

EQUIPO EDITORIAL / EDITORIAL TEAM / EQUIPA EDITORIAL**Editor Jefe / Editor in chief / Editor Chefe**

Mónica Bonilla del Río. Universidad Europea del Atlántico, España

Secretaria / General Secretary / Secretário Geral

Dra. Beatriz Berrios Aguayo. Universidad de Jaén, España

Editores Asociados / Associate Editors / Editores associados

Ana Visiers. Universidad Europea del Atlántico España

Elizabeth Guadalupe Rojas-Estrada. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Helena Garay Tejería. Universidad Europea del Atlántico, España

Vanessa Matos dos Santos. Universidad Federal de Uberlândia, Brasil

Comité Científico Internacional

Luis Miguel Romero-Rodríguez. Universidad Rey Juan Carlos, España

Elvira Margarita Lora Peña. Universidad Pontificia Madre y Maestra, República Dominicana

Cristina Pulido Rodríguez. Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Armando Távarez. Universidad Pontificia Madre y Maestra, República Dominicana

Marisol Tello Rodríguez. Universidad del Mayab, México

Gabriel Jaraba Molina. Universidad Autónoma de Barcelona

José María Perceval Verde. Universidad Autónoma de Barcelona

Federico Fernández Díez. Universidad Europea del Atlántico, España

Ana Bélgica Guichardo. Universidad Pontificia Madre y Maestra, República Dominicana

Fernando Esquivel Lozano. Universidad Autónoma de Nuevo León, México

Felipe Chibás Ortiz. Universidad de São Paulo, Brasil

Gustavo Contreras. Universidad Mariano Gálvez, Guatemala

Patrocinadores:

Funiber - Fundación Universitaria Iberoamericana
Universidad internacional Iberoamericana. Campeche (México)
Universidad Europea del Atlántico. Santander (España)
Universidad Internacional Iberoamericana. Puerto Rico (EE. UU)
Universidade Internacional do Cuanza. Cuito (Angola)

Colaboran:

Centro de Investigación en Tecnología Industrial de Cantabria (CITICAN)
Grupo de Investigación IDEO (HUM 660) - Universidad de Jaén
Centro de Innovación y Transferencia Tecnológica de Campeche (CITTECAM) - México.

SUMARIO / SUMMARY / RESUMO

- Editorial 5

- La influencia de TikTok en la construcción de la identidad y socialización de los jóvenes..... 7
The influence of TikTok use on young people's identity formation and virtual socialisation
Laura Chiva Cedrún, Sabina Civila. Universidad Europea del Atlántico, España / Universidad de Huelva, España.

- Relación engagement y la deserción académica en los MOOCS: síntesis de una investigación expo facto..... 23
Relationship engagement and academic dropout in MOOCS: synthesis of an expo facto research
Odiel Estrada Molina. Universidad de Valladolid, España.

- Modelo de comunicación efectiva para la difusión de los programas y proyectos de inversión pública del Departamento de Loreto, Perú 38
Effective communication model for the dissemination of public investment programs and projects of the Department of Loreto, Peru
Francisco Antonio Gallo Infantes, Jon Arambarri Basañez, Nuria Lloret Romero, Claudet Cadillo López. Universidad Internacional Iberoamericana, México / Universidad Europea del Atlántico, España / Universidad Científica de Perú, Perú.

- Estudio comparativo de software libres y software gratuitos para la edición de video 55
Comparative study of free software and freeware for video editing
Manuel Scarani Delgado. Universidad Internacional Iberoamericana, Uruguay.

- ¿Sagrada? familia: La desacralización de la maternidad en la serie de Netflix 74
Sacred? family: The desacralization of motherhood in the Netflix series
Laura Pacheco-Jiménez. Universidad de Sevilla, España.

Editorial

El entorno comunicativo, caracterizado por los constantes cambios y avances tecnológicos, requiere que la ciudadanía desarrolle la competencia mediática necesaria para desenvolverse de manera efectiva en la era digital. De este modo, los medios tradicionales coexisten con medios emergentes, como las redes sociales, plataformas en streaming o la cada vez más extendida inteligencia artificial. Estos progresos tienen una influencia significativa en diferentes ámbitos de la cotidianidad, modificando los hábitos, actitudes y formas de actuar de la sociedad tanto en entornos sociales como profesionales, educativos o culturales. En este contexto se publica este nuevo número de *MLS Communication Journal* que, con un nuevo Equipo Editorial, retoma la actividad de la publicación, con propuestas relacionadas con la comunicación desde diversas perspectivas y enfoques.

En este sentido, el primer manuscrito, desarrollado por Laura Chiva Cedrún (Universidad Europea del Atlántico) y Sabina Civila (Universidad de Huelva), titulado “La influencia de TikTok en la construcción de la identidad y socialización de los jóvenes”, aborda los efectos de esta plataforma respecto al posible impacto de las redes sociales en las dinámicas interpersonales, la autopercepción y las construcciones identitarias de los jóvenes en entornos virtuales. Los resultados muestran que más del 50% de los participantes asimilan valores y tienden a cambiar de perspectiva en función del contenido que consumen en la plataforma, lo que implica la influencia de esta red social a la hora de definirse así mismos, compararse con otros usuarios y buscar su reconocimiento.

El segundo artículo, “Relación engagement y la deserción académica en los MOOCs: Síntesis de una investigación *expo facto*”, propuesto por Odiel Estrada Molina (Universidad de Valladolid), plantea un estudio mediante una revisión sistemática de literatura y una encuesta en la que participaron profesores universitarios de dos países (Cuba y Ecuador). Los hallazgos ponen de manifiesto que las variables relacionadas con la autonomía y la planificación del aprendizaje, entre otras cuestiones, influyen en la deserción de los estudiantes cuando realizan este tipo de cursos masivos en línea. Este estudio reflexiona sobre cómo pueden afectar estos fenómenos al aprendizaje y rendimiento académico en entornos virtuales.

El número actual continúa con la investigación de Francisco Antonio Gallo Infantes (Universidad Internacional Iberoamericana), Jon Arambarri Basañez, Nuria Lloret Romero (Universidad Europea del Atlántico) y Claudet Cadillo López (Universidad Científica de Perú). En su publicación, titulada “Modelo de comunicación efectiva para la difusión de los programas y proyectos de inversión pública del departamento de Loreto, Perú”, realizan encuestas a tenientes gobernadores de los poblados ubicados en las fronteras con Colombia y Brasil. Los resultados evidencian limitaciones significativas en el modelo actual de difusión de los Programas de Investigación e Inversión Pública en relación con todos los elementos comunicativos (emisores dispersos y con formación insuficiente, receptores no definidos, canales desaprovechados, mensajes descontextualizados y falta de retroalimentación), lo que implica la propuesta por parte de los autores de un Modelo de Comunicación Efectiva para la Difusión.

En el siguiente manuscrito, “Estudio comparativo de software libres y software gratuitos para la edición de vídeo” firmado por Manuel Scarani Delgado (Universidad Internacional Iberoamericana), se presenta una comparativa

mediante un análisis de diversos programas: Shotcut, Kdenlive, Hitfilm Express y Da Vinci Resolve. Los resultados muestran que existe una paridad en las características, funcionalidades y prestaciones que ofrecen los programas de carácter gratuito y de acceso libre. En este sentido, estos se establecen como una alternativa factible y eficaz para la producción de contenidos en el ámbito comunicativo.

Finalmente, el último artículo que completa el número, cuya autora es Laura Pacheco-Jiménez (Universidad de Sevilla), plantea una interesante reflexión sobre la representación de las madres en producciones audiovisuales. Concretamente, bajo el título “¿Sagrada? familia: La desacralización de la maternidad en la serie de Netflix”, se presenta un análisis de los siete personajes femeninos de “Sagrada familia”, una serie española protagonizada por Najwa Nimri, Alba Flores, Macarena Gómez, Carla Campra, Laura Laprida, Ella Kweku y Claudia Melo. Fue estrenada en dicha plataforma en octubre de 2022 y concluyó con el estreno de la segunda y última temporada en noviembre de 2023. El objetivo del estudio es determinar los tipos de maternidad que ejercen sus personajes, cómo desarrollan la protección hacia sus hijos, así como identificar qué aspectos influyen en su desarrollo laboral y profesional. Los hallazgos ponen de manifiesto que esta serie se instaura en el paradigma de alejamiento progresivo de la representación de personajes femeninos como mujeres perfectas y madres ideales, ofreciendo una mayor diversidad de perfiles maternos caracterizados por conflictos y actuaciones contradictorias que reflejan la construcción de personajes complejos.

Dra. Mónica Bonilla del Río
Editora Jefe / Editor in chief / Editora Chefe