

Convocatoria de artículos /Call for Papers
Número 13

Tema: “Audiencias críticas y activas. De consumidores a ciudadanos”

RAEIC, Revista Española de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación abre su llamada a propuestas para los artículos del monográfico sobre “Audiencias críticas y activas. De consumidores a ciudadanos”.

El **plazo para la entrega** de los textos definitivos será el **1 de noviembre de 2019**.

Las propuestas recibidas serán enviadas para su evaluación a un Comité de Evaluación. A continuación, se remitirá a todos los autores/as una respuesta sobre la resolución del proceso de revisión de su original. Para proteger el anonimato, el texto remitido deberá incluir en una página separada del texto principal, el nombre del autor, la dirección electrónica y postal y el currículo abreviado (máximo cinco líneas). Todos los textos propuestos estarán escritos, con carácter preferente, en español, pero también se admiten textos en catalán, gallego, francés, inglés, italiano, portugués y euskera. Los textos deberán ser originales y no estar sometidos a procesos de evaluación por ninguna otra publicación.

Los artículos que se remitan a la revista no podrán exceder las 7.000 palabras (en el recuento deberán incluir todas las palabras que figuren en el texto propuesto por los autores: sus nombres, títulos, resumen, bibliografía, etc.). Serán descartados en un inicio todos aquellos que no cumplan este requisito y las normas publicadas en la página web de esta revista.

Los artículos deberán subirse a la plataforma de la revista siguiendo el proceso indicado y respetando las normas.

Dossier: Audiencias críticas y activas. De consumidores a ciudadanos

Coordinadores: Mònica Figueras Maz (profesora de la Universitat Pompeu Fabra y directora Sección Estudios de Audiencia y Recepción de la AE-IC); Yolanda Iolanda Tortajada (profesora de la Universitat Rovira i Virgili y coordinadora sección Estudios de Audiencia y Recepción de la AE-IC) y Alejandro Barranquero (profesor de la Universidad Carlos III de Madrid y director Grupo Temático Comunicación y Ciudadanía de la AE-IC).

En la actualidad, la rápida expansión de las tecnologías informacionales y la reestructuración de la sociedad civil organizada están anticipando un nuevo contexto de oportunidades para la construcción de procesos críticos de recepción y apropiaciones mediáticas ciudadanas.

Este monográfico intenta plantear un espacio de reflexión y diálogo acerca de las profundas mutaciones que hoy está atravesando el estudio de las audiencias y la recepción desde la perspectiva del derecho a una comunicación guiada por valores como los derechos humanos, la democracia y la justicia social y ecológica. Se trata, en definitiva, de abordar cómo la nueva coyuntura social, política o económica está favoreciendo un nuevo marco de oportunidades

para que los públicos tradicionales, antes actores pasivos del proceso informacional, se conviertan en audiencias activas que reinterpretan, negocian e incluso se apropian de las tecnologías a su alcance para construir imaginarios, valores y modos de vida. Si el mercado de los grandes medios, la publicidad y las industrias culturales aboca a una concepción de la ciudadanía como mera consumidora pasiva de información, hoy son cada vez más numerosos los individuos, colectivos y grupos que se organizan y reclaman una participación activa en el sistema mediático. Hablamos pues de nuevas prácticas de producción y distribución mediática, que contribuyen a que la ciudadanía se autorrepresente y reclame derechos y necesidades no siempre atendidos por los medios generalistas.

El objetivo es también la reflexión acerca de las múltiples potencialidades que hoy ofrecen los medios y las tecnologías digitales para favorecer la construcción de una ciudadanía informada, crítica e independiente. Interesa profundizar, en especial, en cómo los medios públicos, comerciales y comunitarios ofrecen mecanismos (más o menos unidireccionales u horizontales) para que individuos y comunidades se expresen, ya no como meros espectadores o consumidores de productos escritos o audiovisuales, sino como sujetos que se construyen políticamente como ciudadanos y ciudadanas mediante el uso y la apropiación de la palabra, el sonido o la imagen.

- Línea 1: Transformaciones en los procesos de recepción.
- Línea 2: Participación ciudadana en medios públicos y comerciales.
- Línea 3: Comunicación alternativa, comunitaria y para el cambio social.
- Línea 4: Movimientos sociales, apropiación tecnológica y tácticas tecnopolíticas.
- Línea 5: Ciudadanía y universidad. El *engagement* en la investigación.

Miscelánea

Además de la apertura de llamada para colaboraciones para el monográfico de “**Audiencias críticas y activas. De consumidores a ciudadanos**”, se mantiene abierta la recepción de artículos que versen sobre investigaciones de diversos tipos del ámbito de la comunicación para la sección “Miscelánea” de la revista. Los artículos remitidos para esta sección Los textos propuestos no podrán exceder las 7.000 palabras (en el recuento deberán incluir todas las palabras que figuren en el texto propuesto por los autores: sus nombres, títulos, resumen, bibliografía, etc.). Del mismo modo que en el monográfico, serán descartados en un inicio todos aquellos que no cumplan este requisito y las normas publicadas en la página web de esta revista. De igual modo que en el dossier, todos los textos propuestos estarán escritos en español, deberán ser originales y no estar sometidos a procesos de evaluación por ninguna otra publicación.

Todos los artículos que cumplan las normas serán remitidos para su evaluación de forma anónima (doble ciego) y, una vez finalizado el proceso, se remitirá una respuesta a los autores de los mismos. Los artículos para miscelánea se remitirán a: <http://revistaec.org/>. El autor/a o autores deberán subir el artículo a la plataforma de la revista (no se recibirán artículos por otra vía).