

Programa de Doctorado Investigación en Medios de Comunicación

PhD Programme on Media Research

Publicaciones científicas más relevantes de los grupos de investigación en los que se integran la mayoría de las/los docentes/investigadoras/es del Departamento de Comunicación de la UC3M

Most relevant scientific publications of the research groups in which most of the lecturers/researchers of the UC3M Department of Communication and Media Studies are integrated

Marzo 2023 / March 2023

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL / AUDIOVISUAL COMMUNICATION

Televisión-Cine: memoria, representación e industria (TECMERIN)

ARMENTEROS, M. BENÍTEZ, A.J. (2019). “Collaborative learning methods and multimedia tools for the education and training of instructors: The case of FIFA referee technical instructors”. *International Journal of Information and Learning Technology*, 36(5): 395–409.

BECEIRO, S. (2009). *La televisión por satélite en España: del servicio público a la televisión de pago*. Madrid: Fragua.

CARRERA ÁLVAREZ, M.P. y CILLER TENREIRO, C. (2021). *Maternidades. Políticas de la representación*. Cátedra.

CASCAJOSA, C.C. y ZAHEDI, F. (2016). *Historia de la televisión*. Tirant lo Blanch.

CERDÁN, J.; FERNÁNDEZ LABAYEN, M. (2022). “El archivo migrante: estudios sobre migración a través de los archivos cinematográficos”. *L’Atalante. Revista de Estudios Cinematográficos*, 34 (coordinación del nº especial).

GARCÍA LÓPEZ, S. (2021). “Miradas invisibles: mujeres en la Escuela Oficial de Cinematografía (1947–1976)”. *Journal of Spanish Cultural Studies*. 22(3): 311–329.

MELERO, J.A. (2017). *Violetas de España. Gays y lesbianas en el cine de Franco*. Notorius.

RODRÍGUEZ, V. (2008). *Contemporary Spanish Cinema and Genre*. Manchester UP.

UTRAY, F. (2016) *Tecnologías para la producción audiovisual en ultra HD y 4K. Guía 4K 709*. Dykinson.

VAL CUBERO, A. (2016). *Vida de Alice Guy Blanché*. Elia Editores.

Diversidad Audiovisual / Audiovisual Diversity

ALBORNOZ, L.A. (2015). *Power, Media, Culture. A Critical View from the Political Economy of Communication*. Palgrave MacMillan/IAMCR.

ALBORNOZ, L.A. y GARCÍA LEIVA, M.T. (2021). “Netflix Originals in Spain: Challenging diversity”. *European Journal of Communication*, 37(1): 63–81.

<https://doi.org/10.1177/02673231211012174>

ALBORNOZ, L.A. y GARCÍA LEIVA, M.T. (eds.) (2017). *Diversidad e industria audiovisual. El desafío cultural del siglo XXI*. Fondo de Cultura Económica.

ALBORNOZ, L.A. y GARCÍA LEIVA, M. T. (eds.) (2019). *Audiovisual Industries and Diversity: Economics and Policies in the Digital Era*. Routledge.

GALLEGO, J.I., FERNÁNDEZ SANDE, M. y LIMÓN, N. (eds.) (2018). *Trends in Radio Research. Diversity, Innovation and Policies*. Cambridge Scholars Publishing.

GALLEGO, J.I. (2021). “The value of sound: Datafication of the sound industries in the age of surveillance and platform capitalism”. *First Monday*, 26(6-7).

<https://doi.org/10.5210/fm.v26i7.10302>

GALLEGO, J.I. y ARANZUBIA, A. (2021). “El cine español en el catálogo de Netflix: una aproximación desde la diversidad cultural”. *Comunicación y Sociedad*, 18: 1–21.

<https://doi.org/10.32870/cys.v2021.8030>

GARCÍA LEIVA, M.T. y ALBORNOZ, L.A. (2021). “VOD service providers and regulation in the European Union: an audiovisual diversity approach”. *International Journal of Cultural Policy*, 27(3): 267–281. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1769614>

GARCÍA LEIVA, M.T. y HERNÁNDEZ, M. (2021). “Plataformas y política audiovisual: Netflix en España”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3): 855–866.

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.73591>

GARCÍA LEIVA, M.T. (2021). “VoD platforms and prominence: a European regulatory approach”. *Media International Australia*, 180(1): 101–115.

<https://doi.org/10.1177/1329878X20967456>

PERIODISMO / JOURNALISM

[Analytics, Media and Public Engagement: Communication, Journalism and Technology Laboratory \(UC3M MediaLab\)](#)

CARRAL, U., TUÑÓN, J. y ELÍAS, C. (2023). “Populism, cyberdemocracy and disinformation: analysis of the social media strategies of the French extreme right in the 2014 and 2019 European elections”. *Humanit Soc Sci Commun*, 10(23)

<https://doi.org/10.1057/s41599-023-01507-2>

CATALÁN-MATAMOROS, D. y ELÍAS, C. (2020). “Vaccine Hesitancy in the Age of Coronavirus and Fake News: Analysis of Journalistic Sources in the Spanish Quality Press”. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(2):

8136. <https://doi.org/10.3390/ijerph17218136>

CATALÁN MATAMOROS, D. y TUÑÓN NAVARRO, J. (2020). “Prevalence of health priorities during presidential elections communication in France, Spain, and the US”. *Journal of Communication in Healthcare*, 13 (3): 177-187.

DONCEL-MARTÍN, I.; CATALÁN-MATAMOROS, D. y ELÍAS, C. (2022). “Corporate social responsibility and public diplomacy as formulas to reduce hate speech on social media in the fake news era”. *Corporate Communications: An International Journal*

<https://doi.org/10.1108/CCIJ-04-2022-0040>

ELÍAS, C. y CATALÁN MATAMOROS, D. (2020). “Coronavirus in Spain: Fear of ‘Official’ Fake News Boosts WhatsApp and Alternative Sources”. *Media and Communication*, 8(2): 462–466. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.3217>

GARCÍA MARÍN, D.; ELÍAS, C. y SOENGAS-PÉREZ, X. (2022). “Big data and disinformation: algorithm mapping for fact checking and artificial intelligence”, en J. Vázquez-

Herrero, A. Silva-Rodríguez, M.C. Negreira-Rey, C. Toural-Bran y X. López-García (eds.) *Total Journalism: Models, Techniques and Challenges*. Springer. Pp. 123-135.

MACIÁ-BARBER, C. (2022). “Arqueología, género y periodismo: Presencia y representación de las mujeres que investigan el pasado en los periódicos españoles en 2022”. *Human Review: International Humanities Review*, 11(1): 234–243.

MACIÁ-BARBER, C. (2020). “La fuente informativa como un indicador de la calidad periodística. El caso de la comunicación pública de la Arqueología”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1): 197–206. <https://doi.org/10.5209/esmp.67299>

NGUYEN, A. y CATALÁN-MATAMOROS, D. (2022). “Anti-Vaccine Discourse on Social Media: An Exploratory Audit of Negative Tweets about Vaccines and Their Posters”. *Vaccines*, 10(12): 2067. <https://doi.org/10.3390/vaccines10122067>

TUÑÓN NAVARRO, J. y CATALÁN MATAMOROS, D. (2020). “Comparación de las estrategias de campaña online para albergar la Agencia Europea de Medicamento”. *El Profesional de la Información*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.25>

Comunicación, Políticas y Ciudadanía (CPyC)

BARRANQUERO, A.; BARBAS, A. (2022). “The Slow Media Activism of the Spanish Pensioners’ Movement: Imaginaries, Ecologies, and Practices.” *International Journal of Communication*, 16: 1990–2014. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/17808/3746>

BARRANQUERO, A. (2014). “Comunicación, cambio social y ONG en España. Pistas para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos movimientos comunicacionales. El caso del 15M”. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(1): 6–33. <http://reuredc.uca.es/index.php/cayp/issue/current/showToc>

EIROA, M. (2021). “Memoria e Historia en redes sociales: nuevos soportes de resistencia al olvido de la guerra civil española y el franquismo”. *Historia y Memoria*, 21: 71–108. <https://doi.org/10.19053/20275137.n21.2020.9659>

GIL-LÓPEZ, T. (2021). “Mainstream protest reporting in the contemporary media environment: Exploring (in) stability and adherence to protest paradigm from 1998 to 2017”. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(3): 692–724. <https://doi.org/10.1177/1077699020984783>

GOYANES, M.; RODRÍGUEZ-GÓMEZ, E.F. (2018). “¿Por qué publicamos? Prevalencia, motivaciones y consecuencias de publicar o perecer”. *El Profesional de la información*, 27(3): 548-558. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.08>

KIKOUPKIOLIS, A. y SEOANE, F. (2019). “Reflexive technopopulism: Podemos and the search for a new left-wing hegemony”. *European Political Science*, 18: 24–36. <https://doi.org/10.1057/s41304-017-0140-9>

MAGALLÓN ROSA, R. (2019). “Verificado México 2018: Desinformación y *fact-checking* en campaña electoral”. *Revista de Comunicación*, 18(1): 234–258. <https://dx.doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A12>

ROSIQUE, G. y CRISÓSTOMO, P. (2020). “El periodismo audiovisual digital en los medios comunitarios españoles: El Salto TV”. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 17, 273–300.

SÁNCHEZ-DUARTE, J.M. y MAGALLÓN-ROSA, R. (2020). “Infodemia y COVID-19. Evolución y viralización de informaciones falsas en España”. *Revista Española de Comunicación en Salud*. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5417/3923>

SEOANE, F. (2013). *Political Communication in Europe: The cultural and structural limits of the European Public Sphere*. Palgrave. <https://doi.org/10.1057/9781137305138>

Innovation on Digital Media

ASENJO McCABE, S. y DEL PINO ROMERO, C. (2023). “El activismo de marca desde la óptica del sector académico, profesional y consultor”. *Index Comunicación*, 13(1): 295–319 <https://doi.org/10.33732/ixc/13/01Elacti>.

BONILLA, D. y GALÁN FAJARDO, H. (2020). “El cine sin encuadre: propuesta de Escala de Implicación Narrativa en Realidad Virtual”. *Disertaciones*, 13(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.8252>.

GOYANES, M.; DEMETER, M. y DE GRADO, L. (2022): “The Culture of Free: Construct explication and democratic ramifications for readers’ willingness to pay for public affairs news”. *Journalism*, 23(1): 207-223. <https://doi.org/10.1177/1464884920913436>.

GOYANES, M.; ARDÉVOL ABREU, A. y GIL DE ZÚÑIGA, H. (2023). “Antecedents of News Avoidance: Competing Effects of Political Interest, News Overload, Trust in News Media, and ‘News Finds Me’ Perception”. *Digital Journalism*, 11, <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1990097>.

HERRERA DAMAS, S. y SATIZÁBAL IDARRAGA, C. (2023). “Los labs de medios: innovación periodística, evolución y futuro según los expertos”. *El Profesional de la Información*, 32(2).

HERRERA DAMAS, S. y BENÍTEZ DE GRACIA, M.J. (2023). “A prospective analysis of immersive journalism from the perspective of experts”, en A.L. Sánchez Laws (ed.): *Insights on Immersive Journalism*. Routledge.

HERRERA DAMAS, S. y BENÍTEZ DE GRACIA, M.J. (2023): “Immersive journalism before the metaverse era: main challenges and how to overcome them from the perspective of experts”, en A. Godulla y S. Böhm (eds.): *Digital Disruption and Media Transformation. How Technological Innovation Shapes the Future of Communication*. Springer.

HERRERA DAMAS, S. y ROJAS TORRIJOS, J.L. (eds.). (2023): *Manual de narrativas digitales interactivas para el periodismo y la no ficción*. Tirant Lo Blanch.

RODRÍGUEZ RABADÁN, M., DEL PINO ROMERO, C. y GALÁN FAJARDO, H. (2023): “Identification of tools for measuring branded content: A proposal for evaluating its effectiveness”, en *Handbook of Research on the Future of Advertising and Brands in the New Entertainment Landscape*. IGI Global, pp. 319-344.

ROJAS TORRIJOS, J.L. y HERRERA DAMAS, S. (2023): *Manual de nuevos perfiles profesionales en el ámbito del periodismo y la no ficción*. Tirant Lo Blanch.

Periodismo y Análisis Social: Evolución, Efectos y Tendencias (PASEET)

AGUADO-GUADALUPE, G. y BERNAOLA, I. (2020). “Verificación en la infodemia de la Covid-19. El caso Newtral”. *Revista latina de comunicación social*, 78: 289–308. <https://dx.doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A12>

ALDEA, P. y HERRERO-CURIEL, E. (2020). “Twitter como herramienta de aprendizaje en los estudios de Periodismo: content curators en el proyecto International Journalism Tweet Week”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26: 975–987. <https://doi.org/10.5209/esmp.65050>

HEHERREO-CURIEL, E. y LA-ROSA, L. (2022). “Secondary education students and media literacy in the age of disinformation”. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 30(73): 95–106. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>

ILLÁN, J.C. y LÓPEZ, C. (2021). “El fin de la era de los grandes editores de prensa y la emergencia de los nuevos modelos digitales. La reconversión del negocio de la información en

- España en las dos primeras décadas del siglo XXI”. *Historia y memoria*, 22: 119-160.
<https://doi.org/10.19053/20275137>
- LUENGO, M.A.L. y INHLEBAEK, K.A. (2019). “Journalism, solidarity and the civil sphere: The case of *Charlie Hebdo*”. *European Journal of Communication*, 34(3): 286–299.
<https://doi.org/10.1177/0267323119844411>
- RODRÍGUEZ GÓMEZ, E.F. y ROSIQUE CEDILLO, G.J. (2022). “Privatización, servicio público y digitalización. El caso de 7 TV”. *Revista de Comunicación*, 21(1): 329–348.
<https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A17>
- SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, C., GONZÁLEZ, M.M., y FERNÁNDEZ, J.F. (2019). “Tratamiento informativo del bádminton y el piragüismo en *Marca* y *El País* (2012-2016)”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(3). <https://doi.org/10.5209/esmp.67007>
- SANDOVAL-MARTÍN, M.T., y LA-ROSA, L. (2018). “Big Data as a differentiating sociocultural element of data journalism: the perception of data journalists and experts”. *Comunicación y Sociedad*, 31(4): 193–208. <https://doi.org/10.15581/003.31.4.193-209>
- SANTAMARÍA, J.V.G., SERRANO, M.J.P. y PALLARES, M.R. (2020). “Portavoces oficiales y estrategia audiovisual en la crisis de la Covid-19 en España”. *Profesional de la información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.13>
- TUÑÓN-NAVARRO, J. y LÓPEZ-ÁLVAREZ, S. (2022). “Marcos comunicativos en la estrategia online de los partidos políticos europeos durante la crisis del coronavirus: una mirada poliédrica a la extrema derecha”. *Profesional de la información*, 31(3)
<https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.13>