

## El poder de la experiencia y la cultura ludonarrativa. Marketing y videojuegos

## The power of experience and ludonarrative culture. Marketing and video games

Dra. Montserrat Jurado Martín | [mjurado@umh.es](mailto:mjurado@umh.es)  
Universidad Miguel Hernández

---

Llegamos al cierre del número de julio del volumen 11 de la revista situándonos en cuartil 3 de Dialnet Metrics y trabajando duro para ofrecer a la comunidad de investigadores un producto de calidad que dé cobertura a contenidos en torno a la comunicación, con indidencia en los más especializados, y comprometido con la difusión de resultados de investigación en el ámbito de las ciencias sociales.

La revista *Miguel Hernández Communication Journal* estrena imagen en una nueva década en un año que pasará a la historia por el confinamiento provocado por el COVID 2019. Presentamos aquí el número 11º como una auténtica joya de la investigación centrada en dos áreas: “nuevos marcos de reflexión y nuevos enfoques de investigación sobre la experiencia y las posibilidades que ofrece, en un amplio campo de disciplinas y actividades” (Martínez-Sala, 2020) recogido bajo el título *El poder la experiencia*; y sobre el videojuego, “convertido en una pieza fundamental del complejo ecosistema mediático contemporáneo, erigiéndose de forma innegable como una industria que, lejos de limitarse a satisfacer las nuevas demandas de ocio digital, posee un rol esencial en la configuración de la cultura del siglo XXI” (Hernández-Pérez y Albadalejo, 2020), en el monográfico titulado *Cultura ludonarrativa: puntos de encuentro entre los medios tradicionales y los videojuegos*.

La revista tiene por objeto la difusión de resultados de investigación en torno a la comunicación, centrándose en contenidos que vayan más allá de los genéricos que puede contemplar, a aspectos más especializados y que, en muchas ocasiones, no tienen cabida o encuentran dificultades para abrirse paso. Hablar de la experiencia en el ámbito del marketing y su relación con la investigación, supone una propuesta en la línea descrita. Aunque pocos, sus resultados son interesantes y extrapolables a otros campos donde destaca la creatividad y la participación activa de sus agentes. La propuesta coordinadora por Alma Martínez Sala despertó el interés del equipo editorial desde el inicio más básico de su planteamiento, siendo conscientes, tanto unos como otros, de las dificultades para cerrar un número que diera cobertura a un amplio abanico de experiencias, y nunca mejor dicho. El resultado final que se puede encontrar en estas páginas es más que satisfactorio.

En la misma línea, ofrecemos un segundo monográfico, centrado en los videojuegos y la cultura ludonarrativa. Un campo de investigación en auge que está despertando gran interés tanto en el sector empresarial como en el de la investigación. La propuesta coordinada por Juan Francisco Hernández-Pérez y Sergio Albadalejo recoge las tendencias “lúdicas que explotan sobremedida los últimos avances tecnológicos y acogen estrategias narrativas propias de la ficción cinematográfica”, así como la puesta en valor de las distintas estrategias que el videojuego ha adoptado y la influencia indiscutible de otros medios a nivel narrativo como procedimental y estético, tal y como describen los autores.

El número 11 se compone finalmente de 18 artículos, siete en nuestro monográfico de enero, seis en el de julio, tres textos en la sección Miscelánea y dos reseñas.

En el monográfico *El poder la experiencia*, coordinado por la investigadora Alba María Martínez Sala, han colaborado y por este orden Cande Sánchez-Olmos, con el texto *La experiencia de marca a través del estudio de caso de campañas de branded content musical: “Un lugar llamado mundo” de San Miguel*; José Gamir Rios, *El uso político de Twitter en la campaña de las Elecciones Locales de 2015 en la ciudad de València*; María Marcos Ramos, *Hablan los guionistas: Análisis de su práctica profesional*; Zahaira Fabiola González Romo y Chantal Pallarés Segura, *La experiencia Nespresso, el Marketing Sensorial aplicado al sector del café*; Jacob Bañuelos Capistrán, Branko Pérez Restovic, *Memes e imaginarios sociales mexicanos en Copa del Mundial de la FIFA 2018*; Asunción Niñoles Galvañ y Cristina Ortega-Giménez, *Discurso del odio en radio: análisis de los editoriales de las cadenas COPE y SER tras la llegada del Aquarius a España*; y Carmelo Márquez-Domínguez, Diana Caridad Ruiz-Onofre y Bryan Patricio Moreno-Gudiño, con el artículo titulado *Análisis de la agenda mediática en El Comercio, El Universo y El Telégrafo de Ecuador*.

El monográfico de julio, coordinado por Juan Francisco Hernández-Pérez y Sergio Albadalejo, y con el título *Cultura ludonarrativa: puntos de encuentro entre los medios tradicionales y los videojuegos*, ha contado con los resultados de las investigaciones de: *Narrativa periodística en videojuegos. Estudio de caso del serious game The Republic Times*, de los autores Daniel Alonso Martínez, Pablo Navazo-Ostúa y Marta Pérez-Escolar; *Lo fugaz del instante jugable en los mundos virtuales. Espacialidad y temporalidad en SuperHOT y SuperHOT VR*, de Diego Villabrille Seca y Marta Martín Núñez; *Until Dawn y Man of Medan (Supermassive games, 2015 y 2019)*, de Aarón Rodríguez Serrano; *De comics, narrativas y multiversos transmediáticos: re-conceptualizando al hombre araña en Spider-Man: Un Nuevo Universo*, de María Inmaculada Parra Martínez; *Nuevos acercamientos ergódicos comunes al videojuego y a las series de televisión*, de Raquel Crisóstomo Gálvez y Marc Valderrama Carreño; y *La tragedia como motor narrativo de los videojuegos cinematográficos*, de Alfonso Cuadrado Alvarado.

Nuestros textos de Miscelánea, el espacio dedicado a los autores para la difusión de sus trabajos en el ámbito de la comunicación desde diferentes facetas, cinematográfica, fotográfica, especialización periodística y del entorno del mundo audiovisual, está integrada por tres colaboraciones que son: *El cine detectivesco de Cifesa a través de sus personajes*, de Jorge Chenovart González; *Las redes sociales como fuentes de información para ampliar la agenda temática de los cybermedios*, de José Luis Argiñano; y *Tiempo y Medio Ambiente como ejes noticiosos en los informativos de TVE, Antena 3 y Telecinco*, de Marián Alonso González. Cierran el número dos reseñas, una sobre *cine en México* y la segunda sobre *reporteras de guerra: Experiencias del cine documental en México*, de Francisco Julián Martínez Cano y *Las mujeres periodistas en primera línea: reporteras en la cobertura de conflictos*, de Montserrat Jurado Martín.

Podemos presumir de contar con autores que son destacados investigadores de la materia que tratan como lo demuestran muchos de sus trabajos anteriores y otras grandes promesas actualmente en proceso de consolidación. Este listado reconoce el esfuerzo que hacen por difundir sus trabajos.

Algunos ejemplos, de los autores del primer monográfico, son los siguientes artículos: *La musicidad. Las relaciones comerciales y culturales entre la industria discográfica y la publicidad*, de Cande Sánchez Olmos (2011); *Blogs, Facebook y Twitter en las Elecciones Generales de 2011*, de Gamir Ríos (2016); *Alfabetización mediática. La educación en los medios de comunicación: cine formativo y televisión educativa* de María Marcos (2010); *Los Ritos y rituales en la cultura corporativa de Wal Mart Supercenter*, tesis doctoral de Zahaira Fabiola González Romo (2003); *Claves de la fotografía digital contemporánea: prácticas, competencias, socialización y tendencias*, de Jacob Bañuelos (2013); *Liberalismo, democracia y periodismo como elementos de la modernización*, de Carmelo Márquez-Domínguez (2017);

Textos destacables de los autores del segundo monográfico son los siguientes artículos: *Social progress and international patent collaboration*, de Daniel Alonso Martínez (2018); la tesis doctoral *La (re)construcción de la (hiper)realidad: usos de la animación infográfica en el spot publicitario en el contexto de la hibridación de medios*, de Marta Martín Núñez; *Cuando los videojuegos escribieron el Holocausto: Análisis de Wolfenstein*, de Aarón Rodríguez Serrano (2014); *Dr. Lecter y Mr. Dexter Morgan: mutaciones del héroe postclásico en la ficción televisiva*, de Raquel Crisóstomo Gálvez (2014); *Utopías y distopías de los medios digitales para la educación*, de Alfonso Cuadrado Alvarado (2011).

Y finalmente, ejemplos, de los autores de Miscelánea y Reseñas, son los siguientes: la tesis doctoral *El personaje secundario en el cine de cinesa*, de Jorge Chenovart González (2016); *La homogeneización del mensaje periodístico a partir de los falsos eventos*, de José Luis Argiñano; *La ortografía en televisión. Estudio de los informativos de Antena 3, Teletrece y TVE*, de Marián Alonso González; *Cine, videojuegos y realidad virtual: Estudio y prospectiva del medio audiovisual en la era digital*, tesis doctoral de Francisco Julián Martínez Cano (2016); y *Festivales de cine online en España: pocos, efímeros, pero de calidad*, de Montserrat Jurado Martín (2018).

Finalmente, cerramos este prólogo, deseando que el número de 2020 sea del agrado de los investigadores.

*Miguel Hernández Communication Journal* es una revista internacional de índole científica especializada en la comunicación en sus distintas vertientes como la periodística, audiovisual y persuasiva, contemplándose también otras temáticas interdisciplinarias relacionadas. MHCJ pertenece a la Plataforma Latina de Revistas de Comunicación, PLatCom, y su vocación es la de servicio público a las comunidades de investigadores para difundir sus resultados científicos.



Licencia Creative Commons  
Miguel Hernández Communication Journal  
mhcj.es

**Cómo citar este texto:**

Montserrat Jurado Martín (2020) Comunicación y acción política. *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 11 (2), pp. 7 a 10. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante).

DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.351>

**How to cite this text:**

Montserrat Jurado Martín (2020) Communication and political action. *Miguel Hernández Communication Journal*, Vol. 11 (2), pp. 7 a 10. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante).

DOI: <http://dx.doi.org/10.21134/mhcj.v11i0.351>