

Innovando en insumos públicos de comunicación persuasiva: periodística y política

En un mundo interconectado y digitalizado, los medios de comunicación desempeñan una labor de peso en la formación de la opinión pública y en la construcción de discursos persuasivos que influyen tanto la esfera política como la social. Este monográfico se enfoca en las innovaciones en los insumos públicos de comunicación, con especial atención a las prácticas periodísticas y políticas que han emergido en los últimos años, como consecuencia de la digitalización, la globalización y los cambios en la forma en que los ciudadanos acceden a la información.

La digitalización educativa, por ejemplo, ha dado lugar a nuevos discursos sobre la educación en América Latina, donde organismos internacionales han promovido visiones de transformación digital para mejorar el acceso y la calidad educativa. En este contexto, este monográfico invita a explorar cómo los discursos de los organismos internacionales sobre digitalización educativa impactan la política y las prácticas educativas locales, y cómo las políticas de *e-Government* están ayudando a dar forma a estas dinámicas, por ejemplo en países hispanohablantes.

La comunicación política, por su parte, se ve cada vez más mediada por los avances tecnológicos, lo que permite nuevas formas de persuasión y movilización en las esferas públicas. Un ejemplo claro es el uso de los medios de comunicación y las plataformas digitales para moldear la opinión pública sobre temas políticos y sociales clave. En este monográfico, se busca analizar diversas formas en las que la prensa (local, digital e internacional) ha tratado temas de interés público medioambiental, migratorio, político, social... Se trata de responder a cuestiones tales como ¿De qué manera han influido los encuadres periodísticos en la percepción de estos fenómenos sociales y políticos? ¿Qué impacto ha tenido la ética periodística y la autorregulación en el tratamiento de estos temas?

Además, se prestará especial atención a las estrategias de comunicación persuasiva empleadas en la construcción mediática de fenómenos globales, como la pandemia del COVID-19. Los medios de comunicación, en su rol de agentes de poder, han jugado un papel crucial en la construcción de narrativas en torno al virus, utilizando recursos lingüísticos y visuales que han contribuido a moldear las respuestas sociales y políticas ante la crisis. Este monográfico invita a analizar cómo los verbos, los encuadres y las narrativas empleadas en los medios digitales y tradicionales han contribuido a la construcción de significados colectivos en torno a la pandemia.

Otro aspecto clave de la comunicación persuasiva en los medios es el tratamiento de las cuestiones de responsabilidad social y ética, especialmente cuando se trata de información pública. Con el tratamiento del problema de las *Fake News* aportando ejemplos claros de cómo los medios de comunicación pueden contribuir a la construcción de representaciones sociales sobre temas críticos. Este monográfico invita a investigar cómo los medios de comunicación han abordado temas como la pobreza, el desarrollo social y la justicia en diferentes contextos internacionales.

Finalmente, en el campo de la inteligencia artificial, los medios digitales están viendo cómo las tecnologías emergentes modifican los procesos de producción y difusión de información. El estudio de los encuadres periodísticos y la inteligencia artificial en el entorno mediático es una de las líneas de investigación más novedosas, especialmente cuando se trata de los sesgos y la objetividad de las noticias generadas por algoritmos. En este contexto, este monográfico ofrece un espacio para investigar el impacto de la inteligencia artificial en el tratamiento de la información en los medios y sus implicaciones en la comunicación política y social.

Este monográfico está abierto a artículos que exploren estas y otras formas de innovación en la comunicación persuasiva, con un enfoque en la influencia de los medios digitales y tradicionales en la formación de opiniones y actitudes hacia los fenómenos sociales y políticos del presente.

Palabras clave: Comunicación persuasiva, Periodismo digital, Política pública, Narrativa mediática, Inteligencia artificial.

Referencias

- Aguilar, P. M. L., Zavala, E. F. T., Perrazo, S. S. M., Sánchez, A. D. R. V., Marín, M. P. V., Perrazo, A. L. M., ... y Casco, D. V. C. (2024). Integración de la inteligencia artificial en la metodología educativa: estrategias innovadoras para la enseñanza efectiva. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 9(1), 1637-1654. <https://doi.org/10.23857/pc.v9i1.6458>
- Bruno, D., Becerro, V. y Demonte, F. (2024). La comunicación en/de la investigación social: una revisión de la literatura científica iberoamericana reciente. *Perspectivas de la comunicación*, 17. <http://dx.doi.org/10.56754/0718-4867.2024.3527>
- Gómez, H. A. Q. (2023). Investigación del ciberperiodismo: estado del arte en Dialnet y Scielo: 2017-2021. *Invortex, Estudios de Cine y Comunicación*, 1(1), 119-128. <https://invortex.udem.edu.mx/index.php/ivx/article/view/9537>
- Muerza, A. F. (2023). ¿Divulgación o Periodismo Científico? La comunicación pública de la ciencia y la tecnología como concepto global a través de una revisión narrativa. *Sphera Publica*, 1(23). <https://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/478>
- Páez Moreno, Á. E., Ibarra Sánchez, C. D., Ríos Incio, F. A. y Rodríguez Casallas, D. F. (2023). Evolución de la noción de transparencia y rendición de cuentas en el sector público. *Justicia*, 28(44), 183-196. <https://doi.org/10.17081/just.28.44.6974>

Fecha límite de recepción de artículos: 2 de diciembre de 2024.

Coordinado por:

Carmen del Rocío Monedero Morales



<https://orcid.org/0000-0002-3222-029X>

Profesora Titular en el Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga, es la Vicedecana de Empresa, Infraestructuras y Sostenibilidad Ambiental de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UMA. Su trayectoria profesional ha estado vinculada a los gabinetes de comunicación política e institucional y al periodismo musical y cultural. Es miembro de varios equipos de investigación centrados en periodismo medioambiental, comunicación y género y periodismo musical. Posee dos sexenios de investigación, habiendo publicado numerosos artículos científicos en revistas indexadas, así como capítulos de libros, además de haber realizado estancias de investigación en universidades de Europa, América y Asia, de coordinar monográficos y participar en numerosos congresos internacionales. Ha ejercido como jefa de prensa en la Delegación Provincial de Igualdad Social de la Junta de Andalucía y de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol-Axarquía y ha sido redactora en medios escritos y radiofónicos.

Sara Mariscal Vega



<https://orcid.org/0000-0003-2521-6791>

Es profesora Ayudante en la Universidad de Cádiz y está acreditada a las figuras de Contratada Doctora y Profesora de Universidad Privada. Doctora en Filosofía por la Universidad de Sevilla (diciembre de 2019), con contrato predoctoral competitivo, su tesis obtuvo premio extraordinario, calificación sobresaliente Cum Laude y mención internacional, Graduada en Filosofía por la Universidad de Sevilla (2003) y Máster en Cultura de Paz, Conflictos, Educación y Derechos Humanos por la UCA (2014) con premio extraordinario. Prepara su segundo doctorado, encontrándose en su último año como doctoranda en el Programa de Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Cádiz. Posee más de una veintena de capítulos de libro en editoriales de gran prestigio, como Tecnos, Síntesis, Comares o Thomson Reuters, entre otras, y publicaciones en revistas asimismo de impacto, como sus artículos en Human Review, Utopía y Praxis

Latinoamericana y Opción, o su artículo en Revista de innovación educativa, en México. Ha participado en el Comité Evaluador y coordinado simposios en diferentes congresos internacionales. Y ha realizado estancias de investigación en Roma y Buenos Aires, entre otros destinos nacionales.

Alexandra María Sandulescu Budea



<https://orcid.org/0000-0002-9861-3635>

Profesora contratada doctora en periodismo del área de grado y máster del Departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. Coordinadora jefe y responsable del Grupo de Innovación Docente Consolidado C.O.M.O.J.O. (Communication Mobile Journalism). Coordinadora de Erasmus, Séneca y Munde para el Grado bilingüe Protocol, Organization of events and Corporate Communication. Profesora Responsable de Asignatura (P.R.A) para la materia de “Fundamentos del Periodismo” de Grados simples y Dobles Grados combinatorios de Periodismo y Comunicación Audiovisual en los campos de Fuenlabrada y Vicálvaro coordinando la actividad docente del claustro de profesores adscritos de la Universidad Rey Juan Carlos. Miembro de equipos de investigación de alto impacto ha participado a nivel nacional e internacional en la elaboración de proyectos a nivel público y privado.