



M O N O G R Á F I C O S

Actualmente se encuentran convocados los siguientes monográficos:

- **1/2018** - NUEVOS PERFILES PROFESIONALES Y TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO COMUNICATIVO
- **2/2018** - COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA ERA DE LA POSVERDAD

Serán publicados en el número 27 de Doxa Comunicación (julio-diciembre 2018).

Consulte a continuación la información detallada de ambas convocatorias.

01
--
2018



CEU Ediciones

Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales

MONOGRÁFICOS

TÍTULO

NUEVOS PERFILES PROFESIONALES Y TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO COMUNICATIVO

COORDINADORES CIENTÍFICOS

Belinda de Frutos Torres. Universidad de Valladolid
Carmen Llorente Barroso. Universidad Complutense de Madrid
María Sánchez Valle. Universidad CEU San Pablo
Mónica Viñarás Abad. Universidad CEU San Pablo

DESCRIPCIÓN Y EJES TEMÁTICOS

La nueva situación a la que se enfrenta la sociedad fruto del auge de la tecnología se evidencia en todos los campos profesionales y científicos y, en especial, en el ámbito de la comunicación. El cambio en la forma de comunicarse, especialmente entre la población más joven, ha transformado las rutinas de trabajo de los medios de comunicación y de otros sectores íntimamente relacionados con ellos como la publicidad y la comunicación corporativa. La demanda de nuevas habilidades y competencias, además de conocimientos y la transformación digital que están sufriendo las empresas, instituciones y la administración, al mismo tiempo que la creciente automatización del trabajo genera muchos interrogantes sobre la posible desaparición y aparición de nuevos puestos de trabajo. Estas transformaciones están dando lugar al nacimiento de nuevas profesiones y a la extinción o adaptación de algunas asentadas en el mercado con el reto que supone para los centros de enseñanza y, en concreto, para las Universidades la formación de alumnos cuando no se conoce con certeza qué profesiones realizarán en el futuro.

Este monográfico tiene la intención de reflexionar y analizar los aspectos teóricos y prácticos de este asunto, así como intercambiar conocimientos sobre las transformaciones del entorno comunicativo y los nuevos perfiles profesionales en el mundo de la comunicación con el objetivo de clarificar la situación actual y ayudar a resolver los retos que presenta este nuevo espacio de la comunicación.

Los ejes temáticos sobre los que se articula este monográfico son los siguientes:

- La transformación del espacio comunicativo.
- Nuevas profesiones en el campo de la comunicación y la adaptación de las tradicionales.
- La influencia del *big data*, la inteligencia artificial y otros aspectos tecnológicos.
- La interdisciplinariedad de los perfiles profesionales.
- La adaptación de las universidades a los requerimientos de las nuevas profesiones.

CALENDARIO

Fecha de publicación: **diciembre 2018, DOXA COMUNICACIÓN n.º 27**

Recepción de propuestas de artículos: **fecha límite 31 octubre 2018**

REVISORES CIENTÍFICOS PROPUESTOS

David Alameda García. Universidad Pontificia de Salamanca
Mari Cruz Alvarado López. Universidad de Valladolid
Susana de Andrés del Campo. Universidad de Valladolid
María Luisa García Guardia. Universidad Complutense de Madrid
José María Herranz de la Casa. Universidad de Castilla La Mancha
Josep Lluís del Olmo Arriaga. Universidad CEU Abat Oliba
María Pilar Paricio Esteban. Universidad CEU Cardenal Herrera

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">NORMAS ESTILÍSTICAS BÁSICAS</p> | <p>Los manuscritos podrán tener un mínimo de 5.000 y un máximo de 10.000 palabras.</p> <p>Se enviarán en formato Word (.doc/.docx), letra Times New Roman, cuerpo 12, interlineado sencillo, márgenes estándar.</p> <p>Deberán contener, en español y en inglés, título, resumen (entre 150 y 200 palabras) y 5 palabras clave.</p> <p>Se deberá aportar por cada autor: nombre y apellidos, dirección de correo electrónico, código ORCID y un breve CV de unas 100 palabras.</p> <p>El contenido tendrá una estructura de artículo científico: introducción, metodología, resultados y conclusiones.</p> <p>Los epígrafes se enumerarán en arábigos siguiendo la estructura estándar 1., 1.1, 1.1.1, etc.</p> <p>Las tablas y/o figuras se enumerarán en arábigos del 1 al infinito, indicando la fuente y la autoría.</p> <p>Las citas se introducirán en el texto con formato Harvard (p. e.: Bauman, 2010: 126), no a pie de página. El apartado de referencias bibliográficas incluirá exclusivamente las obras citadas en el trabajo, que serán mayoritariamente actuales y se presentarán en formato APA con indicación del DOI cuando lo tengan.</p> <p>Se recomienda consultar las normas completas de publicación en la web de la revista (www.doxacomunicacion.es), así como el último número publicado para visualizar el estilo y la maquetación final de los artículos.</p> |
| <p style="text-align: center;">NORMAS DE ENVÍO Y DE PUBLICACIÓN</p> | <p>Los textos se deben enviar a través de la plataforma OJS de la revista Doxa Comunicación en RECYT, cuyo enlace directo es: https://recyt.fecyt.es/index.php/doxacom/information/authors</p> <p>No se aceptarán envíos a través del correo electrónico.</p> <p>Los autores se deberán registrar en la plataforma y cumplimentar toda la información requerida en la ficha de autor.</p> <p>Los autores se asegurarán de que la versión de sus manuscritos está anonimizada (se recomienda borrar las huellas digitales de autoría que aparecen en las propiedades del documento).</p> <p>Aviso importante a los autores:</p> <p>La revista Doxa Comunicación publica todos los artículos y ensayos científicos en español y en inglés desde 2016. El autor se compromete a proporcionar una traducción consistente de su manuscrito en caso de que supere positivamente el proceso de revisión externa por pares ciegos y sea aceptado para su publicación.</p> <p>La revista ha seleccionado a un grupo de traductores nativos con nociones del campo de conocimiento de la revista, con los que ha acordado un precio ventajoso para los autores que no puedan proporcionar por sus medios una traducción consistente. El coste de este servicio será asumido por el autor.</p> <p>La edición bilingüe supone un salto cualitativo para la revista y para los autores, al permitir la difusión de los artículos entre comunidades científicas más extensas e incrementar el número de lectores, y con ello, el potencial impacto de la investigación.</p> |
| <p style="text-align: center;">PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN</p> | <p>Doxa Comunicación es una revista científica de acceso abierto y gratuito, de acuerdo con la Declaración de BOAI.</p> <p>Todos los contenidos son cargados en bases de datos y repositorios nacionales e internacionales de libre acceso, como Dialnet, DOAJ, RECYT, DSpace, etc.</p> <p>Se invita a los coordinadores y a los autores a que colaboren con la revista en la difusión de la convocatoria del monográfico a través de sus propias redes y contactos.</p> <p>Igualmente, pueden sugerir el nombre de instituciones, entidades y asociaciones relacionadas con el contenido del monográfico para que sean citadas en la cuenta de Twitter de Doxa Comunicación (@DoxaCom) y se les compartan los contenidos publicados.</p> |

02

--

2018



CEU Ediciones

Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales

M O N O G R Á F I C O S

TÍTULO

COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LA ERA DE LA POSVERDAD

COORDINADORES
CIENTÍFICOS

María José Canel Crespo. Universidad Complutense de Madrid
Francisco Seoane Pérez. Universidad Carlos III de Madrid
Elena Cebrián Guinovart. Universidad CEU San Pablo
Jordi Rodríguez-Virgili. Universidad de Navarra

DESCRIPCIÓN
Y
EJES TEMÁTICOS

Los pactos tácitos sobre los que se había asentado la comunicación política democrática se han visto alterados por revoluciones tecno-sociales a todos los niveles donde opera la relación entre representantes y ciudadanos. Entre estos últimos, el consumo de información política ya no viene mediado exclusivamente por medios de referencia, sino que el acceso a la actualidad se hace fundamentalmente a través de redes sociales en las que cualquier noticia, independientemente de su procedencia o su veracidad, es una historia dispuesta a ser leída y compartida. Los tradicionales mediadores entre los detentadores del poder político y los votantes, los periodistas, son más débiles que nunca en virtud de la merma de los ingresos publicitarios, que en el mundo online son casi un monopolio de Facebook y Google. En el terreno político, a la tradicional crisis del parlamentarismo advertida en los años 20 y 30 del siglo XX por autores como Carl Schmitt, se suma el economismo, que según el politólogo Teivo Teivainen supone la ocupación de la esfera política por la economía. La limitación del margen de maniobra político a unos estados sometidos a los vaivenes de la globalización ha resucitado el extremismo político, con líderes dispuestos a subvertir el orden establecido. Líderes que están aprovechando al máximo la capacidad de las redes sociales para comunicarse de manera no mediada con sus seguidores para romper con la ortodoxia retórica y llevar a la esfera pública un discurso incivil sin precedentes en la política convencional.

Este monográfico tiene por objetivo abordar los aspectos clave que afectan a la comunicación política contemporánea: la circulación y el efecto de noticias falsas (*fake news*) en los procesos electorales, la inusitada irrelevancia de los hechos frente a las emociones y los apriorismos grupales en la conformación de la opinión pública (posverdad), el creciente apoyo hacia formaciones antisistema y la radicalización que posibilitan las cámaras de resonancia en las redes sociales, que amparan incluso a aquellos que desean favorecer cambios políticos mediante la violencia.

Así, pues, los temas que articulan este monográfico son los siguientes:

- *Fake news* y proliferación de mentiras en la red
- Fanatismo y radicalización online
- Posverdad y cámaras de resonancia que polarizan la opinión pública
- *Anti-establishment* y desprestigio de la política tradicional
- Nuevas narrativas de comunicación política en la red: transmedialidad

CALENDARIO

Fecha de publicación: **diciembre 2018, DOXA COMUNICACIÓN n.º 27**

Recepción de propuestas de artículos: **fecha límite 1 septiembre 2018**

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">REVISORES CIENTÍFICOS PROPUESTOS</p> | <p>Arantxa Capdevila Gómez. Universitat Rovira i Virgili José Luis Dader. Universidad Complutense de Madrid Manuel Martínez-Nicolás. Universidad Rey Juan Carlos Joaquim Marqués-Pascual. Universitat de Barcelona Eva Campos Domínguez. Universidad de Valladolid Miljana Micovic. Universitat de Barcelona Marta Rebolledo. Universidad de Navarra Carlos Muñiz. Universidad Autónoma de Nuevo León, México Guillermo Velasco Barrera. Universidad Panamericana, México Carlota Moragas. Universitat Rovira i Virgili Juan Antonio Marín. Universidad Católica San Antonio de Murcia Guillermo Velasco. Universidad Panamericana</p> |
| <p style="text-align: center;">NORMAS ESTILÍSTICAS BÁSICAS</p> | <p>Los manuscritos podrán tener un mínimo de 5.000 y un máximo de 10.000 palabras. Se enviarán en formato Word (.doc/.docx), letra Times New Roman, cuerpo 12, interlineado sencillo, márgenes estándar. Deberán contener, en español y en inglés, título, resumen (entre 150 y 200 palabras) y 5 palabras clave. Se deberá aportar por cada autor: nombre y apellidos, dirección de correo electrónico, código ORCID y un breve CV de unas 100 palabras. El contenido tendrá una estructura de artículo científico: introducción, metodología, resultados y conclusiones. Los epígrafes se enumerarán en arábigos siguiendo la estructura estándar 1., 1.1, 1.1.1, etc. Las tablas y/o figuras se enumerarán en arábigos del 1 al infinito, indicando la fuente y la autoría. Las citas se introducirán en el texto con formato Harvard (p. e.: Bauman, 2010: 126), no a pie de página. El apartado de referencias bibliográficas incluirá exclusivamente las obras citadas en el trabajo, que serán mayoritariamente actuales y se presentarán en formato APA con indicación del DOI cuando lo tengan. Se recomienda consultar las normas completas de publicación en la web de la revista (www.doxacomunicacion.es), así como el último número publicado para visualizar el estilo y la maquetación final de los artículos.</p> |
| <p style="text-align: center;">NORMAS DE ENVÍO Y DE PUBLICACIÓN</p> | <p>Los textos se deben enviar a través de la plataforma OJS de la revista Doxa Comunicación en RECYT, cuyo enlace directo es: https://recyt.fecyt.es/index.php/doxacom/information/authors No se aceptarán envíos a través del correo electrónico. Los autores se deberán registrar en la plataforma y cumplimentar toda la información requerida en la ficha de autor. Los autores se asegurarán de que la versión de sus manuscritos está anonimizada (se recomienda borrar las huellas digitales de autoría que aparecen en las propiedades del documento).</p> <p>Aviso importante a los autores: Desde el número 23 (julio-diciembre 2016), la revista publica todos los artículos y ensayos científicos en español y en inglés. El autor se compromete a proporcionar una traducción consistente de su manuscrito en caso de que supere positivamente el proceso de revisión externa por pares ciegos y sea aceptado para su publicación. La revista ha seleccionado a un grupo de traductores nativos con nociones del campo de conocimiento de la revista, con los que ha acordado un precio ventajoso para los autores que no puedan proporcionar por sus medios una traducción consistente. El coste de este servicio será asumido por el autor. La edición bilingüe supone un salto cualitativo para la revista y para los autores, al permitir la difusión de los artículos entre comunidades científicas más extensas e incrementar el número de lectores, y con ello, el potencial impacto de la investigación.</p> |
| <p style="text-align: center;">PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN</p> | <p>Doxa Comunicación es una revista científica de acceso abierto y gratuito, de acuerdo con la Declaración de BOAI. Todos los contenidos son cargados en bases de datos y repositorios nacionales e internacionales de libre acceso, como Dialnet, DOAJ, RECYT, DSpace, etc.</p> |

Se invita a los coordinadores científicos y a los autores a que colaboren con la revista en la difusión de la convocatoria del monográfico a través de sus propias redes y contactos.

Igualmente, pueden sugerir el nombre de instituciones y entidades relacionadas con el contenido del monográfico para que sean citadas en la cuenta de Twitter de Doxa Comunicación (@DoxaCom) y se les compartan los contenidos publicados.