



## EDITORIAL

 **Miguel Vicente-Mariño**  
miguel.vicente@uva.es  
Universidad de Valladolid

 **Guillermo López García**  
Guillermo.Lopez@uv.es  
Universitat de València

Dejando atrás ya las dos primeras décadas del siglo XXI, las grandes instituciones transmiten la constante sensación de hallarse inmersas en crisis que cuestionan tanto su legitimidad actual como su supervivencia futura. Los sistemas políticos democráticos, anclados en la representación parlamentaria a través de partidos políticos elegidos en comicios periódicos abiertos al conjunto de la ciudadanía, no son ajenos a esta característica, como tampoco son capaces de escapar de ella los sistemas de medios de comunicación.

La reunión científica “Democracias frágiles: polarización, populismo y desinformación en un contexto mediático híbrido”, celebrada en un escenario que unía Valencia (sede de la modalidad presencial) con un sinfín de pantallas en diversos puntos del planeta (modalidad en línea) durante los días 11, 12 y 13 de noviembre de 2020, se presentó como una oportunidad para reflexionar sobre esta compleja dinámica que hace que una crisis se encadene con la siguiente, contribuyendo a que la inestabilidad se convierta en el referente analítico más estable para explicar la realidad sociopolítica que construimos.

Dígitos, Revista de Comunicación Digital, se hace eco de esta sugerente temática recogiendo en su séptimo número algunas contribuciones de interés presentadas en este foro y complementándolas con otros trabajos recibidos en el marco de una convocatoria complementaria específica, abierta a la comunidad investigadora interesada en el ámbito de la comunicación política. En su conjunto, dichas aportaciones configuran el monográfico de este número: “*Grietas democráticas: riesgos y amenazas en una esfera pública mediatizada*”, coordinado por el profesor Miguel Vicente Mariño (Universidad de Valladolid).

El calado de los procesos de cambio social y político vividos durante la última década agudiza la necesidad de una investigación que combine la precisión analítica con una mirada crítica, capaz de poner de manifiesto las contradicciones y los retos que enfrentan las sociedades que habitamos: las circunstancias vividas en el año 2020 y durante lo que llevamos de 2021, marcadas por una crisis de salud pública de dimensiones planetarias como la pandemia de COVID19, han de servir como un nuevo acicate para una investigación social comprometida, capaz de ilustrar los procesos que, desde el terreno de confluencia entre la comunicación, la tecnología y la política, mejor definen nuestra época.

## Claves necesarias para comprender la historia reciente

El proceso de formación de la opinión pública, en el que participan diversos actores de ámbitos interrelacionados como la sociedad civil, las elites y los medios de comunicación, impulsa y se hace eco de estas transformaciones, que tienen como escenario principal un ecosistema digital capaz de generar, modular y amplificar interferencias en la lógica clásica de funcionamiento de unos sistemas que habían ganado estabilidad durante el siglo anterior. La institucionalización de la política a través de partidos políticos de referencia, la consolidación de un sistema de medios de comunicación masiva y la visibilidad de determinados actores sociales que acaparaban la función de representación de la voz ciudadana se ve sometida a una notable presión de cambio, a raíz de una serie de periodos de crisis en los que se cuestionan las bases fundacionales de esos sistemas políticos y económicos.

La crisis financiera de 2008, y sus posteriores consecuencias en términos de depresión económica, se presenta como un detonante, a escala global, de diversas formas de protesta social en puntos alejados geográficamente entre sí, pero con una creciente interconexión ideológica favorecida por la consolidación de unos sistemas tecnológicos de comunicación en red que consiguen operar al margen del radar de las instituciones clásicas. El descontento ciudadano se hace patente con movimientos sociales que reivindican un nuevo abordaje, más ético y más próximo a las necesidades populares, en diversos órdenes de la vida social, enfatizando la necesidad de modificación de actitudes irresponsables por parte de las elites sociales, políticas y económicas. Las políticas adoptadas por la Unión Europea para superar la crisis económica, basadas en el recorte del gasto público y priorizando el equilibrio en las cuentas públicas, contribuyen a la generalización de un sentimiento de agravio entre las bases de un electorado crecientemente descontento con sus representantes en la esfera política (Forminaya, 2017; Papaioannou y Gupta, 2018).

En el caso español, el profundo impacto de las movilizaciones ciudadanas del 15 de mayo de 2011 se deja sentir durante la década posterior. Las demandas que recorrieron las plazas españolas durante esa primavera sirvieron para hacer visible un tejido asociativo, articulado a través de la participación ciudadana, que exigía transformaciones profundas en las instituciones democráticas, apelando a la conciencia política de un *demos* aletargado tras tres décadas de transición hacia la democracia desde la dictadura franquista. La indignación que impulsaba las protestas ciudadanas se materializaba en una crítica abierta al bipartidismo que, *de facto*, se había acabado instalando en la democracia representativa española a través de un intercambio del poder entre los dos principales partidos políticos (Partido Socialista Obrero Español y Partido Popular) del sistema que emerge de la Constitución de 1978.

Esta crítica no era, ni mucho menos, ajena al papel jugado por los medios de comunicación masiva, sin cuyo concurso no sería posible entender algunos de los aspectos nucleares de la idiosincrasia política española: en este sentido, las posibilidades de producción, de circulación y de recepción de mensajes ajenos a los canales institucionalizados de comunicación que ofrece el escenario digital en red se observaba como una oportunidad para combatir los vicios de la política y de los medios convencionales (Dahlgren, 2013). La relación entre participación y medios de comunicación (Vicente-Mariño, Papaioannou

y Dahlgren, 2020) continúa siendo un vector necesario para comprender el motivo de que, con una periodicidad fluctuante, emerjan muestras de un descontento ciudadano que exige otras formas de gestión de lo público.

La cristalización política del descontento ciudadano, sin embargo, no se hace evidente hasta unos años después del 15M, ya que las transformaciones en términos de comportamiento electoral comienzan a acumularse a partir del año 2014, cuando la irrupción de Podemos en las Elecciones al Parlamento Europeo nos confronta con unos resultados novedosos, que invitan a pensar en el calado del reto que enfrenta la lógica bipartidista. Un partido político que surge como herencia, más o menos directa, de las movilizaciones ciudadanas de tres años atrás y que consigue, sin apenas recursos económicos, un apoyo en las urnas que evidencia una pulsión ciudadana por un cambio radical en muchos órdenes de la vida política. Se iniciaba, de este modo, un nuevo ciclo que abría las puertas a nuevos actores políticos que cuestionaban el funcionamiento interno de la democracia española.

### **Las grietas, síntoma de la fatiga de materiales**

El proceso de erosión de los sistemas democráticos contemporáneos se agudiza a consecuencia del auge de, entre otros factores, la polarización afectiva, el populismo político y la desinformación. El mandato de Donald Trump en Estados Unidos contribuye a la popularización de una serie de términos, como las noticias falsas (*fake news*), la posverdad o la desinformación (Farkas y Schou, 2019), en una moneda común en el lenguaje político, mediático y ciudadano, otorgándole una carta de naturalidad a prácticas que habían recibido, tradicionalmente, una fuerte sanción social. Un escenario de comunicación híbrida (Chadwick, 2017), en el que los canales institucionales de comunicación no solamente conviven, sino que también compiten con nuevas vías de comunicación directa con los protagonistas de la toma de decisiones políticas, acaba por cuestionar muchas de las bases implícitas en los sistemas clásicos de representación política y mediática.

La sensación de crisis sistémica se propaga en el espacio, alcanzando unas dimensiones territoriales globales, y en el tiempo, enquistándose a raíz del encadenamiento de episodios puntuales, como la gestión de las emergencias sanitarias, con fenómenos de naturaleza crónica, como la desafección política. En ese sentido, una mirada pesimista parece imponerse sobre las ilusiones creadas en torno a las sociedades digitales durante la transición hacia el siglo actual.

La centralidad adquirida por la comunicación, como objeto de estudio científico y como campo de aplicación profesional, ha discurrido en paralelo a este proceso de agrietamiento de las estructuras sociopolíticas, confrontándonos con una paradoja: en la época histórica en la que mayores recursos existen para la comunicación entre seres humanos, los cimientos de estas sociedades parecen dar mayores síntomas de agotamiento. La creciente capacidad de generación de contenidos de la que disfrutaban las audiencias convive con una esfera mediática fragmentada que refleja y, en ocasiones, amplifica la confrontación ideológica.

A su vez, la emergencia de alternativas políticas que proponen un repliegue sobre las fronteras de los Estados-nación camina en dirección opuesta a la globalización

imperante durante las últimas décadas, una internacionalización que, sin embargo, mantiene su vigor en el ámbito económico y en el sector tecnológico. La negociación entre el espacio local y el global resulta un vector imprescindible para comprender las tensiones que existen entre la sociedad civil, el mercado y los Estados.

En el caso español, el ciclo político inaugurado en 2014 con la irrupción de Podemos ha estado marcado por una notable aceleración en los tiempos y en los ritmos propios tanto de la formación de corrientes de opinión pública como del comportamiento electoral. En paralelo a la emergencia y consolidación del partido liderado por Pablo Iglesias Turrión, pero definiendo una estrategia y unos objetivos diametralmente opuestos, Ciudadanos experimenta un auge abrupto entre los años 2015 y 2019, situándolo como una alternativa creíble para el electorado de centro. Estos dos partidos comparten una apelación a la nueva política que, de algún modo, conecta con un importante sector de las bases de los dos partidos mayoritarios (PP y PSOE) en el escenario posterior a la transición democrática española.

Sin embargo, y en una nueva muestra de la deliberación celerica colectiva, ese eje de confrontación entre lo nuevo y lo viejo que parecía imponerse en el contexto político español muestra síntomas de agotamiento en apenas cinco años, cuando el ciclo de consultas electorales completado en 2019 –con dos convocatorias generales en abril y en noviembre- evidencia tanto un cierto grado de pendularidad, al devolver el electorado parte del crédito perdido a los dos partidos mayoritarios –retirándose, parcialmente, a las alternativas morada y naranja que habían irrumpido con fuerza en las Elecciones Generales de 2015 y 2016- como una evidente novedad: la emergencia de la extrema derecha en el arco parlamentario español.

La irrupción de Vox en el ya de por sí convulso tablero de juego de la política partidaria española se convierte en una nueva capa de complejidad analítica: la oferta de opciones políticas se amplía debido a la fragmentación tanto del espectro ideológico más conservador (Vox, PP y Ciudadanos) como del polo más progresista (Unidas Podemos, Más País y PSOE), sumándose a la ecuación la consolidación de las apuestas nacionalistas en diversos territorios –con especial relevancia en el caso catalán, tras más de una década de crecientes tensiones y enfrentamientos a raíz de la demanda independentista- y la emergencia de nuevos actores en clave provincial.

La multiplicación de la oferta de partidos podría entenderse como la respuesta que da el sistema político a la creciente desafección ciudadana respecto a su clase dirigente, si bien cabe plantearse la sostenibilidad en el tiempo de una cartografía ideológica tan fraccionada. En cualquier caso, la excepcionalidad española en cuanto a la ausencia de opciones políticas de extrema derecha ya es historia, y la presencia de Vox como tercera fuerza política tras los comicios electorales celebrados en noviembre de 2019, nos equipara con otros territorios europeos y americanos en los que las miradas en clave de nación-estado apuntan hacia un repliegue en las propias fronteras y a un lenguaje político marcado por la confrontación y la radicalización discursiva. Este monográfico ofrece interesantes contribuciones para comprender mejor las estrategias comunicativas empleadas por el partido liderado por Santiago Abascal en su acceso a las instituciones parlamentarias españolas, evidenciando algunas de las tendencias que, en materia de comunicación política digital, se habían venido observando en otras opciones electorales.

## La mediatización de la esfera pública

Uno de los factores que contribuye a entender el proceso de cambio que se está produciendo remite a la creciente centralidad que experimenta la comunicación, en sus diferentes modalidades, en la vida cotidiana de la ciudadanía y en los procesos de formación de la opinión pública. El primer cuarto del siglo XXI ha sido testigo de significativas transformaciones en los modos empleados para comunicarse, discurrendo en paralelo a varios cambios sociales y tecnológicos sin cuyo concurso resultaría imposible explicar el funcionamiento de las sociedades actuales.

La posición clave que disfrutaron los procesos de comunicación mediada tecnológicamente en la vida cotidiana de la mayoría de la ciudadanía ha impulsado la reflexión sociológica acerca del papel de los medios y de las redes de comunicación social en los entornos digitales. En este sentido, una de las contribuciones más relevantes en el campo teórico y analítico es la mediatización, una noción que ha gozado de una atención preferente en el ámbito europeo, liderado por las academias británicas, y los países centrales y nórdicos del continente. Los trabajos de Sonia Livingstone, Nick Couldry, Andreas Hepp, Stig Harvard, han catapultado a la mediatización como una idea central en el campo de las teorías de la comunicación, en tanto que han conseguido ampliar el campo de análisis desde los medios de comunicación de masas hacia una cantidad de objetos y espacios de estudio que abarcan contextos de la realidad social mucho más amplios.

Cabe resaltar, no obstante, que ese desarrollo teórico y conceptual ha reconocido de forma muy ocasional, e intermitente a lo largo del tiempo, algunas contribuciones lanzadas desde el pensamiento latinoamericano, siendo algunas de ellas precursoras, en cierto modo, de los razonamientos y explicaciones que ahora se imponen como dominantes en el espacio europeo. Entre esas nociones destaca el concepto de mediación defendido por Martín Barbero (1994), o su posterior aplicación a escenarios propios de la comunicación mediada por parte de Guillermo Orozco. En este sentido, el trabajo que exploró la transición desde los medios hacia las mediaciones es una obra de referencia en el espacio latinoamericano, que invita a proyectar la mirada hacia nuevas evoluciones que dibujen, ahora, la evolución desde las mediaciones hacia la mediatización.

Sea como sea, los contenidos que agrupa este monográfico remiten unánimemente a la noción de mediatización de la vida política, un ámbito de acción y de reflexión en el que, probablemente, resulte más evidente la íntima relación que se ha venido tejiendo entre los liderazgos políticos, los relatos que circulan a través de medios masivos convencionales y de nuevos espacios de intercambio de mensajes política, y el electorado.

### Estructura del monográfico

Este monográfico está compuesto por cinco artículos de investigación que exploran aspectos complementarios de las democracias actuales, centrando su análisis en el territorio español como espacio de referencia.

Las campañas electorales continúan acaparando la atención de una comunidad investigadora que, desde el ámbito de la comunicación política, explora tendencias

que, a partir del año 2014, experimentan en España un ritmo trepidante, con unos bandazos notables en el apoyo del electorado a unas opciones políticas que luchan por sobrevivir en un escenario pendular, en el que el bipartidismo propio de las primeras décadas de democracia en España ha sufrido un importante desgaste.

Así, en el primer artículo, titulado “La focalización mediática en los principales informativos de televisión en España en las campañas electorales generales de 2019: partidos políticos versus líderes”, Benjamín Marín Pérez, Javier Pérez Sánchez y Anastasia Ioana Pop ofrecen una revisión detallada de un debate que resuena en la comunicación política y que se interroga acerca de la prevalencia otorgada por los medios de comunicación a las personas que lideran los partidos sobre los grupos que los componen. La personalización de la representación mediática en las campañas electorales remite a los procesos de selección y jerarquización que emplean, en este caso, las televisiones para construir sus coberturas electorales, evidenciando una tendencia a anteponer la imagen, más popular entre las audiencias, de la cabeza de cartel de cada partido político sobre el colectivo que está detrás de ese rostro conocido.

Una de las novedades más trascendentes en la historia reciente del panorama político español es la irrupción del partido de extrema derecha Vox, completada durante las dos Elecciones Generales celebradas en España durante el año 2019. Este monográfico evidencia el interés que ha despertado la formación liderada por Santiago Abascal, incorporando dos textos de gran utilidad para describir la estrategia de posicionamiento de esta nueva oferta partidaria en un ecosistema digital que se presenta, a su vez, como el punto de apoyo necesario para conseguir acceder al ámbito de la política parlamentaria.

En el manuscrito titulado “El discurso populista de Vox en las Elecciones Generales de 2019: análisis comparativo de las agendas temáticas en televisión y Twitter”, David Lava Santos profundiza en los mecanismos discursivos que definen la propuesta de este partido político, proporcionando evidencias de interés acerca de la difusión de un contenido marcadamente populista en Twitter, uno de los espacios preferentes para la conversación –y la confrontación– política. La mirada comparativa entre un canal controlado por el propio partido y la cobertura recibida por las cadenas de televisión nos enfrenta ante esa hibridación de la comunicación que resulta definitoria del contexto actual, donde las audiencias reciben multitud de mensajes y deben articular su propia posición a partir de perspectivas habitualmente contradictorias entre sí.

Por su parte, el artículo “La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox”, firmado por Andrea Castro Martínez y Pablo Díaz Morilla, nos confronta con una radiografía detallada de la presencia de Vox en las redes sociales digitales. Con una mirada predominantemente descriptiva, son capaces de desglosar las tendencias más reseñables de un partido que ha crecido en las redes para consolidar su presencia en los foros de la arena política institucional.

Descendiendo al plano autonómico, el trabajo de Rubén Rivas-de-Roca, titulado “Personalización, transversalidad y capilaridad: la campaña digital del BNG para las Elecciones Gallegas de 2020”, ofrece un estudio aplicado de una campaña electoral de un partido nacionalista en los comicios celebrados en Galicia en julio de 2020. La irrupción

de la pandemia provocó un aplazamiento de esta consulta electoral, si bien el núcleo de la estrategia del Bloque Nacionalista Galego optó por unos mensajes orientados hacia un público juvenil con una priorización temática que dejaba atrás aquellos puntos susceptibles de generar mayor confrontación ideológica. Los resultados, en este caso, parecen dar la razón a esta apuesta por rebajar el tono de una comunicación política más tendente al ruido y al choque de trenes que a la búsqueda de puntos de consenso.

En quinto lugar, la contribución elaborada por Ximo Aguar Torres y Guillermo López García ofrece, bajo el título “Oculto a simple vista: análisis de las comunicaciones diarias de la Consellería de Sanidad durante la primera oleada del coronavirus”, un abordaje enfocado sobre la acción comunicativa de un actor de alcance autonómico con un papel clave en la gestión de la pandemia que ha marcado los años 2020 y 2021. Esta mirada atenta y detallada sobre la comunicación institucional de un gabinete del gobierno autonómico nos confronta con la compleja relación que se esconde detrás de la selección de los contenidos que difunden los promotores de la información, con destino tanto en los medios de comunicación convencionales como, crecientemente, en la sociedad civil, que opta por seguir directamente los canales de comunicación abiertos por esas instituciones públicas.

A modo de conclusión, este monográfico permite completar una panorámica enriquecedora acerca de la comunicación política contemporánea en España. Combina el interés por fenómenos emergentes, como la irrupción de la extrema derecha, con la revisión de debates clásicos en el análisis de la comunicación electoral. Ofrece contribuciones relevantes tanto para comprender mejor el espacio estatal de decisión política como para aterrizar ese conocimiento en la gestión comunicativa de actores institucionales que operan en el espacio autonómico. Los artículos que componen este número especial suponen un esfuerzo por conectar objetos de estudios relevantes en nuestro entorno con nociones teóricas y tendencias analíticas dominantes en el ámbito internacional, por lo que su lectura resultará de utilidad para actualizar el conocimiento científico existente en materia de comunicación política y electoral. Solamente cabe invitar a quienes se aproximen a estos contenidos a que disfruten de una cuidada selección de trabajos relevantes para entender los motivos por los que los sistemas democráticos contemporáneos, tanto en la esfera política como en la comunicativa, están sometidos a una tensión que amenaza la sostenibilidad de algunos de sus pilares.

### **Más allá del monográfico: Zona Abierta y reseñas**

Este número de Dígitos se completa con otros cinco artículos pertenecientes a la sección Zona Abierta, que reúne aportaciones no encuadradas en el monográfico. En primer lugar, cabe destacar el artículo galardonado con el Premio Dígitos del año 2020, correspondiente a la mejor investigación presentada por un estudiante de doctorado. Se trata del artículo de Mayte Donstrup (Universidad de Sevilla) titulado “ La alteridad en el discurso de la ciencia ficción: identidad y desarraigo en *Beforeigners* (HBO: 2019- )”. Este artículo analiza el discurso de una serie noruega de ciencia ficción, *Beforeigners*, en la que comienzan a aparecer en la sociedad del siglo XXI personas provenientes del pasado. La serie prima valores comunitarios e integradores para con los recién llegados, en una clara metáfora de la que es una de las principales disyuntivas de nuestro tiempo en los países ricos: las posibles políticas respecto de la inmigración, más acogedoras o

(como suele ser habitual, sobre todo en los últimos años) más restrictivas.

El segundo artículo de la sección Zona Abierta es “Canales de vídeo de doblaje paródico en YouTube en España. Los casos de Loulogio, Desahogada, Korah, Keunam y HDub”. por Javier Trabadela-Robles (Universidad de Extremadura) y Diego-Jesús Corral-Motino (Canal Extremadura Televisión). El artículo aborda el análisis de cinco canales humorísticos de Youtube en España, centrados en realizar parodias mediante el doblaje de otros personajes o situaciones. El análisis de contenidos audiovisuales en esta sección se completa en este número con el artículo de Álvaro Martín Sanz (Universidad de Valladolid), “ La distribución de cortometrajes en la era digital. Entry fees y plataformas de envío de obras audiovisuales a festivales”, que analiza diversas plataformas de envío online de cortometrajes a festivales, una dinámica que ha sustituido al tradicional envío postal y que se constituyen en nuevos intermediarios y barrera de entrada para los cineastas.

Finalmente, la sección Zona Abierta incluye en este séptimo número otros dos artículos. El titulado “Uso del *clickbait* en los medios nativos digitales españoles. Un análisis de *El Confidencial*, *El Español*, *eldiario.es* y *OK Diario*”, por Andrea Bravo Araujo, Javier Serrano-Puche y María Fernanda Novoa Jaso (Universidad de Navarra), muestra los sistemas que emplean dichos medios digitales para captar la atención del público y lograr que sus contenidos se difundan y viralicen entre la audiencia, a menudo a costa de afectar a su credibilidad y veracidad informativa. Por último, el artículo “El uso político de Facebook en la campaña de las Elecciones Locales de 2015 en la ciudad de València”, de José Gamir Ríos (Universitat de València), es un análisis del uso de dicha red social por parte de los principales candidatos a la alcaldía de València en las elecciones municipales de 2015, centrado en las principales temáticas que abordaron durante la campaña.

Además, incluimos con este número de Dígitos tres reseñas de otras tantas monografías: *Tristes por diseño: las redes sociales como ideología*, de Geer Lovink (reseña elaborada por Iván Navarro Flores, de la Universidad Complutense de Madrid); *La isla Etaria: tercera edad y medios de comunicación*, libro colectivo coordinado por Virginia Guarinos (reseña a cargo de Sara Granero Ramos, de la Universidad de Sevilla); y *Narrativa(s) en ficción televisiva y cinematográfica*, de Sergio Cobo-Durán y Javier Lozano Delmar (reseñada por Sofía Otero Escudero, de la Universidad de Sevilla).

Este número de Dígitos también abre una nueva etapa en la revista. Se ha remodelado el equipo editorial, con un nuevo Consejo Editorial, más amplio y plural, que cuenta con especialistas en diversas áreas del campo de la comunicación, lo que nos permitirá desarrollar una gestión más coral de la selección y edición de contenidos de la revista. El Consejo Editorial está compuesto por los siguientes profesores e investigadores: Dafne Calvo (Universidad de Valladolid); Vicente Fenoll Tomé (Universitat de València); José Vicente Gámir Ríos (Universitat de València); Silvia Guillamón Carrasco (Universitat de València); Irene Liberia Vaya (Universidad de Sevilla); Germán Llorca Abad (Universitat de València); Janna Joceli Omena (Universidade Nova de Lisboa); Laura Pérez Altable (Universitat Pompeu Fabra); Meritxell Roca Sales (Columbia University); Lidia Valera Ordaz (Universitat de València).

Por último, no podemos cerrar la presentación de este número sin expresar nuestro



agradecimiento a las personas e instituciones que lo han hecho posible. En primer lugar, a los autores de los artículos, por su buena disposición para recoger e incorporar todas las recomendaciones de mejora recibidas; a quienes han asumido -de forma tan anónima como constructiva- las tareas de revisión de los manuscritos originales; al equipo editorial de la Revista Dígitos (Comité Científico, Consejo Editorial, y en particular la subdirectora de la revista, Lorena Cano-Orón); y, por supuesto, también queremos agradecer la confianza y el apoyo del Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universitat de València. Sin el concurso de todos ellos, este número de la revista no habría sido posible.

## REFERENCIAS

- Chadwick, A. (2017): *The hybrid media system: Politics and power*. New York: Oxford University Press.
- Dahlgren, P. (2013): *The political Web: Participation, media, and alternative democracy*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Farkas, J., y Schou, J. (2019). *Post-truth, fake news and democracy*. Abingdon, UK: Routledge.
- Forminaya, C. F. (2017). European anti-austerity and pro-democracy protests in the wake of the global financial crisis. *Social Movement Studies*, 16(1), 1–20. doi:10.1080/14742837.2016.1256193
- Martín-Barbero, M. (1994). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Anthropos.
- Papaioannou, T., y Gupta, S. (Eds.). (2018). *Media representations of anti-austerity protests in the EU: Grievances, identities and agency*. London, UK: Routledge.
- Vicente Mariño, M., Papaioannou, T., y Dahlgren, P. (2020). Participation and Media: Comparative Analysis of Anti-Austerity in the Eurozone Crisis. *International Journal of Communication*, 14, 3256-3265. Disponible en: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/8998/3123>