



**Carmen Echazarreta Soler**

Editora

“METAVERSOS Y COMUNICACIÓN. Retos, oportunidades y reflexiones”, es el título del número 23 de Communication Papers con el que realizamos el llamado a trabajos de investigación y, a tenor del interés suscitado, debemos decir que es un tema nuclear en los esfuerzos de la comunidad científica por explorar y predecir el impacto y sus efectos en múltiples ámbitos.

Centrándonos en los trabajos que publicamos en este número, se pone de manifiesto esta mirada interdisciplinar que se necesita para abordar desde múltiples perspectivas, los retos que se plantean en este entorno digital, que atraviesa ya, espacios empresariales, culturales, científicos... que todavía sorprenden.

Un póster, sumamente creativo, ilustra el estudio “Realidad virtual, ente cibernético emergente. De la paleoinmersión al metaverso” del autor Pablo Martín Ramallal da inicio a la publicación. El artículo parte de la realidad virtual (RV) como un ente cibernético a estudio, ya que “es un discurso maduro que gana protagonismo en contextos relevantes como la prensa o las redes sociales”. El artículo explora los puntos que constituyen su devenir desde sus albores hasta el metaverso. Múltiples gráficos muy interesantes completan los argumentos de la investigación.

Víctor Grande-López aporta una investigación empírica centrada en la alfabetización digital en “Estudios sobre la simulación de la realidad desde un componente estratégico y ficcional”. El objetivo principal de este estudio, es analizar estrategias que a veces pasan desapercibidas en la simulación de la realidad: desde la intencionalidad del creador, la dependencia de un mal uso o la influencia que puede tener el diseño del avatar para la propia persona. Definitivamente, un trabajo importante de aplicación “necesaria”.

“Metaverso-Implicaciones De La Industria Del Futuro” es el sugerente título de la investigación realizada por Freddy Lenin Villarreal Satama que tiene por objetivo dar a conocer el contexto del metaverso en sus diferentes espacios, con la revisión de la literatura científica que viene tratando el tema en los diferentes campos multidisciplinarios. Los principales resultados reflejan que el comercio mundial y la economía demandarán nuevas profesiones y capacidades de las personas para llevar adelante el desarrollo del metaverso en las industrias, asumiendo competencias adecuadas a trabajar hacia el cambio virtual.

En el plano tecnológico, Jose Luis Rubio-Tamayo, Alejandro Carbonell-Alcocer y Manuel Gertrudix, analizan, desde una aproximación teórica, el rol de los motores de juego o *game engines* como herramientas de conceptualización de experiencias en el ámbito de la realidad extendida, atendiendo a sus características, y planteando una mejora de la experiencia de usuario y de las posibilidades inmediatas que ofrecen estas tecnologías. El título de este interesante y bien ilustrado trabajo es “Una aproximación teórica a la evolución de los entornos 3D hacia la realidad extendida como medio y a los motores de juego como elementos de prototipado y configuración”.

Las autoras Mireia Salanqueda i Mayor y Mònica Puntí-Brun ofrecen una visión desde el marketing sobre el metaverso de eventos corporativos utilizando tecnologías de digitalización de los sentidos y técnicas del marketing experiencial y sensorial. En su investigación, “Los eventos corporativos y la digitalización de los sentidos en el metaverso: estudio de caso de la marca de moda Gucci” se confirma la importancia de integrar el metaverso como parte de la estrategia y como el espacio idóneo para abastecer todos los ámbitos digitales.

Otra investigación sobre la marca Gucci, esta con el foco puesto en la generación Z es el trabajo “Contenidos de marca dirigidos a la generación Z en el sector de la moda de lujo: Gucci y el metaverso”. Sus autoras, Araceli Castelló-Martínez y Sofía Plaza-Chica, han analizado la interrelación entre los recientes contenidos de marca de Gucci y las preferencias de la generación Z como consumidores, investigando, entre otros contenidos, las acciones de *advergaming* de Gucci en el metaverso.

El estudio en inglés, “Transformation of Condolence in the Digital Age: A Case Study on Turkish Culture” sus autores, Aybike Serttaş y Tugay Sarıkaya, parten de que las tecnologías de los medios digitales han ocupado el lugar de los medios convencionales promoviendo una comunicación interactiva en la que se observan nuevas actitudes y comportamientos en sociedad junto con las posibilidades de desarrollo de los medios digitales. En este contexto, la investigación plantea la hipótesis de que “Los inmigrantes digitales que usan plataformas de redes sociales en Turquía han experimentado un cambio en la práctica de las condolencias.”

La segunda investigación en inglés, “Communication etiquette in the digital world from the media and children’s perspective” por Başak Gezmen estudia el contenido de ficción de los medios y su impacto en la audiencia infantil dado que es más vulnerable, expuesto sin capacidad de distinguir entre lo que está bien y lo que está mal. Este es el objetivo del presente estudio, aportar pautas para la protección del público infantil.

Concluye el espacio destinado a las interesantes aportaciones científicas sobre el Metaverso, el estudio de Carlos Rios-Llamas, “Arquitectura, metaverso y la amplificación de corporalidades en espacios online y offline” que a través del análisis de prácticas arquitectónicas en Espacios virtuales, explora con rigor el estatus del cuerpo como objeto configurable mediante el avatar y sus repercusiones en la convergencia, prolongación o continuidad de la vida *online* respecto a la **offline**.

El espacio destinado a MISCELÁNEA, está ocupado por dos interesantes investigaciones en el ámbito empresarial. La primera, del ámbito turístico, que lleva por título “El trabajo justo: uno de los principales retos para las organizaciones hoteleras del siglo XXI” y está firmada por Ester Noguer-Juncà y Montserrat Crespi- Vallbona, define el concepto de trabajo justo y evalúa el grado de conocimiento de la Certificación de Hoteles Responsables de Trabajo Justo (HJLR). Por su parte, Mayra Lucía Reyes aporta datos significativos sobre el valor agregado bruto del Ecuador por Industria para el período 2017-2021, que permita la descripción de las Industrias con menor actividad económica y su impacto en el PIB, en su artículo, “Determinación de Cuellos de Botella en los sectores industriales del Ecuador acorde al CIU. Un estudio basado en el Valor Actual Bruto Ecuador en su artículo”.

Las RESEÑAS que finalizan este número, como no podía ser de otro modo, versan sobre el impacto social del universo meta, a través de la mirada de dos autores, que en este momento son referencia obligada, Mathew Ball y Sangkyun Kim. Las reflexiones de ambos autores aportan luz a este entorno digital, rodeado todavía de misterio y pronósticos indeseables.

En este contexto, la síntesis acertada de Hasan Gurkan acerca de “THE METAVERSE and How It Will Revolutionize Everything”, publicado en 2022 por Mathew Ball, enfatiza la historia evolutiva de metaverso, partiendo de su etimología: “meta”, que proviene del griego y significa “más allá”, y “verso”, universo, es decir, un universo que ubicado más allá del que conocemos actualmente. Por su parte, Núria Puig realiza el resumen con interesantes observaciones acerca de “El metaverso. Un viaje hacia la Tierra digital.” del mencionado autor coreano, Sangkyun Kim. Esta reseña incide en los numerosos proyectos comunicativos, empresariales y educativos que se desarrollan en universos o en mundos paralelos que menciona el autor, e incide en las ideas concretas que nos hacen avanzar hacia lo que denomina *Tierra digital*.

Sólo resta desearles una lectura apasionada de este número que se publica con el espíritu mágico de la NAVIDAD. De modo que sean felices en estas fiestas.