiciones y prácticas comunicativas y discursivas que hacen que problemas comunes alcancen el estatus de “problemas públicos” y que los impiden.
- Relaciones entre la esfera pública oficial y otros espacios comunicativos (digitales, presenciales, etc.) en la formación de asuntos y controversias.
- La formación de actores colectivos y de públicos interesados como factores clave en la emergencia y evolución de los asuntos.
- Incidencia de espacios, medios, géneros discursivos y prácticas comunicativas en el desarrollo de las controversias en la esfera mediatizada.
- Periodismo y controversias públicas: sesgo, parcialidad y tensiones por la aplicación de valores periodísticos.
- Perspectivas semióticas en el seguimiento y análisis de asuntos y controversias.
- Dinámicas de poder, hegemonía y contestación en los discursos sobre asuntos públicos. Representaciones y perspectivas dominantes / marginadas / ignoradas / emergentes.
- Perspectivas etnográficas sobre la esfera pública. La etnografía del conflicto.
- La etnografía del periodismo en un momento de transformación y el seguimiento de asuntos y controversias.
- Análisis de las controversias públicas: Actores, objetos, marcos de sentido, prácticas de comunicación, propuestas de aproximación, confrontación y conclusión.

## Cuestiones

---

- La actual esfera pública requiere una perspectiva pragmática que observe los procesos de comunicación pública, que tenga en cuenta como centrales las cuestiones de la mediación y la mediatización, que impliquen la imposibilidad de la transparencia y la “no distorsión” de los procesos de comunicación pública. ¿Cómo se construye, o se impide, hoy un espacio de comunicación entre públicos y representantes que dé cabida al conflicto, el desacuerdo y la controversia entre diversos intereses y perspectivas sobre los asuntos públicos?
- Tomar el asunto público como objeto de observación permite abordar el problema de la esfera pública partiendo de ciertas prácticas centrales en su configuración ¿Cómo se manifiesta

aquello que importa a la ciudadanía, o a una parte de ella, y se convierte o no en asunto público? ¿Qué condiciones, prácticas y transformaciones permiten que un problema dado adquiriera el estatus de problema público?

- Los asuntos son las ocasiones para el encuentro de los diferentes intereses en forma de desacuerdos y controversias ¿Qué problemas implica el encuentro y la comunicación entre los diferentes intereses y perspectivas? ¿Cómo se traducen y discuten entre sí las varias visiones de los problemas comunes? ¿Cómo se forman y evolucionan y cómo se impiden o bloquean las controversias? ¿Afectan esas controversias a la definición de lo común y a las decisiones políticas? Si es el caso ¿Cómo lo hacen?
- Los medios digitales interactivos forman parte de la vida cotidiana de muchas personas. No están fuera de la vida social, ejerciendo una influencia sobre ella, sino en su interior, en un entorno saturado por los medios en el que han cambiado las dinámicas de emisión y recepción ¿Cómo son utilizadas las TIC por los actores interesados en un asunto? ¿Qué prácticas y usos de esos recursos les permiten adquirir información, difundirla, realizar actividades de convocatoria, coordinación, organización, búsqueda de acuerdos, negociación, etc.?
- No obstante, en el panorama mediático actual los medios periodísticos más difundidos, convencionales y digitales, y en particular la televisión, siguen siendo fundamentales por constituir el “primer plano” de la esfera pública. ¿Cómo contribuyen a la definición pública de los asuntos? ¿Qué recursos y prácticas les permiten asociar los asuntos a repertorios particulares de ideas, imágenes y afectos? ¿En qué forma participan en el conflicto y el debate políticos por la definición de la realidad y del interés común?
- En la mediación comunicativa entre los intereses de la ciudadanía y el ámbito público son fundamentales los discursos, versiones y (casi)relatos sobre los asuntos que elaboran los medios y los actores interesados ¿Cómo logran esos recursos identificar objetos de valor, asignar roles, distribuir afectos positivos y negativos entre los actores? ¿Presentan a las audiencias las dimensiones cognitivas, estéticas, afectivo-valorativas de su visión del asunto? ¿Les proponen identificarse con un proyecto de futuro?

## **Sobre los Editores Temáticos**

---

### **Dra. Vanesa Saiz Echezarreta**

Profesora y Vicedecana de la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla La Mancha. Especialista en Feminismo y estudios de género, representaciones y movimientos sociales, análisis del discurso y emociones. Ha impartido docencia en la Universidad de Valladolid y en la Universidad Europea Miguel de Cervantes. Investigadora del programa de Formación del Profesorado Universitario (FPU). Ha sido Coordinadora Académica del Master Oficial de Estudios de las Mujeres, Instituto de Investigadores Feministas, UCM. Es miembro del Consejo de Administración de la Radio Televisión de Castilla La Mancha desde 2015.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1700-0296>

### **Dra. Jocelyne Arquembourg**

Jocelyne Arquembourg es Profesora Titular en la Universidad Sorbonne Nouvelle-Paris 3, y Maître de Conférences HDR en el Institut français de presse, Université de Paris II. También es investigadora asociada del Instituto Marcel Mauss en el EHESS (Escuela de Estudios Avanzados en Ciencias Sociales). Su investigación se centra en el tratamiento de los sucesos de actualidad en los medios de comunicación, en la definición de lo que es un evento mediático y en la manera en que estos configuran problemas y debates públicos. Ha publicado numerosos artículos y es autora de los libros «Temps des événements médiatiques» (2003) y «L'événement et les médias, les récits médiatiques des tsunamis et les débats publics» (2011).

### **Dr. Héctor Fouce**

Profesor Contratado Doctor de la Universidad Complutense de Madrid y Director del Grupo de Investigación Semiótica, Comunicación y Cultura. Sus áreas de investigación son las industrias culturales, la propiedad intelectual y el espacio público, tanto mediático como urbano. Ha sido catedrático de etnomusicología en el Conservatorio Superior de Música de Aragón y consultor en la Universitat Oberta de Catalunya. Ha sido Presidente de SIBE Sociedad de Etnomusicología y de la rama española de IASPM (International Association for the Study of Popular Music). Además, ha sido Profesor Visitante en las Universidades de Colorado State (EEUU) y Cambridge (Reino Unido). ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8081-0756>

---

## **Instrucciones y envío de propuestas**

---

### **Normas editoriales:**

<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=normas&idioma=es>

### **Propuestas para el Monográfico a través de la Plataforma OJS RECYT:**

<http://recyt.fecyt.es/index.php/comunicar/login>

## **Fechas clave**

---

**Fecha límite para el envío de artículos:** 2017-09-30

**Fecha de publicación de esta edición:**

Versión Preprint: 2018-02-15

Versión impresa: 2018-04-01

**Portal web de la revista:**

**[www.revistacomunicar.com](http://www.revistacomunicar.com)**

---