



**Medios y Gobernanza
en América Latina, España y Portugal**

Libro de abstracts

Valencia, 15-17 de mayo de 2024

DIRECCIÓN

Dolors Palau Sampio
Universitat de València

Sara García Santamaría
University of Bristol

Guillermo López García
Universitat de València

SECRETARÍA

Raquel Tarullo
Universitat de València

Maria Iranzo Cabrera
Universitat de València

COMITÉ ORGANIZADOR

Ximena Orchard
Universidad de Santiago

Jairo Lugo-Ocando
University of Sharjah

Paola Sartoretto
Jönköping University

COMITÉ CIENTÍFICO

Silvio Waisbord
George Washington University

Andreu Casero-Ripollés
Universitat Jaume I

Mireya Márquez Ramírez
Universidad Iberoamericana Mexico City

Sandra Marinho
Universidade do Minho

Rogério Christofolletti
Universidade Federal de Santa Catarina

Virpi Sajojärpi
Universidad de Helsinki

Jairo Lugo-Ocando
University of Sharjah

Dolors Palau Sampio
Universitat de València

Guillermo López García
Universitat de València

Sara García Santamaría
University of Bristol

FINANCIACIÓN

Proyecto I+D Desconcierto informativo: calidad precarizada, sobre(des)información y polarización
(CIAICO2021/125)

Comunicaciones

Sesión temática 1

Periodismo de datos como periodismo de calidad. Análisis de los nominados a los Sigma Awards 2024 de América Latina, España y Portugal

Lorena Cano-Orón. Universitat de València

Desde principios del siglo XX, la adopción de herramientas y métodos científicos se ha visto como una vía para aumentar la precisión y verificabilidad del periodismo (Ávila, 2015). Con el tiempo, el periodismo de datos ha adquirido una reputación de objetividad y calidad ante la audiencia (Grassler, 2017). La evolución de esta disciplina ha estado condicionada por el marco legal en el que se desenvuelve, siendo más prominente en lugares con legislaciones fuertes sobre transparencia y acceso a la información. Es por ello que en algunos países de América Latina, la evolución de este tipo de periodismo ha sido compleja y tardía (Córdoba-Cabús et al., 2023; Ferreras Rodríguez, 2013). Esta investigación exploratoria se centra en examinar los rasgos distintivos de trabajos que han sido reconocidos por su excelencia en los Sigma Awards, un certamen global que premia la calidad en esta especialidad periodística.

El objetivo es identificar aquellas características predominantes en los mejores trabajos producidos en el Sur Global. La muestra de estudio comprende 53 proyectos de periodismo de datos originarios de América Latina, España y Portugal, correspondientes a todos los finalistas de estos países en las cuatro ediciones de los premios, abarcando el periodo de 2021 a 2024. A través de un análisis de contenido cuantitativo, se exploran diversas dimensiones como la temática abordada, la originalidad del diseño de investigación, los métodos de investigación y tratamiento de datos empleados, la cantidad y tipos de fuentes de información utilizadas, así como la tipología y realización de visualizaciones de datos. Los proyectos analizados demuestran la versatilidad del periodismo de datos al cubrir temas sociales, económicos, políticos y ambientales con un alto rigor metodológico y una diversidad de fuentes robustas, utilizando técnicas avanzadas de análisis. Estos trabajos, caracterizados por su profundidad temática y visualizaciones de datos innovadoras, reflejan la madurez del periodismo de datos como un pilar clave para un periodismo de calidad y de gran impacto.

Construcción del 'otro' como enemigo: Narrativas periodísticas sobre las protestas del movimiento indígena en Ecuador en 2019 y 2022

Verónica Luna Baez. Universitat Autònoma de Barcelona

Este estudio investiga la manera en que los principales medios de comunicación televisiva, escrita y digital en Ecuador abordaron las movilizaciones sociales del movimiento indígena ecuatoriano, suscitadas en diferentes períodos gubernamentales, pero con demandas similares tanto en octubre de 2019 como en junio de 2022. Analiza la creación de representaciones del otro, visibiliza las técnicas utilizadas para su posicionamiento y evalúa la calidad periodística de los relatos mediáti-

cos, considerando aspectos como el rigor informativo, la multiplicidad de fuentes, la investigación periodística, la ética y su contribución al sistema democrático.

La metodología integra un análisis de contenido que combina enfoques cualitativos y cuantitativos, a partir de la revisión de 1274 piezas informativas recabadas en los medios de comunicación: T leamazonas, Ecuavisa, El Comercio, El Universo, La Posta y Wambra TV; así como los medios internacionales: Deutsche Welle y BBC. Se operacionalizaron 39 variables divididas en tres segmentos: La identificación de la noticia, incluyendo aspectos como el origen y el tipo de medio, el período de cobertura, la fecha de emisión, la duración y el espacio ocupado por la noticia, así como su importancia y tono. En segundo lugar, se examinó la calidad de la información periodística, utilizando los indicadores del esquema de análisis propuesto por Westerståhl como la veracidad, la actualidad, la relevancia, la imparcialidad y la neutralidad en la presentación de la información. Y finalmente, se exploró la representación del “otro enemigo” en la cobertura mediática, tomando como referencia el marco conceptual de Umberto Eco.

Se concluye que la construcción del “otro-enemigo” en los relatos noticiosos no solo afecta la percepción pública, sino que también puede generar actitudes de odio y desconfianza hacia determinados grupos sociales. Por tanto, se considera trascendental destacar la importancia de democratizar la comunicación y garantizar la veracidad de la información como un derecho fundamental, abogando por mecanismos de reflexión sobre la calidad de la información recibida para contrarrestar la desigualdad y fortalecer la democracia. “No es posible el comunicare con sistemas secuestrados por un sentido empresarial-utilitario de la libertad de expresión” (Contreras, 2022). Al dar prioridad al proselitismo publicitario, al oscurecer las identidades múltiples al mismo tiempo que se exalta el individualismo, al promover el culto al miedo y contribuir a banalizar la vida y socavar la democracia a través de un servicio público como la comunicación, solo se está colaborando a perpetuar las desigualdades y asimetrías de nuestra realidad.

Dados abiertos nas administrações públicas locais: Repercussões na prática do jornalismo de dados

Isabella Moura. ICNOVA - Universidade Nova de Lisboa

É importante pensar, numa perspectiva local, como a informação que é disponibilizada nas plataformas digitais pelas autoridades centrais e locais sobre uma determinada cidade podem servir ao jornalismo como fonte de informação noticiosa no levantamento de problemas sociais. Este estudo recorre ao levantamento de estruturas de transparência, disponibilizadas digitalmente por municípios em Portugal, para mapear de que forma a informação pública, disposta em bases de dados, pode ser acessada por jornalistas. A prática do jornalismo de dados foi reforçada a partir de políticas de informação adotadas por democracias emergentes, com o aumento da disponibilização digital de informações administrativas. O fluxo de trabalho do jornalismo de dados compreende um conjunto de tarefas que envolvem o acesso, a limpeza dos dados, a análise e comunicação da informação. Uma vez que o recurso a dados pode ser limitado, pretendemos compreender como os dados abertos governamentais locais impactam no jornalismo de dados como prática. Ao observar as estruturas de transparência de dados de 60 municípios portugueses los três municípios mais populosos de cada um dos 20 distritos de Portugal procurou-se relacionar de que modo a organização das infraestruturas de dados abertos municipal influenciou o trabalho jornalístico como ferramenta de vigilância dos atos governativos.

Concluimos que a disponibilização organizada de dados públicos é comum apenas em municípios pertencentes à áreas metropolitanas, o que enfraquece a capacidade jornalística de fiscalização e responsabilização da governança a nível municipal. Em alternativa, jornalistas de meios locais podem recorrer à Lei de Acesso à Informação administrativa - ainda que a lei represente um importante marco na transparência de informação em Portugal, o levantamento bibliográfico permite constatar que a Lei funciona através de pareceres não vinculativos, pelo que a divulgação da informação não é garantida. As descobertas deste estudo contribuem com um importante passo na compreensão da evolução temporal da relação entre políticas de abertura de dados e o desenvolvimento do jornalismo de dados, um campo pouco explorado na academia portuguesa.

Calidad y consumo de contenidos mediáticos en España. Un análisis de las preferencias y opiniones del público español

Tatiana Mukhortikova. Universitat de València

Dolors Palau-Sampio. Universitat de València

José Gamir. Universitat de València

Vicente Fenoll. Universitat de València

Guillermo López-García. Universitat de València

El problema de la calidad de los medios de comunicación en España ha llamado atención de los investigadores en los últimos años (Gómez et al., 2016). El tema se vincula con los cambios que se están produciendo en los hábitos informativos de la audiencia con la creación de un ecosistema híbrido (Chadwick, 2017) y un considerable declive de la confianza en los medios (Vara, 2023; Edelman, 2023; Eurobarómetro, 2023).

En el presente estudio se propone, por medio de la encuesta, realizar un análisis de la apreciación de los encuestados de la calidad mediática, su evolución en los últimos años, los periodistas y el trabajo que realizan. La encuesta se ha llevado a cabo en diecisiete comunidades autónomas. Se han aplicado una serie de filtros: el género, la edad, el tamaño de la población, el nivel de estudios, el autopercepción ideológico y el posicionamiento frente a la religión.

Los resultados muestran, en términos generales, la opinión negativa sobre la calidad de los medios de comunicación en España, que contrasta con la percepción positiva o neutral de los periodistas y su trabajo. Las respuestas recibidas indican que la calidad mediática podría mejorarse incluyendo mayor diversidad de opiniones y/o tratando temas más cercanos. En busca de la información de más calidad y las noticias más contrastadas, los encuestados acuden a los medios convencionales, la televisión, la radio y los diarios tradicionales en papel o en Internet. Más del 70% de los participantes consideran la politización de los medios el factor principal que disminuye su calidad. En este contexto resulta interesante que tan solo el 14,1% de los entrevistados atribuyen a los políticos la responsabilidad de mantener la calidad mediática. Los resultados de la encuesta muestran que la responsabilidad recae sobre los gestores y los periodistas que trabajan en cada medio.

Sesión temática 2.

Periodismo profesional en México desde la mirada de quienes lo ejercen: Estudio de caso de *El Universal*

Leticia Hernández. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Rubén Arnoldo González. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

El creciente acceso a diferentes fuentes de información a través de plataformas digitales, aunado al constante ataque de líderes populistas contra voces críticas a las que tachan de difundir noticias falsas, ha generado un notorio descenso de la confianza en los medios informativos (Hanitzsch et al, 2018; Nelson & Kim, 2020; Carson & Wright, 2022; Newman et al, 2023). Motivo por el cual, la labor de los periodistas es cada vez más cuestionada tanto por las audiencias como por los actores políticos.

Ante un escenario de polarización y desconfianza en su trabajo, es relevante estudiar cómo los propios periodistas definen al periodismo profesional; particularmente en México, uno de los países más peligrosos del mundo para ejercer esta profesión (CPJ, 2024). Si bien éste es un concepto problemático, dada su multiplicidad de significados (Aldridge & Evetts, 2003; Wiik, 2009; Revers 2014; Waisbord, 2013; Waldenström et al, 2019; Hanitzsch & Örnebring, 2020; Anderson & Schudson, 2020), esta ponencia retoma el modelo de González & Echeverría (2022) para analizar cómo el personal de *El Universal* - uno de los periódicos más importantes del país - entiende su labor cotidiana. Dicho modelo se enfoca en cuatro dimensiones fundamentales: rutinas, orientación, autonomía, y capacitación.

En ese sentido, se realizaron 13 entrevistas semi-estructuradas con reporteros, editores, y administradores de contenidos digitales de este diario; las cuales tuvieron lugar entre febrero y abril del 2023. Los principales hallazgos apuntan hacia rutinas donde se busca verificar los hechos para evitar la propagación de noticias falsas, la imperante necesidad de estar informados incluso antes de llegar a la redacción, mantenerse al tanto de lo que se publica en otros medios y dotar de gran valor al trabajo de reporteo. En cuanto a la orientación, al menos en el discurso, los informantes se inclinan hacia un periodismo watchdog, destacando un compromiso con las audiencias para mantenerlas informadas y buscando develar malas prácticas o acciones cuestionables por parte de los gobernantes.

Sin embargo, no siempre pueden cumplir su objetivo ante los obstáculos a su autonomía, como son el enfrentarse a la inmediatez y al tener que cumplir con ciertas métricas, lo que puede mermar la calidad de su trabajo, a esto se suman la precariedad laboral, la violencia, la falta de recursos para investigar, opacidad para difundir información por parte de funcionarios públicos y desdén de ciertas autoridades o actores políticos al considerarlos críticos. Pese a esto, dan gran importancia a capacitarse, considerando necesario obtener las bases de la profesión en la universidad, pero llevándolas a un grado más alto con el aprendizaje "en calle"; así como manejando diferentes herramientas para procesar datos, adentrándose en las nuevas narrativas de la mano de la digitalización y el peso de las redes sociales, sin dejar de lado la urgencia por aprender protocolos de seguridad.

Finalmente, consideran que el periodismo profesional está en constante evolución y es necesario para la sociedad, por lo que se sienten orgullosos de ejercerlo. Además, enfatizan en los principios deontológicos de su profesión, destacando la búsqueda de la objetividad y el manejo ético de la información.

La desprotección de los periodistas en Ecuador

Carlos Barrera. Universidad de Navarra

Allen Panchana-Macay. Universidad de Navarra

A la crisis económica se ha unido, particularmente desde 2018, la creciente inseguridad en que viven los periodistas en Ecuador, país que en 2023 se convirtió en el más violento de Latinoamérica. Ejercer el oficio se ha convertido en un riesgo constante (Fundamedios, 2023; Girón, 2023). La violencia, presión y amenazas contra medios y periodistas ha motivado que en la agenda diaria no se acuda a determinados lugares por el riesgo que conlleva, o que no se firmen las notas para evitar represalias contra los autores (Yépez, comunicación personal, febrero 2024). El punto culminante más reciente ocurrió el 9 de enero de 2024 cuando un grupo narcoterrorista asaltó las instalaciones de TC Televisión como mensaje de advertencia al presidente Daniel Noboa.

La Ley Orgánica de Comunicación de 2013 (con sus reformas de 2019 y 2022), creó el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación. Dada su ineficacia, varias organizaciones crearon en septiembre de 2023 la Mesa de Protección para Periodistas con el objetivo de "dar respuesta desde la sociedad civil en protección del periodismo" (Fundamedios, 2023). No se ha producido la suficiente reflexión sobre las amenazas a la autonomía profesional y al bienestar que plantean la precariedad laboral y las presiones externas.

Para explicar el tema se recurre a la triangulación de datos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2017), esta técnica consiste en la utilización de diferentes fuentes e instrumentos de recolección de información para brindar una perspectiva integral del asunto analizado. Los métodos de investigación que se integran son el heurístico de recopilación de fuentes documentales, el análisis de política de medios y las entrevistas en profundidad.

La Ley Orgánica de Comunicación apenas ha servido a los periodistas en ejercicio desde su creación en 2013. Ha sido usada más como arma política de los diferentes gobiernos que como herramienta para reforzar la seguridad de los comunicadores. Los periodistas no han tenido la guía necesaria para las coberturas de riesgo. Cuando han sido, por ejemplo, víctimas del narcotráfico, la información se ha tratado como una cobertura habitual de sucesos. El mensaje se ha normalizado y se ha transmitido lo que la mafia ha trazado como estrategia: imponer el miedo a través de sangrientas señales a sus adversarios, siguiendo los ejemplos de Colombia y México.

Los medios de comunicación -en crisis y con despidos recurrentes de sus equipos periodísticos- tampoco han proporcionado la seguridad necesaria a su personal. Los periodistas, salvo raras excepciones, suelen acudir a operativos, cárceles y hechos violentos sin medidas de protección.

Además, los medios han optado por reducir salarios o incluso retirar la seguridad social a sus empleados, con lo que pierden también compensaciones, bonificaciones y sueldos extras. Aún más, las redacciones han prescindido de los periodistas y editores jefes con más experiencia, para evitar pagar la jubilación patronal.

Precariedad y salud mental: Radiografía de la profesión periodística en España

Maria Iranzo-Cabrera. Universitat de València

Dolors Palau-Sampio. Universitat de València

En las últimas décadas, la profesión periodística ha sufrido los efectos de sucesivas crisis que han afectado gravemente a las tasas de empleo y a las condiciones laborales. Como consecuencia de ellas, el periodismo en países como España se ha instalado en la precariedad. Basándose en una docena de entrevistas a periodistas, este trabajo analiza el impacto que tienen en su salud mental la falta de una remuneración económica razonable y de estabilidad y seguridad en el empleo, la carga de trabajo o el exceso de horarios. Los periodistas entrevistados atribuyen el nivel de estrés y ansiedad al empeoramiento de las condiciones laborales y a la mala gestión de los recursos humanos.

En general, reconocen abiertamente la presión de los intereses comerciales, pero aluden a una presión política más sutil, canalizada a través del redactor jefe. Los resultados muestran que, a pesar de la evidencia del estrés y la ansiedad que sufren los periodistas y de las bajas laborales en las redacciones, el problema de la salud mental no es un tema de debate y no se han tomado medidas al respecto.

Navigating Economic Realities: Economic Sustainability of Independent Digital Journalism Platforms in Spain

Deniz Demir. Marmara University

In recent times, the media ecosystem in Spain has undergone significant transformations, marked by the rise of digital journalism platforms challenging traditional models. This research investigates the economic sustainability of independent digital journalism, particularly those employing subscription-based models. As the media industry grapples with precariousness and information disorder, understanding the dynamics of these platforms becomes crucial for envisioning the future of quality journalism.

In-depth interviews with editors-in-chief and online interactions form the core of our qualitative data collection. Thematic content analysis is applied to extract meaningful insights regarding revenue models, subscription strategies, and the delicate balance between economic viability and journalistic excellence.

This study is anchored in the theoretical domains of economic sustainability, media governance, and the impact of technological advancements on journalism. By concentrating on these aspects, we aim to unravel how independent digital journalism platforms navigate economic challenges to foster a culture of quality journalism.

Preliminary findings underscore the multifaceted nature of sustaining quality journalism in the digital era. Insights from Vilaweb, InfoLibre, and eldiario.es shed light on revenue generation, subscription models, and the symbiotic relationship between financial stability and editorial independence. Key themes include the evolving nature of reader trust, the role of technological advancements, and the responsibility of digital journalism in shaping the future of quality reporting.

This research contributes to the overarching theme of "Quality Journalism" by providing nuanced insights into the economic sustainability and practices of independent digital journalism platforms in Spain. By fostering dialogue on funding models, business practices, and the impact on journalistic quality, the study aims to contribute meaningfully to discussions at the conference.

Sesión temática 3

Correlación entre bienestar laboral y calidad periodística en los medios locales digitales de Andalucía

Mar García-Gordillo. Universidad de Sevilla

Francisco J. Caro González. Universidad de Sevilla

Los estudios realizados hasta la fecha sobre las condiciones laborales de los periodistas son claros, en la última década han empeorado considerablemente tanto en calidad del empleo como en cantidad de este, afectando generalmente los despidos a las personas con mayor experiencia y práctica profesional. La presente comunicación pretende abordar esta realidad en el ámbito andaluz y establecer una relación entre la misma y la calidad periodística de la producción de los medios locales digitales en Andalucía.

El Proyecto "La información periodística y el bienestar: análisis de la función social de la empresa periodística andaluza (US 1380696)" ha realizado una investigación profunda sobre esta realidad en los últimos tres años, detectando la existencia de 213 medios locales digitales repartidos entre las ocho provincias andaluzas, ha diseñado un Indicador de Calidad Periodísticas (ICP) que permite medir la calidad de la producción periodística de los medios locales digitales en función de sus publicaciones y estructura informativa y ha realizado entrevistas semiestructuradas a la dirección de ocho medios de proximidad. El cruce de datos entre ambas herramientas (ICP y entrevistas) permitirá conocer si las estrategias y percepción de los directivos de los medios coinciden con los estándares de calidad requeridos a cualquier medio de comunicación para la formación de una opinión pública conocedora de su entorno. Los primeros resultados de los análisis realizados arrojan cierta correlación entre las condiciones laborales de estas empresas y la calidad de sus contenidos informativos. El objetivo de esta comunicación es analizar el impacto de las condiciones laborales en las redacciones de los medios digitales locales en la calidad de la información periodística y, de esta forma, proporcionar sugerencias de mejora a estas organizaciones.

Diez impases para la calidad, 20 años después: El caso de la crítica mediática en Brasil

Rogério Christofoletti. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

Cuando el tema es la calidad periodística, los productos y servicios pueden analizarse teniendo en cuenta los estándares establecidos por la industria y las expectativas de satisfacción del público (Meyer, 2007; Anderson, 2014). La calidad es un atributo complejo, dinámico y multifactorial, y depende de esfuerzos coordinados para ajustes y mejoras continuas (Lacy; Rosenstiel, 2015; Santos; Guazina, 2020). La gestión estratégica de la calidad debe prever procesos de evaluación, y en el caso del periodismo, la crítica mediática es una práctica establecida (Bertrand, 2002; Guerra, 2010).

En 2003, identificamos que la estructura de las comunicaciones en Brasil y las condiciones de producción y consumo de información creaban obstáculos para el pleno desarrollo de la crítica mediática en el país (Christofoletti, 2003). Se observaron dificultades para consolidar y difundir una cultura de crítica mediática, capaz de contribuir a la mejora del periodismo y al desarrollo de una sociedad más democrática. Estos impasses involucraron la organización de los medios de comunicación, atravesaron la escena política y el orden legal, y reflejaron los rasgos locales de la cultura del consumo de información y entretenimiento. Articulados, estos diez impasses ayudaron a crear un entorno que inhibió el debate público sobre la comunicación, restringió la participación popular y alimentó un círculo vicioso de letargo político. Los impasses identificados fueron: a) concentración del mercado de las comunicaciones; b) permiso para la existencia de propiedad cruzada, generando dominios estrechos en la distribución de contenidos; c) restricción de las opciones de consumo de información; d) existencia de una práctica conocida como "Coronelismo Electrónico"; e) duración excesiva de las concesiones de radiodifusión, provocada por vicios legales; f) obsolescencia de la ley de prensa; g) ineficacia de los consejos de comunicación social; h) poca audacia por parte de los empresarios del sector de las comunicaciones; i) imposibilidad de juicio ético en el mercado periodístico; j) el desinterés y la apatía de la sociedad en los debates sobre comunicación.

De esta manera, la crítica mediática era un tema políticamente incómodo, económicamente ignorado e impopular en el país. La crítica mediática era políticamente incómoda porque afectaba a empresas poderosas, grupos políticos influyentes, gobiernos y entidades que se resistían a la democratización de un sector muy concentrado y altamente estratégico para la formación del imaginario colectivo. Era una cuestión económicamente ignorada porque la concentración del mercado también era conveniente para los grupos políticos. Y la crítica mediática era un tema impopular porque la mayoría de la población tenía necesidades más concretas, relacionadas con su supervivencia, absteniéndose de discutir la comunicación como un derecho humano. Veinte años después, revisamos las condiciones bajo las cuales existían los impasses para determinar qué ha cambiado en el paisaje brasileño desde entonces. Utilizamos literatura especializada, investigaciones sectoriales y análisis de situación para observar que, de los diez impasses, seis permanecieron como estaban, dos empeoraron y dos mejoraron. Numéricamente, el balance puede ser desalentador, pero el análisis de cada impasse ofrece esperanza, como mostraremos en esta comunicación.

¿Qué controles de edición y verificación quedan en las redacciones de medios locales de Latinoamérica? El caso de los medios locales de Perú, Ecuador y Venezuela

José Luis Requejo Alemán. Universidad Carlos III de Madrid

Marco Rumiche Purizaca. Universidad Nacional de Piura

Pocas voces críticas ponen hoy en duda la importancia de la edición y de la verificación de noticias en los distintos procesos informativos. Con el auspicio económico proporcionado por la cooperación internacional, este fenómeno complejo adquirió un notable desarrollo fuera de las salas de redacción tradicional. En los últimos 15 años, a través de proyectos independientes, nuevas iniciativas han visto la luz o se han consolidado como proyectos periodísticos relevantes, en detrimento de los procesos de verificación al interior de las redacciones, a tal punto que se han visto sustancialmente mermados y en muchos casos se han prestado a manipulación o engaño de modo directo. Mayores exigencias como la rapidez, unida a una sustancial simplificación de la noticia consiguieron abreviar el proceso de edición a tal punto que las piezas terminadas rara vez pasan hoy por un proceso de edición posterior, adicional a su primera escritura, con la consecuente disminución de la calidad informativa que se pone en circulación.

Este trabajo se enmarca en la línea teórica conocida como Newsmaking (Altheide, 1978), de larga tradición en los estudios de medios de comunicación, aunque con las variantes propias de la época, pues la participación, la inmediatez y la interactividad juegan un rol más prominente que antes (Usher, 2014), en el acuciante proceso de fabricación de la noticia. El objetivo es medir cómo se hace ahora para editar y verificar información propia, si es que estos procesos siguen siendo parte de la rutina informativa o más bien se trata de un modelo en extinción.

Para desarrollar estos planteamientos, este trabajo ha triangulado un conjunto de 10 entrevistas en profundidad semiestructuradas, a periodistas y editores de medios regionales o locales, y ha sintetizado algunas cifras y estadística de medios regionales, al mismo tiempo que ha desarrollado una revisión de la literatura de lo que hacen otros medios importantes de talla internacional. Insistir en que la muestra sea regional, local, con periodistas de medios alejados de las grandes urbes latinoamericanas, permite constatar no sólo el ingenio de los protagonistas, sino también mirar de cerca la vieja excusa de la falta de recursos como una pega clásica que los medios de comunicación tradicional o los profesionales esgrimen para seguir dejando las cosas como están.

El hallazgo principal muestra el recorrido que ha sufrido la fabricación de información, de ser un proceso negociado por distintas voces, tal y como se ha identificado en los primeros estudios de Newsmaking, a un proceso de edición casi personal donde las principales motivaciones son la conexión con el público y la viralización del contenido.

Los periodistas y la vida social de los derechos en América Latina. Un modelo explicativo

Fernando Ruiz. Universidad Austral

Se propone un modelo para describir la relación entre el periodismo y la evolución de los derechos de la ciudadanía. Para eso se describe la fabricación de un derecho en varias etapas, en las que en cada una puede incidir el periodismo (Dahl, Waisbord, Gitlin, Hanitzsch). Cada etapa refleja una fase del itinerario de la relación que las víctimas que exigen derechos mantienen con el periodismo, tanto con el principal como con el alternativo, los que juegan roles complementarios (Ruiz). Este modelo está condicionado por las condiciones específicas en las que opera el sistema de medios en la región, entendiendo también la relación entre las áreas centrales y periféricas del ecosistema periodístico (Márquez Ramírez). Este modelo tiene tres etapas. La primera es la de la victimización que conduce a la construcción de la voz social, que incluye lograr no sólo un acceso ocasional a los medios, sino un standing permanente (Koopmans y Olzak). La segunda es la respuesta social a esa voz, que incluye tanto la resonancia pública de ser efectivamente conocido como la consonancia de que la demanda de derechos sea socialmente aceptada (Koopmans y Olzak). Y la tercera y última etapa es la respuesta institucional y estatal a estas demandas. Por institucional entendemos la respuesta de los poderes judicial, legislativo y ejecutivo. Y por estatal entendemos la respuesta a estas demandas por parte de los diferentes niveles de la administración pública, en especial la burocracia a nivel de calle (Kingdon, Lipsky, Sabatier).

En cada una de estas respuestas institucionales y estatales, el periodismo puede tener un impacto en los procesos decisorios (Hughes, 2010 y 2011). El modelo ofrece, en definitiva, un mapa de los puntos de contacto que tiene el periodismo con el entramado de derechos que constituye la ciudadanía real en América Latina. En un escenario regional en el que existe una baja cultura de la legalidad, los mecanismos de incidencia del periodismo en esa legalidad efectiva son importantes.

En general, el cumplimiento de la ley es un factor de cambio social en América Latina (Murillo y otros). Este modelo puede contribuir a comprender por qué muchos derechos no están plenamente consolidados en nuestra región y, especialmente, cómo es posible que la desigualdad social en América Latina sea tan extrema y persistente (Lugo-Ocando). Este modelo ayuda a comprender el nacimiento, desarrollo y caída de los derechos; a analizar el periodismo en cada etapa; a mostrar la inviabilidad de un discurso profesional que niega el impacto en la sociedad; y, por último, también puede servir para mejorar la formación de periodistas, muchos de los cuáles suelen tener una idea difusa de su aporte a la ciudadanía democrática. Lo denominamos modelo var: voz, apoyo, respuesta. Se utilizará bibliografía de periodismo, ciencias políticas, comunicación, administración pública, historia, sociología y derecho.

Las menciones por responsabilidad política en los entornos digitales. Análisis de la interacción en X/Twitter de las mujeres políticas iberoamericanas “del cambio”

Romina Pepe-Oliva. Universitat Jaume I

La responsabilidad política es uno de los valores máximos de las democracias, relacionada implícitamente a una responsabilidad moral, así también un factor imprescindible para que el control electoral de los gobiernos. Este aspecto tiene relación con el poder, el cargo y la preparación para asumirla. Pero, sin lugar a dudas, es uno de los ejes discursivos de muchos de los políticos en la actualidad. Por otra parte, el uso de las redes sociales, particularmente X, se ha convertido en una de las herramientas principales dentro de las estrategias comunicativas de los actores políticos. Además de posibilitar la producción y difusión de contenidos propios, esta plataforma digital permite a actores políticos generar agenda o criticar al adversario sin intermediarios.

Esta investigación centra su estudio en las menciones por responsabilidad política que generan en X las mujeres políticas iberoamericanas “del cambio”. Mujeres que, desde sus diversas formas de participación y activismo, reclaman la transformación de la realidad política actual y abogan por el cambio social. Por tanto, el objetivo de este trabajo es conocer si estas actoras, al utilizar el recurso de la mención, lo hacen para referirse o asumir responsabilidad política, tanto suya, de su equipo o partido, como para señalar a terceros, entrando en una dinámica de crítica al adversario. Para ello, se comparan los perfiles de Twitter de Miriam Bregman (Argentina); Vilma Ripoll (Argentina); Camila Vallejo (Chile); Ana Erazo (Colombia); Ada Colau (España); Teresa Rodríguez (España); Martha Tagle (México); Verónica Mendoza (Perú), Marisa Matias (Portugal); Verónica Mato (Uruguay) durante el año 2020. La técnica de investigación usada es el análisis de contenido, incluyendo tanto un enfoque cuantitativo como cualitativo, basado en el análisis crítico del discurso. Se han analizado 1559 mensajes.

Los resultados muestran que existe una alta utilización de menciones relacionadas con la atribución de responsabilidad política a los rivales políticos en los mensajes que publican. Permittedonos suponer que persigue el objetivo de conseguir visibilidad a través de crítica al adversario o mediante una personalización negativa. Por otra parte, se advierte que hay un bajo o nulo ejercicio de autocritica a la responsabilidad tanto propia, como a la de su grupo, equipo o partido. Esta investigación está vinculada al proyecto de I+D con referencia PID2020-119492GB-I00 financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ y “FEDER Una manera de hacer Europa”.

La recopilación de memes de debates electorales como contenido informativo: una comparativa Argentina/España (2023)

Ana Slimovich. CONICET/UBA-IIGG

Natalia Meléndez Malavé. Universidad de Málaga

En los períodos de campaña, la repercusión de discursos políticos se intensifica y los memes ocupan un lugar central en la comunicación política digital (Martínez Rolán y Piñeiro Otero, 2017). En el 2023 se celebraron con pocos meses de diferencia elecciones generales tanto en España como en Argentina. Estos comicios estuvieron precedidos por debates televisados con la participación de representantes de los principales partidos políticos. Estas retransmisiones en directo produjeron contenidos generados por usuarios en las redes sociales, entre ellos memes.

Este trabajo pretende examinar y comparar las piezas periodísticas que recopilamos memes difundidos en X/Twitter en los tres medios digitales con más audiencia de cada país según la plataforma Similarweb, a partir de los debates electorales emitidos el 19 de julio en España y el 1 de octubre de 2023 en Argentina. Es esencial situar las producciones discursivas generadas durante los debates electorales en el contexto histórico de la mediatización de la política. Este fenómeno, analizado por investigadores como Verón (1986, 1987a, 1987b, 2001 [1984], 2013), Mazzoleni y Schulz (1999), Strömbäck (2008), Hjarvard (2014, 2017), Hepp (2020), y Couldry (2021), explora cómo los medios de comunicación se adentran cada vez más en distintos aspectos de la sociedad, los cuales a su vez se transforman como resultado de esta influencia mediática. En este sentido, en el caso de los debates presidenciales, se cumpliría este fenómeno toda vez que desde las instancias políticas existe la conciencia de que el debate genera memes que contribuirán a la viralización de sus mensajes.

Como conclusiones preliminares vislumbramos que el proceso de convergencia entre redes sociales y diarios digitales es diferente en España que en Argentina, puesto que en el primero entendemos (Meléndez Malavé y Slimovich, 2023) que la agenda mediática y política de los memes tiende a correr pareja tanto en redes como en los grandes medios digitales; a diferencia de lo que ocurre en el segundo, donde conviven producciones humorísticas viralizadas y otras que no en la selección mediática. En ambos casos, la recopilación puede tener vinculación con cuestiones ideológicas —con el objetivo de mostrar ciertos memes desfavorables para determinados actores políticos— pero también con las dinámicas de producción de los periodistas que podrían tomar, bien los memes que han llegado a su alcance, o bien los que eran más fáciles de encontrar por su repercusión. En otros casos, la selección puede tener que ver con la voluntad de equilibrar la aparición de memes de diferentes partidos o candidatos. Por último, se conjeturan diferencias entre los países en cuanto al tipo de enunciador productor del meme que es seleccionado por los medios digitales.

Sesión temática 4

More communication is always better communication? From silencing to silence as a strategy in Latin American social movements

María Soledad Segura. Universidad Nacional de Córdoba / CONICET

Among communication and politics workers and researchers in Western countries, silence has bad press and is little or nothing discussed. A priori, it is considered negative, because it is associated with the cover-up of crimes by those who perpetrated them and their accomplices -denialism-, or with the forced impediment to speak -censorship-, or with the instigation to remain silent -inducing self-censorship-, or with the historical learning of self-repression. In other words, silence is associated with the exercise of the arbitrary power to impose silence, or silence information and public expressions; the power of silencing.

The question I am answering is the following: In the current conditions of public communication, when the possibilities of expression are within the reach of almost the entire population, although not so the possibilities for their speeches to have circulation and, eventually, impact on public agenda, is "more communication" still "better communication" and is silence always the result of censorship and oppression, as liberal approaches assumed?

I argue that not all silences are equal. Not all forced or instigated silences are permanent: those who were historically silenced may cease to be silenced and assume a public voice. Nor are all silences forced or induced: silence is not always kept because it is impossible to speak. Social organizations and public institutions sometimes opt for silence as a communication strategy and victims also make selective use of silence as an identity strategy. Moreover, in this process, sometimes they also manage to make others speak who were silent in denial and complicity.

From a theoretical-normative approach to communication as a human right, I analyze different types of silences and the taking of the public word, based on the experience of Latin American social movements that bring together the most vulnerable groups: women, sexual dissidents, Afro-descendants, indigenous people and victims of dictatorships and civil wars, as well as public institutions of memory, truth, justice and peace. To this end, I conducted 25 interviews with representatives of these movements and institutions in Colombia, Brazil, Bolivia and Argentina.

Psychological wellbeing of Venezuelan journalists: (Lack of) aid and training in a challenging environment

Maria T. Soto-Sanfiel. Universitat Autònoma de Barcelona

Virpi Salojärvi. University of Helsinki

Journalism, particularly in conflict reporting, poses significant emotional challenges, with journalists often grappling with post-traumatic stress disorder and other traumas. This research delves into the emotional dimensions of journalistic practice, examining journalists' perspectives on mental health care, external support, and the imperative of emotional literacy in their training. Through semi-structured interviews with 20 Venezuelan journalists aged 30-62, this study sheds light on the emotional toll of reporting in Venezuela, where journalists face stressors such as economic uncertainty, political tensions, self-censorship, perceived repression, physical threats, natural disasters, and social unrest.

Employing interpretative phenomenology and thematic analysis, the research reveals how pervasive risks render their work emotionally taxing, compounded by challenging living conditions and emotionally draining stories that spill over into their personal and family lives. While some seek psychological or religious support, financial constraints, cultural taboos, and geographical limitations hinder therapy for others. The findings underscore the necessity of emotional training for journalists, irrespective of gender, age, experience, contract status, or religion. Such training is proposed to equip journalists with coping mechanisms, ensuring the maintenance of ethical journalism amid adversities. Recognizing and addressing journalists' emotional well-being emerges as crucial not only for their personal welfare but also for upholding journalistic standards.

Applying critical discourse analysis on the Venezuelan media discourse. The case of the 2nd round of Colombia's presidential elections in 2022

Konstantinos Thermos. University of Thessaly

Marco Rumiche Purizaca. University of Thessaly

In the last few decades, Latin America has undergone a transformative political shift known as the Pink Tide, marked by the rise of left leaning leaders. Figures such as Hugo Chávez, Evo Morales, and Rafael Correa sought to address socio economic disparities and challenge neoliberal policies. This movement yielded diverse outcomes, exemplified by Bolivia's poverty reduction under Morales. However, Venezuela faced economic challenges and instability during Chávez's tenure. Additionally, recent events, such as the rise of Pedro in Colombia, underscore the evolving political dynamics in the region. The Pink Tide's impact remains a complex interplay of progressive ideologies and governance, shaping the contemporary political landscape of Latin America.

This study examines the portrayal of the second round of the 2022 presidential elections in Colombia by the two most visited Venezuelan news websites for 2021, LaPatilla.com and ElNacional.com. Adopting Fairclough's (1995) Critical Discourse Analysis approach and focusing specifically on online news headlines the study examines the linguistic choices used by Venezuelan media to shape public opinion and construct narratives. By analyzing the discourse strategies, power dynamics and ideological biases embedded in media texts, the research aims to uncover the underlying mechanisms of power, ideology and persuasion. The paper further examines how each medium profiles candidates, presents elections, and projects or conceals specific facts, as some of the main findings also concern the general thematic areas each site decided to cover and focus on including political news, polls, threats and scandals. Furthermore, the attitude of both media is carefully observed in three periods: pre election, election day, post election. Main findings also include the frequency of articles published during this period as well as the shift in Venezuelan journalists' stance towards Pedro. The ultimate purpose of this study is to provide valuable insights into the role of the media in shaping public opinion and constructing meanings in contemporary societies.

"Más amplitud, más voces, más democracia": tensiones éticas en el sistema mediático chileno

Ana María Castillo. Universitat Internacional de Catalunya

Dino Pancani. Universidad de Chile

Esta ponencia analiza los resultados del trabajo realizado durante 2022 en el marco del convenio de colaboración "Más amplitud, más voces, más democracia", firmado entre el Ministerio Secretaría General de Gobierno de Chile y tres universidades públicas chilenas (Universidad de Chile, Universidad de La Serena y Universidad de La Frontera). La investigación revisó el ecosistema mediático chileno, sus desafíos y fortalezas, desde las voces de sus principales actores (Pancani et al, 2022).

La metodología implementada combinó estrategias cualitativas centradas en la escucha a partir de instrumentos de entrevista semiestructurada y la revisión sistemática de políticas públicas, regulación e informes internacionales referidos al quehacer de los medios y el contexto de la comunicación e información en América Latina.

Los resultados presentados en esta ponencia corresponden al análisis de dos grupos de discusión donde las y los participantes intercambiaron perspectivas en torno a la concentración de propiedad y la presión económica que viven los medios de comunicación, lo que acaba teniendo un impacto significativo en dos aspectos éticos centrales: independencia editorial y la pluralidad de voces presentadas en los mismos (Mönckeberg, 2011; Del Valle Rojas et al., 2011; Del Valle y Donoso, 2020). Además, la ponencia reflexiona sobre el problema transversal de los desafíos éticos provocados por la simbiosis entre medios, plataformas digitales y redes sociales (Gómez y González, 2022), las que son presentadas como ejes transformadores de la producción y difusión de noticias desde la perspectiva de los y las participantes en la investigación. Los principales hallaz-

gos dan cuenta de las tensiones éticas antes mencionadas, asociadas a la práctica periodística y a la composición del ecosistema mediático del país, en vínculo con la conversación pública a través de medios sociales o plataformas digitales (Berrocal-Gonzalo, Waisbord y Gómez-García, 2023), identificadas por los participantes como un elemento disruptivo y perjudicial para la democracia debido a su impacto en la polarización política del país.

Amplification, contestation, and hostile engagement with news in social media: Comparing interactions with journalistic content before and after a protest cycle

Ximena Orchard. Universidad de Santiago

Bastián González-Bustamante. Leiden University

Carla Cisternas. Leiden University

This study aims at explaining the effect of an intense cycle of protests in the way audiences engage with news produced by legacy and alternative media outlets. We do so by comparing users' interactions with journalistic content produced and shared by a group of 22 news organizations in Twitter (currently rebranded as X) before and after the outbreak of the intense cycle of demonstrations known as Chilean social uprising (estallido social).

We test differences in news amplification dynamics -measured in the forms of shares- as well as in news contestation dynamics, measured in the volume and level of hostility observed in the replies posted to news content published by these media organizations in the platform. Although some studies have explored news sharing patterns in such contexts (Aruguete & Calvo, 2018; Luna et al., 2022), we go beyond to delve into news contestation dynamics, exploring replies as a key space for contesting journalistic content, and for the expression of hostile and toxic behaviour in reaction to news content about the protests.

Everyday actions such as liking, sharing, or commenting on the news, although "small acts of engagement" (Picone et al., 2019), serve as material traces of social media users' interactions with news. These popularity cues have an evaluation quality and are used as indicators of the relevance assigned by audiences to journalistic content in academic research (Ferrer-Conill et al., 2023; Haim et al., 2018) and journalistic practice (Belair-Gagnon, 2019).

Periods of socio-political upheaval are critical events where professional media outlets decrease their ability to shape the news agenda (Bright, 2016). Indeed, extended cycles of protest have been found to have a detrimental impact on the credibility that audiences assign to journalists and traditional media (Zhang & Jenkins, 2020; Jiménez-Martínez, 2021; Orchard & Fergnani, 2023).

Our dataset spans for 6 months (July 1st, 2019, to January 31, 2020), 3 months prior and 3 months following the outbreak of the 2019 Chilean protests. A difference-in-differences (DiD) analysis

was conducted to estimate and compare the effects of the protests in the types of interaction that audiences establish with the news produced by these two groups of media outlets.

Our findings suggest that the cycle of protests had differentiated consequences for how users interacted with legacy and alternative news organisations. These changes are not only related to which contents are favoured or shared, but also with the intensity of the negative emotional responses elicited by news. Although the interactions with both groups of media organisations increase in a context of heightened political activity, alternative media becomes comparatively more amplified during the protests, whereas legacy media content is comparatively more contested: their content trigger more replies, which are more negative and contain higher toxicity levels.

Sesión temática 5

Política digital y cobertura mediática en la protesta. Estudio del caso cubano

Luis Yaim Martínez-Acebal. Universidad Iberoamericana Ciudad de México

Las redes sociales han introducido una nueva oportunidad, a los medios internacionales, de acercamiento a las fuentes noticiosas que cubren eventos de protestas sociales en regímenes no democráticos. Este planteamiento aunado a la carencia de heterogeneidad y libertad de expresión dentro de los entornos autoritarios, permite esbozar la idea de que alcanzar visibilidad mediática constituye uno de los intereses de este tipo de eventos porque aunque no consiga derribar el régimen logra comunicar la disidencia y, en la mayoría de los casos, irritar el relato oficial de la legitimidad autoritaria. Tomando como base este planteamiento, después de esbozar las implicaciones prácticas y académicas que las protestas representan para los autoritarismos en tiempos de redes sociales, esta investigación analiza si la política digital del presidente cubano Miguel Díaz-Canel se manifiesta en la cobertura que medios periodísticos internacionales seleccionados hicieron sobre los movimientos de protesta iniciados el 11 de julio de 2021 y se extendieron hasta el 15 de noviembre del propio año en Cuba. Los 10 medios seleccionados, todos en idioma español, cumplieron una serie de condiciones establecidas que fueron desde su prestigio hasta las cantidades de búsquedas globales y de suscriptores. La muestra quedó establecida en 105 noticias y 620 tuits emitidos desde la cuenta @DiazCanelB.

A través del análisis de contenido y la ayuda del software NVivo, se recapitulan dichos mensajes y se analiza el contenido de los mismos, la frecuencia y la temática, estableciendo el porcentaje total y parcial, además de las correlaciones entre ambos corpus de estudio. La evidencia sugiere que Twitter, dentro de Cuba, se reafirma como un canal de difusión y una herramienta de comunicación de amplio uso por el gobernante. Una aseveración, que aunque parezca categórica es interesante debido a que es difícil encontrar manifestaciones de este tipo en otros escenarios porque, por ejemplo, Vladimir Putin, Xi Jinping o Kim Jong-un, líderes autocráticos de Rusia, China y Corea del Norte, respectivamente, no cuentan con perfiles dentro de esta red social. Por lo tanto, el mandatario caribeño fue una de las fuentes mayormente empleadas por los medios internacionales en la cobertura noticiosa de las protestas cubanas de 2021.

Seguimiento de las recomendaciones éticas para la cobertura del cambio climático en los informativos diarios de las cadenas nacionales de televisión en España

Maite Mercado Sáez. Universitat de València

Carmen del Rocío Monedero Morales. Universidad de Málaga

El adecuado relato periodístico sobre las causas, impactos y soluciones del cambio climático forma parte de la 'Acción por el clima', uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) aprobados por Naciones Unidas en 2015: el ODS número 13 que, entre otros propósitos, impulsa la educación y sensibilización respecto a la emergencia climática. Carvalho y Burgess (2005, p. 1467) destacaban la representación en los medios como un factor significativo para el establecimiento de la agenda de las audiencias en relación con temas como el cambio climático y, más importante todavía, en la configuración del conocimiento y las percepciones sobre el fenómeno. En este contexto, esta investigación analiza la cobertura periodística en televisión de la 27ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP) desde la perspectiva ética de la comunicación responsable y la autorregulación profesional (Aznar, 2005). Las COP son uno de los eventos internacionales de alto impacto que acaparan la atención de los medios, son "focusing events" (Liu et al., 2011, p. 407) que se convierten en picos de interés en la evolución de la cobertura periodística del cambio climático. Su naturaleza política además potencia su interés debido el lugar preeminente de esta en la agenda mediática en general y en la del cambio climático en particular desde mediados de los ochenta del siglo pasado. La muestra televisiva obedece a que este medio es uno de los utilizados con más frecuencia por la ciudadanía para informarse sobre el cambio climático, según el Informe Reuters 2022.

Los objetivos son, en primer lugar, determinar las recomendaciones básicas para informar sobre cambio climático a partir del análisis comparado de las guías específicas publicadas desde 2009. En segundo lugar, comprobar si los principales espacios informativos de las cadenas de televisión españolas de ámbito nacional tienen en cuenta estas recomendaciones deontológicas en la cobertura de la Cumbre del Clima celebrada del 6 al 19 de noviembre de 2022 en Egipto (COP27). La revisión de las principales guías publicadas por distintos organismos e instituciones académicas permite establecer las pautas generales que deberían seguir los medios y que constituyen las categorías del análisis de contenido efectuado de la segunda edición de los informativos de las cadenas de televisión españolas TVE, Antena 3, Telecinco y La Sexta durante la celebración de la cumbre. Los resultados muestran la enorme diferencia entre la amplia cobertura de la televisión pública (TVE) y la casi indiferencia de las privadas: sin apenas presencia, el grado de cumplimiento de las recomendaciones es escaso. Limitándose a informar sobre la inauguración y la clausura de la más importante cumbre internacional sobre el mayor riesgo global para la humanidad es imposible considerar los aspectos que sugieren tratar los periodistas especializados y expertos en comunicación del cambio climático. Las cadenas privadas españolas desaprovecharon la celebración de la COP27 como uno de los eventos internacionales a gran escala que atraen la atención del público de todo el mundo y que constituyen oportunidades cruciales de deliberación para las partes interesadas en la política del cambio climático y también oportunidades valiosas para informar a la ciudadanía sobre ello.

Este estudio forma parte del Proyecto “Ética y Autorregulación de la Comunicación Social: Análisis de contenido de los Códigos Éticos de 2ª Generación y elaboración de Protocolos y Guías para su implementación”, financiado en el Plan Estatal de Investigación Científica, Técnica y de Innovación (Referencia PID2021-124969NB-I00).

El tratamiento de la juventud en los medios de comunicación: análisis y valoración de los códigos deontológicos nacionales e internacionales en un contexto precario e incierto

Eva Jiménez Gómez. Universidad Rey Juan Carlos
Juan Carlos Suárez Villegas. Universidad de Sevilla

Las teorías de la comunicación clásicas atribuyen a los medios de comunicación tradicionales un papel fundamental en la formación de la opinión pública, por lo que es importante tener en cuenta tanto lo que comunican o no comunican (agenda-setting) como la forma en que comunican o enfocan los temas (framing).

Conscientes de este hecho, profesionales y académicos han reflexionado durante mucho tiempo sobre la responsabilidad de los medios, con el fin de causar el menor daño posible a colectivos especialmente vulnerables, esfuerzos que se han traducido en la publicación de códigos deontológicos, por un lado, y obras académicas y divulgativas sobre la materia, por otro.

La irrupción de la denominada Sociedad de la Información y, más concretamente, internet, parece haber puesto en cuestión el papel tradicional de los medios de comunicación y, probablemente con ellos, las formas habituales de afrontar las cuestiones ético-deontológicas. En este sentido, los especialistas en la materia han encontrado diferencias importantes entre los denominados códigos deontológicos de primera generación y códigos deontológicos de segunda generación.

Las sucesivas crisis experimentadas en los últimos años, desde la crisis económico-financiera de 2008 hasta el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, pasando por la crisis provocada por la pandemia del COVID-19 o la “emergencia climática”, inducen a los autores a pensar que podría ser conveniente replantearse otras formas de detectar y plasmar los deberes de los profesionales de la comunicación.

Si se tiene en cuenta además que los más jóvenes parecen haber perdido el interés en los medios tradicionales en favor de las redes sociales o los denominados “medios sociales”, puede ser necesario encontrar nuevas formas de verbalizar y manifestar el compromiso de los medios, tradicionales o sociales, hacia los más desfavorecidos, como un paso previo para la acción responsable. Esta comunicación parte de un paso imprescindible, como es la recopilación y análisis de los códigos deontológicos centrados en el tratamiento de los medios sobre la juventud, para posteriormente valorar su grado de relevancia y utilidad en un entorno precario e incierto como el actual. Todo apunta que se requieren nuevas formas de abordar las cuestiones deontológicas de la comu-

nicación, donde los sujetos de la noticia y los receptores de las mismas han dejado de ejercer un papel meramente pasivo para adoptar un rol mucho más activo y participativo.

Esta comunicación forma parte de un proyecto de investigación más amplio liderado por Hugo Aznar Gómez y titulado Ética y Autorregulación de la Comunicación Social: Análisis de contenido de los Códigos Éticos de 2ª Generación y elaboración de Protocolos y Guías para su implementación (Referencia PID2021-124969NB-I00).

Media discourse and the normalization of the far right in South America: The coverage of Jair Bolsonaro and Javier Milei by the Brazilian mainstream press

Pedro Camelo. Uppsala University
Juliana Gagliardi. Fluminense Federal University

The election of former president Jair Bolsonaro in 2018 has firmly inserted Brazil into a recent, global research agenda that has reflected on an emerging, “new” radical right which has been threatening democratic institutions and values. With significant differences, Argentina has been put through a similar process since the 2023 election of anarcho-capitalist Javier Milei. Globally, many recent studies have emphasized the harmful tolls of far-right agitation in public discourse, as exclusionary ideologies and anti-democratic demands seem to have become particularly, and increasingly, salient. Whether framed as an emerging right-wing populism, illiberalism or the far right, this heterogeneous but burgeoning political cluster has cast definite tolls in democracies around the world.

Accordingly, this study reflects upon recent developments triggered by the rise of the far right in contemporary South America, particularly the changes in public discourse underpinning – and fostered by – the rise of a novel radical right. As a means to reflect on such discursive change, we reflect on the mainstreaming and normalization – here understood as “the transformation of norms of public expression and [the] ways in which contemporary public discourse reflects and represents, as well as imagines, social relations” (Krzyzanowski, 2020) – of the far right in two countries (Brazil and Argentina) of the region. While the damage triggered by far-right pundits like Jair Bolsonaro and Javier Milei is not to be understated, this study aims not to solely attribute the normalization of authoritarian demands to omnipotent ultraconservative or ultraliberal actors. Instead, we are particularly interested in exploring the complex relationship between media and far-right politics; namely, understanding the role of local media actors in this process. In this direction, we draw from existing literature and analyze news texts in order to reflect on the relationship between the Brazilian mainstream media and former president Bolsonaro. Subsequently, we proceed to inquire into the coverage of Milei by focusing on texts published immediately before and after his election by some of the most important outlets of the Brazilian press. We argue that neoliberalism has played an important role in the normalization of Bolsonaro by the Brazilian mainstream media, and are particularly interested in observing if similar or diverging patterns are to be found in their incipient coverage of Milei.

Sesión temática 6

Presencia de la desinformación en los medios de comunicación: percepción del público español

Tatiana Mukhortikova. Universitat de València
Guillermo López-García. Universitat de València
Dolors Palau-Sampio. Universitat de València

Considerada uno de los principales problemas de la actualidad (Bennet y Livingston, 2020), a lo largo de la última década la desinformación ha estado en el enfoque de los investigadores en el ámbito internacional (Bennet y Livingston, 2020) e iberoamericano (Gómez, 2013; López et al., 2023). En España, los estudios recientes revelan un alto grado de la desinformación que ha sido detectada en temas tan diversos como la política (Llorca et al., 2021) o la salud (Espinoza y Mazuelos, 2020).

En este contexto, nos parece interesante estudiar la percepción del problema de la desinformación desde el punto de vista de los propios usuarios de los medios de comunicación, acudiendo a la encuesta. La encuesta se ha realizado en diecisiete comunidades autónomas, aplicando los filtros: el género, la edad, el tamaño de la población, el nivel de estudios, el autopoicionamiento político y el posicionamiento frente a la religión.

Los resultados indican que más del 90% de los encuestados consideran la desinformación un problema importante. Su origen se vincula principalmente con las redes sociales y las páginas Web de noticias falsas. Sin embargo, un porcentaje considerable de los entrevistados relaciona la desinformación con los partidos políticos y sus dirigentes. Los participantes de la encuesta señalan las redes sociales y el mundo de la política como los ámbitos que generan más desinformación. En opinión de los entrevistados, la aparición de las redes sociales y los influencers han contribuido considerablemente a la desinformación. La mayoría de las personas entrevistadas acuden a las aplicaciones de mensajería y las redes sociales en busca de la información, a pesar de haber detectado la desinformación en estos medios.

La actividad en redes de los medios y periodistas en la campaña electoral del 23-J en España: riesgos de la interacción con las audiencias

Urko Peña Alonso. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Simón Peña Fernández. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Ainara Larrondo Ureta. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Koldobika Meso Ayerdi. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

Esta investigación se ha desarrollado en el marco de la actividad científica del Grupo de Investigación Consolidado 'Gureiker' (Sistema Universitario Vasco, cod. IT1496-22) y ofrece resultados derivados de un proyecto de I+D (TED2021-130810B-C22, Ministerio de Ciencia e Innovación), apoyado por la Comisión Europea a través del programa Next Generation EU/PRTR. La investigación ha tenido como objetivo central detectar discursos de odio y/o elementos de acoso a periodistas y medios en contextos dialógicos caracterizados por altos niveles de polarización. A este respecto, se ha tomado como caso de estudio la conversación pública digital generada al calor de las últimas elecciones generales presidenciales en España, celebradas el 23 de julio de 2023. La muestra del estudio quedó conformada por algo más de sesenta mil respuestas enviadas a través de X (Twitter) a doscientos periodistas (n= 30.895) y medios de comunicación (n= 29.789) en los días anteriores y posteriores a la celebración de la jornada electoral del 23-J.

En los días previos a dicha jornada, casi la mitad de la población española evidenció un uso masivo de las redes sociales, entre ellas Twitter, siendo los votantes de los partidos situados en los extremos ideológicos (Vox y Sumar) los que más utilizaron estas plataformas sociales (CEMOP, 2023). El estudio parte de la premisa de que los contextos informativos y de polarización política acrecientan las posibilidades de ataque a los profesionales del periodismo. Asimismo, parte de la constatación de que este acoso presenta una dimensión personal, más que profesional, siendo las cuentas individuales de los periodistas las principales afectadas, en comparación con las cuentas institucionales de los medios (RSF, 2018).

Los resultados del análisis arrojan luz sobre cuestiones que permanecían inexploradas hasta la fecha, lo que encierra un avance y permite contribuir respecto a los estudios anteriores encargados de constatar la existencia de acoso y discursos de odio hacia los periodistas y los medios. En este sentido, la investigación profundiza en la intensidad del acoso y el discurso de odio hacia la profesión periodística, además de visibilizar los temas con mayor capacidad para generar discursos de odio en un contexto específico de campaña electoral, marcado también por un particular interés informativo. Asimismo, el estudio arroja datos de interés en función de otras variables relevantes en el contexto del estudio, como el género y la ideología política.

Aproximación a la figura del “periodista activista” en redes sociales: nuevas tendencias y oportunidades en el contexto de la Agenda 2030

Ainara Larrondo. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

Julen Orbegozo Terradillos. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

Ángela Alonso Jurnet. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

Urko Peña Alonso. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

Con cierta perspectiva temporal, es posible reconocer que el desarrollo de la Agenda 2030 y la incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (ONU, 2016) a la filosofía de los medios informativos ha establecido nuevas dinámicas dentro de la profesión periodística, tanto a nivel de estrategia, como de trabajo con los contenidos. En este contexto, adquieren cada vez más importancia conceptos como “periodismo de soluciones” o “activismo periodístico”. Ambos términos simbolizan el interés por centrar el foco público en asuntos invisibilizados, o con tratamientos informativos poco adecuados, lo que permite denunciar todo tipo de injusticias o inadecuaciones sociales y políticas (Olesen, 2008). La convergencia de los roles de periodista y activista ha sido examinada por diversos autores (Russell, 2017), si bien se parte de la necesidad de hacer converger también los valores de objetividad e imparcialidad en las aproximaciones informativas de cariz reivindicativo, activista o concienciador (Russell, 2017). Se percibe así en muchas empresas de comunicación un especial interés por fomentar acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a partir de los ODS, así como acciones de promoción de la marca del medio para identificar ésta con valores de sostenibilidad, igualdad de género y social, etc. El periodismo se define a sí mismo como profesión con una clara función social, de ahí que quienes se encargan de su ejercicio, de manera autónoma (freelance) o en el contexto de las redacciones, se vean interpelados a acercarse a roles como el del “periodista activista”.

A este respecto, las redes sociales resultan de gran relevancia, puesto que permiten dar cabida a las contribuciones de los/las periodistas, ya sea de manera espontánea o a título personal, ya sea de manera alineada con los intereses informativos y editoriales del medio de comunicación para el que trabaja. De hecho, el estilo moderno y dinámico de las redes sociales con mayor impacto, caso de X (Twitter), Instagram y Tik Tok (Wu, 2019), encuentra un maridaje casi perfecto con el tratamiento de temas vinculados a las reivindicaciones sociales y al activismo de género y medioambiental. Los/las periodistas tienden a mantener las prácticas de objetividad en redes sociales, si bien la personalización de los perfiles de los periodistas ha supuesto desde hace más de una década un reto de la negociación de los roles profesionales, al menos en el contexto de las empresas de medios (Hermida, 2013). No en vano, los perfiles digitales tienden a ser utilizados por los periodistas con una perspectiva claramente más personal y crítica (Larrondo y Alonso, 2023).

A partir de este contexto, esta comunicación ofrece resultados de una investigación desarrollada por miembros del Grupo Consolidado ‘Gureiker’ (IT1496-22, Sistema Universitario Vasco) sobre el perfil del periodista activista. Para ello, el estudio ha examinado las características, actividad y difusión, capacidad de engagement y redes de más de una treintena de cuentas de periodistas freelance o empleados por medios de comunicación, autodenominados como “activistas” en re-

des sociales -X (Twitter), Instagram y TikTok-, a partir de su actividad en dos lenguas mayoritarias (castellano e inglés) y una lengua minorizada (euskera). El estudio ofrece conclusiones que permiten reflexionar sobre el nivel de madurez del perfil del “periodista activista”, su nivel de impacto o capacidad de movilización, así como la aportación de este rol a la visibilización, concienciación y debate público digital sobre determinadas problemáticas.

Digital news building common ground in insecure democracies: An audience analysis in Argentina, Brazil and Colombia

Vanessa de Macedo. Texas State University

Higgins Joyce. Texas State University

South America is experiencing increased political polarization, prompting questions of media’s role in inciting divisions. While many researchers target causes of division and polarization, this study considers how news media can foster social connections. Journalism in Argentina, Brazil and Colombia is marked by a highly-concentrated media landscape, with privately owned news media in the hands of few with close ties to the political elites, discouraging diverse voices. More recently, the three countries are experiencing transformations with the proliferation of digital and social media. This study analyzes the societal function of journalism with the shift in news media landscape and within a polarized political environment, focusing on correlation of diverse groups in society.

Studies found that news media is successful in bridging communities, expanding individual agendas into common ground. Less is known of how this function works online and in insecure democracies experiencing polarization. Considering the greater range of news availability that audiences in South America are experiencing, this study analyzes how audience’s reasons for accessing their preferred news source relate to influences of issue agenda prioritization.

H1: Increased use of digital news corresponds to increased consensus between lower and higher education attainment subgroups regarding issue agendas in (a) Argentina, (b) Brazil and (c) Colombia

RQ1: How do the reasons for accessing news interact with education in prioritizing specific issues to be addressed?

This study relied on a survey conducted in July 2020 with a nationally sampled panel of residents of Argentina (n=321), Brazil (n=315) and Colombia (n=320). To answer H1, educational attainment was dichotomized into lower and higher, digital news media use was categorized into low, medium and high use and the open-ended question “What is the most important problem/issue facing your country today?” The answers were post-coded into “Covid-19/ Health,” “Economy,” “Corruption,” “Presidency/ Government,” “Unemployment,” “Inequality,” “Disinformation/ fake news,” “Poverty,”

"Hunger." Agreement between lower and higher education groups was measured with Spearman's rho. RQ1 relied on a factor analysis of a 25-item question asking their importance when selecting news. The three extracted factors were "Interactivity/ Style," "Quality news," and "Format/ Ease of access." It then conducted a binary logistic regression testing for the relationship between reasons for accessing news and education on perception of COVID-19 as most important issue.

It found strong support for the consensus building hypothesis. As lower and higher educational attainment increased their digital media use, correlations on the priorities of issues increased. This study found that when reason for accessing news "Interactivity/Style" agrees with educational attainment, the probability of stating Covid-19 as most important issue decreases.

When "quality of news" agrees with educational attainment, the probability of stating Covid-19 increases, And it found no significant interaction for "access" as a reason. These findings indicate that, while South Americans are experiencing a fragmented news environment in a context of high polarization, digital news can still act as a bridge in bringing audiences with different education attainment closer together in consensus. It also points to the need of understanding the relationship between news choices and their effects.

Critical discourse analysis on Pluralism in the EU: The case of the European Media Pluralism Monitor

Juan Antonio Pavón Losada. Universidad de Sevilla

From a critical perspective, the framework of postmodernism and the rise of postcapitalist framings, we analyse in this paper the discourse on pluralism focusing in the pluralism policies evaluation tools implemented in the EU. This is done by a combination of methodologies as bibliographical review, case study and a critical discourse analysis. The paper will identify propositions and frame reproduction behind the methodologies and evaluation results around how pluralism is built in the European Union and how it is embedded in good, or bad, governance strategies.

With a Top-bottom approach, in this paper we are examining how the EU traditional and new media interact with political and economic elites as well as citizenship when building the public opinion and the general interest. Further, how these relationship influences cascade activation of interpretative framing in key aspects as censorship, clientelism, populism, and media ownership concentration amongst other pluralism component. With this goal in mind we will be analysing the role of EU institutions in this regard, and the current institution that undertakes the agency of this institutional "public" competence, and the role of the agent of the pluralism evaluation in Europe, the European University Institute, a private organisation that runs the European Media Pluralism Monitor, this report being the object of study.

Based on these elements, we also compare the pluralism evaluation system with other policy eva-

luation tools as the European Semester where the European institutions enjoy the same level of no competence. The tentative results draw a situation, despite the efforts for pretending otherwise, in which the evaluation of pluralism showcase no real political will to establish a sound and effective "habersian" public sphere that would represent a real dialogue between hegemonic power and citizenship, deepening in the problems that EU institutions face on the empowerment of citizens in pluralism and thus, democracy.

With this comprehensive approach we will identify the proposition behind the official discourse that would highlight real relationships of power, ideology and real policy agendas, helping us to define how pluralism in Europe is work on the basis of a non-explicit but fully operative ideological bias. Tentative findings helps us unveiling these propositions as methodological inaccuracies, responsibility delegation, budget allocation or policy making hierarchy.

The identification of these macro and micro propositions will also helps us examine how permissive the EU policy and political systems are with post truth, misinformation or fake news despite the apparent efforts of institutions for promoting pluralism, and how the tentative ineffective of a system not built for work enhances the negative of these issues undermining democracy, good governance and the common good. By identifying these flaws, the paper also expects to lay the foundations of a new systems that would contribute to a more solid public sphere, as well as minimize the impact of misinformation and empower citizens in undertaking informed decisions within democratic processes.

"Acá y allá": Un acercamiento a la dimensión ciudadana de la diáspora latinoamericana en España

Raquel Tarullo. Universitat de València

Francisco Albarello. Universidad Austral

Estudiar las dinámicas de consumo informativo es altamente relevante y necesario, al menos por dos motivos: por su incidencia en modificar el sistema mediático como por su influencia en la vida democrática de una sociedad (López García, 2006). Estar informados es observado como "un ejercicio pleno y responsable de la ciudadanía" (Casero-Ripollés, 2012, p. 156), al afectar en las cuestiones relacionadas con la participación política de la misma (Barredo Ibáñez et al., 2018). El consumo de información de calidad no sólo se convierte en una dimensión esencial para el funcionamiento de una sociedad democrática sino que, a la vez, es basamento de la inserción de la ciudadanía en la esfera pública y de su participación comprometida con los asuntos de interés general (Dahlgren, 2018).

En parte por ello, en los últimos años se han incrementado los reportes sobre las nuevas formas de consumir contenidos y noticias en distintos países (Newman et al., 2023). Asimismo, distintas

investigaciones han abordado la misma temática focalizándose en diversos grupos poblacionales. En España, se han estudiado—por ejemplo—los consumos informativos del estudiantado universitario (Catalina-García et al., 2019; Herrero-Diz et al., 2019), de los adultos mayores (González-Oñate et al. 2015; González-Neira et al., 2023), de los sectores juveniles (Casero-Ripollés, 2012, Catalina-García, García y Montes, 2015; Lagos-Vázquez, et al., 2016) de la comunidad gitana (Marques Gonçalves, 2020). Sin embargo, no se conocen estudios que analicen los consumos informativos como tampoco las prácticas de participación política de las comunidades de inmigrantes de América Latina en España, a pesar de ser la más voluminosa (OPI, 2022).

Aunque lleva décadas de crecimiento continuo, esta diáspora ha sido escasamente estudiada en todos los campos (Retis, 2011). En lo que respecta a los medios de comunicación, los escasos antecedentes sobre esta materia datan de principio de siglo y se focalizaron en dos líneas: una abocada a estudiar la representación de la inmigración latinoamericana en las noticias (Igartua y Humanes, 2004) y la segunda a detallar el nacimiento y posterior desmoronamiento de los medios de comunicación latinos en España (Suárez Navaz et al. 2019). Sin embargo, no se conoce cómo se informan ni cuáles son los contenidos que prioriza esta diáspora en sus dietas informativas.

Con el objetivo marco de estudiar la dimensión ciudadana de la diáspora latinoamericana en España, esta investigación explora en las prácticas de consumo informativo de este colectivo en España y se pregunta en qué medida este sector de la población se siente parte de la esfera pública. Para ello se realizó una triangulación metodológica de técnicas cuantitativas (encuestas) y cualitativas (entrevistas semiestructuradas) a miembros de este colectivo. Los resultados preliminares indican que, la presencia de medios latinos en España es escasa. Además, el tiempo de residencia en España y el involucramiento político personal incide en las maneras de informarse y en los contenidos elegidos. Por otra parte, las tecnologías digitales inciden en la transnacionalización de prácticas sociales, culturales y políticas.

Panorama de los organismos reguladores del audiovisual en el contexto iberoamericano. La experiencia del Consejo del Audiovisual de Andalucía

Mar Ramírez Alvarado. Universidad de Sevilla

Es indudable la valiosa contribución de un sector audiovisual fuerte y competitivo en el desarrollo de las regiones. Además de estar vinculado al entretenimiento y al ocio, el audiovisual es neurálgico para la economía, el empleo y la preservación de la identidad cultural. La irrupción de las nuevas tecnologías en este ámbito ha modificado notablemente el panorama y esta coyuntura de convergencia tecnológica ha estimulado la puesta en marcha de marcos regulatorios del audiovisual ajustados a las sociedades democráticas y al Estado de Derecho.

Este papel motor del sector audiovisual público y privado es importante también en la salvaguarda

de los valores democráticos. Por tanto, es necesario garantizar su libertad y legítimos intereses en equilibrio con los intereses generales y derechos de la ciudadanía. De allí que el audiovisual haya requerido en las últimas décadas de una legislación específica y diferenciada.

Es en este contexto en el cual se ponen en marcha organismos reguladores del audiovisual independientes de los poderes económicos y políticos. En Europa y desde otras instancias internacionales como la Unesco, por ejemplo, se instó a los Gobiernos a incluir disposiciones en sus legislaciones y medidas en sus políticas públicas orientadas a la creación de autoridades reguladoras en la materia que pudiesen cumplir sus misiones de forma idónea, neutral y transparente.

La comunicación que se propone hace un recorrido por el surgimiento de estas entidades reguladoras como instituciones destinadas, por una parte, a garantizar el pluralismo, la objetividad y la libertad informativa y, por otra, a regular los contenidos emitidos y estar atentos al cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad, entre otros aspectos, siempre bajo el paraguas de la libre competencia en el sector audiovisual.

Aunque se centra en España, se hará mención al ámbito euromediterráneo y latinoamericano. De forma especial se hará mención a la creación, de acuerdo a la Ley 1/2004 de 17 de diciembre, del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), órgano de extracción parlamentaria que ha desarrollado a lo largo de estos años una labor pionera en el cumplimiento de las funciones y actuaciones que serán detalladas en este trabajo.

Las principales conclusiones demuestran el valor de la existencia de organismos reguladores como el CAA en el ejercicio de sus competencias a través del desarrollo de informes preceptivos, mediación y arbitraje, expedientes sancionadores, informes sobre contenidos emitidos en televisiones locales y autonómicas, Oficina de Defensa de la Audiencia, promoción de la igualdad de género, salvaguarda de los derechos de menores y de los jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos, informes y publicaciones vinculados al audiovisual, entre otros aspectos.

Sesión temática 7

La actividad política de la ciudadanía en los medios europeos. La cobertura informativa de las manifestaciones civiles ante el conflicto palestino-israelí

Andrei Theodor Stamate. Universidad de Sevilla

Concha Pérez Curiel. Universidad de Sevilla

La situación geopolítica entre Palestina e Israel se remonta a mediados del siglo XX, en 1948, pero es en el siglo XXI cuando la prensa, en un contexto de polarización y crispación política mundial, actúa como actor protagonista. Los medios de comunicación, en un escenario de crisis internacional, conflictos bélicos y desinformación, son los principales responsables de informar con transparencia y calidad periodística. Esto forma parte de un proceso de educación mediática que fortalece la visión crítica de una ciudadanía cada vez más expuesta al impacto digital.

En un escenario dominado por el avance de la tecnología, la desinformación campa en el discurso de actores políticos ante los conflictos bélicos. En paralelo, la invisibilidad de la ciudadanía en las redes difiere de la actitud de movilización y protestas que eleven su voz ante instituciones y gobiernos.

En el marco de la invasión israelí en Gaza, iniciada a raíz del ataque del grupo paramilitar árabe Hamás el 7 de octubre del 2023, los medios necesitan reforzar unas pautas informativas que expliquen los hechos, describan el contexto y verifiquen las marcas de desinformación y bulos provocados por las fuentes. Especialmente en un momento convulso donde el conflicto ha causado numerosas manifestaciones ciudadanas, marcadas por la polarización y el apoyo a las partes enfrentadas.

Aplicando una metodología de análisis de contenido de enfoque cuantitativo y cualitativo, esta investigación analiza noticias de la sección de internacional de las cuentas digitales de cuatro medios europeos de referencia y de mayor tirada: El País (elpais.com), Le Monde (www.lemonde.fr), Corriere della Sera (www.corriere.it) y Süddeutsche Zeitung (www.sueddeutsche.de). El objetivo es localizar las marcas de calidad en el tratamiento informativo de las manifestaciones ciudadanas frente al conflicto palestino-israelí.

Sobre una muestra de 150 textos publicados por estos periódicos durante una franja temporal que abarca los cien primeros días de conflicto, desde el ataque de Hamás (07-10-2023) hasta el día 15 de enero de 2024, se aplican indicadores relativos a la agenda temática (issue frame), las estrategias (game frame) o la localización de figuras retóricas asociadas al lenguaje de las emociones, la propaganda y la desinformación. Todos estos datos se codifican mediante el uso de la herramienta estadística SPSS (versión 28).

Un avance de resultados pone de relieve que, en la cobertura informativa del conflicto y de las manifestaciones ciudadanas, los medios de comunicación le dan más importancia en los titulares a las fuentes institucionales y gubernamentales que a la propia ciudadanía. Además, se observan marcas de desinformación y sesgo ideológico en los textos publicados por los medios, provocado por un proceso de verificación cuestionado.

Las primeras conclusiones indican que la cobertura de las manifestaciones ciudadanas relativas al conflicto palestino-israelí ocupa un lugar secundario frente a otros temas y actores de la agenda mediática y no responde a los principios fundamentales de la calidad periodística. Este artículo está vinculado al proyecto de I+D con referencia PID2020-119492GB-I00 financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/ y "FEDER Una manera de hacer Europa".

Televisión pública, naciones e identidades: La influencia de factores identitarios sobre el consumo de la televisión pública vasca (ETB)

Jaume Doménech. Universitat de València

Lidia Valera-Ordaz. Universitat de València

Los medios de comunicación son la principal fuente de exposición a la diversidad política que posee la ciudadanía, junto con las relaciones interpersonales (Mutz y Martin, 2001). En este sentido, los servicios públicos de radiotelevisión resultan fundamentales para proporcionar información periodística de calidad: su papel es garantizar la independencia editorial y la autonomía periodística, promover la diversidad cultural y servir de forma transversal a toda la ciudadanía, con independencia del poder político y sus intereses. Sin embargo, esta misión de servicio público no siempre se despliega con la eficacia deseada. En el caso español, por ejemplo, las audiencias perciben las distintas corporaciones públicas de radiotelevisión -RTVE y también los servicios autonómicos- como entes politizados (Azurmendi; Muñoz-Saldaña; Ortega-Mohedano, 2018) e instrumentalizados por el poder político (Arriaza-Ibarra, 2013). Es decir, la ciudadanía percibe que los gobiernos ponen a los medios públicos al servicio de sus intereses.

Diversos estudios previos señalan que la exposición a RTVE está influida por la ideología y el partidismo de las audiencias (Humanes, 2014; Humanes y Valera-Ordaz, 2023, Doménech-Beltrán, en prensa). No obstante, en algunos contextos mediáticos, como el caso de Cataluña, las posiciones en torno a la identidad nacional o a la independencia explican de manera más precisa el fenómeno de la exposición selectiva que las posturas en el tradicional eje izquierda-derecha (Valera-Ordaz, 2018; 2023; Sintés-Olivella et al., 2023). Es decir, la identidad nacional y el apoyo a la independencia son predictores más importantes de consumo de la radiotelevisión pública que otro tipo de factores. Sin embargo, el resto de operadores públicos de carácter autonómico no ha sido explorado por la literatura, y desconocemos hasta qué punto las creencias políticas y los factores identitarios influyen en su consumo.

Este trabajo analiza la influencia de las variables identitarias (voto a partidos nacionalistas, identidad nacional, sentimiento nacionalista, lengua materna, origen, etc.) en la exposición a la televisión pública vasca (ETB) durante un periodo de 11 años (2009-2020). Las regresiones logísticas aplicadas a cuatro estudios postelectorales del CIS relativos a las elecciones vascas del 2009,

2012, 2016 y 2020 indican que votar a un partido nacionalista y sentirse exclusivamente vasco son los principales predictores de consumo de ETB, por encima de otros factores objetivos como la lengua materna o el lugar de nacimiento. Esta segregación identitaria de las audiencias evidencia que la capacidad de crear exposición transversal de ETB es limitada, lo que compromete la misión de servicio público de la televisión pública vasca.

El sistema mediático colombiano en el siglo XXI: Nuevos medios, viejos problemas

Diego García Ramírez. Universidad del Rosario

Un sistema de medios responde a las particularidades históricas, políticas y económicas de cada país. Su funcionamiento está condicionado por las relaciones de poder dentro de las cuales se desarrolla y configura; es decir, se construyen dentro de marcos sociales, políticos, históricos y económicos particulares. Por estas razones, el propósito de este trabajo es describir y analizar el sistema mediático colombiano contemporáneo. Para ello, se realizará un recorrido histórico, explorando los actores e instituciones que han participado e intervenido en su desarrollo y funcionamiento. Con ello se busca discutir cómo a pesar de la proliferación de medios nativos digitales, y a las facilidades para la producción y la circulación de contenidos informativos a través de internet y las redes sociales, el actual sistema mediático colombiano se caracteriza por un alto grado de concentración, tanto en la propiedad de los medios como en los lugares donde se produce la información; además, buena parte del periodismo que se produce en el país sigue ligado a poderes políticos y económicos que históricamente han instrumentalizado los medios de comunicación.

Si bien los medios nativos digitales han ganado relevancia en los últimos años, son los medios tradicionales propiedad de los grupos grandes económicos los que siguen controlando el flujo de información y continúan siendo los principales referentes informativos para las audiencias. No cabe duda que los medios nativos digitales desempeñan un papel importante en el actual sistema de medios, pues la mayoría de ellos pertenecen a los propios periodistas, apuestan por un periodismo alternativo y a nuevos modelos de financiación que no los lleve a depender de la publicidad o la pauta oficial, proponiendo agendas alejadas de los poderes e intereses tradicionales. Pese a lo anterior, los medios nativos siguen atados a las agendas urbanas centralizadas en las principales ciudades y con un consumo limitado a ciertas audiencias; por tanto, el reto sigue siendo ampliar su alcance y cobertura. En conclusión, en el sistema mediático colombiano del siglo XXI persisten algunas características históricas: la instrumentalización de los medios y el periodismo por parte de los poderes políticos y económicos; la concentración en la propiedad, y la centralidad geográfica. Todo esto enmarcado dentro de los serios problemas de sostenibilidad financiera y la crisis de confianza y credibilidad que enfrentan los medios y periodistas. Sin duda alguna, estos aspectos condicionan el tipo de periodismo e información que se produce en el país, lo cual afecta la diversidad, el pluralismo, así como la opinión pública, la libertad de expresión y las condiciones laborales de los periodistas.

El ecosistema mediático y la democracia en el Perú del siglo XXI

Jorge Acevedo. Pontificia Universidad Católica del Perú

La ponencia tiene como objetivo analizar las principales características del ecosistema de medios de comunicación en el Perú, identificando sus raíces históricas, sus continuidades y cambios, y estableciendo sus principales implicaciones para la democracia.

Con tal propósito se propone un análisis histórico con una perspectiva comparada en el ámbito de la región andina, sobre el desarrollo de la prensa, la radio, la televisión y los medios digitales, y sus vinculaciones con la cultura y el sistema político. La base teórica y metodológica está constituida por los trabajos de Hallin y Mancini (2004; 2012; 2015), de Hallin (2020) y Mancini (2020) sobre los sistemas mediáticos occidentales y los aportes de autores como Waisbord (2013), Albuquerque (2012), Guerrero y Márquez-Ramírez (2014), Márquez-Ramírez y Guerrero (2017), entre otros, respecto a los sistemas de medios en América Latina.

La tesis central de la ponencia es que en el Perú del presente siglo se ha configurado un ecosistema mediático neoliberal polarizado, marcado por relaciones clientelares, que genera una sobre-representación en el espacio público de las visiones e intereses de los principales grupos económicos nacionales y extranjeros que operan en el país. Esta sobre-representación se basa en la precariedad de los partidos, en la débil agencia de sectores de la sociedad civil y de la regulación estatal, así como en los altos niveles de concentración de la propiedad y de centralización de contenidos especialmente a partir de la década de 1990.

En contraste con lo anterior, en el Perú se desarrolló desde la década de 1960 un movimiento de radios educativas y populares locales que ha representado una especie de contrapeso parcial frente a los medios concentrados. Y más recientemente han emergido medios digitales gestionados por grupos de periodistas de investigación que hacen esfuerzos significativos por desarrollar un periodismo independiente de los poderes económicos y políticos.

Sin embargo, consideramos que las características del ecosistema mediático constituyen un correlato y a la vez factores que contribuyen a la crisis de representación, la inestabilidad política, el desbalance de poderes y, finalmente, el progresivo deterioro del sistema democrático peruano a poco más de dos años de haberse conmemorado 200 años de vida republicana.

Sesión temática 8

Lawfare y mediafare como asesinatos de carácter. La prensa ante Ada Colau, Irene Montero y Mónica Oltra

Sara García Santamaría. University of Bristol
Germán Llorca. Universitat Politècnica de València

Durante los últimos años, los políticos progresistas españoles han sido objeto de numerosos ataques a su reputación, protagonizados por asociaciones opacas y la extrema derecha. Sin embargo, parece que estamos asistiendo a un nuevo fenómeno: el abuso de procesos judiciales como herramienta de asesinato de carácter. Este trabajo analiza la cobertura mediática de las querellas contra políticos progresistas en casos sospechosos de *lawfare*, bien sea la naturaleza del querellante o por desacuerdos entre jueces y fiscales.

La guerra del *lawfare* no es sólo jurídica, sino jurídico-mediática. La amplia cobertura mediática de querellas e imputaciones le proporciona al *lawfare* la masificación necesaria para tratar de influir en la opinión pública (Bielsa y Peretti, 2019: 10). Utilizado como arma política, el *mediafare* sirve como un tipo de asesinato de carácter dirigido a destruir la reputación de los oponentes políticos a través de campañas subversivas (Bielsa y Peretti, 2019; Samoilenko, 2021). El objetivo es influir en la opinión pública y modificar el comportamiento de voto (Sigelman y Shiraev, 2002), para que el demandante/atacante pueda conquistar nuevos espacios de poder. Aunque esto podría utilizarse con fines contrahegemónicos, cuando estos espacios son reapropiados por la extrema derecha, puede tener consecuencias antiliberales.

Las campañas de *mediafare* y *character assassination* no son unidireccionales, sino relacionales; solo funcionan si los medios de comunicación se hacen eco de ellas (Padua Andrade, 2018). Para dar cuenta de este complejo entrelazamiento, hemos seguido tres casos ya cerrados que han recibido acusaciones numerosas de *lawfare* y que atañen a tres mujeres políticas progresistas: se trata de Irene Montero, ex ministra de Igualdad; Ada Colau, ex alcaldesa de Barcelona, y Mónica Oltra, ex vicepresidenta. En total, hemos seguido la cobertura de cada caso desde la querella inicial hasta el cierre, analizando un total de 339 noticias en tres diarios de calidad que representan un amplio espectro ideológico: Eldiario.es (progresista), El País (centrista) y El Mundo (conservador). A estos medios hemos añadido OKDiario, de corte ultraconservador, ya que representa el discurso de la extrema derecha. Algunas de estas estrategias utilizadas en el *mediafare* son el dripping, o goteo incesante de noticias, los ataques de carácter a las acusadas (a su moralidad, a su estabilidad emocional, a su integridad, a su credibilidad, a su autenticidad...), la vulneración de la presunción de inocencia, el uso de fuentes políticamente motivadas y no cuestionadas o el abuso de fotografías en pose humillante.

Democracia digital y emocional. Perspectivas desde América Latina

Mélaney Barragán. Universitat de València
Paolo Cossarini. Universitat de València

La digitalización de la política no es una novedad, como tampoco lo es el impacto que el mundo digital está teniendo en todas las dimensiones de las relaciones sociales. Primero con la llegada de Internet, y más recientemente con la explosión en el uso de las redes sociales, el mundo social y político está experimentando cambios importantes que tienen que ver fundamentalmente con las nuevas fuentes de información, con las múltiples geografías de conexión (interpersonal y trans-territorial), y con las cambiantes formas de representación y mediación. A ello, además, hay que sumar el giro afectivo que ha experimentado la esfera pública. En este sentido, la digitalización del debate público representa un terreno fértil para la difusión de todo tipo de contenidos, ideas, valores y, por supuesto, emociones. Además, las redes sociales van de la mano de un tipo de comunicación que, de forma bastante intuitiva, se basa en la inmediatez, la franqueza, y la cercanía, y - con ello - la dimensión afectiva. Por ello, esta presentación tiene como objetivo analizar el vínculo entre la digitalización y la sentimentalización de los sistemas democráticos en América Latina.

Puerto Rico ante la intemperie de la comunicación política

Federico Subervi Vélez. University of Wisconsin

Puerto Rico, por primera vez desde principios del siglo pasado, se perfila la posibilidad que una coalición de partidos que promueven la soberanía de la Isla gane —si no la mayoría de los votos— por lo menos los suficientes para obtener más poder político que lo que han logrado en décadas anteriores. La pregunta que encamina esta investigación es: ¿cuáles son las características de la comunicación política de esa campaña política? Más específicamente, ¿cuáles son los temas, mensajes y asuntos que cada partido político destacará durante sus respectivas campañas?

A la fecha de escribir este resumen, todavía no se han desarrollado plenamente esas campañas partidistas. No obstante, hay dos aspectos que se están investigando en forma preliminar. Primero, noticias y columnas de opinión que se han publicado a favor y en contra de esa coalición entre el Partido Independentista Puertorriqueño (PIP) y el Movimiento Victoria Ciudadana (MVC). Segundo, perspectivas del liderato de esa coalición PIP/MVC para llevar a cabo su campaña, incluyendo formas de contrarrestar los ataques del Partido Popular Democrático (PPD) y Partido Nuevo Progresista (PNP). Estos últimos dos partidos han dominado el control del gobierno, ya sea de la rama

ejecutiva y/o legislativa, durante más de cincuenta años. Pero los gobiernos de esos dos partidos han causado la quiebra económica de Puerto Rico y legisladores, alcaldes, funcionarios y otros representantes del PNP y del PPD han estado envueltos y encontrado culpable de múltiples casos de corrupción.

Las metas de esta fase inicial del estudio de la comunicación política sobre Puerto Rico son: (a) presentar los primeros análisis de contenido de las noticias y columnas referentes a la coalición PIP/MVC y (b) presentar las perspectivas del liderato de esa coalición en torno a sus estrategias de campaña. La metodología a utilizar conlleva: primero, archivar y analizar cualitativamente una muestra selectiva de noticias y columnas de opinión en los medios noticiosos principales de Puerto Rico. Esta primera fase del estudio ya está en proceso. Segundo, llevar a cabo entrevistas con los directores de comunicación del PIP y del MVC. Esta fase se llevará a cabo entre marzo y abril del 2024. Las demás fases del estudio, incluyendo análisis de los anuncios políticos, se llevarán a cabo en los meses subsiguientes según se vayan desarrollando las campañas políticas.

Los hallazgos preliminares de las noticias y columnas demuestran que más que promover las agendas de sus respectivos partidos, el PNP, el PPD y sus seguidores destacan mensajes para promover el miedo de los electores ante la posibilidad de cambio de gobierno que lleve a la soberanía de Puerto Rico. El marco teórico de estas investigaciones está pendiente a ser elaborado.

News media facing the gatekeepers: Regulation, sustainability, pluralism, effectiveness, citizenship

Nunco Cintra Torres. Universidade Lusófona
Tatiana Chervyakova. Universidade Lusófona
Manuel José Damásio. Universidade Lusófona

MeDeMAP – Mapping Media for Future Democracies, a three-year Horizon Europe research project [1], aims to clarify the extent to which certain media under which conditions perform which democratic functions for which audiences, thus making it apparent what is at stake for democratic media – and for democracy itself as it exists in European societies. This submission results from ongoing research that applies the project’s multi-method design consisting of data science methods, large-scale quantitative analyses, in-depth qualitative approaches, and participatory action research, here applied to the legal and (self-)regulatory framework under which media and journalism operate. The paper deals with two related governance topics: a) The massive capture of advertising revenue by the online giants that became, as per the EU legislation (enacted March 2024), de facto gatekeepers in eight designated Core Platform Services (Digital Markets Act, 2023) [2] threatening the business model of news organisations; b) complex ownership structures of media production and distribution that imperil transparency, accountability, and responsibility. The

paper’s research question –also addressed by journalists’ organisations, lawmakers, and regulators– is: What legislation and regulation can EU and national bodies enact to enable and protect the very existence of independent media, pluralism, and freedom of expression in an environment where digital distribution and inadequate legislation conspire both in favour and against freedom of the press and of expression?

News media organisations initially posted their contents free online to increase reach and notoriety. Today, they regret having been so profligate. The long-established business model of producing and distributing news was upended. National laws and authorities seem unable to provide solutions that mitigate the power of the gatekeepers. EU member countries hope that the EU will provide a legal framework that curbs the gatekeepers’ dominance of the admarkets (Journalists’ Congress, 2024). In Portugal, it is estimated that over 80% of the ad budget now goes to online (ERC, 2022; intvw Conde, N., 2023). Most of the remainder goes to TV broadcasters, leaving little to newspapers and radio. At the same time, it is recognised that online contributes to freedom of information and participation in the democratic debate (intvw Álvares, C., 2023). The risk in transparency of media ownership in Portugal is assessed as low (Media Pluralism Monitor, 2022, 2023) as all media outlets are obliged to publish their resources, ownership composition and shareholdings in the regulator’s ERC Transparency portal. However, this information is often presented in a formal notarial opaque way. It is legally impossible to prevent e.g. investment funds from owning media. Foreign capital may be involved, but it may be unfeasible to recognize who the actual owners are, namely when the owning company is registered in a tax haven (intvw ERC, 2024). Now, generative A.I. could carry further major complications for the news industry (New York Times complaint over copyright issues, 2023). Research findings address improving regulation, sustainability of independent news media organisations, transparency, the effectiveness of news media production and distribution, the expansion of active and inclusive citizenship.

Periodistas contra la desinformación: revisión de las iniciativas de Chile y España para proteger y fortalecer el periodismo en tiempos de adversidad

Catalina Gaete Salgado. Universidad Complutense de Madrid

Los desórdenes informativos (término que engloba fenómenos como desinformación, posverdad, *fake news*, etc.), potenciados en y por el entorno digital, minan el sistema democrático ya que impiden la libre y auténtica deliberación política (McKay & Tenove, 2021). Los medios de comunicación y el periodismo, estructuras esenciales para el flujo de ideas e informaciones, son profundamente afectados por este fenómeno. Estudios previos han demostrado que, en el contexto de la desinformación, los periodistas se enfrentan a un escenario hostil en donde la legitimidad de su trabajo es cuestionada y donde las audiencias –o incluso agentes del Estado– los acusan de contribuir a la difusión de falsedades (Balod & Hameleers, 2021). Estudios previos también han identificado cambios en las rutinas periodísticas y en el tratamiento de fuentes para reaccionar ante los bulos o información

engañosa (Atala, Muñoz & Fuentes, 2023; Mayerhöffer et al., 2022). El escenario adverso de la desinformación se suma, por supuesto, a los desafíos del periodismo en general, un oficio o profesión constantemente tensionada por la concentración de la propiedad de los medios, las presiones económicas y tecnológicas, entre otras (Atala, Muñoz & Fuentes, 2023; García-Galera, Martínez-Nicolás y Del-Hoyo-Hurtado, 2021). En este contexto, periodistas y medios de comunicación (tradicionales e independientes) requieren más y mejores herramientas para contribuir a un ecosistema informativo saludable.

Pocas son las iniciativas regulatorias o las políticas públicas que mencionan o abordan el rol del periodismo y la prensa para combatir la desinformación. Para sostener el principio de la libertad de expresión, hasta ahora, cualquier iniciativa que aborde el rol del periodismo y los medios ha tenido el carácter de recomendación o buenas prácticas de autorregulación. En este contexto, es pertinente preguntarse si existen formas de proponer medidas concretas que contribuyan a proteger y fortalecer al llamado “perro guardián de la democracia”.

Este trabajo sintetiza y analiza iniciativas que promueven proteger y potenciar el periodismo de calidad para luchar contra la desinformación, particularmente en el contexto chileno y español. Por ejemplo, España tiene un plan de acción contra la desinformación y un procedimiento de actuación contra la desinformación de noviembre de 2020, en línea con el Código de Buenas Prácticas en Materia de Desinformación de 2022 de la Unión Europea, que propone medidas y compromisos de los países firmantes para fortalecer a los medios dedicados al fact-checking y las iniciativas de alfabetización mediática, entre otras medidas.

En la misma línea, el Gobierno de Chile instruyó la creación de una Comisión Asesora contra la Desinformación en 2022. Su segundo informe, publicado en diciembre de 2023, incluye 10 medidas vinculadas directamente con la práctica del periodismo, como promover la autorregulación de los medios, incentivar la capacitación en nuevas tecnologías y crear un fondo de defensa legal para periodistas, entre otras.

The media in the process of state monopolization in Poland and Venezuela. A comparative analysis

Alicja Fijałkowska-Myszyńska. University of Warsaw

In her article *Comparing media systems in new democracies: East meets South meets West*, Katrin Voltmer points to Central Europe and Latin America as two regions of relatively new democracies and arguing that their media systems were built in quite specific conditions, determined to some extent by the difficult past of the communist regime and military dictatorships, respectively. Their specificity was different and so are their media markets, yet, the author draws attention to the fact

that both Central and Eastern Europe and Latin America can, to some extent, be compared to the Mediterranean Model, distinguished by Daniel Hallin and Paolo Mancini, as media systems in these parts of the world are characterized by high political parallelism, a strong position of the state (whether in the scope of the existence of public media or in the field of normative regulations) and weak professionalization of journalists. Although Law and Justice in Poland and United Socialist Party of Venezuela represent different worldviews, presenting themselves as leaders of the right and left, respectively, their internal organization based on a strong leadership of a charismatic leader is similar, and their rule was characterized by continued attempts to monopolize and partisan the state on many levels. A special place in this process was devoted to the media as a tool for influencing public opinion and controlling the masses in order to generate support for the government, allowing it to stay in power. During their governments, both PSUV and PiS attempted to regulate the media market in accordance with their own interests, and also led to the appropriation of public media, the place of which in the national media system, however, varies due to its specificity.

This paper tries to answer the following research questions: 1. What attempts to regulate the media market in Poland and Venezuela were made by the PiS and PSUV governments, and which of them turned out to be effective, which ones failed and why? 2. What place do public and private media occupy in the national media systems of Poland and Venezuela? 3. What strategies to influence private and public media were used by the governments of Law and Justice and United Socialist Party of Venezuela and how effective were they? The methodology of the study will be based on contextual analysis and the comparative method.

Comunicación de riesgo y crisis en la prensa digital desde el tratamiento informativo: Un estudio del incendio en el mayor depósito de combustible en Cuba en los medios *Cubadebate* y *Cibercuba*

Andy L. Jorge Blanco. Universidad de Sevilla

La investigación tiene como tema de estudio la comunicación de riesgo y crisis en la prensa digital desde el tratamiento informativo, para lo que se centra en el caso del incendio en el mayor depósito de combustible en Cuba en los medios *Cubadebate* y *Cibercuba*. Tiene como objetivo analizar el tratamiento informativo que dos diarios digitales con ideologías opuestas realizaron durante el siniestro en la Base de Supertanqueros de Matanzas del 5 al 25 de agosto de 2022, un incendio de grandes proporciones que se convirtió en uno de los acontecimientos más estremecedores del siglo en el contexto cubano, acaparando titulares de medios nacionales e internacionales.

Como parte del sistema de medios cubano, cada vez más diverso, con medios estatales y otros independientes, se toma como objeto de estudio a *Cubadebate* por ser el medio digital con más audiencia en Cuba, según el ranking de Alexa de 2021; y a *Cibercuba* por posicionarse como el

Sesión temática 9

Vulnerabilidad ante la desinformación en Iberoamérica

Carmen Beatriz Fernández. Universidad de Navarra.

Jordi Rodríguez Virgili. Universidad de Navarra.

medio digital independiente con mayor audiencia en la Isla, ocupando el puesto 15 en el propio ranking.

El estudio se enfocó en la identificación de las características del tratamiento informativo del incendio en los medios digitales analizados, la presencia de elementos de la comunicación de riesgo y crisis en la cobertura del incendio, y la comparación del tratamiento informativo de ambos medios de prensa. Para ello, en el marco teórico se hace énfasis en el periodismo de desastres, el periodismo de calidad, así como la gestión de la comunicación de riesgos y de crisis y una breve contextualización del sistema de prensa en Cuba.

En ese sentido, se realizó un diseño metodológico de tipo cuantitativo y cualitativo, centrado en el análisis de contenido y del discurso como métodos que permitieron: localizar los puntos temporales de mayor y menor relevancia mediática del incendio, identificar las figuras y temáticas que más protagonismo adquirieron en la cobertura, así como puntualizar en las estrategias discursivas de ambas coberturas periodísticas.

En cuanto a los hallazgos del estudio, en función de las hipótesis planteadas, estos evidencian las orientaciones editoriales y los enfoques discursivos en la presentación de desastres por parte de dos medios ubicados en las antípodas del sistema de medios en Cuba, y resaltan la importancia de la cobertura mediática en la formación de la percepción pública de eventos de crisis. La investigación evidencia que, en un contexto global donde se acrecientan los desastres año tras año, resulta necesario conocer cómo los medios hacen frente a estos escenarios desde el periodismo de desastres, la comunicación de riesgos y de crisis, también con la intención de perfeccionar, desde un periodismo de calidad, este tipo de coberturas ante catástrofes que continuarán ocurriendo.

La desinformación constituye una de las principales amenazas contra las democracias junto a la desafección política, el populismo y la polarización (Miller & Vaccari, 2020). En la actualidad, los patrones de exposición a las noticias se han transformado. Los ciudadanos se informan de distinta manera por la sobreabundancia de la información; la conectividad constante; la multiplicidad de pantallas y su uso simultáneo; y la socialización del consumo de información (Serrano-Puche et al., 2018). La hibridación y “cross-medialidad” o el uso cruzado de medios, entre plataformas online y offline es una de las claves del consumo de noticias, a las que se pueden acceder por el muy diverso ecosistema mediático (Chadwick & Vaccari, 2019). La conformación de un “sistema híbrido de medios” (Chadwick, 2013) en el que convergen diferentes actores y lógicas mediáticas influye en la percepción de los ciudadanos sobre la variable fiabilidad de la información (Wagner & Boczkowski, 2019).

El trabajo que aquí se presenta indaga en las variables que afectan a la preocupación de los latinoamericanos sobre la desinformación. El objetivo es testar y mejorar el modelo propuesto por Serrano, Fernández y Rodríguez-Virgili para detectar la sensibilidad y preocupación ante este problema global (Serrano et al. 2020). Este modelo ayuda a localizar los grupos de población más vulnerables a la desinformación. Se analizarán las variables sociodemográficas de género, edad y sobre todo nivel educativo, al que se añade, tal y como propone el modelo, la fuente principal de información.

Si el modelo de vulnerabilidad informativa surgió de una investigación centrada en el caso de Venezuela, más tarde aplicado a Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú; en éste caso se incluiría también en el análisis de España y Portugal. De ahí el término Iberoamérica del título, pues Latinoamérica no incluiría estos dos países europeos. El análisis cruzado y comparativo entre países es fundamental para avanzar en el conocimiento de este fenómeno global; el modelo propuesto es una modesta aportación que podría ser útil.

Esta investigación se basa en la encuesta realizada por YouGov para el Reuters Institute Digital News Report (DNR), un estudio internacional sobre el consumo de información digital promovido por la Universidad de Oxford. YouGov seleccionó alrededor de 2.000 usuarios en cada país para componer paneles nacionales. Los participantes eran internautas adultos, que habían consumido noticias en el último mes, representativos de la población online según criterios sociodemográficos y geográficos. Los datos se han ponderado en función del censo oficial y de los datos mayoritarios aceptados por la industria en cuanto a edad, sexo, región, lectura de noticias y nivel educativo, con el fin de reflejar la población de los países analizados.

De forma genérica se adelantan algunos resultados como que en los países estudiados se muestran más preocupados por la desinformación que en el resto del mundo. Además, habrían recibido

desinformación relativa al mundo político en la semana previa a la realización de la encuesta en un promedio mayor al global. Lo anterior sugeriría que Iberoamérica es territorio fértil para la proliferación de desinformación, o alternativamente, que los encuestados iberoamericanos son más conscientes de ella. Quizás ambas cosas.

En los países analizado se atribuyen culpas principalmente a las mensajerías instantáneas tipo WhatsApp y en parecida proporción a Facebook. Es decir, a juicio de los encuestados bajo las manos de Zuckerberg estarían la mitad de las fuentes de desinformación sobre el tema, ya que ambas forman parte de la corporación Meta.

La variable educativa vuelve a mostrarse como la más relevante. Se realizó para cada uno de los países una regresión lineal simple entre el nivel educativo obtenido y la preocupación por los bulos, encontrándose importantes niveles de correlación. Es decir, el nivel educativo explicaría, o permitiría predecir, el nivel de preocupación por la desinformación. La preocupación por la desinformación disminuye conforme lo hace el nivel educativo, es decir, los ciudadanos de mayor nivel educativo se preocupan más por esta cuestión que los de niveles de educación más bajos.

La desinformación sobre género en el *fact-checking* hispanohablante: origen, metodología y perspectivas

Victoria Moreno-Gil. Universidad Carlos III

Marta Pérez Pereiro. Universidad de Santiago de Compostela

Francesc Salgado-de Dios. Universitat Pompeu Fabra

La desinformación sobre temas de género se ha agudizado en los últimos años hasta llegar a constituir una de las grandes amenazas para la igualdad dentro de los sistemas democráticos. Este tratamiento potencialmente maligno de la información que afecta a las mujeres revela posiciones antifeministas que, si bien no son nuevas y se relacionan de forma directa con cada una de las olas del feminismo (Bonet-Martí, 2020; Shiva & Khaezmi, 2019; Delgado-Ontivero & Sánchez-Sicilia, 2023), adquieren una dimensión especial cuando estas piezas que distorsionan la información circulan en el escenario digital. No solo pueden alcanzar viralidad, sino que son escasos los desmentidos que se hacen de sus contenidos falsos (CAC, 2018). La verificación de estas *fake news* misóginas se convierte en una tarea esencial no solo para garantizar la fiabilidad del sistema informativo, sino también para asegurar que la igualdad de género no pierda impulso, particularmente en el ámbito digital en el que la información falsa se propaga más y a más velocidad que la veraz (Fernández-García, 2017). En este sentido, y frente al auge de las redes sociales, que provocaron una desnaturalización de la intermediación periodística, el trabajo de *fact-checkers*, que emplean herramientas tecnológicas de análisis de contenido para comprobar datos y fuentes de origen, adquiere una especial relevancia (Rodríguez-Martínez et al., 2021, p. 21).

El objetivo de esta investigación es analizar cómo tres de las principales plataformas en Latinoamérica (Maldita.es y Newtral en España y Chequeado en Argentina) combaten las noticias falsas antifeministas. Para ello, se empleó una metodología doble: un análisis de contenido de las piezas publicadas sobre temas de género durante un año y entrevistas semiestructuradas a los representantes de los outlets estudiados. Los resultados revelan una producción más o menos regular de textos, que guarda una correspondencia directa con la actualidad feminista, y que los desinformadores ponen en la diana tanto al feminismo como movimiento como a sus reivindicaciones históricas (por ejemplo, la violencia de género). Los chequeos son el formato más habitual para combatir estos bulos, aunque los textos explicativos están ganando terreno debido a la necesidad creciente de contrarrestar complejas narrativas desinformativas. La consulta de fuentes oficiales y el testimonio de expertos se mantienen como elementos esenciales en la metodología de verificación. Los representantes entrevistados coinciden en que la verificación sobre género tiene un largo recorrido por delante.

Una aproximación al uso de los canales de WhatsApp para la verificación de información. El caso de Maldita

Laura Alonso-Muñoz. Universitat Jaume I

Alejandra Tirado-García. Universitat Jaume I

WhatsApp es una de las aplicaciones más populares entre la sociedad española. Según datos del Digital News Report 2023, casi el 90% de las personas entre 16 y 64 años lo emplea habitualmente. Su popularidad hizo que a mediados de septiembre Meta abriera al mercado español una nueva potencialidad dentro de la plataforma: la creación de canales para difundir información. Se trata de la posibilidad de crear comunidades de usuarios privadas y menos expuestas que otras redes sociales como X, en las que el usuario simplemente recibe información y puede o bien compartirla con otros usuarios o bien reaccionar a ella a través de los emoticonos.

El objetivo principal de esta investigación es conocer el uso que realiza Maldita de los canales de WhatsApp durante los tres primeros meses de vida de esta plataforma. Esta investigación emplea la técnica del análisis de contenido cuantitativo sobre una muestra formada por los mensajes publicados por esta agencia de verificación desde el día 13 de septiembre, momento en el que se abren estos canales en España, y el 15 de diciembre (n=171). En concreto, se busca conocer las temáticas y funciones de los mensajes, el tipo de desinformación que se desmiente, el uso de fuentes que realiza, la interacción que genera y el uso de recursos multimedia que se incluyen. Los resultados demuestran diversos apuntes interesantes. En primer lugar, destaca como Maldita emplea la misma estrategia de contenidos que en su página web. Así, identifica las temáticas con los mismos colores y con las mismas nomenclaturas con el objetivo de que el usuario encuentre una

correspondencia entre ambas plataformas y pueda identificar de un vistazo los datos básicos de la información. Segundo, las publicaciones de Maldita versan sobre un amplio número de temáticas. Sin embargo, destacan aquellos contenidos relacionados con la ciencia y tecnología (25,7%), como el uso de la inteligencia artificial, por ejemplo, el medioambiente (10,5%) y cuestiones de índole política (9,9%). En tercer lugar, los datos demuestran que pese a que gran parte de sus contenidos buscan desmentir informaciones falsas (26,3%), también busca informar (59,1%) y aconsejar a los usuarios (12,3%). Respecto a los contenidos cuya función es desmentir, se observa, en cuarto lugar, como el 33,3% hacen referencias a informaciones que se han creado ad hoc para engañar a la ciudadanía, mientras que el 20% proviene de la exageración de datos o declaraciones vinculadas con la verdad y el 17,8% de la manipulación de imágenes o vídeos para determinados fines. En quinto lugar, observamos como tan solo incluye a las fuentes consultadas en el 19,9% de los mensajes, en cuyo caso, mayoritariamente son oficiales (67,6%). Finalmente, los datos muestran como Maldita hace uso de la multimedialidad en todos sus mensajes e intenta fomentar la interacción, especialmente a través de las reacciones (74,1%). Los hallazgos observados permiten caracterizar el uso de los canales de WhatsApp por parte de las agencias de verificación, permitiendo ampliar los conocimientos sobre el uso de una plataforma de reciente creación.

Analyzing fact-checking practices in Iberoamerica: A sex/gender perspective

Laura Teruel Rodríguez. Universidad de Málaga

In today's world, disinformation has gained in importance and taken on special characteristics that have made it a major object of study in academia in general and Communication Sciences in particular. Multiple factors have brought this about; among them, the crisis of intermediation in journalism following the emergence of digital information environments (Segura, 2014) and the formation of the hybrid media system, in which the agents and environments involved in information processes have become more diverse (Chadwick, 2017). New forms of digital consumption, together with the economic crisis that has crucially affected the media since 2007, have led to a loss of journalistic credibility (Newman & al., 2022) that has left citizens more exposed to the misinformation that flows through social networks in particular.

As a consequence of the greater circulation of fake news and the ease with which it spreads across digital platforms, fact-checking has become an activity that has gained considerable importance over recent years. Walter and others (2020) define it as the systematised practice of verifying statements made by public figures and institutions and publishing the results of said process. Therefore, their objectives are to ensure the veracity of the information disseminated, especially on social networks and platforms, to scrutinize power, and turn information into knowledge that can be taken on board by citizens.

The primary aim of this investigation is to scrutinize fact-checking agencies within the Iberoame-

rican landscape encompassing Spain, Portugal, and Central and South America. Furthermore, a secondary objective is to assess the involvement of women within the operational frameworks of these agencies, delineating their roles, responsibilities, and hierarchical positions. This facet of inquiry seeks to contribute to the broader discourse on gender equality within the evolving domain of journalistic practice.

Central to our research inquiry is the exploration of whether women constitute a significant majority within the workforce of these entities and the extent to which they occupy positions of authority and leadership. Through a thorough examination of all projects included in the annual report of the Reporters' Lab census in 2023 (n=54), this study sheds light on the evolution of fact-checking initiatives in the region. The data reveals a predominant establishment of these projects during the years 2018-2019, indicating their relatively recent inception and continued relevance. Furthermore, many of these agencies are closely tied to civil society and have forged collaborative networks to challenge established powers and combat misinformation effectively.

Of particular interest is the prominent presence of women within these fact-checking agencies, comprising over half of the workforce. This study delves into the nuances of gender representation within this professional landscape, highlighting that women not only constitute a majority of fact-checkers but also occupy leadership and management positions within these organizations. Such findings underscore the significant strides towards gender equality within the fact-checking sector, offering a beacon of hope amidst the challenging journalistic and societal landscape in Iberoamerica. In conclusion, this research not only provides valuable insights into the operational dynamics of fact-checking agencies in the region but also serves as a testament to the transformative potential of these initiatives in fostering gender inclusivity and equality within the realm of journalism.



Medios y Gobernanza en América Latina, España y Portugal

con el apoyo de



Departament de Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació