

## Presentación



Este número extraordinario se compone de tres secciones igual de relevantes. En una primera parte contamos con cinco aportaciones de profesorado universitario implicado en temáticas innovadoras, las cuales se agrupan dentro del monográfico «Innovacom, innovación en docencia e investigación». Se pueden consultar estudios que se enmarcan en la reflexión investigadora sobre la praxis del ciberanzuelo (*clickbait*) y en las investigaciones sobre el impacto de las innovaciones docentes en la enseñanza del periodismo, como la investigación en innovación en temáticas y formatos.

Así, contamos con la contribución de Jesus Miguel Flores-Vivar y Ana María Zaharí, de la Universidad Complutense de Madrid y de la Universidad Rey Juan Carlos, respectivamente, que analizan la praxis del *clickbait* y The Trust Project. Le sigue la reflexión sobre el análisis de la hipertextualidad, el multimedia y la interactividad en los blogs turísticos, de Joan-Francesc Fondevila-Gascón, Eduard Vidal-Portés, Sandra Vilajoana-Alejandre, Aleksandra Krtolic-Lukic y Cristina Lobo-Fernández, de Blanquerna – Universitat Ramon Llull. Iris Sánchez-Sobradillo, Pilar Sánchez-García y Noemí Merayo Álvarez, de la Universidad de Valladolid, contribuyen con su investigación a analizar cuál es la dieta informativa de los estudiantes universitarios en las redes. Kevin Alexis García, de la Universidad del Valle, y Fátima Martínez, de la Universidad del Rosario, analizan el impacto de los medios universitarios en la formación de los estudiantes. Como última parte del monográfico, cabe destacar el análisis de Bárbara Castillo-Abdul, de la Universidad Rey Juan Carlos, y de David Blanco-Herrero, de la Universidad de Salamanca, sobre el análisis del contenido de salud y bienestar en Youtube.

La segunda sección es el apartado de miscelánea. En los tres artículos que conforman esta sección se analiza el impacto de los anuncios en el colectivo infantil y en la representación de la diversidad fenotípica. También destaca la investigación sobre cómo los profesionales de la información usan las redes sociales en las redacciones. El primer artículo se debe a Beatriz Feijoo, de UNIR, Charo Sábada, de la Universidad de Navarra, y María Blanco, de la UNIR, que analizan la publicidad que reciben los menores en su uso habitual del móvil. Le sigue la contribución de María Ganzabal Learreta, Koldobika Meso Ayerdi, Jesús Pérez Dasilva y Terese Mendiguren Galdospin, de

la Universidad del País Vasco, con su investigación sobre el uso de las redes sociales en las redacciones por parte de profesionales de la información. En el tercer artículo, Jorge Grau-Rebollo y Nicolás Lorite-García, de la Universitat Autònoma de Barcelona, investigan la representación de la diversidad de fenotipos en la publicidad audiovisual en España.

La última sección, «In memoriam», elaborada por Carmina Crusafon y Carles Llorens, de la Universitat Autònoma de Barcelona, se centra en el recuerdo de la aportación desarrollada por Caroline Pauwels, pionera y mentora de la investigación en políticas europeas sobre medios.

Esperamos que disfruten de su lectura.

Cristina Pulido y Santiago Tejedor