

ae-IC

Boletín nº49

Boletín electrónico mensual de informaciones de interés para socias y socios
- 28 de noviembre de 2025 -

Contenido:

- Introducción
 - X Congreso de la AE-IC: Más de 600 personas y propuestas de 30 países
 - La revista Index Comunicación otorga el Premio Honorífico a la AE-IC
 - Ramón Zallo recibe el Premio Honorífico de la Asociación Vasca de Periodistas y del Colegio Vasco de Periodistas
 - Cultura para la Paz: Fundación Alternativas presentará el Informe sobre el Estado de la Cultura en España 2025
 - Informaciones de la COSCE
 - Congreso SCIENCE ÑL - La Ciencia como Puente / Wetenschap als Brug
 - Actividades de las secciones y grupos de trabajo
 - Sección Producción y circulación de contenidos
 - Sección Comunicación Política
 - Actividad conjunta de la Sección Teorías de la comunicación y métodos / Sección Estudios de género y comunicación
 - Grupo de Trabajo Periodismo e información de calidad
 - Sección Periodismo y nuevos medios
 - Tribuna abierta: “La transferencia de conocimiento como desafío para la mejora de la reputación social de la investigación en Comunicación”, por Xosé López
 - La biblioteca de AE-IC: vuestros libros
 - Nuevo episodio del podcast Zoom, Fotoperiodismo en la Era de la Posverdad con Gervasio Sánchez, dirigido y realizado por Paloma López Villafranca
 - La Revista de la AE-IC: call for paper
 - Call for paper de Revistas asociadas a la AE-IC
-

Introducción



Con noviembre concluyendo y el curso plenamente consolidado, damos la bienvenida a una nueva edición del **Boletín de la AE-IC**, el nº 49, un número especialmente rico en actividad científica, reconocimientos y encuentros de nuestra comunidad. Este mes celebramos la extraordinaria respuesta al **X Congreso Internacional de la AE-IC**, que ha recibido **368 abstracts** de **626 participantes** y propuestas procedentes de **30 países**, reforzando la dimensión internacional de la asociación. También compartimos con alegría la concesión del **Premio Honorífico a Entidad Científica Index 2025** a nuestra asociación, así como el merecido reconocimiento a Ramon Zallo por su trayectoria en la formación de estudiantes universitarios/as en el ámbito de la Comunicación y el Periodismo.

Las secciones y grupos de trabajo vuelven a mostrar su dinamismo con iniciativas que abarcan desde el pódcast y la diversidad sonora, hasta los estudios de género, la calidad informativa y los retos de la industria 5.0. Además, este número incluye una reflexión profunda en la **Tribuna Abierta** a cargo de **Xosé López**, un nuevo episodio del pódcast **Zoom**, con una entrevista a **Gervasio Sánchez**, y las últimas llamadas de artículos de **RAE-IC**, que continúan impulsando el debate académico. Te invitamos a recorrer cada espacio con calma, un buen café y el *All I want for Christmas* de Mariah Carey de fondo, para descubrir todo lo que nuestra comunidad ha generado este mes.



Congreso AE-IC: Más de 600 personas y propuestas de 30 países

X congreso internacional de la Asociación Española
de Investigación de la Comunicación AE-IC

CONGRESO

*Comunicar en
la incertidumbre*

Del 19 al 22 de mayo de 2026
Facultade de Comunicación
Campus de Pontevedra



Universidade de Vigo

Campus
Crea

Facultade de
Comunicación



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE INVESTIGACIÓN
DE LA COMUNICACIÓN

El plazo de presentación y envío de propuestas al congreso de AE-IC ha finalizado y el resultado ha sido un éxito, con un total de 626 autores y autoras únicos/as de un total de 368 resúmenes de comunicaciones presentadas, procedentes de 30 países y 91 universidades y organizaciones, lo cual representa más del 75% del total de socios y socias de AE-IC.

En concreto, se han recibido propuestas de un total de 17 países de América, uno de Asia, uno de África, y de 13 países de Europa, incluyendo las recibidas de España, procedentes de la mayoría de Comunidades Autónomas.

En el caso de América, se han recibido propuestas de comunicación procedentes de USA, Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela; de Asia, China; de África, Marruecos y, en el caso de Europa, además de las correspondientes a España, llegaron propuestas de Bélgica, Croacia, Estonia, Francia, Georgia, Grecia, Irlanda, Italia, Noruega, Polonia, Portugal y el Reino Unido. Unos datos que, sin duda, refuerzan la proyección internacional de AE-IC.

Por Secciones, las que más propuestas recibieron son las de Comunicación y Cultura Digital (42 comunicaciones) y Género y Comunicación (41), seguidas, en tercer lugar, de la sección de Comunicación Política (38); Comunicación y Ciudadanía (32) y Teorías y Métodos de Investigación en Comunicación (31), en cuarto y quinto lugar, respectivamente.

El proceso de revisión ciega de las propuestas recibidas, por parte de las distintas Secciones y Grupos de Trabajo se comunica hoy día 28 de noviembre con el fin de que los socios y socias de AE-IC podáis planificar con tiempo vuestra cita en la ciudad y campus de Pontevedra, del 19 al 22 de mayo de 2026. De la evaluación de los papers se ha encargado el Consejo Científico de la AE-IC, junto con investigadores auxiliares propuestos por ellos.

Confirmadas ya todas las ponencias y sesiones plenarias

Por otra parte, se han confirmado y cerrado ya el listado de ponentes de las tres Plenarios del Congreso, contando con un plantel de 12 conferenciantes, 4 por cada una de las sesiones plenarias y días.

Para la elaboración del programa, se ha tenido en cuenta un equilibrio entre académicos internacionales y nacionales, una combinación entre perfiles investigadores y profesionales expertos/as en cada una de las sesiones temáticas, y manteniendo un enfoque con perspectiva de género. Además, se ha tenido en cuenta la especificidad de la Facultad de Comunicación de la Universidade de Vigo, con dos titulaciones, de Publicidad y Relaciones Públicas y de Comunicación Audiovisual.

Sesión 1. Miércoles 20 de mayo:

Desinformación y polarización: conflictos globales, repercusiones locales

Daniel Hallin (Universidad de California, USA)

Pilar Garrido (Universidad de Murcia)

Juan Carlos Suárez (Universidad de Sevilla)

Anabela Gradim (Universidade da Beira Interior, Portugal)

Sesión 2. Jueves 21 de mayo:

Comunicación de crisis, confianza, liderazgo y responsabilidad social

Edith Rodríguez (Reporteros sin Fronteras)

Sonia Moreno (Agencia PrideCom y vocal DIRCOM)

Carles Pont (Universitat Pompeu Fabra)

Cicilia Krohling (Universidade do Estado do Rio de Janeiro y la Universidade Federal do Espírito Santo, Brasil)

Sesión 3. Viernes 22 de mayo:

Plataformas, algoritmos y tecnologías de la Comunicación

Emiliano Treré (Cardiff University, Wales)

Eurídice Cabañas (Codirectora de ArsGames)

Nagore de los Ríos (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos, FORTA/EITB)

Felipe Lage (Asociación Galega de Productoras Independientes, AGAPI)

 Más información sobre el proceso de envío y calendario en [este enlace](#).



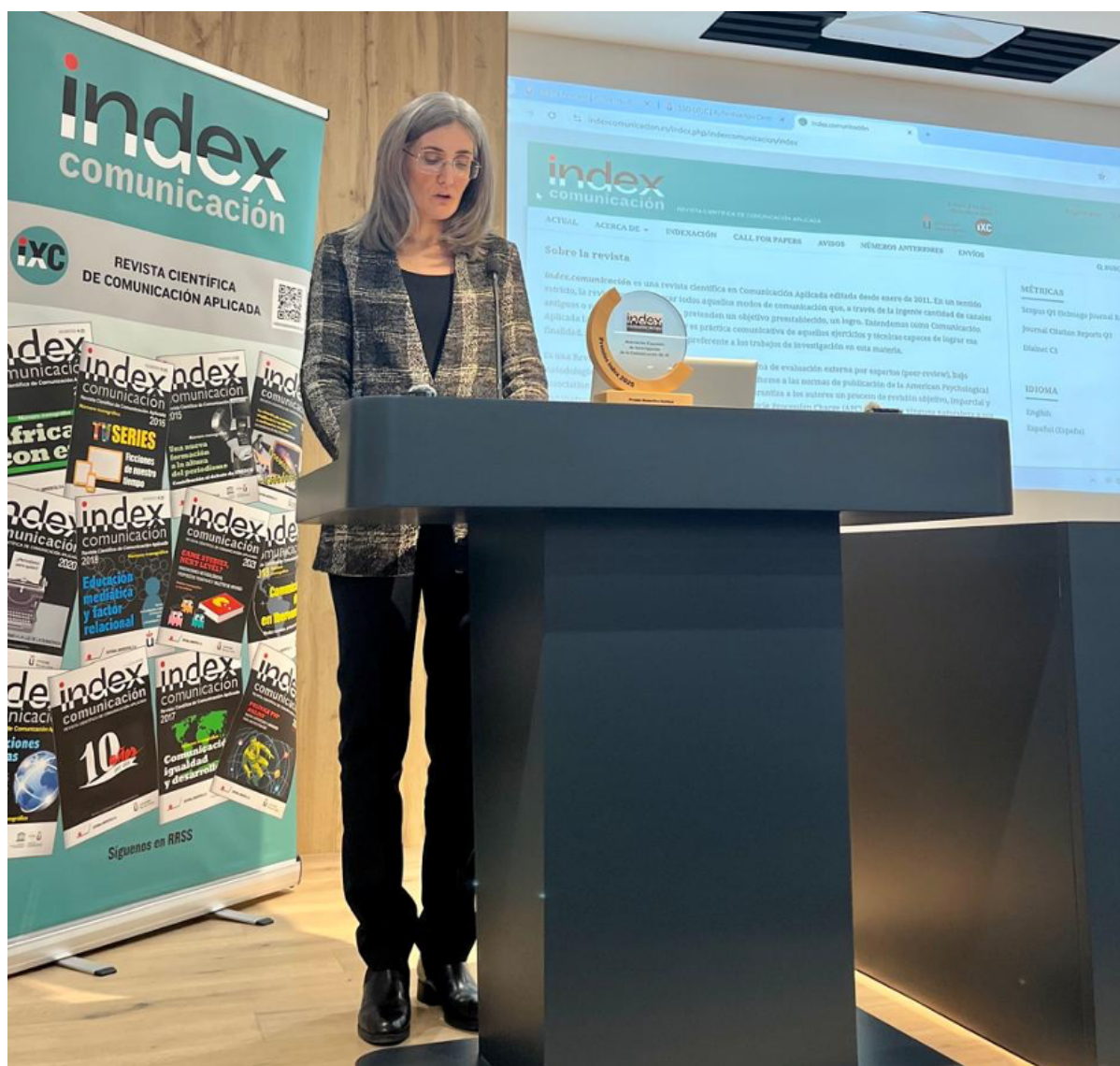
La AE-IC recibe el Premio Honorífico a Entidad Científica Index 2025



La directora de la revista *index.comunicación*, Belén Puebla-Martínez, junto a la vicepresidenta de la AE-IC, Trinidad García Leiva (Foto: Equipo *index.comunicación*)

La AE-IC ha sido distinguida con el **Premio Honorífico a Entidad Científica Index 2025**, otorgado por la revista *index.comunicación*. Este reconocimiento valora la labor de entidades que han contribuido de forma destacada a la difusión, promoción y fortalecimiento de la investigación en comunicación, impulsando además el trabajo colaborativo y la transferencia de conocimiento científico dentro del sector.

La ceremonia de entrega tuvo lugar el **21 de noviembre**, en la **Sede de Madrid de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC)**, en el marco de la celebración del **15º aniversario** de la revista.



Trinidad García Leiva en su discurso en la recogida del premio. (Foto: Equipo index.comunicación)

index.comunicación es una publicación científica especializada en comunicación aplicada, editada por la URJC desde enero de 2011 y consolidada como un espacio de referencia para la investigación en el ámbito. La revista también está presente en formato **podcast**, lo que amplía su vocación de difusión y diálogo en torno a la investigación en comunicación.

🎧 Puedes escucharlo en su canal: [Index Comunicación Podcast](#)

Ramon Zallo, Socio de Honor de la AE-IC, recibe el Premio Honorífico de la Asociación Vasca de Periodistas y del Colegio Vasco de Periodistas

El pasado 5 de noviembre, el profesor catedrático emérito **Ramon Zallo Elguezabal**, de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (EHU) y Socio de Honor de la AE-IC, recibió el **Premio Honorífico** de la Asociación Vasca de Periodistas y del Colegio Vasco de Periodistas, un reconocimiento que distingue su **mérito y amplia trayectoria** en el ámbito de la comunicación y el periodismo. La distinción se entregó durante la Gala de los Premios de Periodismo Vasco.

Zallo, figura clave en la formación de profesionales de la Comunicación desde los inicios de la titulación en la EHU en 1977-78, expresó su agradecimiento al jurado y destacó que el premio supone “un reconocimiento a la educación universitaria en valores y pensamiento crítico” desarrollada durante décadas, así como a su ejercicio del columnismo “a contracorriente y comprometido”.

En su intervención, subrayó los pilares que han guiado su labor docente: el contraste de múltiples fuentes, el análisis en profundidad, la contextualización, el diálogo social y la defensa de los principios éticos de precisión, veracidad, equidad y dignidad. Recordó también la diversidad de perspectivas fomentada en sus clases, que dieron lugar a periodistas de sensibilidades ideológicas distintas, reflejo de una educación abierta y plural, según señaló.

El catedrático señaló además el papel determinante de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la EHU en la consolidación de un periodismo vasco de calidad, aunque advirtió de la necesidad de seguir avanzando. En este sentido, adelantó conclusiones de una investigación de próxima publicación, donde se observa un balance crítico del sistema mediático vasco —tanto privado como público— por no haber promovido suficientemente el **Peace Journalism** durante los años de mayor conflictividad, ni por alcanzar aún una autonomía plena frente a agendas políticas e intereses externos.

Zallo cerró su intervención con una reflexión sobre los desafíos actuales, marcados por la proliferación de “verdades alternativas” y medias verdades en redes sociales. Reivindicó un periodismo que vuelva a situar la veracidad, la integridad de los hechos y la conversación social en el centro de su misión. Como última lección a las nuevas generaciones, animó a “persistir” en la construcción de una esfera pública vasca “propia, digna, plural y democrática”.

Cultura para la Paz: la Fundación Alternativas presentará el Informe sobre el Estado de la Cultura en España 2025

La Fundación Alternativas celebrará el 10 de diciembre la presentación del **Informe sobre el Estado de la Cultura en España 2025**, un documento que pondrá el foco en el valor de la cultura como herramienta para fortalecer la cohesión social, promover el diálogo y contribuir a la construcción de una paz sostenible. El acto se enmarca dentro del programa “**Cultura para la Paz**”, una iniciativa orientada a impulsar políticas públicas que reconozcan los derechos culturales como parte fundamental de los derechos humanos.

El informe, elaborado por el Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación, abordará los principales desafíos que atraviesa el ecosistema cultural, entre ellos la polarización social, la crisis del multilateralismo y el impacto de las transformaciones tecnológicas. En este contexto, el documento planteará la necesidad de reforzar el papel de la cultura como **bien público esencial**, con capacidad para favorecer sociedades más inclusivas, diversas y democráticas.

La jornada será inaugurada por Manuel Gutiérrez-Aragón, presidente de la Fundación Alternativas. Está prevista también la participación del ministro de Cultura, Ernest Urtasun, quien ofrecerá una reflexión institucional sobre el papel de la cultura en la construcción de ciudadanía y en la defensa de los valores democráticos.



La **presentación del informe** correrá a cargo de **Patricia Corredor** (Universidad Rey Juan Carlos), y estará seguida de un coloquio con **Juana Escudero**, jurista experta en derechos europeos; **Javier Iturralde de Bracamonte**, investigador y docente; y **Elena Rosillo**, periodista cultural. La mesa será moderada por **Diego López Garrido**, vicepresidente ejecutivo de la Fundación.

El encuentro se plantea como un **espacio para el diálogo intersectorial**, en el que se analizarán propuestas para fortalecer la protección de los derechos culturales, ampliar el acceso a la cultura y promover políticas que reduzcan las desigualdades y favorezcan la convivencia. Con el objetivo de garantizar una participación abierta y plural, el acto se retransmitirá en abierto a través del canal de YouTube de la Fundación.

Informaciones de la COSCE:

En esta sección te ofrecemos informaciones recibidas por la Confederación de Sociedades Científicas de España (COSCE)

Congreso SCIENCE ÑL – *La Ciencia como Puente / Wetenschap als Brug*



SCIENCE ÑL es un encuentro internacional, que celebra su **segunda edición** el **lunes 1 de diciembre** en la **Fundación Ramón Areces (Madrid)**, destinado a **fortalecer la colaboración científica, tecnológica e institucional entre España y los Países Bajos**. El congreso reúne a investigadores, responsables de política científica, representantes institucionales y líderes del ecosistema de innovación de ambos países.

A lo largo de la jornada se abordarán temas de gran relevancia para la ciencia y la innovación, entre ellos:

- Inteligencia artificial y digitalización
- Sostenibilidad y transición energética
- Salud y biotecnología
- Trayectorias académicas, redes de colaboración y movilidad científica
- Transferencia de conocimiento, emprendimiento científico y parques tecnológicos
- Diplomacia científica y cooperación internacional

El programa incluye conferencias magistrales, mesas redondas y espacios de networking entre el sector académico, empresarial e institucional.

Además, se contará con la participación de **Eva Ortega Paíno**, *Secretary General for Research, Ministry of Science, Innovation and Universities*, **Santiago Sierra**, *Deputy Director of Cultural and Scientific Relations and Cultural Promotion at AECID* y los **Embajadores de España y de los Países Bajos**.

La inscripción es gratuita y este es el [enlace para el registro](#).



Actividades de las Secciones y Grupos de trabajo

Sección Producción y Circulación de Contenidos:

Todas las Voces: Jornada sobre Podcast y Diversidad

Málaga, 3 y 4 de diciembre de 2025



La **Sección de Producción y Circulación de Contenidos de la AE-IC**, en colaboración con la **Universitat de València** y la **Universidad de Málaga**, organiza los días **3 y 4 de diciembre de 2025** la jornada en línea “**Todas las Voces: Podcast y Diversidad**”, un encuentro dedicado a reflexionar sobre el papel del pódcast en la narración de la pluralidad social y en la construcción de una comunicación más inclusiva. La iniciativa parte de una premisa central: contar la diversidad es contar la realidad, y el pódcast se ha consolidado como un formato capaz de amplificar las voces de colectivos como personas **LGTBIQ+**, comunidades migrantes, minorías culturales o personas con discapacidad, generando espacios de diálogo y aprendizaje compartido.

Dirigida a investigadores, profesionales del audio digital, docentes y estudiantes, la jornada propone un intercambio entre el ámbito académico, el profesional y el social. El programa incluye la conferencia de **Paloma López Villafranca** sobre el panorama del pódcast en España, mesas dedicadas a la investigación, con **Raúl Terol** (UPV), **Carlos López-Olano** (UV) y **Marta Salguero Sanabria** (investigadora independiente), y a trabajos de jóvenes

investigadores de **España, Argentina y Perú**, así como un espacio sobre experiencias profesionales con la participación de creadoras y creadores como **Lidia García, Marc Savall** y **Lamine Thior**, además de una conferencia-taller impartida por **Jesús Blanquiño** (Podium Podcast). Gracias a su formato **online**, el encuentro busca fomentar una participación abierta e inclusiva, eliminando barreras geográficas y favoreciendo un diálogo plural en torno al sonido y la diversidad.

 [Accede a la jornada online](#)

Sección Comunicación Política

La Sección de Comunicación Política refuerza la formación investigadora con una jornada dedicada a la publicación científica y la innovación metodológica.

La Sección de Comunicación Política de la AE-IC celebró el pasado **27 de noviembre de 2025** una jornada online orientada a fortalecer las competencias investigadoras de la comunidad académica. La actividad, que reunió a profesionales consolidados y a jóvenes investigadores, combinó reflexión, práctica y diálogo en torno a dos grandes ejes: la difusión en revistas científicas de impacto y la innovación metodológica en el estudio de la comunicación política.

La primera mesa, **"Cómo publicar con éxito en revistas científicas de impacto"**, contó con la participación de **Rosa Zeta De Pozo**, editora de *Revista de Comunicación de la Universidad de Piura*, y **Javier Mayoral Sánchez**, editor de *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Ambos ofrecieron pautas claras sobre los criterios editoriales actuales, las buenas prácticas para preparar manuscritos competitivos, las claves para una comunicación científica más estratégica y efectiva, así como la irrupción de la inteligencia artificial en el ámbito de la edición de revistas científicas. En concreto, Zeta destacó que "la esencia de la investigación está en la integridad del investigador, que busca la verdad, el rigor científico... y que tiene como objetivo avanzar en el conocimiento de la ciencia". Por su parte, Mayoral señaló que la clave para publicar en revistas de impacto está en "elegir un buen tema, hacer un buen trabajo, elegir bien la revista donde se envía y estudiar bien sus normas". La sesión despertó un notable interés y generó numerosas preguntas sobre procesos de revisión, impacto e inteligencia artificial.

Tras una breve pausa, la jornada continuó con la mesa **"Innovación en metodologías para la investigación"**, en la que intervinieron **Antonio Pineda Cachero** (Universidad de Sevilla) y **Jordi Morales i Gras** (Grupo Gureiker, Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea). Sus intervenciones pusieron el foco en la necesidad de actualizar enfoques y

metodologías en un momento en el que la inteligencia artificial está siendo clave para la investigación. Ambos centraron sus ponencias en los *embeddings*, una técnica de procesamiento de lenguaje natural que convierte el lenguaje humano en vectores matemáticos. En este sentido, Pineda destacó que las "innovaciones metodológicas deben darse en el procesamiento y la explotación de los datos, pero no en el propio método científico". Mientras que Morales señaló que esta técnica va a "derribar uno de los muros más altos de la investigación: la dicotomía entre lo cualitativo y lo cuantitativo" e hizo hincapié en que a nivel metodológico "el futuro es híbrido".

La jornada, celebrada a través de Google Meet y con inscripción gratuita, contó con una participación de más de 65 personas. Además, quienes asistieron a ambas mesas recibieron la certificación correspondiente. La iniciativa reafirma el compromiso de la Sección de Comunicación Política con la formación continua y con el impulso de una investigación rigurosa, innovadora y conectada con los retos actuales de la comunicación política.

Actividad conjunta entre la Sección de Teorías y Métodos de Investigación en Comunicación y la Sección de Género y Comunicación

Congreso: TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y ESTUDIOS DE GÉNERO: UNA SIMBIOSIS NECESARIA



Los espacios del Museo Municipal y la Real Academia de Nobles Artes de Antequera han acogido el primer evento que han celebrado dos secciones temáticas de la AEIC.

Durante los días 20 y 21 de noviembre se han celebrado conjuntamente el VIII Congreso Nacional de la sección 'Teorías y métodos de investigación en Comunicación' y el II

Congreso Nacional de la sección ‘Género y Comunicación’. Organizados en torno a una temática central que responde a la búsqueda de sinergias entre ámbitos de investigación cercanos, se han sentado las bases para la colaboración, para repensar conjuntamente la investigación en Comunicación desde la perspectiva de género.

El programa ha incluido sendas conferencias plenarias: la inaugural ‘Reorientar la agenda de las Ciencias de la Comunicación: Epistemologías, teorías y género’, a cargo de la Dra. Filipa Subtil, profesora coordinadora de la Escola Superior de Comunicação Social (Universidad Politécnica de Lisboa) e investigadora de LIACOM e ICNOVA, presentada por la Dra. Leonarda García Jiménez, de la Universidad de Murcia; y la de clausura ‘Comunicación, significación y género: una apuesta vital’, a cargo de la Dra. Giulia Colaizzi, catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad en el Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universitat de Valencia, presentada por la Dra. Teresa Vera, de la Universidad de Málaga.

Se han celebrado también dos mesas plenarias de diálogo. Una a propósito de la cuestión ‘Teorías y género: ¿Cómo repensar el campo de la Comunicación a partir de esta convergencia?’, moderada por el Dr. Carlos Lozano Ascencio (URJC), donde han intervenido la Dra. Esperanza Herrero Andreu (UM), el Dr. Ángel Carrasco Campos (UVA), el Dr. Manuel Goyanes (UC3M) y la Dra. María Luisa Humanes (URJC). Y una segunda, moderada por la Dra. Ruth de Frutos (UMA), que debatió sobre ‘Género y teorías: ‘Cómo promover nuevos desarrollos en la teoría feminista comunicativa’, a partir de las reflexiones de la Dra. Iolanda Tortajada (URV), la Dra. Lucía Sell (US/UNIA) y el Dr. Alejandro Barranquero (UC3M).

También se han organizado nueve sesiones paralelas, incluyendo dos paneles temáticos, donde se han expuesto medio centenar de investigaciones firmadas por casi un centenar de investigadoras e investigadores procedentes de diferentes universidades españolas (URJC, Murcia, Complutense, Pompeu Fabra, Rovira i Virgili, UAB, Valladolid, Salamanca, Coruña, Valencia, Sevilla, Málaga) y también por colegas procedentes de Portugal, Ecuador, Brasil y Colombia. En ellas se han visibilizado las líneas emergentes de investigación en Estudios de Género, las innovadoras propuestas metodológicas y el desarrollo de marcos teóricos y conceptuales comprometidos con la igualdad de género y los derechos humanos, con la visibilidad de las condiciones en las que se produce el conocimiento científico y con las contribuciones de las investigadoras al pensamiento comunicativo. Además de los aportes individuales, destacamos la presencia y la trayectoria de los grupos, redes y equipos más destacados: MAPCOM, FEMICOM, IBERFEMCOM, la red RICCAP, el grupo JOVIS (Juventud, Sociedad y Comunicación) y COMPOLITICAS, entre otros.

El encuentro presencial también ha facilitado la celebración de las reuniones de las secciones TMIC y GENCOM en los espacios emblemáticos de la Real Academia de Nobles Artes de Antequera. Cada jornada se ha completado con un programa cultural extraordinario con las visitas a la Alcazaba y la Colegiata en el previo al congreso, la visita guiada al Museo, y la visita a los Dólmenes en la jornada de clausura.



Si la directora de la sección GENCOM, Teresa Vera, llamaba “al diálogo y a la investigación reposada” en la inauguración, el director de la sección TMIC, Enric Saperas, “valoraba muy positivamente el encuentro y expresaba el sentimiento de todas las personas participantes de que en estos días se haya vivido este evento como un solo grupo”.

El congreso ha concluido con una sensación compartida de haber generado un espacio dinámico de diálogo y colaboración, impulsando redes de trabajo entre teorías de la comunicación y estudios de género que aspiran a transformar la forma en que pensamos y producimos conocimiento en el ámbito de los medios, la educación y la sociedad.

**Grupo de Trabajo Periodismo e información de calidad:
V JORNADAS CIENTÍFICAS CALIDAD Y RETOS INFORMATIVOS**



El pasado **13 de noviembre** se celebró en la **Universidad de Santiago de Compostela** (USC), en formato virtual, la **V edición de las Jornadas de Calidad y Retos Informativos**, organizadas por el **Grupo de Trabajo de Información y Periodismo de Calidad**, adscrito a la Sección de **Producción y Circulación de Contenidos** de la AE-IC.

El encuentro tuvo como objetivo abrir una reflexión compartida sobre los **retos informativos** a los que se enfrentan los **medios locales e hiperlocales** para garantizar una información rigurosa y de calidad.

Las jornadas fueron inauguradas por el catedrático **Xosé López**, Investigador Principal del Grupo de Investigación Novos Medios de la USC, acompañado por las coordinadoras del Grupo de Trabajo, **Dolors Palau** (Universitat de València) y **Mar García Gordillo** (Universidad de Sevilla), así como por la Comisión Organizadora formada por **Rubén Rivas de Roca**, **María Cruz Negreira** y **Ana Isabel Rodríguez**, de la USC.

Las comunicaciones se articularon en torno a tres paneles temáticos: **Bienestar, transparencia y compromiso**; **IA, independencia periodística y capital humano**; y **Cobertura de sucesos, medios locales y paradigma ético**.

En total se presentaron **diez comunicaciones**, defendidas por **trece investigadores** procedentes de diversas universidades: Universidad de Sevilla, Universitat de València, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad Carlos III, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Católica de Murcia, Universidad de Navarra, Universidad del País Vasco y Universidad de Vigo.

El debate generado durante la jornada fue especialmente fructífero. Se abordaron cuestiones como la **calidad informativa**, la **transparencia**, la **desinformación**, la **independencia de los medios**, las **condiciones laborales** del periodismo, el **capital humano**, la incidencia de la **IA en la verificación de contenidos**, la **singularidad de los territorios**, así como el tratamiento informativo de los **sucesos locales** y la identificación de personas y colectivos.

Las jornadas han permitido **actualizar tendencias de investigación** en torno al periodismo de calidad, avanzando desde los conceptos más generales hacia su aplicación en casos concretos. Asimismo, el debate transitó entre los **principios del periodismo tradicional** y la incorporación de **nuevas tecnologías** al ejercicio profesional.

Las próximas Jornadas de Calidad y Retos Informativos se celebrarán en 2027.

Sección Periodismo y nuevos medios:

Balance de la Jornada “UTILIDAD Y OPORTUNIDADES DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE MEDIOS EN EL MARCO DE LA INDUSTRIA 5.0”

Barcelona, octubre de 2025



La **Sección de Periodismo y Nuevos Medios** de la AE-IC celebró en **octubre de 2025**, en Barcelona, la jornada “**Utilidad y oportunidades de la investigación sobre medios en el marco de la industria 5.0**”, un encuentro destinado a analizar la brecha existente entre la investigación académica en comunicación y la realidad operativa de los medios informativos actuales. La propuesta buscó fomentar un espacio de **escucha y diálogo** entre investigadores, profesionales del sector y estudiantes, con un enfoque centrado en la **transferencia de conocimiento** y en los desafíos de un ecosistema mediático en plena transformación tecnológica.

La sesión se articuló en torno a dos mesas redondas. La primera, “**Los medios frente a los investigadores e investigadoras**”, reunió a representantes de grupos mediáticos como **Prensa Ibérica**, **Grupo Godó** o **RTVE**, así como del **Col·legi de Periodistes de Catalunya**, para debatir sobre el valor práctico que la investigación científica puede aportar a las rutinas profesionales. La mesa fue moderada por **Josep Lluís Micó**. La segunda, titulada “**El profesorado frente al alumnado**”, permitió que estudiantes y *alumni* reflexionaran sobre el grado de actualización tecnológica y profesional del cuerpo docente universitario, en un debate conducido por **María José Pérez Serrano**.

La actividad, **gratuita y con aforo limitado**, contó con una alta participación y otorgó preferencia en la inscripción a las personas socias de la AE-IC. La organización trabajó además en la incorporación de entidades colaboradoras y en la búsqueda de financiación

complementaria, reforzando así el compromiso de la sección con el impulso de espacios de intercambio que conecten conocimiento académico y práctica profesional.

Tribuna abierta



La transferencia de conocimiento como desafío para la mejora de la reputación social de la investigación en Comunicación

Por Xosé López, Catedrático de la Universidad de Santiago de Compostela y coordinador del grupo de investigación Novos Medios

Cómo citar: López, X. (2025, 28 de noviembre). La transferencia de conocimiento como desafío para la mejora de la reputación social de la investigación en Comunicación. En *Boletín Mensual de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación* (49). DOI: 10.5281/zenodo.17692373



La investigación en Comunicación en la Península Ibérica no solo ha alcanzado la mayoría de edad en esta tercera década del tercer milenio, sino que disfruta de una etapa marcada por indicadores que apuntan a la excelencia y a una relativa buena salud de hierro. Es así no tanto por las políticas públicas, que algo han ayudado, aunque han sido timoratas en la mayoría de los casos, como por el esfuerzo de una generación que hoy está de retirada, por cuestiones de ciclos vitales, y por el talento de jóvenes bien formados que han entrado en el campo y que buscan incentivos para la automotivación, bien por desafíos en los rankings o por sueños personales y de equipos de inquietos y valientes, dispuestos a sobreponerse a las dificultades y mostrar los frutos de su trabajo.

Lo que puede parecer una buena noticia, que lo es, encierra, a partir del dato puntual, más dimensiones de los procesos de investigación que en estos momentos debemos analizar. La satisfacción por ese logro no debe impedirnos ver la complejidad del panorama y un conjunto de tendencias que, impulsadas por las mudanzas rápidas de la transformación digital, el inicio de una nueva ola de digitalización que impulsa la alta tecnología y los nuevos

contextos socioeconómicos y sociopolíticos, anuncian cambios radicales en el ecosistema comunicativo que se dibuja en el horizonte, en una sociedad marcada por la plataformización, la polarización y una emergencia global (Zallo-Elguezabal, 2025). Esas mudanzas relevantes también afectan a los investigadores y a su actividad, en especial al aprovechamiento social que se hace de los resultados de su trabajo.

El cambio radical que se otea en el horizonte nos obliga a intentar salir de nuestras zonas de confort, esos lugares en los que hemos cosechado más o menos logros en el campo científico, y buscar renovadas estrategias capaces de responder mejor a los desafíos que se nos presentan en el camino. Aunque a veces tenemos la sensación de que hemos dado la vuelta al día en ochenta mundos, de la mano de Julio Cortázar, y hemos traspasado el túnel del tiempo y de las múltiples influencias, lo cierto es que hay muchos vericuetos de los nuevos territorios comunicativos del ecosistema actual que sólo hemos divisado desde la lejanía, sin ser capaces de adentrarnos en sus entrañas para ofrecer conocimiento sólido que conduzca a la construcción de comunidades con ciudadanos mejor informados, marcos estables para que los actores sociales intervengan, modelos de medios sostenibles, profesionales con perfiles que cultiven renovadas dimensiones comunicativas y ciudadanos capacitados comunicativamente para transitar por escenarios de incertidumbre.

A los investigadores en Ciencias Sociales, en especial a los de Comunicación, se nos pide que aportemos conocimiento sin dejarnos intimidar (Franquet, 2025) por las múltiples amenazas que ahora emergen desde todos los frentes, al margen de las banderas o los colores variopintos. No es la primera vez y no será la última. Puede que no tengamos las herramientas precisas, pero debemos explorar nuevas estrategias que contribuyan a evidenciar, a partir de transferencia efectiva a la sociedad de los resultados de nuestras investigaciones colectivas, caminos que, aunque no conduzcan a Santiago, Roma o Lumbini, resultan útiles para avanzar en modelos de comunicación que alimenten el cambio de una sociedad que precisa iniciativas más humanas para los humanos, al margen de las tecnologías y herramientas que empleen.

Para los nuevos desafíos no solo precisamos de una revisión de las teorías, que pongan nombre a las cosas, denominen y definan los fenómenos y hagan diagnósticos y avances prospectivos (de Moragas-Spà, 2025) a partir de los numerosos estudios empíricos de los años más recientes, sino que también necesitamos más equipos competitivos, a partir de grupos de investigación interdisciplinares, y la colaboración de grupos competitivos mediante redes nacionales e internacionales a fin de ofrecer más estudios comparados, más profundidad y propuestas para actuaciones integrales. No se trata tanto de estar en el baile de los cuartiles, lo que es interesante y necesario para avanzar, aunque no siempre trascendente, como de aportar conocimiento más útil para su aplicación en el cambio comunicativo y social.

Dilemas en tiempos convulsos

A pesar de los avances conseguidos y de la excelente masa crítica de investigadores que habitan el campo de la comunicación en la Península Ibérica, el horizonte que se dibuja para el final de la tercera década del tercer milenio plantea dilemas a los que posiblemente no podremos responder con acierto en caso de que apliquemos miméticamente estrategias del

pasado. Si el contexto social y comunicativo ha cambiado, aunque las experiencias del pasado nos resultarán positivas, puede que, por sí solas, no sean suficientes para una elección acertada de la mejor vía para la obtención de resultados sociales y económicos óptimos.

La comunicación ahora es de muchos a muchos, los canales se han multiplicado, los formatos se diversifican e hibridan, las tecnológicas refuerzan su posición dominante... y los ciudadanos, vigilados y muchas veces desconcertados, buscan vías fáciles y funcionales que atiendan sus necesidades más apremiantes o el acceso a las dinámicas comunicativas de los canales habituales que alimentan su día a día. En este contexto, no cabe duda de que el objetivo estratégico es construir un ecosistema digital que favorezca el acceso al conocimiento y el empoderamiento cívico, a fin de tomar decisiones informadas (Prado, 2025). Este objetivo debe presidir nuestra actividad.

Desde la posición que tenemos como investigadores en Comunicación, la principal contribución que podemos realizar para que se alcance este objetivo es aportar conocimiento que perciban y aprovechen todos los actores del ecosistema comunicativo. De ahí la necesidad de mejorar nuestra relación con el entorno comunicativo, con renovadas vías de colaboración en el campo de la investigación, y de reforzar nuestro compromiso con los actores sociales comprometidos con sociedades más justas, más saludables y más sostenibles.

Distintas barreras, reticencias mutuas y escasos incentivos han alimentado un modelo de producción científica que, aunque relevante, pierde fuerza a la hora de su aplicación práctica, bien por falta de una buena adaptación o porque los modelos actuales favorecen la circulación por caminos paralelos, sin apenas conexiones. La superación de esta situación no sólo compete a los investigadores, pero quizá en estos momentos nuestros equipos profesionales se encuentran en mejor posición para hacer valer su trabajo, explicarlo y trasladarlo por los canales existentes de transferencia o por otros que habrá que construir.

La divulgación y la transferencia

Cuando una comunidad científica como la de la Comunicación en nuestro ámbito no sólo ha conseguido consolidarse, sino que ha madurado y ha mostrado con datos que se recogen en numerosos indicadores que muestran sus fortalezas, tiene que afrontar nuevos retos. Debe prestar atención a las debilidades -tenemos algunas, como excesiva fragmentación de iniciativas, internacionalización mejorable (en cuanto a redes estables), más diversificación metodológica según objeto de estudio y diseños más sólidos...[\[1\]](#)-) hasta mejorar en todos los ámbitos -lo que se conoce vulgarmente como no dormirse en los laureles o evitar el cultivo de rutinas fáciles- y poner en marcha iniciativas que respondan a los nuevos desafíos, en este caso que nos plantea el actual contexto sociopolítico y comunicativo.

Es muy importante la publicación de resultados, especialmente en las revistas científicas de máximo impacto en el campo, y la divulgación de resultados, tanto en los canales de nuestras propias universidades como en medios especializados -The Conversation o Infonomy, por ejemplo-, en nuestras entidades profesionales que ponen en marcha ventanas de estas características -como AE-IC- o en los medios de comunicación colectiva de referencia o de máxima difusión en los ámbitos territoriales en los que se asientan nuestras

universidades -por esa proximidad con el territorio y sus actores sociales-. Pero no es menos importante una buena estrategia de transferencia de resultados a los más directamente implicados y, por lo tanto, los que pueden tener más interés en su aplicación.

Además de incrementar las colaboraciones estratégicas con el sector -organizaciones profesionales, empresas o iniciativas sociales-, es necesario que consigamos generar más confianza de los principales actores sociales en nuestro trabajo y en su potencial y conformar nuevos sistemas de alianzas, tanto en proyectos competitivos como en planes de trabajo para resolver cuestiones muy puntuales y concretas. Lo que necesitamos como colectivo es que nuestra actividad investigadora en comunicación revierta al máximo en el sector productivo, en la actividad profesional y en la sociedad en general. Sólo así ganaremos reputación en el conjunto de las Ciencias Sociales y entre los sectores más dinámicos de la sociedad.

Coincido plenamente con las expertas que sostienen que la tarea de difundir y comunicar resultados de las investigaciones no se puede dejar al albur o en un segundo plano, como a veces hacemos, porque es necesaria una planificación minuciosa (Tous-Rovirosa, 2024). Entiendo que este es uno de los desafíos hoy del conjunto de los investigadores del campo de la Comunicación, que sólo podremos afrontar con un buen diseño y una comunicación multidireccional que asegure que los resultados científicos los apliquen las personas, grupos y organizaciones que tienen interés en una comunicación más eficiente, más saludable y más humana. O nos aliamos con estos grupos de interés, allá donde estén con sus proyectos y desafíos, o nuestros próximos pasos con herramientas de alta tecnología o renovados territorios comunicativos seguirán avanzando bajo una alargada sombra que alimenta el verbo renquear.

Renovadas estrategias

El desafío de mejorar nuestra transferencia de resultados de la investigación en un contexto en el que, de la mano de la alta tecnología, en especial de la IA generativa, se anuncia un cambio radical en el ecosistema comunicativo y en la actividad periodística, nos aconseja, desde mi punto de vista, a crear equipos de trabajo con más investigadores, a la mejora de nuestra colaboración interdisciplinar a través de institutos de investigación en Ciencias Sociales y Comunicación, y a una mayor colaboración estable con redes de investigación internacional. Es decir, tenemos que introducir mejoras en la estructura desde la que investigamos, poner en marcha la actualización de los objetivos estratégicos e introducir cambios en cómo y con quién hacemos nuestro trabajo de investigación. Y lo debemos hacer con una visión intelectual que reconozca y abrace una conciencia global, con investigadores de todo el mundo (Waisbord, 2025).

A partir de esas mejoras, nuestra estrategia debe contemplar identificar mejor los problemas de investigación, de acuerdo con las inquietudes del sector, las necesidades y las cuestiones que estimemos prioritarias. Una mejor relación comunicativa, con más canales de comunicación con el sector y con los profesionales, así como más actuaciones conjuntas mediante actividades en el sector, debe desembocar en un mejor conocimiento a fin de actuar. La identificación de los retos con las organizaciones de noticias, las organizaciones profesionales y colectivos ciudadanos comprometidos con una comunicación honesta y

sostenible nos permitirá orientar la transferencia de los resultados hacia soluciones precisas que reporten beneficios tangibles para la sociedad, en especial para los actores del sector y los colectivos ciudadanos más dinámicos.

El tercer eslabón de las renovadas estrategias consiste en involucrar a potenciales usuarios finales de los resultados de nuestras investigaciones desde la fase de ideación y diseño del proyecto de investigación. El establecimiento de mecanismos de seguimiento y participación en el desarrollo del proyecto resultará decisivo para una mejor ejecución del proyecto y para una transferencia más eficiente, a partir del aprendizaje continuo durante el proceso de realización.

Aunque es cierto que algunos grupos de investigación competitivos ya siguen este modelo de actuación, no cabe duda de que, en este momento de intensas transformaciones digitales y cambios de tendencias en las dinámicas sociales, es una buena oportunidad para una revisión, para un ajuste de aquello que se puede mejorar y para un impulso que haga realidad que nuestras investigaciones aporten vitaminas al ecosistema comunicativo para un mejor funcionamiento en favor de los intereses de los ciudadanos, que precisan información fiable y de calidad, es decir, veraz. Y solo podrán acceder a estas mejoras si hay investigación que incentive a los actores del ecosistema que lo hagan posible y si disponen de la capacitación precisa para acceder a una información de interés público y de calidad.

A modo de conclusión

Los logros conseguidos por la investigación en Comunicación en la Península Ibérica en las últimas cuatro décadas, que son muchos y muy meritorios, no deben impedirnos reflexionar sobre los nuevos desafíos en el contexto del complejo panorama actual y los retos a los que nos enfrentaremos en un escenario de digitalización que anuncia cambios radicales de la mano de la alta tecnología y, en especial, de la inteligencia artificial generativa -con la inteligencia artificial cuántica en el horizonte-. Todo apunta a que el ecosistema vivirá un cambio radical y que tanto los medios de comunicación como los profesionales de la información se enfrentarán a una situación muchos más compleja que la que han tenido que afrontar cuando se inició la digitalización y la última transformación del sector, hace más de tres décadas.

Como en estas tres últimas décadas hemos conseguido avances importantes en la investigación en Comunicación, quizás, como todavía vivimos a la sombra de los éxitos, nos cueste más implicarnos en la introducción de cambios importantes para atender las necesidades que emergerán y las demandas que previsiblemente llegarán de las organizaciones de noticias y las organizaciones profesionales. De ahí la necesidad de reflexionar sobre los desafíos inmediatos e impulsar foros y actividades orientadas a la mejora de la transferencia de los resultados de nuestras investigaciones, porque este es un desafío urgente. Y eso, a pesar de los recientes logros, implica revisar nuestra estrategia investigadora y nuestras relaciones con los actores sociales con intereses en el sector y con los sectores más dinámicos de la sociedad.

Las universidades -especialmente las públicas- y las empresas deben reforzar lazos para alcanzar una mejor unión de fuerzas en la consecución de los objetivos compartidos comunes. Es un desafío para las universidades y para los que investigamos desde grupos o

institutos creados en estas universidades. Las vías hasta ahora existentes, aunque han permitido avances, han sido insuficientes para unos resultados óptimos. El marco normativo ayuda poco, pero parece que, ante los nuevos retos de la transformación del ecosistema comunicativo, son necesarias renovadas estrategias y modelos de actuación. Ello no implica que renunciemos a la demanda de cambios en la regulación que respalden estos objetivos estratégicos.

Nuestras iniciativas de divulgación y difusión de resultados, así como la transferencia al sector, han mejorado notablemente en los últimos años, pero las estrategias y técnicas que hemos aplicado no son suficientes para que podamos acometer con éxito los cambios que se avecinan. O nos comunicamos mejor con los grupos de interés del ecosistema comunicativo, con modelos de alianzas según necesidades y acuerdos posibles, o perderemos una oportunidad de dar un salto adelante a fin de ser decisivos en la solución de problemas existentes y los retos del futuro. Es el momento de afrontar este desafío porque, en el nuevo horizonte que se dibuja para el ecosistema comunicativo, o somos capaces de ofrecer propuestas acertadas y precisas que se apliquen en favor del cambio o correremos el riesgo de ser residuales, satelitales o incluso siderales en el conjunto de los campos científicos.

Entiendo, pues, que quizás ha llegado la hora de revisar nuestras estrategias de investigación y de su transferencia a la sociedad si queremos estar en el núcleo que impulse los cambios que se necesitan en la comunicación que fija como primer objetivo el interés público, la calidad, la transparencia, el servicio a la comunidad...y que tiene a las personas en el centro de su actuación. Ahora precisamos un periodismo y una comunicación más humana para los humanos, sea con herramientas de alta tecnología o con técnicas de nuevo cuño que alimenta la creatividad humana.

No podemos dejar en manos de máquinas o de herramientas sofisticadas el compromiso con la verdad y la información veraz. Y las propuestas, estrategias y vías para que sea así deben salir de los resultados de nuestras investigaciones. Pero para conseguir este objetivo tenemos que ofrecer resultados más solventes, más ilusionantes, más eficaces y más aplicables. De ahí que debamos dar un paso más en nuestras estrategias de investigación y en la transferencia del conocimiento a la sociedad si queremos mejorar la reputación social de la investigación en Comunicación.

[1] Conviene revisar los artículos del volumen 31, número 1, de Profesional de la Información dedicado a los cincuenta años de estudios universitarios de Comunicación en España; los trabajos del Mapa de la Investigación en Comunicación en las universidades españolas, en el marco de los proyectos MAPCOM (<https://mapcom.es>); o los trabajos liderados por Manuel Martínez Nicolás sobre la investigación sobre Comunicación en España -en especial, este trabajo publicado en la Revista Latina de Comunicación Social, <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/13> - entre otros trabajos que ofrecen perspectivas cuantitativas y cualitativas.

Referencias

- De Moragas Spà, M. (2025, 27 de junio). La responsabilidad de la investigación en una época de cambios en la comunicación. En Boletín Mensual de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (46). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15745841>.
- Franquet, R. (2025, 30 de mayo). La comunicación y la investigación independiente un bien escaso en estos tiempos de incertidumbre. ¿El nuevo desorden mundial de la comunicación contra la democracia?. En Boletín Mensual de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (45). <https://doi.org/10.5281/zenodo.15538774>.
- Prado, E. (2025, 31 de enero). La moderación de contenidos en las redes sociales. En Boletín Mensual de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (41). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14774736>.
- Tous-Rovirosa, A. (2024). Plan de comunicación: la transferencia y divulgación de resultados de investigaciones científicas. Infonomy, 2(3). <https://doi.org/10.3145/infonomy.24.037>.
- Waisbord, S. (2025). The cosmopolitan imagination: a call for global communication studies. Journal of Communication. <https://doi.org/10.1093/joc/jgaf043>.
- Zallo Elguezabal, R. (2025, 28 de febrero). La comunicación saqueada. En Boletín Mensual de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación (42). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14940109>.

La biblioteca de AE-IC: vuestros libros



¿Quieres que tu libro aparezca en el Boletín de la AE-IC?

Si acabas de publicar una obra relacionada con la comunicación, el periodismo, la cultura o las industrias creativas, envíanos la información y un ejemplar. Así podremos reseñarlo y compartirlo con nuestra comunidad académica y profesional.



Esríbenos a: info@ae-ic.org



Nuevo episodio de Zoom, el pódcast de AE-IC



 : Cultopías.org

La AE-IC presenta un nuevo episodio de su podcast, **04 - Fotoperiodismo en la Era de la Posverdad**, conducido por **Paloma López Villafranca**, profesora de la Universidad de Málaga. En esta ocasión, la periodista conversa con **Gervasio Sánchez**, uno de los fotoperiodistas más reconocidos a nivel internacional por su trabajo en zonas de conflicto y su defensa constante de los derechos humanos.

El episodio incorpora también la participación del catedrático **Javier Marzal** (Universitat Jaume I), quien ofrece una breve, pero significativa reflexión sobre el **fotoperiodismo**, su evolución y los desafíos que enfrenta en un ecosistema mediático marcado por la sobreabundancia visual, la inmediatez y los nuevos modos de producción digital.

Este nuevo contenido reafirma el compromiso del podcast de la AE-IC con la divulgación del pensamiento crítico y la exploración de las diversas dimensiones de la comunicación visual y audiovisual.

 [Escúchalo aquí](#)

Llamada de artículos para el número 26 de RAE-IC: “La otra” industria cultural. Comunicación y subculturas frikis y del fandom (otakus, gamers, k-poppers y geeks)

La Revista de la Asociación Española de Investigación en Comunicación mantiene abierta su llamada de artículos para el número 26, “La otra” industria cultural. Comunicación y subculturas frikis y del fandom (otakus, gamers, k-poppers y geeks), coordinado por Natalia Meléndez Malavé (Universidad de Málaga) y Adolfo Carratalá Simón (Universitat de València).

‘La otra’ industria cultural. Comunicación y subculturas frikis y del fandom (otakus, gamers, k-poppers y geeks)

1. Prácticas discursivas y construcción de identidad en comunidades frikis.
2. Eventos presenciales y virtuales como espacios de comunicación y socialización.
3. Relaciones parasociales y vínculos comunicativos entre fans y celebridades.
4. Comunicación colaborativa y producción participativa de contenidos.
5. Estrategias de visibilidad y reputación en medios sociales.
6. Comunicación intercultural en fandoms globales.
7. Narrativas mediáticas sobre los frikis y el fandom.
8. Creación de contenido y comunicación influencer.



Call for Papers nº26: deadline 15 de abril de 2026 | Revista AE-IC

Líneas de investigación:

- Prácticas discursivas y construcción de identidad en comunidades frikis: Estudio de los lenguajes, códigos y narrativas propias que emergen en foros, chats y redes sociales, y su papel en la formación de identidades colectivas.
- Relaciones parasociales y vínculos comunicativos entre fans y celebridades: Investigación sobre cómo los fans construyen y mantienen relaciones simbólicas y

emocionales con ídolos a través de la comunicación mediada.

- Comunicación colaborativa y producción participativa de contenidos (fanart, fanfiction, memes): Exploración de las dinámicas comunicativas en la creación y circulación de obras derivadas dentro del fandom.
- Eventos presenciales y virtuales como espacios de comunicación y socialización: Análisis del rol de convenciones, encuentros y eventos online en la construcción de comunidad y sentido de pertenencia.
- Estrategias de visibilidad y reputación en medios sociales: Estudio de cómo los grupos frikis y fandoms emplean la comunicación digital para ganar presencia y reconocimiento en el espacio público.
- Comunicación intercultural en fandoms globales: Investigación de los procesos de traducción, adaptación y negociación cultural en comunidades transnacionales de anime, k-pop, videojuegos, etc.
- Narrativas mediáticas sobre los frikis y el fandom: Análisis crítico del discurso mediático sobre estas comunidades y su impacto en la percepción social de estas subculturas.
- Creación de contenido y comunicación influencer en la articulación de comunidades frikis: Análisis de los procesos de mediación con el público fan de quienes se erigen como voces de referencia en estos ámbitos culturales.

La recepción de manuscritos permanecerá abierta hasta el **15 de abril de 2026** para su publicación en el mes de julio de 2026.

Publicación del número 24 “Comunicación y cultura audiovisual en el contexto del capitalismo de plataformas”

Recuerda que RAE-IC está publicando los artículos que forman parte del número 24 de la revista “Comunicación y cultura audiovisual en el contexto del capitalismo de plataformas”, coordinado por Azahara Cañedo Ramos (Universidad de Castilla-La Mancha), Juan Ignacio Gallego (Universidad Carlos III de Madrid) y Márton Demeter (University of Public Service, Budapest). Además, en la sección “Miscelánea” podrás encontrar artículos sobre temáticas diversas en el campo de la Comunicación.

Puedes consultar los artículos [en este enlace](#).

Además, *RAE-IC* mantiene abierto también el *call for papers*:

- **Número 27: “Nuevas narrativas para la comunicación política en el entorno digital”**

Envío 15 de junio de 2026, publicación octubre de 2026.

Coordinan: Concha Pérez Curiel (Universidad de Sevilla), Laura Alonso Muñoz (Universitat Jaume I de Castelló) y João Pedro Baptista (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro).

- **Miscelánea** (abierta durante todo el año).

Puedes consultar toda la información relativa a la llamada de artículos en curso en la revista [en este enlace](#) o en nuestros [perfiles en redes](#).



Callfor de Revistas afiliadas a la AE-IC



La Revista Mediterránea de Comunicación abre dos Call for Papers para su número de julio de 2026

La Revista Mediterránea de Comunicación ha abierto la convocatoria para dos números temáticos que verán la luz en julio de 2026 (V17N2). Se trata de propuestas que abordan desafíos muy actuales para el ecosistema comunicativo y que invitan a la comunidad investigadora a presentar trabajos antes del **1 de febrero de 2026**.

El primer *Call for Papers*, “**Los desafíos comunicativos en la industria global del deporte**”, está coordinado por el **Dr. Guillermo Sanahuja-Peris** (Universidad Jaume I), el **Dr. Francisco Javier Herrero-Gutiérrez** (Universidad de Salamanca) y la **Dra. Verónica Altamirano-Benítez** (Universidad Técnica Particular de Loja). La propuesta anima a explorar el papel creciente del deporte como industria global y como espacio de narrativas, identidades, audiencias y modelos de negocio que transforman la comunicación contemporánea.

Más información en español e inglés, [aquí](#).

El segundo *Call for Papers*, “**Ciudades alfabetizadas en medios e información (MIL UNESCO). Trece indicadores para las ciudades que queremos**”, está coordinado por el **Dr. Felipe Chibás-Ortiz** (Universidad de São Paulo), la **Dra. Tamara Morte-Nadal** (Universidad de Zaragoza) y la **Dra. Sheila Peñalva-Tobías** (Universidad de Zaragoza). Este monográfico apuesta por reflexionar sobre el papel de las urbes como espacios clave para desarrollar competencias mediáticas e informacionales, promoviendo comunidades más críticas, inclusivas y participativas.

Más información en español e inglés, [aquí](#).

Ambas convocatorias constituyen una excelente oportunidad para seguir impulsando la investigación en comunicación desde perspectivas diversas y con impacto social. Si te interesa participar, recuerda que el plazo de recepción de artículos finaliza el **1 de febrero de 2026**.



Cerramos este **Boletín nº 49** agradeciendo el impulso colectivo que vuelve a quedar patente en cada noticia, cada jornada y cada proyecto compartido. Este mes hemos celebrado congresos consolidados, premios relevantes para la AE-IC y nuevas citas de nuestras secciones que refuerzan la colaboración entre investigación, docencia y práctica profesional. Las aportaciones en torno al podcasting, la comunicación y el género, la calidad informativa o la transferencia de conocimiento muestran la vitalidad y diversidad de enfoques que caracterizan a nuestra comunidad.

Gracias por seguir acompañándonos, por enviarnos vuestras actividades y por ayudar a que este boletín sea una ventana abierta a todo lo que construimos juntas y juntos. Nos reencontraremos en la próxima edición con nuevas iniciativas y retos que seguirán fortaleciendo el tejido académico y profesional de la AE-IC. Hasta entonces, que tengas un excelente mes y muy buena lectura.



Editor: Raúl Terol-Bolinches, Profesor Universitat Politècnica de València.

Asociación Española de Investigación de la Comunicación

Contáctanos en:

info@ae-ic.org

www.ae-ic.org



Copyright © 2025 AE-IC, All rights reserved.

Want to change how you receive these emails?
You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#).

