

## Editorial 1

**Dra. Victoria TUR-VIÑES**

Universidad de Alicante. España. victoria.tur@ua.es

### Profundo agradecimiento

#### *My warmest thanks*

Una vez sobrepasados los 10 años de publicación ininterrumpida, es hora de agradecer la contribución de todos los colaboradores que han hecho posible este reto. Revisores, autores, miembros del comité científico, todos y todas habéis impulsado con vuestro aliento las velas de este barco que navega de forma decidida en aguas internacionales.

En octubre de 2019, se concedió el Premio TRICLab a la mejor Investigación en Factor Relacional a *Revista Mediterránea de Comunicación* (por sus monográficos sobre educación mediática y por la proyección de esta línea de investigación) en el marco de la edición del VIII Congreso en Comunicación e Información Digital. Sabiduría Digital para la Comunicación Inteligente. Lo celebramos en Zaragoza cuyo hermanamiento con Alicante es más que un hecho. Este reconocimiento emocionó especialmente a todos los miembros del equipo editorial. A quienes colaboran estrechamente con la revista, les dedico este editorial. El agradecimiento cobra valor cuando se hace público.

Gracias Jesús Segarra-Saavedra por estar desde el origen a pie de tecla trabajando la maquetación de los artículos, la gestión del DOI, las versiones de los artículos, las innumerables actualizaciones del OJS, el *social media plan* y todo lo que ello comporta.

Gracias Tatiana Hidalgo-Marí por tus excelentes revisiones editoriales, el diseño y programación de los contenidos en los medios propios.

Gracias Sara Mira por tu celo en la uniformidad de las referencias bibliográficas y tu apoyo en la maquetación de números; con tu trabajo la revista es mejor.

Gracias Carmen Sánchez-Vizcaíno por la revisión de los metadatos y textos en inglés, en tiempo récord.

Gracias Carmen Marta-Lazo, compañera, porque iniciaste los monográficos de *Mediterránea* en 2013 con enorme ímpetu y éxito. La profesionalidad que te caracteriza facilitó tu incorporación, a continuación, como coeditora de la revista para ayudarnos a crecer y la revista solo puede estar agradecida a tu labor, incansable y relacional, que dota de una extraordinaria energía a todos los procesos.

Gracias Carmen Fonseca, por tus sabios consejos y tu apoyo en los procesos de postulación en las bases de datos.

Gracias Rafael Repiso, faro siempre visible y aviso costero a navegantes.

Gracias al equipo de Taller de Revistas y al Servicio de Publicaciones de la UA y la de Universidad de Zaragoza. Gracias Irene García por tu contribución a la internacionalización de la revista desde Reino Unido.

Gracias a todos los coordinadores de monográficos por su destacable implicación en el éxito de la revista y su acierto en la elección de las temáticas. Gracias a todos los miembros de los grupos de investigación *Comunicación y Públicos específicos* (Compubes, Universidad de Alicante) y *Comunicación e Información Digital* (GICID, Universidad de Zaragoza), que promueven e impulsan la revista.

Sin todos vosotros y vosotras, nunca habría sido posible. GRACIAS.

Inauguramos 2020 con un número igual de rotundo. Contiene 18 artículos y 4 reseñas. Los artículos se distribuyen en un monográfico (6) y miscelánea (12). El **monográfico** presenta una temática innovadora: **Apps móviles y empoderamiento mediático en entornos digitales y ubicuos**. Ha sido coordinado por la Dra. Cristina Villalonga-Gómez (Universidad Antonio de Nebrija, Global Campus Nebrija, Madrid, España) y la Dra. Elisa Hergueta-Covacho (University of Applied Sciences FH-Krems, Austria).

La sección de **miscelánea** selecciona 12 artículos de diversas temáticas. En un año donde España ha vivido dos procesos electorales consecutivos, cinco textos ponen su atención en esta temática. **Carolina Herranz-Rubio** presenta un análisis bibliográfico de la producción científica sobre debates electorales en España desde los años 90 que puede resultar muy útil para la investigación en este campo, de interés creciente. La variedad temática caracteriza los contenidos de esta sección de miscelánea. Un segundo texto, firmado por **Aurken Sierra Iso**, también ofrece un estado del arte en la investigación en comunicación política sobre medios sociales entre 2008 y 2018 mediante el análisis de 357 artículos publicados en cuatro revistas académicas de comunicación del primer cuartil del Journal Citation Reports (JCR-WoS). El texto resume las aportaciones de los investigadores sobre la incidencia de los medios sociales en los políticos, los medios de comunicación y los ciudadanos. **Fernando Carcavilla Puey**, por su parte, describe las características de la cobertura en la prensa diaria generalista del término *marca España* vinculado al ámbito de la política entre los años 2012 y 2015. La polarización mediática en el proceso de independencia en Cataluña, mediante un estudio comparativo del tratamiento en RT (primer canal de televisión ruso en idioma castellano con señal de alcance mundial) es el tema de investigación escogido por **Carlos López-Olano** y **Vicente Fenoll**. Por último, **Tamara Vázquez-Barrio**, **Teresa Torrecillas-Lacave** y **Rebeca Suárez-Álvarez** dirigen su atención a la identificación de las diferencias de género en las oportunidades que ofrece la digitalización en la participación sociopolítica de los adolescentes.

**Germán Esteban-Espinosa** propone la consideración de los elementos cinemáticos en el análisis integral de los videojuegos, previo estudio de la saga Assassin's Creed. Desde México, **Esmeralda Mancilla-Valdez** identifica el peso de la tardomodernidad en el concepto de familia a través del análisis de una muestra amplia de series animadas. Manteniendo el foco en la infancia, **Esther Martínez-Pastor**, **Worawan Ongkrutraksa** y **Ricardo Vizcaíno-Laorga** estudian el caso de los YouTubers tailandeses, poderosos prescriptores de juguetes. Los autores constatan una relación de género entre los YouTubers y la tipología de juguetes mostrados, la pertinaz carencia de identificación del carácter publicitario de los vídeos y siembran la duda sobre la adecuación a la audiencia de algunos de ellos.

**Javier Marzal-Felici**, **María Soler-Campillo** y **Aaron Rodríguez-Serrano** firman en coautoría un sólido texto que sienta las bases de una necesaria epistemología de las Ciencias de la Comunicación y plantea un serio debate sobre la consideración excluyente de la Comunicación dentro del ámbito de las Ciencias Sociales, alejada de las Humanidades.

La producción de cine en España es estudiada por **José-Patricio Pérez-Ruff** y **Antonio Castro-Higueras** con el objetivo de identificar cómo la estructura de producción y distribución condiciona el éxito comercial de una película. El Real Murcia Club de Fútbol como espacio simbólico de negociación de sentido y construcción de identidades periféricas es el foco del texto firmado por **Esperanza Herrero-Andreu** y **Leonarda García-Jiménez**. Las autoras concluyen que los medios locales son instituciones sociales clave en la reproducción de las identidades regionales periféricas, menos desarrolladas que las reconocidas como históricas por la Constitución Española. El fútbol se revela como un espacio simbólico de sentido en el que se reconocen las colectividades que habitan en los márgenes de los Estados-nación.

Desde la Universidad de Aveiro (Portugal), **Cláudia Barbosa** y **Luís Pedro** estudian el contexto de multitarea desde la perspectiva etaria y de género en el contexto del uso de los medios en un estudio comparativo entre Europa y África Occidental.

Ponemos rumbo a los próximos 10 años de publicaciones.

