**Modificaciones introducidas en la segunda versión del articulo Modelo en red de los contenidos mediáticos en la era de los dispositivos inteligentes, de acuerdo a las indicaciones de los revisores ciegos:**

Revisor/a A:

Se aconseja rechazar este artículo por su defectuosa redacción y lenguaje críptico. Falta explicar y justificar muchas de las afirmaciones.

Se modifica el estilo general de redacción del articulo, para mejorar la claridad de los conceptos y justificando mejor las afirmaciones vertidas. Respecto de los cambios específicos sugeridos…

Ejemplos de frases que deben mejorarse y conceptos que deben explicarse

mejor:

Particularmente, la total penetración social del Smartphone, a la par de un desarrollo de las aplicaciones y acceso en alta velocidad a Internet, ha supuesto, por una parte, la concentración del resto de medios en un solo dispositivo,

Se modifica por:

Particularmente, la total penetración social del teléfono inteligente, caracterizada por un desarrollo de las aplicaciones y el acceso a la alta velocidad en Internet, ha supuesto, por una parte, la concentración del resto de medios en un sólo dispositivo,

La gran visibilidad de la información producida y transmitida y la cantidad

ilimitada de accesos para su visionado una vez almacenada, crea un producto

fragmentario, conceptual y expansivo.

Se modifica por:

El gran volumen de información producida y transmitida; así como las posibles formas de acceder a ella para su visionado, crea un producto fragmentario, conceptual y expansivo (Khoury, Jerez y De Cicco, 2008; Villegas y Álvarez, 2015).

contribuyendo en ocasiones a una distribución masiva y a un fenómeno de masas en sentido clásico.

Se modifica por:

Esto lo convierte en un fenómeno de masas en sentido tradicional.

Estos contenidos personales y colectivizados pueden llegar a tener desde

usos muy específicos e incluso cultivados –Facebook (Giménez, 2010)-

Estos contenidos personales y colectivizados pueden llegar a tener desde usos muy específicos –Instagram (Giménez, 2010)- hasta usos masivos basados en el ocio. Esta “eclosión masiva personalizada de los contenidos” (Urquiza, 2011) o auto-comunicación de masas (Castells, 2009) debe ser estudiada simultáneamente como tecnología y como contenido (Dylko y McCluskey (2012).

se deben generar hipótesis en el marco de modelos que combinen la semántica comunicativa con el funcionamiento técnico del fenómeno.

Se modifica por:

Sólo así podremos generar hipótesis que fundamenten las futuras líneas de trabajo en esta área en permanente cambio.

it is necessary to identify the boundaries of the network that are responsible for these boundaries,

El user-generated content (UGC) se refiere a la reelaboración que los receptores hacen de los contenidos mediáticos producidos por emisores institucionalizados o pertenecientes a las grandes estructuras de la comunicación mediada clásica.

UGC no tiene porqué se reelaboración, puede ser original, etc.

El contenido generado por el usuario se refiere o bien a la reelaboración que los receptores hacen de los contenidos mediáticos producidos por emisores institucionalizados o pertenecientes a las grandes estructuras de la comunicación mediada clásica o bien la elaboración de contenido original.

Igualmente, los esquemas no contribuyen a aclarar las ideas, son

ininteligibles.

Este evaluador no ve la necesidad de escribir los conceptos de los esquemas

en inglés.

Se modifica el texto de los 3 gráficos para generar una versión en castellano.

------------------------------------------------------

------------------------------------------------------

Revisor/a B:

La contribución ganaría si el último estadio se desarrollase

más profundamente. Por ejemplo, no quedan claros los aspectos y elementos

de lo que los autores indican que es la Web 3.0.

Se desarrolla mas ampliamente el apartado de Web 3.0, incluyendo citas actualizadas.

En cuanto a la claridad expresiva, es preciso realizar un repaso a la

contribución, fundamentalmente porque se hace un uso excesivo del idioma

inglés para conceptos que existen en castellano: user generated content

(incluso la sigla en inglés aparece como palabra clave), feedback, user

interaction, etc., etc. Lo mismo sucede con las ilustraciones, todas ellas

deben ser traducidas al castellano, y utilizar las palabras en castellano

para referirse a los procesos que de esas ilustraciones se citan en el

texto. Igualmente, cuando se incluyen citas en inglés sería conveniente

incluir a pie de página su traducción al castellano. Cuando los autores

deseen utilizar una palabra sin traducir que pueda ser desconocida para la

mayoría de los lectores de la revista, sería conveniente una nota al pie

indicando su significado.

También en relación con la claridad expresiva, en ocasiones la

subordinación de frases con demasiados conectores dificulta la lectura. En

estos casos se sugiere simplificar el texto.

Se modifica en general la redacción haciendo mas claros y comprensibles algunos términos complejos. Se eliminan frases subordinadas. Se traducen términos y frases en ingles al castellano.

Se actualiza la cita de Phone Arena con datos del 2015.

Se revisa nuevamente el formato y el estilo general del articulo de acuerdo con las normas editoriales de la revista.