

COMMUNICATION & SOCIETY

Special issue April 2022

Difusión social de noticias: Plataformas, públicos y dimensiones de *news sharing*

Editores invitados

Francisco Segado Boj (Universidad Complutense de Madrid)
José Manuel Noguera Vivo (Universidad Católica de Murcia)
Alfred Hermida (University of British Columbia)

Internet, las redes sociales y los dispositivos móviles han impulsado el papel activo del público en la difusión, el consumo y la interpretación de los medios. Los públicos ya no son simples receptores finales de un mensaje, sino que actúan como nodos en una red en la que seleccionan, moldean y difunden noticias y otros contenidos mediáticos. Este nuevo contexto desafía la influencia de los medios de masas y hace que sea vital entender el modo en el que la audiencia comparte y distribuye noticias entre sus contactos.

Este número especial aborda cuestiones que han sido relativamente poco estudiadas, así como la búsqueda de hipótesis contrarias a la intuición que podrían poner en tela de juicio paradigmas establecidos y ampliamente aceptados en la investigación sobre *news sharing*, como las cámaras de eco, los discursos de incitación al odio, el *social news gap* o el papel de los líderes de opinión. Si bien la mayor parte de la investigación sobre redes sociales se ha centrado en Twitter, algunos estudios han puesto de relieve que el público comparte y comenta cada vez con más frecuencia las noticias en entornos más privados y de menor tamaño, como los servicios de mensajería instantánea (Whatsapp, Telegram, etc.), los grupos de Facebook y otros espacios digitales privados o semiprivados. Además, existe un vacío en la literatura científica en cuanto al aspecto visual de la difusión social de noticias. Se ha de tener en cuenta el peso cada vez mayor de lo audiovisual en la cultura digital contemporánea y el énfasis en los contenidos gráficos en las redes sociales para entender el fenómeno del *news sharing*. Asimismo, los trabajos sobre difusión social de noticias han tendido a centrarse fundamentalmente en la información política, a menudo relacionados con preocupaciones sobre la vida democrática, la confianza en los medios de comunicación o la desinformación. Las pautas y rutinas de intercambio de información económica, científica o sobre salud han sido menos exploradas.

Este monográfico recibe propuestas que cubran las lagunas mencionadas y que mejoren la comprensión del flujo de información y noticias en un ecosistema mediático digital fragmentado y distribuido. También admite estudios acerca del impacto de la difusión

social en las prácticas y normas periodísticas y en la producción, selección y promoción de noticias. Asimismo resultarán de interés trabajos sobre patrones de difusión social de información producida y distribuida por actores mediáticos no tradicionales o periféricos como medios alternativos o el sector corporativo y empresarial.

Finalmente, este *call for papers* invita a superar el actual sesgo occidental de la investigación sobre redes sociales, dominada por nociones angloestadounidenses del periodismo. Tendrán así cabida estudios comparativos más allá de los contextos angloestadounidenses y europeos que contribuyan a una mejor comprensión de la difusión social de noticias en entornos culturales como América Latina, Asia o África.

En síntesis, esta convocatoria se dirige preferentemente, pero no de manera exclusiva a trabajos que aborden los siguientes temas:

- La difusión de noticias en los medios sociales cerrados (dark social media) y comunidades privadas o semiprivadas
- Comunicación visual y *news sharing*
- Noticias de naturaleza no abiertamente política: qué y cómo se comparten
- El papel de la fuente y la cabecera en la difusión social de noticias, incluidos contenidos producidos por medios tradicionales y alternativos, actores corporativos y otras fuentes mediáticas
- La difusión social de la desinformación, con especial atención al papel de los consumidores en el proceso de su difusión y amplificación
- La búsqueda de la viralidad como valor noticioso. Influencias de la difusión social de noticias en la selección, producción y promoción de contenidos
- Factores socioculturales en la redifusión de noticias, particularmente en entornos no europeos ni angloestadounidenses.

Fecha límite para el envío de manuscritos

Se aceptarán manuscritos para su evaluación ciega por pares hasta el **8 de enero de 2022**. Deberá indicarse en el apartado "comentarios del autor" que se trata de una propuesta para este monográfico.

Los artículos deben seguir las normas de estilo de la revista:

<https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/about/submissions#authorGuidelines>

Publicación: Abril de 2022