








Periodismo móvil: Revisión sistemática de la producción científica

Mobile journalism: Systematic literature review

-  Dr. Xosé López-García es Catedrático de Periodismo del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela (España) (xose.lopez.garcia@usc.es) (<https://orcid.org/0000-0002-1873-8260>)
-  Dra. Alba Silva-Rodríguez es Profesora Ayudante Doctora del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela (España) (alba.silva@usc.es) (<https://orcid.org/0000-0002-1221-5178>)
-  Ángel-Antonio Vizoso-García es Investigador en Formación del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela (España) (angel.vizoso@usc.es) (<https://orcid.org/0000-0001-7898-9267>)
-  Dr. Oscar Westlund es Profesor en la Universidad Metropolitana de Oslo (Noruega) (oscarw@oslomet.no) (<https://orcid.org/0000-0002-9029-6065>)
-  Dr. João Canavilhas es Profesor Asociado en la Universidade da Beira Interior (Portugal) (jc@ubi.pt) (<https://orcid.org/0000-0002-2394-5264>)

RESUMEN

La era de los medios móviles ha situado la convergencia comunicativa en un nuevo estadio. La movilidad ha abierto un gran campo en la cambiante sociedad red. La producción científica sobre periodismo móvil ha adquirido un mayor protagonismo gracias a las mejoras técnicas de los dispositivos y a la democratización en el acceso a los contenidos por parte de los usuarios. En los últimos diez años se ha producido una aceleración en las innovaciones tecnológicas que se ha traducido en un mayor interés por esta área de estudio. En este trabajo se analizan los artículos sobre dispositivos móviles y periodismo a fin de definir el momento actual del proceso y situar el papel que ocupan en el escenario convergente. El método ha sido una revisión sistemática de la literatura científica (SLR) de 199 artículos publicados entre enero del 2008 y mayo del 2018 en la base de datos Web of Science. La validación siguió los criterios de inclusión y exclusión, identificación de la base de datos, motores de búsqueda, y evaluación y descripción de resultados. Los hallazgos indican que en Estados Unidos se concentra el mayor número de publicaciones relacionadas con este tema y que el auge de la producción científica sobre periodismo móvil se da en el año 2013. Se concluye que existe un predominio de publicaciones relacionadas con los actantes en detrimento de aquellas que versan sobre actores o audiencias.

ABSTRACT

The era of mobile media has placed communications convergence at a new stage. The importance of studies about mobile communications has been growing increasingly over the last years. This growth is connected to the increase in the access to contents through new devices. The last ten years have seen a process of acceleration in mobile technology innovations. The peak of this new scenario has been the interest of the research community in investigating the relationship between such innovations and the spread of informative contents. This article analyses those studies that address the relation between mobile devices and communication and journalism. The main objective is to clarify the current state of these studies as well as to define their significance within the current convergence scenario. In order to reach such objectives, a Systematic Literature Review (SLR) was conducted. The authors analysed 199 research articles published between January 2008 and May 2018 in the database Web of Science. The findings suggest that the United States has the largest number of studies in relation to this topic. We can pinpoint the highest increase in scientific production about journalism and mobile communications in 2013. Besides, it exists a dominance of those articles related with actants upon those ones about actors or audiences.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Comunicación móvil, periodismo móvil, digitalización, convergencia, movilidad, innovación, personalización, ubicuidad. Mobile communication, mobile journalism, digitalization, convergence, mobility, innovation, personalization, ubiquity.



1. Introducción y estado de la cuestión

Durante las últimas dos décadas, el entorno de los medios se ha vuelto cada vez más digital gracias al desarrollo de dispositivos avanzados y, a menudo, más baratos, con una mejora de la conectividad y con una mayor oferta de productos y servicios.

Existe una larga tradición académica con respecto al estudio del proceso de digitalización e innovación de las redacciones. Desde Castells (1996), que exploró la llamada sociedad de red y su alcance tecnológico, hasta la mediamorfosis de Fidler (1997) o el proceso de digitalización de las noticias exploradas por Boczkowski (2004). Estudios sobre aspectos como la multimedialidad (Deuze, 2005), interactividad (Scolari, 2008), convergencia (Salaverría & García-Avilés, 2010), participación (Masip & al., 2015), personalización (Thurman, 2011), memoria o documentación (Guallar, 2011), o la movilidad en el uso de los nuevos medios (Westlund & Lewis, 2014), entre otros, también han sido de especial importancia. La relevancia de la tecnología de la información y la automatización ha sido evidente desde que Manovich (2013) llamó la atención sobre cómo el software había adquirido el papel principal. Es una tendencia que se ha vuelto aún más importante para una buena parte de los procesos, incluida la búsqueda, el desarrollo y la difusión de contenido. Los procesos de innovación en las salas de redacción (Paulussen, 2016) consideran prioritaria la producción de contenido para dispositivos móviles, a saber, «periodismo móvil (MOJO)» y participación (Barnes, 2016), que se lleva a cabo en un porcentaje muy alto desde dispositivos móviles.

El proceso de transformación que experimenta la tecnología de los medios de comunicación en relación con su adaptación en la vida cotidiana, a las rutinas y a los entornos sociales ha sido estudiado por diversos autores a lo largo de los últimos años (Silverstone & al., 1992; Haddon, 2007). Los móviles han sido estudiados, desde un primer momento, como artífices de un cambio sociológico capaces de conformar nuestro día a día (Ling, 2004; Ling & Haddon, 2001; Oksman & Rautianen, 2002). El aumento de usuarios móviles (GSMA, 2018) es una realidad que confirma que la industria de medios se enfrenta a un desafío. Adaptarse a una audiencia en movilidad que consume contenido preferentemente a través de dispositivos móviles (Reuters Institute, 2018) es una prioridad que exige conocer las características y particularidades del nuevo soporte comunicativo.

La comunicación móvil alude al acceso a contenidos desde el móvil y a la conexión perpetua de los individuos. Castells (2006) destaca la permanencia y la ubicuidad como dos de los factores que ayudan a entender este fenómeno. Durante la década pasada el móvil se ha transformado gradualmente en un dispositivo portable, en un ordenador personal. Esta cualidad del dispositivo que facilita la comunicación interpersonal ha sido destacada por la mayoría de estudiosos de esta área (Ling, 2004; Fortunati, 2001; Habuchi, 2005; Matsuda, 2005; Wei & Lo, 2006).

El teléfono móvil se concibe como un elemento imprescindible para hacer frente a la nueva estructura social que afecta e incide en las implicaciones humanas, en las interacciones personales y en las intervenciones entre organizaciones e instituciones sociales (Geser, 2004).

El lanzamiento del iPhone de Apple en el año 2007 marca el inicio de una nueva era en el proceso de digitalización y crea un nuevo estándar para comprender el significado de las comunicaciones móviles y los medios en particular (Scolari, Aguado, & Feijoo, 2012).

Aunque estos siempre han sido «móviles» según Bruhn (2013), transforman los paradigmas de los medios tradicionales (Westlund, 2011) aportando nuevos formatos sincrónicos, localizados e individualizados (Bruhn, 2013) y modificando los contextos sociales y los modos de producción, emisión y recepción de la información.

Wei (2013) define los medios móviles como plataformas portátiles personales, interactivas, habilitadas para Internet y controladas por los usuarios. El valor de la movilidad, junto con la naturaleza personal y privada (Lorente, 2002) y su carácter individualista (Soletic, 2008) tendente a la personalización (Martin, 2009) son algunos de los elementos que definen al dispositivo móvil. Aguado y Martínez (2006) destacan que gran parte del éxito de la difusión de la telefonía se debe a sus características adherentes: ubicuidad, carácter personal, translocalidad y conectividad «always on».

Es necesario precisar que el fenómeno del periodismo móvil no ha llegado a conceptualizarse unánimemente desde el punto de vista académico. En principio, se ha querido englobar a esta disciplina como sucesora del periodismo multimedia cuando, en realidad, se trata de un campo totalmente nuevo y con características propias. La diferencia la establece el componente de la movilidad que abre espacio para diversas interpretaciones dentro de este nuevo contexto. Algunos autores, en la tentativa de aproximarse a una explicación más fidedigna de esta nueva práctica periodística, optaron por denominarla «periodismo digital móvil» (Campbell, 2007), «periodismo de noticia

móvil» (Forsberg, 2001) «periodismo móvil» (Briggs, 2007; Quinn, 2000; Pavlik, 2001; Castells, 2006). Este concepto debe ser entendido desde la perspectiva de los medios, tal y como apuntan Goggin y Hjorth (2009) y Virpi (2010). Esto lleva a afirmar que nos encontramos ante dos perspectivas diferentes que ayudan a definir más concretamente este nuevo campo de estudio. Por una parte, aquella que alude a la difusión y a la recepción de contenido para móviles y, por otra, la que se centra en el aspecto de producción del contenido.

Aunque, como se ha señalado, la producción científica sobre el fenómeno de la comunicación móvil es muy abundante, el estudio de la disciplina del periodismo móvil presenta importantes vacíos en la investigación. Pearce (2013) encontró ausencias de conocimiento en la producción científica existente alertando de la necesidad de realizar estudios con un mayor compromiso a nivel teórico y con métodos rigurosos. Los trabajos centrados en esta área abordan las características técnicas de los dispositivos (Ahonen, 2008; Jokela & al., 2009) y los retos de las empresas periodísticas en el contexto de la sociedad móvil, centrados en la necesidad de adaptarse a la segmentación de públicos y a la era de la conectividad permanente (Aguado & Martínez, 2006).

Los investigadores coinciden al afirmar que este nuevo contexto posibilita la creación de estrategias innovadoras en cuanto a los modelos de distribución y de negocio (Aguado, 2012) y favorece la creación de nuevas modalidades expresivas (Sánchez & Aguado, 2010). Cebrián y Flores-Vivar (2011) afirman que los contenidos periodísticos difundidos a través de los móviles pasaron principalmente por tres fases: adaptación, autonomía y emancipación. Los principales estudios publicados sobre este campo focalizan sobre los usos del móvil y sus consecuencias sociales citan-

do, por ejemplo, los cambios en la estructuración, los métodos de comunicación y la mutación de valores tradicionales como el espacio y el tiempo, lo público y lo privado, la identidad, la seguridad, la soledad o la seguridad, entre otros. Sin embargo, se trata de trabajos descriptivos con un bajo grado de teorización. Escasean, de este modo, los estudios analíticos y prácticos acerca del periodismo móvil desde sus tres vertientes principales: emisión, difusión y recepción de contenidos.

Desde estas ausencias de conocimiento se presenta este artículo, que tiene por objetivo analizar los estudios recientes (2008-2018) que se han dado en la articulación del periodismo móvil para conocer qué investigaciones se han realizado en este campo, cuáles son los contextos en los que se han estado desarrollando estas prácticas y cuáles son los retos que se han detectado. Todo ello con el fin de aportar conocimiento a fin de conocer la complejidad del ecosistema móvil a medida que tiene un papel más protagónico en el ecosistema comunicativo durante la segunda década del tercer milenio (Aubusson, Schuck, & Burden, 2016).

2. Material y métodos

El plan general para conocer y entender el papel de los medios móviles emergentes en el escenario de la convergencia mediática descansa sobre un diseño metodológico que parte de la revisión sistemática de la literatura científica basada en el protocolo de (RSL) propuesto por Kitchenham (2004) que ha tenido mayor impacto en los últimos diez años (entre enero de 2008 y abril de 2018). La revisión sistemática, que forma parte de la investigación secundaria y que tiene como fundamento básico el respeto escrupuloso de la transparencia y de la sistematización (Codina, 2017), nos permite conocer las principales aportaciones al estado de la cuestión. Esta técnica nos permitirá

Los estudios sobre la influencia de los dispositivos móviles en los procesos de comunicación en general y en los procesos de producción periodística en particular han sido una realidad ampliamente estudiada a lo largo de los últimos años. Así, los trabajos referenciados en esta investigación son la continuación de las experiencias iniciadas por teóricos como Castells (1996) o Fidler (1997), precursores a la hora de adelantar el grado de incidencia que el desarrollo de las tecnologías móviles tendría en el devenir de la comunicación en sus diferentes formas y soportes.

«identificar, evaluar e interpretar los datos disponibles dentro de un periodo de tiempo de un determinado campo de investigación» (Ramírez-Montoya & García-Peñalvo, 2018), que hemos fijado en diez años, por tratarse de la etapa en la que se produce un cambio de ciclo en la comunicación móvil.

Se ha trabajado con criterios de inclusión conformados por palabras clave definidas para el periodismo móvil, área objeto de estudio y publicados en inglés en el período 2008-2018. Se han excluido aquellos en los que el objetivo primario no tenía relación con el periodismo móvil como, por ejemplo, los relacionados con aspectos técnicos de los dispositivos o aquellos que incidían en los procesos de alfabetización mediática. El procedimiento para llevar a cabo la revisión consistió en la selección de estudios del área de Ciencias Sociales a través de la base de datos Web of Science a partir de las diversas categorías. Se ha seleccionado esta base de datos porque el objetivo principal consiste en estudiar los artículos publicados en las revistas de mayor impacto a nivel internacional. Para localizar los resultados se han tenido en cuenta las siguientes categorías, recogidas en la Tabla 1.

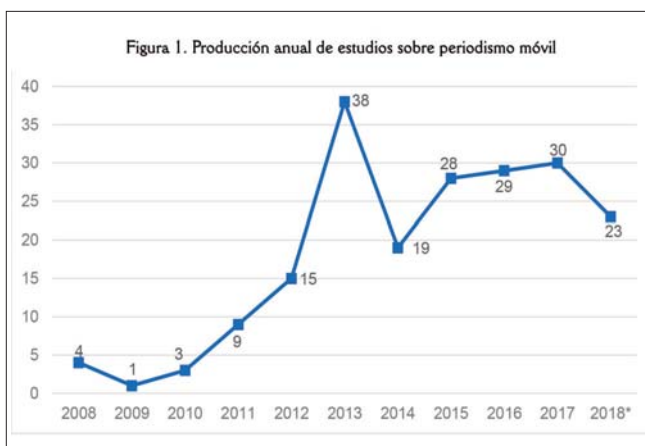
El proceso metodológico ha seguido los siguientes pasos:

- 1) Identificación del campo de estudio y período a analizar: mobile journalism (2008-2018).
- 2) Selección de las fuentes: artículos de investigación del área de «Social Sciences Citation Index» (SSCI).
- 3) Realización de la búsqueda automática en WvS con el listado de descriptores finales.
- 4) Gestión y depuración de los resultados.

5) Identificación de las variables a estudiar: datos descriptivos (año de publicación, nombre de la revista, título del artículo, palabras clave, tema y número de autores); tipo de estudio (metodología cuantitativa, cualitativa, descriptiva, explicativa, transversal o no especificada); técnicas (observación, cuestionario, entrevistas, análisis de contenido, estudio de caso, experimental o no especificadas); principal aportación; DOI y, por último, institución de origen.

3. Resultados

Se analizan en este punto los hallazgos más importantes apreciados durante esta revisión sistemática de literatura sobre la producción reciente en materia de periodismo móvil bajo los descriptores previamente señalados. En total, se revisaron 199 piezas diferentes, resultado de la búsqueda de siete términos o conjuntos de términos y la eliminación de posibles coincidencias. A lo largo de este apartado se desgranaron las principales tendencias de la investigación en la materia atendiendo a diversos puntos de vista: publicación –cantidad de artículos publicados y cabecezas–, número de firmantes y temática de los textos revisados. Así mismo, se acudió a la fórmula de clasificación temática ideada por Lewis y Westlund (2015) para dividir los artículos revisados según abordaran la temática del periodismo móvil desde el punto de vista de los actores, los actantes, las audiencias y las actividades.



Nos centramos, inicialmente, en la distribución temporal de los trabajos obtenidos. Tal y como muestra la Figura 1, a lo largo de la última década se ha producido un aumento paulatino en la producción de contenidos relacionados con la comunicación móvil, alcanzando un pico en 2013 con una producción de 38 textos relacionados con los descriptores seleccionados. En los años sucesivos este número ha ido reduciéndose hasta las 30 contribuciones recogidas durante el año 2017. Para el período en curso durante el momento de las observaciones, 2018, se han determinado 23 textos sobre periodismo móvil.

Tabla 1. Descriptores seleccionados para la búsqueda en Web of Science	
Descriptor	Nº de artículos
TS=mobile journalism	5
TS=mojo	5
TS=mobile news	18
TS=journalism AND mobile	53
TS=locative AND mobile	40
TS=mobile and social media	6
TS=mobile media	132
Total	259
Coincidencias	60
Total sin coincidencias	199

En lo que respecta a las publicaciones en las que tienen cabida los artículos científicos que ponen en relación la aplicación de la tecnología móvil en el periodismo, se han encontrado 31 cabeceras diferentes. La Tabla 2 recoge aquellas revistas que han publicado cien o más artículos relacionados con la materia estudiada en la última década, información útil para apreciar cómo algunas revistas muestran un mayor grado de especialización en esta temática. Este sería el caso de «Mobile Media & Communication» con 55 textos o «New Media & Society», con 21. Se aprecia como solamente dos cabeceras más, «Convergence» y «Journalism Studies» con 12 y 11 textos respectivamente, superan la decena de textos relacionados con los descriptores seleccionados. Por tanto, cuatro publicaciones aglutinan prácticamente el 50% de la producción relacionada con los términos investigados.

Entramos ahora a analizar las características de la autoría de la producción científica indexada en la base de datos Web of Science en materia de periodismo móvil durante los últimos diez años. Así, vemos que la tendencia es la presencia de un único firmante, algo que sucede el 51,25% de las veces, en 102 de los 199 textos revisados. En el plano de la coautoría, son 54 los artículos firmados por dos autores, y 28 aquellos con tres. El número máximo de firmantes de un mismo texto es de nueve, algo que sucede en dos casos.

Respecto a la procedencia de los investigadores e investigadoras que firman los 199 artículos analizados, se observa que estos proceden de universidades afincadas en 30 países diferentes. Entre todos ellos sobresale la presencia de instituciones radicadas en Estados Unidos, el país con mayor presencia a lo largo del corpus revisado. Australia acoge el segundo mayor volumen de investigadores sobre periodismo móvil mientras que Reino Unido ocupa la tercera posición. Del mismo modo, es posible extraer de la revisión realizada que el 26,13% de los artículos consultados están firmados por autores de más de una universidad, mientras que el 11,55% son investigaciones internacionales, esto es, firmadas por autores de más de un país.

En el plano de la división temática de los títulos analizados, echamos mano de la diferenciación empleada por Lewis y Westlund (2015). Estos autores idearon una clasificación para los artículos enmarcados en una misma realidad según trabajen su enfoque temático desde el punto de vista de los actores –en este caso los profesionales de los medios de comunicación–, los actantes –todo aquello relacionado con la construcción del mensaje a través de los dispositivos móviles y los lenguajes propios de estos–, las audiencias –receptores del mensaje producido y comunicado a través de los dispositivos móviles– y las actividades –rutinas y tareas llevadas a cabo por los profesionales de la información o por los usuarios de los nuevos dispositivos–. Se observará, pues, la presencia de cada línea temática en el corpus de literatura revisado.

3.1. Actores

Esta sección se enmarca en los estudios sobre producción de contenido periodístico teniendo en cuenta la reevaluación de las teorías periodísticas tradicionales en el nuevo contexto digital (Löffelholz, 2008). Domingo (2008) se refiere a la producción de noticias como un proceso genérico que incluye cinco etapas: 1) acceso y observación; 2) selección y filtrado; 3) procesamiento y edición; 4) distribución; 5) interpretación. Esta definición sirve como un buen punto de partida para analizar el concepto de «actores» en relación con la producción de noticias en general.

Los textos relacionados con los actores constituyen el volumen menos numeroso con 17 referencias. Estos abordan la temática del periodismo móvil desde un enfoque centrado en el uso de las nuevas tecnologías por parte de los periodistas (Deprez & Van-Leuven, 2018; Mills, Pellanda, & Pase, 2017) así como la comparación entre los periodistas móviles o «MoJo» y los periodistas tradicionales (Blankenship, 2016). Existen también, en relación con los artículos que enfocan su redacción desde el punto de vista de los actores, textos que se centran en el uso de las

Revista	Nº de artículos
Mobile Media & Communication	55
New Media & Society	21
Convergence	12
Journalism Studies	11
International Journal of Communication	9
Media International Australia	9
Continuum	8
Journalism	8
Journalism Practice	7
Information, Communication & Society	6
Media Culture & Society	6
African Journalism Studies	5
Comunicar	5
International Journal of Mobile Communications	5

tecnologías móviles por parte de los ciudadanos que adoptan en estos casos el rol de «periodistas ciudadanos» (Ataman & Çoban, 2018) así como la puesta en marcha de iniciativas de periodismo activista por parte de los profesionales de la comunicación (Hermida & Hernández-Santaolalla, 2018).

3.2. Actantes

Para el estudio de los «actantes» (Lewis & Westlund, 2015), nos centramos en la concepción del smartphone como un metamedio (Jensen, 2016; Márquez, 2017) nacido en el contexto de la «cibercultura» (Lévy, 2007), es decir, un dispositivo contenedor de otros medios viejos y nuevos que ofrece un amplio entorno de posibilidades (Madianou & Miller, 2012). Las aplicaciones móviles de noticias, según esta idea, constituyen un notable ejemplo de actantes tecnológicos. Partimos de una concepción holística del teléfono inteligente (Humphreys, Karnowski, & Von-Pape, 2018), entendido como un dispositivo que refleja la «hipermultifuncionalidad instrumental y la complejidad del nuevo escenario tecnosocial» (Fumero, 2010). Se han localizado estudios relacionados con la usabilidad de los dispositivos, concepto popularizado por Gibson (1979) y con las características intrínsecas de los smartphones. En este sentido destacan la ubicuidad y persuasividad (Aguado & Martínez, 2008), así como las facilidades de condensar vídeo, imagen y texto, o de facilitar los procesos de grabación, edición y distribución de contenido a través de Internet abriendo, a su vez, nuevas vías de expresión ciudadana.

Todo aquello relacionado con los lenguajes y la construcción del mensaje a través de los dispositivos móviles es, sin duda, el enfoque temático más extensamente abordado por parte de la investigación sobre periodismo móvil en los últimos años. Así, se ha observado que el 58% de los artículos revisados se focalizan en las características técnicas y lingüísticas que ofrece esta nueva tecnología.

Además, encontramos también diferentes líneas de investigación vinculadas a, entre otros, aspectos como el cambio que supone la incorporación de la localización y los servicios GPS a las noticias (Goggin, Martin, & Dwyer, 2015); el uso de herramientas de publicación y recepción de noticias vía móvil (Mills, Egglestone, Rashid, & Väättäjä, 2012); las estructuras propias de la comunicación y la difusión de noticias en los dispositivos móviles (Van-Cauwenberge, d'Haenens, & Beentjes, 2015) o la adaptación que los medios de comunicación deben realizar de cara a una difusión eficiente de sus contenidos (Westlund & Färdigh, 2015). También existen enfoques más analíticos, centrados en la descripción y análisis de los mensajes producidos alrededor de un determinado evento (Mudhai, 2011) o incluso más técnicos a partir del análisis de las funcionalidades de determinadas aplicaciones móviles (Verhoeff, 2017).

3.3. Audiencias

En el plano de las audiencias se han encontrado 42 referencias, constituyendo el segundo enfoque temático más voluminoso. Se distinguen así diferentes vías de estudio entre las que destacan, por ejemplo, las investigaciones centradas en el comportamiento de los usuarios al emplear un determinado servicio o aplicación (Saker & Evans, 2016); la conexión entre los medios de comunicación y sus audiencias a través del empleo de los nuevos dispositivos así como las nuevas vías de consumo de la información que abren estos (Peters, 2012); la participación y movilización de los usuarios (Mudliar & Donner, 2015) o la respuesta de las audiencias en los nuevos entornos comunicativos (Kim, Lee, Hwang, & Jeong, 2016).

Tomando como referencia el enfoque de las audiencias, los estudios revisados aportan conclusiones centradas fundamentalmente en aspectos como el potencial de «engagement» de los contenidos difundidos a través de los dispositivos móviles frente a soportes más tradicionales (Antunovic, Parsons, & Cooke, 2018) o la importancia de factores como el papel de los padres y la formación escolar a la hora de incorporarse al consumo informativo en la juventud (Edgerly, Thorson, Thorson, Vraga, & Bode, 2018). Desde la óptica de la conexión entre ciudadanos y medios de comunicación, se señalan los dispositivos móviles como herramientas llamadas a producir cambios en las rutinas de producción periodística mediante la incorporación de materiales y testimonios aportados por la audiencia (Lorenzo-Dus & Bryan, 2011). Estas aportaciones, tan frecuentes hoy en día a través de espacios como las redes sociales u otras vías de intercambio sirven para aproximar a individuos y medios en un proceso de producción periodística cada vez más colaborativo (Soep, 2012).

3.4. Actividades

Dentro de las actividades se ha englobado todo aquello relacionado con las rutinas de producción y uso por parte de los medios de comunicación y los usuarios. De este análisis se ha obtenido que 24 de los 199 textos encon-

trados realizan su aproximación temática desde el punto de vista de las actividades que tienen lugar en los procesos comunicativos.

Ejemplo de esto son aquellos textos centrados en las actividades de experimentación y puesta en marcha de nuevos procesos comunicativos aplicados a los dispositivos móviles por parte de medios de comunicación y empresas de otra naturaleza (Carah, 2017); las estrategias y acciones llevadas a cabo para proteger la propia privacidad por parte de los usuarios (Vickery, 2015) o el uso de determinados servicios y herramientas de los dispositivos móviles en el quehacer diario de los ciudadanos (Frith, 2017).

4. Discusión y conclusiones

Tal y como se ha reflejado a lo largo del presente texto, los estudios sobre la influencia de los dispositivos móviles en los procesos de comunicación en general y en los procesos de producción periodística en particular han sido una realidad ampliamente estudiada a lo largo de los últimos años. Así, los trabajos referenciados en esta investigación son la continuación de las experi-

encias iniciadas por teóricos como Castells (1996) o Fidler (1997), precursores a la hora de adelantar el grado de incidencia que el desarrollo de las tecnologías móviles tendría en el devenir de la comunicación en sus diferentes formas y soportes.

Del estudio de la producción de artículos académicos sobre periodismo móvil obtenidos a través de la búsqueda de diferentes descriptores en la base de datos Web of Science se ha hallado que a lo largo de los últimos diez años se ha producido un progresivo incremento en el volumen de la misma. Así, se ha pasado de las cuatro referencias encontradas en el año 2008 a las 23 existentes a mediados del año 2018.

A lo largo de los diez años estudiados han sido 31 las publicaciones que han recogido en sus páginas textos centrados en la comunicación y el periodismo móvil ajustados a los criterios de búsqueda establecidos para la presente revisión. Sin embargo, la tendencia dentro de esta temática es la concentración de las investigaciones en cuatro cabeceras que aglutinan casi la mitad de las investigaciones existiendo, por tanto, una cierta especialización o tendencia de los autores a la comunicación de sus resultados de investigación a través de «Mobile Media & Communication», «New Media & Society», «Convergence» y «Journalism Studies», todas ellas muy vinculadas al estudio de la influencia de la tecnología en los procesos comunicativos.

En cuanto a las características de la autoría, impera la presencia de un único autor, algo que sucede en más de la mitad de los textos estudiados y, respecto a las coautorías, la presencia de dos firmantes. Sobre la procedencia geográfica de los autores, se ha obtenido que estos realizan sus investigaciones en, al menos, 30 países diferentes. Sobresale, sin embargo, la presencia de investigadores afincados en Estados Unidos, Australia y Reino Unido. Vemos, pues, cómo los países de habla inglesa constituyen los núcleos de mayor producción académica al respecto de esta temática.

Por último, siguiendo las tendencias existentes en cuanto a la división temática de los artículos, se ha empleado la división creada por Lewis y Westlund (2015) entre textos que abordan la realidad del periodismo móvil desde cuatro ópticas: actores, actantes, audiencias y actividades. Esta clasificación resulta interesante, pues marca cuatro vías para la aproximación al fenómeno del periodismo móvil. Se abren caminos novedosos dentro de la relación

Se abren caminos novedosos dentro de la relación usuarios-medios, periodistas-usuarios y periodistas-medios de comunicación a través de la mediación tecnológica que constituyen los dispositivos móviles tanto dentro del proceso de producción como en el de comunicación y consumo informativo. Con todo, el mayor peso de la investigación sobre comunicación móvil ha recaído en los últimos años en los trabajos de corte tecnológico, estudiando tanto sus particularidades como la influencia de la innovación en la producción periodística.

usuarios-medios, periodistas-usuarios y periodistas-medios de comunicación a través de la mediación tecnológica que constituyen los dispositivos móviles tanto dentro del proceso de producción como en el de comunicación y consumo informativo. Con todo, el mayor peso de la investigación sobre comunicación móvil ha recaído en los últimos años en los trabajos de corte tecnológico, estudiando tanto sus particularidades como la influencia de la innovación en la producción periodística.

En lo que respecta a los límites de la investigación, es necesario establecer los mismos en la determinación del período señalado (2008-2018) y la elección de los descriptores empleados. La etapa propuesta se corresponde con la fase de expansión de los smartphones como plataformas de contenido periodístico gracias a la aparición del iPhone en el año 2007. En relación a los descriptores empleados en las búsquedas en la base de datos Web of Science, estos fueron seleccionados a partir de una primera aproximación al corpus de literatura publicado en los últimos años y el establecimiento de palabras o conceptos clave realizado por los autores de dichos textos. De igual forma, la elección del inglés como idioma para los descriptores de búsqueda en Web of Science ejerce como condicionante y barrera a todos aquellos textos elaborados en otras lenguas como pueden ser el español o el portugués entre otros.

Finalmente, en cuanto a la investigación futura en esta materia, existe un gran espacio para el desarrollo de estudios similares dirigidos a conocer las particularidades y tendencias de la investigación sobre la introducción de los dispositivos móviles en la vida diaria de los ciudadanos y en los procesos de producción periodística. La realización de revisiones similares podrá redundar en un mayor conocimiento de las tendencias temáticas y enfoques empleados y servir para poner en valor los centros e investigadores que abanderan el estudio del periodismo móvil.

Apoyos

Este texto está elaborado en el marco del proyecto «Usos y preferencias informativas en el nuevo mapa de medios en España» (Referencia: CSO2015-64662-C4-4-R), del Ministerio de Economía y Competitividad. Este proyecto está cofinanciado por el fondo estructural FEDER.

Referencias

- Aguado, J.M., & Martínez, I. (2006). El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural. *Zer*, 20, 319-343. <https://bit.ly/2NWShE2>
- Aguado, J.M., & Martínez, I. (2008). La cuarta pantalla: industrias culturales y contenido móvil. In J.M. Aguado, & I.J. Martínez, (Coords.), *Sociedad móvil: Tecnología, identidad y cultura* (pp. 187-220). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Aguado, J.M. (2012). Los gigantes, los ratones y el pastel: Las industrias culturales y el entorno de la movilidad. In H. Navarro & al., *Mobile Communication 2012. Experiències i recerques sobre comunicació mòbil* (pp. 7-21). Vic: Universitat de Vic. Grup de Recerca.
- Ahonen, T. (2008). *Mobile as 7th of the Mass Media: Cellphone, cameraphone, iPhone, smartphone*. London: Futuretext.
- Antunovic, D., Parsons, P., & Cooke, T.R. (2018). 'Checking' and googling: Stages of news consumption among young adults. *Journalism*, 19(5), 632-648. <https://doi.org/10.1177/1464884916663625>
- Ataman, B., & Çoban, B. (2018). Counter-surveillance and alternative new media in Turkey. *Information, Communication & Society*, 21(7), 1014-1029. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1451908>
- Aubusson, P., Schuck, S., & Burden, K. (2016). Mobile learning for teacher professional learning: Benefits, obstacles and issues. *Research in Learning Technology*, 17(3), 233-247. <https://doi.org/10.1080/09687760903247641>
- Barnes, R. (2016). The ecology of participation. In T. Witschge, C.W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida (Eds.), *The Sage Handbook of Digital Journalism* (pp. 192-206). London: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781473957909.n12>
- Blankenship, J.C. (2016). Losing their 'mojo'? *Journalism Practice*, 10(8), 1055-1071. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1063080>
- Boczkowski, P. (2004). *Digitizing the news: Innovation in online newspapers*. Cambridge, MA: MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/2435.001.0001>
- Briggs, M. (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Austin: Knight Center for Journalism in the Americas.
- Bruhn, K. (2013). What's mobile in mobile communication? *Mobile Media & Communication*, 1(1), 26-31. <https://doi.org/10.1177/2050157912459493>
- Campbell, S. (2007). A cross-cultural comparison of perceptions and uses of mobile telephony. *New Media & Society*, 9(2), 342-363. <https://doi.org/10.1177/1461444807075016>
- Carah, N. (2017). Algorithmic brands: A decade of brand experiments with mobile and social media. *New Media & Society*, 19(3), 384-400. <https://doi.org/10.1177/1461444815605463>
- Castells, M. (1996). *The information age: Economy, society and culture. The rise of the network society*. Oxford: Blackwell. <https://doi.org/10.1108/itp.2002.15.1.74.3>
- Castells, M. (2006). *La era de la información, economía, sociedad y cultura: La sociedad Red*. Madrid: Alianza.
- Cebrián, M., & Flores, J.M. (2011). *Periodismo en la telefonía móvil*. Madrid: Fragua.
- Codina, L. (2017). *Revisiones sistematizadas y cómo llevarlas a cabo con garantías: Systematic reviews y SALSA Framework*. <https://bit.ly/2Dd0VKf>

- Deprez, A., & Van-Leuven, S. (2018). About pseudo quarrels and trustworthiness. *Journalism Studies*, 19(9), 1257-1274. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1266910>
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists. *Journalism*, 6(4), 442-464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Domingo, D. (2008). Inventing online journalism: A constructivist approach to the development of online news. In C. Paterson & D. Domingo (Eds.), *Making online news. The ethnography of new media production* (pp. 15-28). New York: Peter Lang. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v24i45.1340>
- Edgerly, S., Thorson, K., Thorson, E., Vraga, E.K., & Bode, L. (2018). Do parents still model news consumption? Socializing news use among adolescents in a multi-device world. *New Media & Society*, 20(4), 1263-1281. <https://doi.org/10.1177/1461444816688451>
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding new media*. London: Sage.
- Forsberg, K. (2001). *Mobile newsmaking (Tesis de pregrado)*. Göteborg University.
- Fortunati, L. (2001). The Mobile Phone: An identity on the move. *Personal and Ubiquitous Computing*, 5(2), 85-98. <https://doi.org/10.1007/PL00000017>
- Frith, J. (2017). Invisibility through the interface: The social consequences of spatial search. *Media, Culture & Society*, 39(4), 536-551. <https://doi.org/10.1177/0163443717698871>
- Fumero, A.M. (2010). Introducción: La red en el móvil. *Telos*, 83, 43-49. <https://bit.ly/2xpW0QO>
- Geser, H. (2004). *Towards a sociological theory of the mobile phone*. Sociological Institute. Zurich: University of Zurich.
- Gibson, J.J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1xp3nmm.20>
- Goggin, G., Martin, F., & Dwyer, T. (2015). Locative News. *Journalism Studies*, 16(1), 41-59. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.890329>
- Goggin, G., & Hjorth, L. (2009). The question of mobile media. In G. Goggin, & L. Hjorth (Eds.), *Mobile technologies: from telecommunications to media*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203884317>
- GSMA (Ed.) (2018). *The Mobile Economy 2018*. <https://bit.ly/2K6AFo6>
- Guallar, J. (2011). Content curation en periodismo (y en documentación periodística). *Hypertext*, 11, 1-5. <https://bit.ly/2OzP1LK>
- Habuchi, I. (2005). Accelerating reflexivity. In I. Mizuko, O. Daisuke, & M. Misa (Eds.), *Personal, portable, pedestrian: Mobile phones in Japanese life* (pp. 165-182). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Haddon, L. (2007). Roger Silverstone's legacies: domestication. *New Media & Society*, 9(1), 25-32. <https://doi.org/10.1177/1461444807075201>
- Hermida, A., & Hernández-Santaolalla, V. (2018). Twitter and video activism as tools for counter-surveillance: the case of social protests in Spain. *Information, Communication & Society*, 21(3), 416-433. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1284880>
- Humphreys, L., Karnowski, V., & Von-Pape, T. (2018). Smartphones as metamedia: A framework for identifying the niches structuring smartphone use. *International Journal of Communication*, 12, 2793-2804. <https://bit.ly/2NVVgwr>
- Jensen, K.B. (2016). *Metamedium. The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*. <https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect166>
- Jokela, T., Väättäjä, H., & Koponen, T. (2009). Mobile journalist toolkit: A field study on producing news articles with a mobile device. In A. Lugmayr, H. Franssila, O. Sotamaa, & P. Näränen (Eds.), *Proceedings of the 13th International MindTrek Conference: Everyday Life in the Ubiquitous Era*. Tampere, Finland. <https://doi.org/10.1145/1621841.1621851>
- Kim, S., Lee, J., Hwang, Y., & Jeong, S.H. (2016). Effects of prominent in-game advertising in mobile media: cognitive, affective, and behavioural outcomes and the moderating role of persuasion knowledge. *International Journal of Mobile Communications*, 14(3), 203-225. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2016.076271>
- Kitchenham, B. (2004). *Procedures for performing systematic reviews, TR/SE-0401*. Keele University.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos.
- Lewis, S.C., & Westlund, O. (2015). Actors, actants, Audiences, and activities in cross-media news work. *Digital Journalism*, 3(1), 19-37. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.927986>
- Ling, R. (2004). *The mobile connection: The cell phone's impact on society*. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers. <https://doi.org/10.5860/choice.42-1907>
- Ling, R., & Haddon, L. (2001). *Mobile telephony and the coordination of mobility in everyday life. R&D Report. Telenor*. Oslo: Telenor FOU. <https://doi.org/10.4324/9780203786826-18>
- Löffelholz, M. (2008). Heterogeneous – Multidimensional – Competing. Theoretical approaches to journalism: An overview. In D. Weaver, A. Schwartz, & M. Löffelholz (Eds.), *Global journalism research: Theories, methods, findings, future* (pp. 15-27). Malden, MA: Blackwell. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01492.x>
- Lorente, S. (2002). Juventud y teléfonos móviles: Algo más que una moda. *Estudios de Juventud*, 57, 9-24.
- Lorenzo-Dus, N., & Bryan, A. (2011). Recontextualizing participatory journalists' mobile media in British television news: A case study of the live coverage and commemorations of the 2005 London bombings. *Discourse & Communication*, 5(1), 23-40. <https://doi.org/10.1177/1750481310390164>
- Madianou, M., & Miller, D. (2013). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169-187. <https://doi.org/10.1177/1367877912452486>
- Manovich, L. (2013). *Software takes command*. London: Bloomsbury Publishing. <https://doi.org/10.5040/9781472544988>
- Márquez, I. (2017). El smartphone como metamedio. *Observatorio*, 11(2), 61-71. <https://bit.ly/2xqCFis>
- Martín, V. (2009). Identidades juveniles móviles: la sociedad de la comunicación personal. *Educación, Lenguaje y Sociedad*, 6, 53-68.
- Masip, P., Guallar, J., Peralta, M. Ruiz, C., & Suau, J. (2015). Audiencias activas y periodismo. ¿Ciudadanos implicados o consumidores motivados? *Brazilian Journalism Research*, 1(1), 240-261. <https://doi.org/10.25200/bjr.v1i1n1.2015.815>

- Matsuda, M. (2005). Discourses of Keitai in Japan. In M. Ito, D. Okabe, & M. Matsuda (Eds.), *Personal, portable, pedestrian: Mobile phones in Japanese life* (pp.19-40). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Mills, J., Egglestone, P., Rashid, O., & Väättäjä, H. (2012). MoJo in action: The use of mobiles in conflict, community, and cross-platform journalism. *Continuum*, 26(5), 669-683. <https://doi.org/10.1080/10304312.2012.706457>
- Mills, J., Pellanda, E., & Pase, A. (2017). New Interactions. *Journalism Practice*, 11(8), 980-999. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1224679>
- Mudhai, O.F. (2011). Immediacy and openness in a digital Africa: Networked-convergent journalism in Kenya. *Journalism*, 12(6), 674-691. <https://doi.org/10.1177/1464884911405470>
- Mudliar, P., & Donner, J. (2015). Experiencing interactive voice response (IVR) as a participatory medium: The case of CGNet Swara in India. *Mobile Media & Communication*, 3(3), 366-382. <https://doi.org/10.1177/2050157915571591>
- Oksman, V., & Rautiainen, P. (2002). Toda la vida en la palma de mi mano. La comunicación móvil en la vida diaria de niños adolescentes de Finlandia. *Revista de Estudios de la Juventud*, 57, 25-32. <https://bit.ly/2png16k>
- Paulussen, S. (2016). Innovation in newsrooms. In T. Witschge, C.W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Journalism* (pp. 192-206). London: Sage. <https://doi.org/10.4135/9781473957909.n13>
- Pavlik, J. (2001). *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/pav11482>
- Pearce, K. (2013). Phoning it in: Theory in mobile media and communication in developing countries. *Mobile Media & Communications*, 1(1), 76-82. <https://doi.org/10.1177/2050157912459182>
- Peters, C. (2012). Journalism to go. *Journalism Studies*, 13(5-6), 695-705. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.662405>
- Quinn, C. (2000). *mLearning: Mobile, wireless, in your-pocket learning*. Line Zine, Fall. <https://bit.ly/2DcUveg>
- Ramírez-Montoya, M.S., & García-Peñalvo, F.J. (2018). Co-creación e innovación abierta: Revisión sistemática de literatura. [Co-creation and open innovation: Systematic literature review]. *Comunicar*, 26(54), 9-18. <https://doi.org/10.3916/C54-2018-01>
- Reuters Institute (Ed.) (2018). *Digital News Report 2018*. <https://bit.ly/2JDOTwv>
- Saker, M., & Evans, L. (2016). Everyday life and locative play: An exploration of Foursquare and playful engagements with space and place. *Media, Culture & Society*, 38(8), 1169-1183. <https://doi.org/10.1177/0163443716643149>
- Salaverriá, R., & García-Avilés, J.A. (2010). Concepto de convergencia periodística. In X. López-García, & X. Pereira-Fariña (Eds.), *Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España* (pp. 41-63). Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Sánchez-Valverde, E., & Aguado, J.M. (2010). Dispositivos móviles y convergencia digital en los grupos de comunicación españoles: La perspectiva de los profesionales. In J.A. García-Domínguez, & M. De-Moragas (Eds.), *II Congreso Internacional AE-IC Comunicación y Desarrollo en la Era Digital*. Málaga. <https://bit.ly/2NtROd5>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C.A., Aguado, J.M., & Feijoo, C. (2012). Mobile media: Towards a definition and taxonomy of contents and applications. *International Journal of Mobile Technologies*, 6(2), 29-38. <https://doi.org/10.3991/ijim.v6i2.1880>
- Silverstone, R., Hirsch, E. & Morley, D. (1992). Information and communication technologies and the moral economy of the household. In R. Silverstone, & E. Hirsch (Eds.), *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces* (pp.115-31). London: Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203401491_chapter_1
- Soep, E. (2012). The digital afterlife of youth-made media: Implications for media literacy education. [Generación y recreación de contenidos digitales por los jóvenes: Implicaciones para la alfabetización mediática]. *Comunicar*, 19(38), 93-100. <https://doi.org/10.3916/C38-2012-02-10>
- Soletic, A. (2008). *Telefonía móvil: Nuevos territorios virtuales en la sociedad de redes*. CAC Doc Central Telefonía Móvil. Santa Fe (Argentina): Universidad Nacional del Litoral. <https://bit.ly/2Gf8tO4>
- Thurman, N. (2011). Making the daily me: Technology, economics and habit in the mainstream assimilation of personalized news. *Journalism*, 12(4), 395-415. <https://doi.org/10.1177/1464884910388228>
- Van-Cauwenberge, A., d'Haenens, L., & Beentjes, H. (2015). How to take advantage of tablet computers: Effects of news structure on recall and comprehension. *Communications*, 40(4), 425-446. <https://doi.org/10.1515/commun-2015-0020>
- Verhoeff, N. (2017). Urban interfaces: The cartographies of screen-based installations. *Television & New Media*, 18(4), 305-319. <https://doi.org/10.1177/1527476416667818>
- Vickery, J.R. (2015). 'I don't have anything to hide, but ...': The challenges and negotiations of social and mobile media privacy for non-dominant youth. *Information, Communication & Society*, 18(3), 281-294. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2014.989251>
- Virpi, O. (2010). *The mobile phone: A medium in itself*. VTT: Tampere.
- Wei, R. (2013). Mobile media: Coming of age with a big splash. *Mobile Media & Communication*, 1(1), 50-56. <https://doi.org/10.1177/2050157912459494>
- Wei, R., & Lo, V. (2006). Staying connected while on the move. *New Media & Society*, 8(1), 53-72. <https://doi.org/10.1177/1461444806059870>
- Westlund, O. (2011). *Cross-media news work: Sensemaking of the mobile media (R)evolution*. Gothenburg: University of Gothenburg.
- Westlund, O. & Lewis, S.C. (2014). Agents of media innovations: actors, actants and audiences. *The Journal of Media Innovations*, 1(2), 10-35. <https://doi.org/10.5617/jmi.v1i2.856>
- Westlund, O., & Färdigh, M.A. (2015). Accessing the news in an age of mobile media: Tracing displacing and complementary effects of mobile news on newspapers and online news. *Mobile Media & Communication*, 3(1), 53-74. <https://doi.org/10.1177/2050157914549039>