

CALL FOR PAPERS, 72

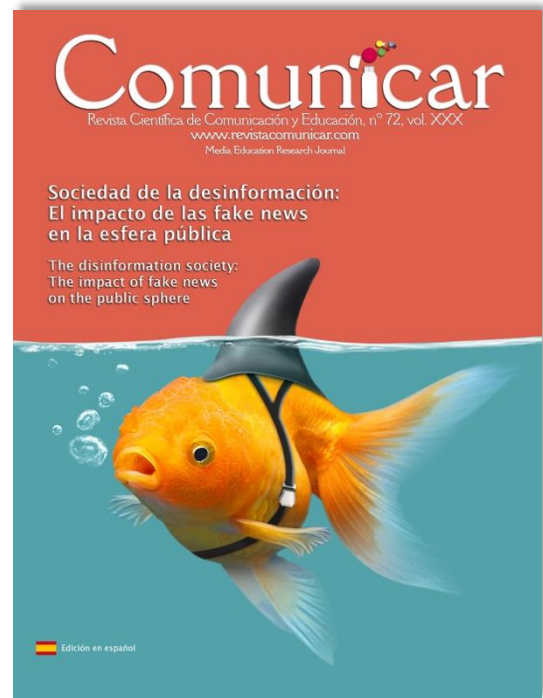
Monográfico 2022-3

Fecha de inicio: 2021-06-01

Fecha de cierre: 2021-12-30

Publicación Preprint: 2022-05-15







Publicación definitiva: 2022-07-01









Sociedad de la desinformación: El impacto de las *fake news* en la esfera pública

The disinformation society: The impact of fake news on the public sphere

Editores temáticos

Dr. Guillermo López-García, Universidad de Valencia (España) ·      

Dr. Gianpietro Mazzoleni, Università degli Studi de Milano (Italia) ·      

Dra. Eva Campos-Domínguez, Universidad de Valladolid (España) ·      

Enfoque

Los procesos de comunicación tecnológica han experimentado importantes cambios desde antaño, dando lugar a un sistema de medios amplio, diverso y abierto. Los ciclos de noticias se han acelerado, la preeminencia de los medios de comunicación se ha reducido, los comunicadores se han transformado y han emergido nuevos emisores, y la capacidad de selección del público ha aumentado significativamente. En este contexto, el concepto de desinformación ha adquirido especial relevancia, puesto que el flujo incesante de mensajes con orígenes, objetivos y recorridos tan diversos dan cabida a informaciones erróneas, sesgadas o falsas; en ocasiones, se trata de errores involuntarios (*misinformation*), pero a menudo tienen el propósito explícito (*disinformation*) de confundir al público receptor y transmitirle mensajes falsos –*fake news*– para conseguir un resultado específico, como orientar y transformar la opinión pública.

Descriptorios

- Discurso político y desinformación.
- Estrategias de desinformación por parte de actores públicos, nuevos emisores e instituciones.
- Construcción y difusión de *fake news* en redes sociales y medios de comunicación.
- Desinformación, populismo y polarización.
- Desinformación automatizada: redes sociales y *bots*.
- Experiencias educativas y desinformación.
- Sociedad de la desinformación.
- Desinformación, conflictos y discursos de odio.
- Verificación de la información vs desinformación: *fact-checkers* y *fake news*.
- Desinformación y crisis de la democracia.

Cuestiones

- ¿Cómo nacen las *fake news*? ¿cuál es su origen y su propósito principal?
- ¿Cómo se difunden las *fake news* a través de las diversas redes de comunicación?
- ¿La difusión de informaciones falsas sigue algún patrón que trascienda diferentes ámbitos de la actualidad?
- ¿Qué efectos tienen las *fake news* sobre el público? ¿Cuál es su impacto en la esfera pública?
- ¿Cuál es el papel de los *fact-checkers* en el proceso de difusión y denuncia de las noticias falsas? ¿Contribuyen a paliar sus efectos o, por el contrario, a potenciarlos por la vía de poner el foco sobre su existencia y relevancia?
- ¿Existen mecanismos de verificación eficaces por parte de los medios de comunicación para evitar la publicación de *fake news*?
- ¿Cuál es el papel de los líderes de opinión en la generación y difusión de *fake news*?
- ¿Qué estrategias de desinformación siguen los Estados en el plano internacional? ¿Cómo influye la desinformación en la política internacional? ¿En qué medida puede detectarse el empleo de estrategias de desinformación por parte de determinadas potencias para desestabilizar a otros Estados u organizaciones?
- ¿Cómo se puede hacer frente a la desinformación? ¿Qué medidas pueden adoptarse desde los medios, los protagonistas de la información, y las instituciones?
- ¿Qué consecuencias tienen los procesos de automatización de la comunicación en la desinformación?

Editores

Guillermo López-García (Universidad de Valencia, España)

Profesor Titular de Periodismo en la Universidad de Valencia. La mayor parte de su investigación se ha dirigido al estudio de la comunicación política y de la comunicación por Internet. Es el coordinador del Grupo de I+D Mediaflows, financiado por el Ministerio de Economía e Innovación y la Generalitat Valenciana en sucesivos proyectos (www.mediaflows.es). Coordina anualmente un Congreso sobre nuevas tendencias en comunicación digital desde 2009, y dirige la revista académica *Dígitos*, fundada en 2015. Es codirector del máster en Nuevos Periodismos, Comunicación Política y Sociedad del Conocimiento de la Universidad de Valencia. Es autor o editor de doce libros y de numerosos artículos y capítulos de libro en publicaciones científicas. Colabora con diversos medios de comunicación, entre ellos el diario digital Valencia Plaza, en el que es columnista semanal y Coordinador de contenidos de Opinión del diario.

Gianpietro Mazzoleni (Università degli Studi de Milano, Italia)

Catedrático de Sociología de la Comunicación y Comunicación Política en el Departamento de Sociología y Ciencias Políticas de la Università degli Studi di Milano (Italia). Es conocido internacionalmente por su trabajo sobre el impacto de los medios de comunicación en los sistemas políticos y en los patrones de comunicación de las instituciones y actores políticos. Fue cofundador y editor de la Revista Italiana de Comunicación Política (Comunicazione Politica) 2000-2013, y miembro del consejo de redacción de las principales revistas del sector (Political Communication, European Journal of Communication, International Journal of Press/Politics y otras). Es el editor jefe de la The International Encyclopedia of Political Communication (2016), coautor de The Media and Neopopulist Movements in a Comparative Perspective (2003), The Politics of Representation: Election Campaigning and Proportional Representation (2004), The Media in Europe (2004), Política Pop (2009), Journalists and Media Accountability: An International Study of News People in the Digital Age (2014), La política pop online (2019); autor del manual de gran éxito de ventas La comunicazione politica (3ª edición, Mulino, 2012), publicado también en español (La comunicación política, Alianza Editorial, 2010) y en húngaro.

Eva Campos-Domínguez, Universidad de Valladolid (España)

Profesora Titular de Periodismo en la Universidad de Valladolid. Beca Leonardo de la Fundación BBVA 2020 por el proyecto Parla-mentos, bots y desinformación. Su investigación se centra en el estudio de la comunicación política digital. Miembro del Grupo de I+D Mediaflows (www.mediaflows.es) y ha participado en diferentes proyectos competitivos centrados en el estudio de los emisores políticos en Internet. Autora o editora de una veintena de mono-grafías y de numerosos artículos científicos.

Instrucciones y envío de propuestas

Normas editoriales:

<https://bit.ly/3eA7G7v>

Propuestas para el Monográfico a través de la Plataforma OJS:

<https://bit.ly/3eydP49>

Portal web de la revista:

www.revistacomunicar.com

Coeditores institucionales

