



---

## RESEÑA/REPORT

---

Recibido: 28/07/2013---Revisado: 15/09/2013 Aceptado: 05/10/2013---Publicado: 15/12/2013

---

### COMUNICACIÓN 2.0 Y 3.0 José Francisco Durán Medina (Coord.) Vision Libros, Madrid 2013

**Juan Enrique González Vallés<sup>1</sup>:** Universidad Complutense de Madrid. España  
[juanengo@ucm.es](mailto:juanengo@ucm.es)

José Francisco Durán Medina, doctor en Ciencias de la Educación, profesor del Departamento de Pedagogía de la Facultad de Educación de Toledo en la Universidad de Castilla La Mancha (UCLM), coordina en esta obra una estudiada selección de investigaciones y estudios de otros tantos excelentes autores nacionales e internacionales mediante los cuales se intenta reflejar la innegable influencia de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en nuestra sociedad actual, enmarcada y caracterizada por los vertiginosos avances de la era digital en la que estamos inmersos.

Para ello han colaborado notables investigadores de numerosas universidades: Universidad Complutense de Madrid (UCM-España), Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC-España), Universitat Oberta de Catalunya (UOC-España), Universidad de Málaga (UMA-España), Universidad de Murcia (UM-España), Universidad de Oviedo (UNIOVI-España), Universidad Autónoma de Madrid (UAM-España), Escuela Superior de Bellas Artes (Neuquén-Patagonia-Argentina) Universitat Autònoma de Barcelona (UAB-España), Universitat d'Alacant (UA-España), Universidad Carlos III de Madrid (UC3M-España), Universidad Camilo José Cela (UCJC-España), Universidad CEU Cardenal Herrera (UCHCEU-España), Universidad de Navarra (UNAV-España)...

Algunas de las principales ideas expuestas en este interesante libro son:

- Análisis de los perfiles de Facebook de los jóvenes para observar posibles diferencias de género.
- Percepción de la Imagen de Marca, Interactividad mantenida con los internautas, Comunicación online y posicionamiento Seo de determinadas marcas empresariales que han aumentado su presencia online en los últimos años.
- Creación de un nuevo espacio comunicativo en el que el debate global es posible

---

<sup>1</sup> Autor correspondiente:

**Juan Enrique González Vallés:** Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. España.  
Correo: [juanengo@ucm.es](mailto:juanengo@ucm.es)

---

generado por la democratización en la producción de la información.

- Modalidades en que se manifiesta la publicidad en los teléfonos móviles.
- Diferencias significativas en las actitudes y uso académico de las redes sociales entre los estudiantes “de ciencias” y “de letras”.
- Usabilidad de las tablets por alumnos con discapacidad en entornos virtuales universitarios.
- Construcción de un PLE (Personal Learning Enviroment) adaptado a los estudios de Comunicación y Humanidades.
- Análisis de un Proyecto expositivo internacional 2.0 para la formación del profesorado de Enseñanzas Artísticas.
- Construcción colaborativa de un mapa espacio-temporal del circuito regional de circulación de obras de arte en una zona determinada mediante las herramientas TIC disponibles.
- Propuestas para mejorar la comunicación de las administraciones locales, orientando la labor de los responsables políticos y técnicos.
- Evaluación de algunas herramientas de análisis de Redes Sociales.
- Visión integral del impacto que las tecnologías de la información y la comunicación están teniendo en la actividad promocional, su optimización y posterior medición.
- Líneas de trabajo, fundamentación teórica, metodológica y estado actual de las investigaciones sobre redes sociales y web 2.0.
- Las PYMES biotecnológicas y su comunicación en la web.
- El empleo de las redes sociales como instrumentos de la comunicación de un evento: la preparación, la ejecución y el posevento.
- Concepto transmedia instalado en la producción publicitaria actual y papel de los medios sociales en esa conversación entre las marcas y sus públicos.
- Comunicación terapéutica y relación de ayuda sanitario-paciente.
- Interacción y expresión de la identidad en el ámbito digital.
- Un modelo de economía híbrida para la puesta a disposición de contenidos en Internet.

Todas estas ideas son analizadas minuciosamente y con la rigurosidad científica que

---

## Reseña/Report

---

caracteriza a los expertos investigadores que las han llevado a cabo, llegando a unas lógicas conclusiones que en no pocas ocasiones pueden llegar hasta a sorprendernos.

---