

1

--

2024



Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales

MONOGRÁFICOS

TÍTULO

COMUNICACIÓN & BIG DATA

COORDINADORES
CIENTÍFICOS**Carmen Costa-Sánchez**

Profesora Titular del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidade da Coruña. Directora de la Cátedra Vegalsa-Eroski UDC de Compromiso social, comunicación y reputación corporativa. Coordinadora del grupo de investigación en Cultura y Comunicación interactiva. Coordinadora del grupo de innovación docente en Comunicación y Medios sociales. Miembro del comité de redacción de la Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. H-index (Scopus): 9.

**Xosé López-García**

Profesor Catedrático de Periodismo de la Universidad de Santiago de Compostela. Coordinador del grupo de investigación Novos Medios, de la Universidad de Santiago de Compostela, que tiene entre sus líneas de investigación el estudio de los medios digitales e impresos, el análisis del impacto de la tecnología en la comunicación mediada, el análisis del funcionamiento y financiación de las industrias culturales. Editor jefe de la Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. H-index (Scopus): 9.

DESCRIPCIÓN
Y
EJES TEMÁTICOS**Descripción:**

En octubre de 2021 Mark Zuckerberg, CEO de Facebook, anunciaba la nueva estrategia de la compañía hacia el Metaverso, un mundo virtual paralelo de experiencia inmersiva que se convertiría en un espacio de encuentro social. El anuncio se producía en un momento en el que la compañía atraviesa una grave crisis reputacional por prácticas monopolísticas, así como por conocer los efectos negativos de su red Instagram sobre la salud mental de las adolescentes y ocultarlo o por las continuas brechas que han dejado al descubierto los datos personales de millones de usuarios.

Nos encontramos en un contexto de revolución sociotecnológica que cada vez avanza más rápido y en el que los datos se han convertido en un bien muy preciado. El anglicismo Big Data recoge la idea de la gran cantidad de datos generados por el nuevo ecosistema, así como de las distintas utilidades que pueden dársele a este preciado bien de la nueva economía digital. Por otra parte, pone encima de la mesa cuestiones relativas a la ética, la responsabilidad social o el derecho a la privacidad de los usuarios de medios y tecnologías digitales. La sombra de la manipulación basada en el conocimiento de información personal de los usuarios genera además la necesidad de avanzar en términos de promover una mayor consciencia y conciencia social en base al desarrollo de capacidades críticas respecto del entorno digital, el de la normativa que a nivel local y transnacional aborde los distintos aspectos del ciberespacio o el de la reputación y el de la confiabilidad de los medios de comunicación, las instituciones públicas y los líderes políticos.

En resumen, el presente monográfico plantea una necesaria reflexión sobre cómo el procesamiento de los datos puede contribuir al ámbito de la Comunicación, así como anima a plantear cuestiones críticas respecto de su situación actual y futuros desarrollos. Desde una perspectiva multidisciplinar, que ponga en el centro a la Comunicación,

	animamos al desarrollo de estudios y análisis en este marco temático del que continuaremos hablando en los próximos años. Palabras clave: Comunicación, big data, periodismo, tecnología, datos Ejes temáticos: - Periodismo & Big Data - Comunicación Corporativa & Big Data - Comunicación, Iniciativas sociales & Big Data - Data Governance - Públicos, Audiencias & Big Data - Ecosistema mediático & Big Data - Desinformación & Big Data - Big Data, Comunicación y Legislación - Visualización & Big Data - Nuevos perfiles profesionales - Formación en Comunicación & Big Data - Ética, Comunicación & Big Data - Herramientas y estudios de caso
CALENDARIO	Límite de recepción de manuscritos: 30/06/2023 (los manuscritos que se reciban antes llevarán como fecha de recepción el 30/06/2023). Publicación del monográfico: 1/01/2024 (DOXA n.º 38)
NORMAS ESTILÍSTICAS BÁSICAS	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 (https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/about/submissions, directrices para autores/as), así como el último número publicado para visualizar el estilo y la maquetación final de los artículos.
NORMAS DE ENVÍO Y DE PUBLICACIÓN	Los textos se deben enviar a través de la plataforma OJS de la revista Doxa Comunicación, poniéndose especial atención al cumplimiento de la "lista de comprobación para la preparación de envíos": https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/about/submissions No se aceptarán envíos a través del correo electrónico. Los autores deberán registrarse en la plataforma y cumplimentar todos los metadatos requeridos en el proceso de envío.

	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). Los autores podrán informarse sobre como enviar correctamente sus textos, caso de necesitar mas información, visitando nuestro canal YouTube en: https://www.youtube.com/watch?v=npTj54xlWtE Aviso importante a los autores: La revista Doxa Comunicación publica todos los artículos y ensayos científicos en español y en inglés desde 2016. <u>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.</u> 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.
PUBLICACIÓN Y DIFUSIÓN	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. 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. 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.