

## CONVERGENCIAS ENTRE UN SINFÍN DE POSIBILIDADES. LA PUJANZA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

---

El lector que tenga delante de sus ojos esta obra va a disponer de un extenso trabajo que divide su conocimiento en diversas aristas, fruto de la multidisciplinariedad y la diversidad cada vez más imperante en las Ciencias Sociales. Este libro recapitula varios de los temas de investigación más pujantes en el campo de la Comunicación en la actualidad. Y, dentro de ellos, multiplica sus enfoques hacia otras ramas distintas y estudios de casos concretos.

Con el objetivo de que el lector no se pierda en la heterogeneidad de una obra tan extensa, se ha procedido a reorientar este libro en cuatro secciones. Bloques que, a su vez, tienen una bifurcación. El primero de ellos lleva a dos sectores condenados a entenderse, como es el del metaverso y las redes sociales con el del Periodismo. No siempre se entienden bien y los riesgos son altos, como también lo es la potencialidad que el primero tiene para el segundo a la hora de contar historias y ejercer el periodismo, que no es otra cosa que informar de manera crítica (en el sentido más amplio de la palabra).

Así, al inicio de este bloque el metaverso es el protagonista de las primeras páginas. Las narrativas publicitarias y la presencia del sector del lujo en el mismo son las dos primeras piezas capitulares que abren oficialmente la obra. Parte del peso recaerá también en las redes sociales, concepto transversal, exactamente como el de la salud. La salud mental y las redes sociales son motivo de un tercer capítulo, continuado por un análisis acerca de las posibilidades futuras del software libre. Posteriormente se abre paso una trilogía sobre comunicación corporativa y

comunicación digital. Las dos primeras contribuciones llevan a la comunicación de la salud cardiovascular en organismos públicos portugueses, mientras que la tercera hace referencia a los supermercados cooperativos. Acaba este primer semibloque temático con dos aportaciones. La primera acerca de la comunicación de la ciencia a través de Tik Tok, la segunda sobre la cobertura que los medios ecuatorianos hicieron en Facebook de las protestas acaecidas en 2022.

Y es que ello lleva a adentrarse al lado más periodístico de la obra, compuesta por cuatro capítulos. El primero de ellos vuelve a llevar a la salud mental y la manera en que se construyen los discursos nuevos en los medios colaborativos en un asunto que ha ganado en importancia en la agenda mediática. Posteriormente hay lugar para otro de los grandes fenómenos periodísticos, el podcast. Concretamente, la relación que los jóvenes periodistas tienen con este nuevo formato. Otro fenómeno, potenciado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación, es el periodismo de datos. Cómo se configuran y qué característica tienen los equipos en los principales periódicos híbridos es el tema central de la penúltima aportación de este bloque. La última ahonda en las novedosas perspectivas y formatos usados por el periodismo especializado en asuntos religiosos.

El segundo bloque enlaza las narrativas audiovisuales con la de los videojuegos, dos campos también en auge dentro de las investigaciones en Comunicación. En el mundo del audiovisual destacan estudios de caso, como el del primer capítulo de este bloque: la inclusión de la comunidad negra en las adaptaciones de The Walt Disney. Otro estudio de caso lleva al análisis de la triada espacio, tiempo y personajes en Young Sánchez. La preocupación por la débil estructura de la producción cinematográfica en Andalucía es el tema abordado en el siguiente capítulo, financiado por los fondos FEDER. Las dos aportaciones que siguen a continuación nos lleva a narrativas transmedia, la primera de ellas para el caso de Star Wars, la segunda para el caso de apps en dispositivos móviles. También las estrategias transmedia para el caso del Universo Crims, del subgénero True Crimes, posee un espacio en este apartado.

Este bloque prosigue con tres aportaciones. La primera de ellas toca el interesante recorrido de la industria musical desde sus inicios hasta las

nuevas plataformas digitales, que ha supuesto un gran cambio en la forma de consumir y rentabilizar el sector de la música. Además hay hueco para dos capítulos que recuerdan una temática que salió antes, la divulgación científica. En este caso, el digital storytelling es la manera en la que se aborda la comprensión pública de la ciencia. Por otro lado se analiza la divulgación científica que hacen los mass media a través del uso de herramientas multimedia, que abre nuevas posibilidades para un periodismo especializado. Se cierra este apartado, este semibloque, con dos capítulos que llevan al tratamiento de la actualidad que se hace en el audiovisual. El primero analiza los programas españoles de El Hormiguero y El Intermedio, ambos de cadenas con líneas editoriales distintas, pero sujetos al mismo organigrama empresarial (Atresmedia). Por otro lado, se analiza el debate sobre la libertad de expresión desde el humor audiovisual para el caso de Brasil.

La segunda parte de este bloque se centra en el universo de los videojuegos, tema pujante dentro de la Comunicación hoy. Tres capítulos condensan toda la información. En primer lugar se realiza un diseño de la cultura del videojuego, seguido del análisis lúdico-narrativo de la saga Assassin's Creed, juego que ha centrado muchas miradas académicas. Finalmente, a través de una actividad docente, se versa sobre la fantasía medieval en la videoconsola Sega Mega Drive a través del juego Golden Aye en su primera y segunda parte.

El tercer y último bloque pone en disposición tres conceptos de frecuente interrelación: educación, comunicación y academia. El primer capítulo de este bloque traza la generación del conocimiento desde un ecosistema digital de aprendizaje. Posteriormente hay dos aportaciones inmersas plenamente en la educomunicación. La primera de ellas versa la brecha generacional y las TIC, la segunda de ellas analiza el caso específico de alumnos en Ecuador postpandémicos, un espectro poblacional sin duda interesante por las consecuencias de la crisis del coronavirus.

La salud vuelve a estar presente en estas líneas para el caso concreto de la alfabetización y las ideas previas en torno al COVID-19 en maestros en formación. En una vuelta de tuerca distinta, la tercera de las aportaciones hace diseñar un instrumento de evaluación sobre la satisfacción de empleadores con egresados de la Universidad, estudio relevante para

conocer la parte que corresponde a los planes de estudios de acercarse al mercado laboral. Los dos siguientes capítulos abordan de manera distinta a personas con Trastorno de Espectro Autista (TEA). El primero de ellos se centra en las diferencias que viven las familias con integrantes que sufren o no sufren este problema, mientras que el segundo hace una revisión de los Sistemas Aumentativos y Alternativos de Comunicación en alumnos de educación infantil con TEA. También con la salud y la comunicación como elemento central, el siguiente capítulo analiza la traducción visual de enfermedades crónicas para mejorar la comprensión de los pacientes. Finalmente también se estudia los trastornos de conductas alimentarias en el estudiantado universitario en el caso del grado de artes visuales y danza del Instituto Alicia Alonso.

En otro orden de cosas, pero sin salir del ámbito educativo, se hace una aproximación hacia un marco para la protección de datos y derechos digitales en el alumnado universitario de México. Se debate, también, acerca de la NGLE y del GTC en los manuales de bachiller en un alumnado de algo menos edad.

Este bloque cierra con tres trabajos que llevan al pensamiento y la reflexión sobre la Academia. En primer lugar se aplica una perspectiva de género hacia las tesis doctorales publicadas entre 2010 y 2021 en Andalucía sobre lenguas extranjeras. En un menor escalafón académico, también se analiza la propuesta de lecturas que hacen los profesores a los alumnos en sus trabajos de fin de grado de Periodismo, Publicidad y Comunicación Audiovisual. Finalmente se observa una evaluación de las investigaciones realizadas sobre cooperación internacional para el desarrollo en revistas especializadas entre 2019 y 2022.

Se añade, por último, un bloque de miscelánea. Este bloque con otras líneas de trabajo abre con un capítulo centrado en las isomarcas, en las formalidades dentro de la identidad visual digital. En segundo lugar hay espacio para un estudio cuantitativo y correlacional acerca de eventos gastronómicos enfocados al turismo en Castilla y León enfocado a las marcas de calidad y garantía. Finalmente hay un espacio para una reflexión más profunda acerca de la existencia y presencia del ser humano dentro de un mundo digital marcado por las GAFAM.

El lector, pues, tiene aquí un libro que posee 42 capítulos que abarcan diversas áreas de conocimiento dentro de la Comunicación, símbolo de la heterogeneidad de la producción académica actual. Más de sesenta investigadores procedentes de universidades de distintos puntos del globo como España, Ecuador, Italia, Colombia, Gales, Portugal, México o Brasil. Es deseo del coordinador de esta obra que sea una contribución de provecho para el público lector.

DANIEL MOYA LÓPEZ  
*Universidad de Sevilla*