

Editorial

La necesidad de analizar y aprehender la realidad comunicológica es vital en nuestros días. El nuevo contexto político, sociocultural y tecnológico, que ha impuesto la “sociedad del conocimiento” ha propiciado que las Ciencias de la Comunicación se adapten constantemente a las transformaciones que han cambiado la rutina y la naturaleza tanto de los emisores como de los receptores de la información.

En ese marco, surge la revista *Correspondencias & Análisis*, una publicación dedicada a la difusión de artículos científicos relacionados con las principales áreas de investigación de las comunicaciones: Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas.

Se han seleccionado estudios de colaboradores de distintos países (España, Francia, Argentina, México, Chile y Venezuela). Este aspecto no le resta interés o valía a nuestra publicación dentro de la realidad nacional. La convergencia de diferentes perspectivas enriquece y universaliza los alcances de *Correspondencias & Análisis*, acercándola a la comunidad científica global y a las últimas tendencias investigativas del mundo.

Con la finalidad de establecer una pluralidad temática, los contenidos de *Correspondencias & Análisis* se han dispuesto cinco subapartados, los cuales agrupan las especialidades ya descritas: “Comunicación & nuevas tecnologías”, “Relaciones Públicas”, “Publicidad”, “Periodismo” y “Medios & sociedad”. Todos ellos cuentan con artículos basados en estudios de casos concretos, así como en el análisis de contenidos de diferentes paradigmas comunicativos.

De esta manera, el lanzamiento de *Correspondencias & Análisis* busca reafirmar la importancia de las publicaciones periódicas de corte científico y universitario, a fin de poder canalizar los diversos estudios y artículos referidos a la compleja realidad mediática y a sus mensajes. Esperamos que las ediciones ulteriores de nuestra revista puedan superar la entusiasta y cálida convocatoria registrada en el desarrollo de este primer número.

Dra. Amybel Sánchez de Walther

Directora del Instituto de Investigación de la Escuela de CC. CC.

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología – USMP

Editorial

The need to analyze and grasp the communicological reality is vital in our times. The new political, social-cultural and technological context imposed by the “knowledge society” has made Communication Sciences adapt constantly to transformations that change the routine and nature both of issuers and recipients of information.

In this frame, *Correspondencias & Análisis* journal appears: it is a publication dedicated to the dissemination of scientific articles related to the main fields of research in communications: Journalism, Advertising and Public Relations.

Studies made by cooperators from different countries have been selected (Spain, France, Argentina, Mexico, Chile and Venezuela). This however does not minimize the interest or worth to our publication regarding the current national context. Convergence of different perspectives enriches and universalizes the ranges of *Correspondencias & Análisis*, approaching it to the global scientific community and the most recent research trends worldwide.

Aiming at reaching the thematic plurality, the contents of *Correspondencias & Análisis* have considered five abovementioned sub-sections: “Communication & New Technologies”, “Public Relations”, “Advertising”, “Journalism” and “Media & Society”. All of them have articles based on concrete case studies, as well as in the analysis of contents from different communicative paradigms.

That is how the launching of *Correspondencias & Análisis* is looking to reaffirm the importance of scientific and university periodic publications, so as to streamline the different studies and articles referred to the complex media realm and its messages. We hope the following issues of our magazine may exceed the enthusiastic and warm call obtained while developing this first issue.

Amybel Sánchez de Walther, *PhD.*

Director of Communication Sciences Research Institute

Faculty of Communication Sciences, Tourism and Psychology – USMP