

02
--
2021



CEU Ediciones

Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales

M O N O G R Á F I C O S

TÍTULO

NUEVAS TENDENCIAS EN INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

COORDINADORES
CIENTÍFICOS



JESÚS DÍAZ DEL CAMPO LOZANO. Universidad Internacional de La Rioja

Doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. En la actualidad es profesor titular en la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), donde desempeña los cargos de Director de Investigación y secretario del Comité de Ética de la Investigación y es profesor del área de Comunicación. Dirige el grupo de investigación Comunicación y Sociedad Digital (COYSODI) y es investigador principal del proyecto Newsharing: Consumo de noticias en medios sociales. Análisis de factores en la selección y difusión de contenidos mediáticos (financiado en la convocatoria de Proyecto de I+D 2017 Retos). Sus líneas de investigación se centran en la ética de la comunicación y la responsabilidad social corporativa, la comunicación a través de las redes sociales y la comunicación en salud.



SALVADOR GÓMEZ GARCÍA. Universidad de Valladolid

Profesor titular de Periodismo en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Valladolid y Doctor por la Universidad Complutense de Madrid. En la actualidad es coordinador de las áreas de Periodismo y Comunicación Audiovisual (UVa). Sus líneas de investigación se dividen en dos temáticas principales. La primera de ellas aborda el uso de nuevas fórmulas narrativas en la intersección del periodismo, juegos digitales y ecosistemas móviles. La segunda se ha centrado en la historia de los medios de comunicación, particularmente en la historia de Radio Nacional de España.



FRANCISCO SEGADO BOJ. Universidad Complutense de Madrid

Profesor Ayudante Doctor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, donde codirige el Grupo de Investigación "Historia y Estructura de la Información y el Entretenimiento". Cuenta con dos sexenios de investigación reconocidos por la CNEAI y la certificación I3 de la Agencia Estatal de Investigación. Sus líneas de especialización se centran en el periodismo digital, las redes sociales y en la comunicación científica. Sus últimos trabajos exploran el modo en que los usuarios comparten noticias en redes sociales y en la estructura social e intelectual del área de Comunicación.

DESCRIPCIÓN
Y
EJES TEMÁTICOS

La investigación en el ámbito de la comunicación se ha venido caracterizando por su enfoque multidisciplinar, materializado en diversas escuelas, tradiciones y aproximaciones y, por tanto, en una serie de objetos de estudio y de resultados de investigación que tienen como uno de sus principales atributos una gran diversidad e incluso, en ocasiones, una enorme dispersión.

Por otro lado, en las últimas décadas se ha producido una importante transformación en este campo, materializada en un aumento exponencial de la producción científica y en una mayor colaboración internacional entre los autores. En ello han tenido mucho que ver los cambios en la formación en comunicación, con un incremento muy significativo

	<p>de la oferta educativa, unido a las modificaciones, en España, en la regulación del acceso a la carrera docente que han condicionado y condicionan también, en buena parte, el desarrollo de la investigación.</p> <p>Por ello, este monográfico plantea una reflexión que consideramos necesaria sobre los nuevos retos y oportunidades que afronta la investigación en el campo de la comunicación y, de manera particular, el desafío de consolidar una identidad propia. Un panorama en el que cobran especial relevancia cuestiones como la formación, la especialización, la globalización, las diferencias y perspectivas de género o los debates éticos, entre otras.</p> <p>No conviene perder de vista tampoco los aspectos estructurales que determinan los criterios de evaluación o financiación o el marco regulatorio y que, en último término, condicionan el desarrollo de la investigación en este campo.</p> <p>Al mismo tiempo, el monográfico quiere prestar atención a las nuevas tendencias que se observan en la investigación en comunicación y que aspiran a consolidarse como objetos de estudio. Esta aproximación se realiza desde una triple perspectiva: la de los conceptos, la de los medios y la de los enfoques.</p> <p>Palabras clave: Comunicación, investigación, producción científica, revistas académicas, docencia, ética</p> <p>Ejes temáticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La publicación científica en comunicación: ¿Personalidad propia o imitación de otras disciplinas? • El papel de las revistas académicas en la investigación en comunicación • Investigación en áreas especializadas de comunicación • La docencia en comunicación y su investigación • Los debates éticos en la investigación sobre comunicación • La investigación en comunicación más allá del área anglosajona: Perspectivas y contextos del Sur global: América Latina, África y otras áreas geográficas • Diferencias y perspectivas de género en investigación en comunicación • Condicionantes estructurales de la investigación. Políticas, evaluación, financiación y otros factores • Desafíos y debilidades en la investigación en comunicación • Prospectivas y enfoques emergentes en la investigación en comunicación: nuevos conceptos, nuevos medios y nuevas teorías.
<p style="text-align: center;">CALENDARIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Límite de recepción de manuscritos: 31/05/2021 • Fase de revisión por doble ciego: 1/06/2021 – 30/09/2021 • Fase de edición, corrección y traducción: 1/10/2021 - 30/11/2021 • Publicación del monográfico: 15/12/2021 (DOXA n.º 33)
<p style="text-align: center;">REVISORES CIENTÍFICOS PROPUESTOS</p>	<p>Salomé Berrocal Gonzalo (Universidad de Valladolid) Marta Redondo García (Universidad de Valladolid) Francisco Cabezuelo Lorenzo (Universidad Complutense de Madrid) Graciela Padilla Castillo (Universidad Complutense de Madrid) María Ángeles Chaparro Domínguez (Universidad Complutense de Madrid) Luis Mañas Viniegra (Universidad Complutense de Madrid) Antonio Cesar Moreno Cantano (Universidad Complutense de Madrid) María Belén Puebla Martínez (Universidad Rey Juan Carlos) Nuria Navarro Sierra (Universidad Rey Juan Carlos) Juan Martín Quevedo (Universidad Rey Juan Carlos) Ana González Neira (Universidade da A Coruña) Juan Luis Manfredi Sánchez (Universidad de Castilla-La Mancha) José María Herranz de La Casa (Universidad de Castilla-La Mancha) Marta Pérez Pereiro (Universidade Santiago de Compostela) Aitor Zuberagoitia Espilla (Mondragon Unibertsitatea) Belén Cambronero Saiz (Universidad Internacional de La Rioja) Lucía Tello Díaz (Universidad Internacional de La Rioja) Antonio Ramos Arroyo (Universidad Internacional de La Rioja) Jesús Segarra Saavedra (Universidad de Alicante)</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.</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 deberán registrarse en la plataforma y cumplimentar todos los metadatos requeridos en el proceso de envío.</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 doble ciego 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.</p> <p>Se invita a los coordinadores de los monográficos y a los autores a que colaboren con la revista en la difusión del CfP 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>