

Julia Catalina Serrano Cordero

Universidad del Azuay

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6248-1925>

Mar Binimelis-Adell

Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya (UVic-UCC)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2746-4326>

La manera en que se crean y transmiten historias en medios como el cine, la televisión, la literatura, los videojuegos y las plataformas digitales ha evolucionado, ya que se han adaptado a las nuevas tecnologías y prácticas culturales. Esta evolución no solo refleja, sino que también moldea las experiencias y valores sociales contemporáneos.

En este contexto, el *storytelling* se ha convertido en una herramienta de comunicación poderosa, que combina narrativa y emoción para transmitir mensajes de manera efectiva. Su uso permite captar la atención del público, facilitar la retención de información y fomentar la empatía. Al crear una conexión emocional con la audiencia, el storytelling hace que los mensajes

sean más persuasivos y relevantes. El uso de elementos narrativos como personajes, conflictos y resoluciones hace que las historias resulten más efectivas y memorables.

En la sección monográfica, en este nuevo número de *Obra Digital* se incluyen artículos que analizan cuestiones cómo el modo en que, en la búsqueda de un mayor *engagement* con su audiencia, artistas de renombre utilizan herramientas como los juegos de realidad alterna (ARG). También se estudia cómo opera la literatura difundida a través de productos interactivos y transmedia, así como el cómo se produce la representación de colectivos *queer* para promover un cambio positivo en la construcción de su identidad y la creación de avatares vir-

tuales como estrategia de marketing para impulsar la creación colectiva.

En la sección miscelánea, se abordan una variedad de temas como el análisis de películas que, evidenciando el compromiso político del director Francesco Rosi, exploran relaciones de alta tensión como la de la política italiana con la mafia. Otro tema destacado es la capacidad de las series audiovisuales didácticas para llegar a los públicos jóvenes con temas tan variados como la enseñanza de la filosofía a través de un estudio de la serie *Merlí*. Además, se examina la difusión del conocimiento científico y sus rutinas productivas mediante un *benchmarking* de las prácticas de los gabinetes de comunicación institucionales. Finalmente, se presenta un estudio que analiza la correspondencia entre la agenda pública y la agenda mediática en medios impresos tradicionales y digitales independientes en Ecuador.

Por otro lado, en un esfuerzo por ofrecer un espacio de divulgación al conocimiento generado en las investigaciones doctorales, esta edición aborda temas relacionados con la persistencia de la discriminación de género que afecta a las periodistas, a pesar de los avances tecnológicos tanto en plataformas digitales como en medios de comunicación.

Con esta edición, se pretende profundizar en la rápida evolución de las herramientas comunicacionales, su aplicación e impacto en las diferentes audiencias.