



EDITORIAL número 24 Communication Papers

Carmen Echazarreta Soler

Editora Communication Papers

En el actual marco de la universidad pública, la publicación de un nuevo número siempre es un reto. En el proceso editorial contribuyen muchos agentes -autores, revisores, equipo editorial o soporte técnico- cuyas aportaciones son imprescindibles y deben ser orquestadas en cada número. Aprovechamos este editorial para agradecer la colaboración y la confianza de todos ellos.

Durante la confección de este número, hemos migrado toda la información de la web de Communication Papers de forma exclusiva a la web del entorno de Open Journal System (OJS) del portal de Revistas de la Universitat de Girona. Aunque desde el primer número, Communication Papers ha operado en el marco del sistema OJS garantizando un correcto flujo de trabajo y la validación de los artículos a través de la revisión por pares, contaba también con una web externa puramente informativa. Una vez más, con el ánimo de favorecer la difusión de la investigación y para mejorar la usabilidad hemos reorganizado y reestilizado nuestros contenidos recuperando la esencia de los inicios de esta revista y centralizando toda nuestra actividad.

En este contexto, de constante cambio Communication Papers publica ya su número 24 fiel a su periodicidad desde 2012. En esta edición, encontramos artículos relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación adaptadas a la educación; la responsabilidad social en la comunicación de las empresas en los entornos digitales y en las redes sociales; los estereotipos de género; el papel de las comunidades virtuales, la identidad y la cultura; la prensa cultural; la violencia en las redes sociales, y la discriminación en los videojuegos. Estos son algunos de los temas de este nuevo número que se concretan en los siguientes artículos: *Overview of Spanish Universities' Sustainability and Sustainability Communication Performance* de Esra Bayhantopçu; *Los estereotipos de género y las TIC en la Educación Secundaria Obligatoria (ESO): un estudio realizado mediante una metodología mixta*, de Virginia Pajares Martín y Mireia Usart Rodríguez; *El 8M y el purplewashing ante los enfoques de la responsabilidad social de los bancos en España y México como parte del diseño organizacional y el contexto cultural digital*, de Raúl Santos Morales, Herlinda Ortiz Rodríguez y Arnulfo López Ramos; *The effects of interactions in virtual communities on social media in the shaping and reproducing of cultural memory, neighborhood identity, and culture* de Tugay Sarıkaya; *Strategies of Interviewing in Cultural Press: Sample of Romania*, de Carmen Neamțu; *El entramado de la violencia en las redes sociales, una reflexión del sexting*, de José Luis Cisneros y Dora Del Carmen Yautentzi Díaz, y *La discriminación en los videojuegos: el caso Fortnite*, de Cristina Olivas Ripoll y Kenneth Alonso Muñoz.

En *Overview of Spanish Universities' Sustainability and Sustainability Communication Performance* de Esra Bayhantopçu, vemos cómo la sostenibilidad no solamente es esencial

para proteger el medio ambiente, si no que también es importante para la igualdad, los derechos humanos, la lucha contra el hambre, la educación, los servicios de salud y el desarrollo social. La comunicación de la sostenibilidad es tan importante como los esfuerzos que se lleven cabo para mejorar cada uno de estos aspectos. A través de la comunicación es posible dar a conocer estos esfuerzos y generar conciencia sobre el tema. Este artículo, pone en relieve la responsabilidad de las universidades en el desarrollo de la sociedad, en la formación de futuras generaciones informadas y conscientes. Al mismo tiempo que pueden ejercer un papel de liderazgo frente a otras instituciones. La investigación que expone este artículo apunta hacia estos objetivos.

Virginia Pajares Martín y Mireia Usart Rodríguez en *Los estereotipos de género y las TIC en la Educación Secundaria Obligatoria (ESO): un estudio realizado mediante una metodología mixta* analizan cómo la comunidad científica revela sistemáticamente la infrarrepresentación de las mujeres en los grados de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas; y los impactos negativos que ello conlleva en la sociedad. El objetivo del estudio es identificar los factores, atendiendo a las diferencias de género, que influyen en la elección de optativas por parte del alumnado del cuarto curso de secundaria matriculados en un colegio privado de la Comunidad de Madrid. Además de la exposición de resultados se proponen proyectos tecnoeducativos de larga duración, formación al profesorado con perspectiva de género y la inclusión de la educación emocional para reducir la brecha digital de género.

En *El 8M y el purplewashing ante los enfoques de la responsabilidad social de los bancos en España y México como parte del diseño organizacional y el contexto cultural digital*, de Raúl Santos Morales, Herlinda Ortiz Rodríguez y Arnulfo López Ramos, destacamos el término purplewashing (lavado o blanqueado lila) que se refiere a las estrategias políticas y de marketing utilizadas por empresas e instituciones a través de la comunicación de su compromiso con la igualdad de género. Esta investigación aborda el tema uso del uso de este tipo de estrategias para promover un compromiso aparente o simulado hacia la igualdad de género como las campañas del Día Internacional de la Mujer (8M) publicadas en Facebook por organizaciones bancarias de España y México durante 2022 y 2023. El objetivo general es descubrir si estas campañas incurrieron en prácticas de purplewashing, analizando el contexto cultural de los mensajes y valorando los enfoques de responsabilidad social utilizados.

El estudio *The effects of interactions in virtual communities on social media in the shaping and reproducing of cultural memory, neighborhood identity, and culture* de Tugay Sarıkaya tiene como objetivo revelar el efecto de las comunidades virtuales en las redes sociales en la reproducción de la memoria cultural, la identidad del barrio y la cultura. Otro objetivo del estudio es investigar el potencial de las comunidades virtuales para dar forma a la memoria cultural, la continuidad y la estructura social y discutir el impacto de las personas que pueden producir y compartir activamente contenido en comunidades virtuales sobre la identidad y la cultura del vecindario.

Carmen Neamțu en *Strategies of Interviewing in Cultural Press: Sample of Romania* ofrece una mirada sobre la entrevista como un género principal de la prensa escrita. La entrevista puede ser utilizada por los investigadores como herramienta de documentación directa sobre el escritor, pintor, actor o director entrevistado. El estudio aporta un punto de vista personal basado en la experiencia de la autora como periodista y entrevistadora.

En *El entramado de la violencia en las redes sociales, una reflexión del sexting*, José Luis Cisneros y Dora Del Carmen Yautentzi Díaz se proponen construir una reflexión sobre el sexting recuperando algunas categorías de Byung Chul Han para mostrar el origen, significado y consecuencias de la violencia digital, apoyados en la narrativa de casos, concluyendo que el sexting es el resultado de la pérdida de sentido en la mirada del otro.

Finalmente, Cristina Olivas Ripoll y Kenneth Alonso Muñoz en *La discriminación en los videojuegos: el caso Fortnite* nos acercan a una interesante realidad en el entorno de los videojuegos. Actualmente, los videojuegos son una de las principales fuentes de entretenimiento que en los últimos años han experimentado un crecimiento exponencial en cuanto a número de jugadores y modelos de negocio. Su auge ha impulsado distintos modelos de negocio, tales como el free to play, que permite jugar de forma totalmente gratuita. Uno de los ejemplos más conocidos es Fortnite, un videojuego que atrae a adultos y niños, pero que se dirige a mayores de 12 años. Su modelo de negocio se basa en la compra de mejoras estéticas mediante el uso de su propia moneda virtual. El acceso a este contenido de pago se ha convertido en un símbolo de estatus y en un motivo de burla y acoso hacia los usuarios que juegan únicamente con los ítems básicos que proporciona el videojuego de forma gratuita. En el caso de los menores, que representan más de la mitad de sus jugadores, se ha convertido en una herramienta para medir la popularidad y ha ahondado en las diferencias entre éstos y desencadenando casos de bullying en el ámbito escolar.

Esperamos que todos estos contenidos sean de su interés. Por último, les invitamos a participar en los próximos número de la revista que ya ha publicado los próximos Call for Papers para los número 25 y 26 centrados ambos en medios de comunicación y género: Gender and Media in the Globalized World o As Empowering and Challenging Fields Digital Platforms and Gender.