

# Editorial

Esta nueva entrega de *Correspondencias & Análisis* subraya el carácter polivalente y expansivo que está adquiriendo la práctica de las Ciencias de la Comunicación tanto a escala internacional como local. Como sabemos, en los últimos años, nuestro país (gracias a la estabilidad macroeconómica y al peculiar dinamismo de los sectores empresariales) ha ingresado con un impetuoso entusiasmo creativo al escenario global, asimilando gradualmente sus exigencias, sus retos y sus consabidos parámetros para interactuar y socializar.

Esto se evidencia con mayor claridad en el contexto de las nuevas tecnologías: cada vez más las diversas corporaciones urgen de un comunicador polivalente que, aparte de su respectiva especialización académica, debe ser capaz de abarcar una serie de tareas complementarias. Entre estas, la de rastrear e interpretar las tendencias de redes sociales; administrar situaciones de crisis con los diferentes públicos y audiencias; la edición efectiva de material audiovisual y multimedia; elaborar análisis de mercado y del comportamiento del consumidor, etc.

El surgimiento de este perfil especial de comunicador no significa que se estén socavando los límites de las diferentes especialidades que integran las Ciencias de la Comunicación ni que se esté erigiendo un improvisado *factórum* agobiado de un cúmulo interminable de labores de forma anárquica y desordenada.

El comunicador polivalente aparece en esta sociedad “posmoderna” y “ultramediaticada” ya imbuido en la virtualización y viralización de los flujos informativos; en la simultaneidad y rapidez de los despachos periodísticos. Es conciente que cada vez las audiencias dejan de ser meros receptores pasivos, puesto que muchos de estos son ahora “prosumidores” que interactúan con mayor fluidez con el comunicador, compartiendo datos y opiniones, volviéndose a veces fuente principal y protagonista de la noticia.

Las nuevas generaciones de profesionales, ya egresadas de las aulas, captan casi inmediatamente y con facilidad esta vorágine informativa, equipadas con las TIC y con una amplia gama de dispositivos digitales y electrónicos (la mayoría de estos portátiles, inalámbricos, de interfaz táctil y con acceso a Internet). No obstante, la herramienta más importante, capaz de vislumbrar con claridad el panorama informativo en medio del aparente “caos electrónico”, serían los valores deontológicos. No existe mayor *gadget* para enhebrar con eficiencia la red de redes que la ética y la veracidad dentro de la labor comunicativa.

**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

This new presentation of *Correspondencias & Análisis* underlines the multifunctional and growing nature that is adopting the practice of Communication Sciences on a local and international basis. As we know -due to macroeconomic stability and the particular dynamism of business sectors- for the last years our country has joined the global scenario with impetuous and creative enthusiasm incorporating gradually its requirements, challenges and well-known parameters of interaction and socialization.

This is more clearly evidenced inside the context of the new technologies: everyday diverse corporations need more urgently a multi-purpose communicator with a corresponding academic specialization as well as the ability to deal with several complimentary tasks like tracing and interpreting the trends of social media; managing crisis situations with different publics and audiences; working on effective edition of audiovisual and multimedia material; developing a market analysis and one of customer's behavior, among other actions.

The merge of this special profile of communicator does not mean to undermine the limits of the different fields that make up Communication Sciences nor to raise improvised and overwhelmed factotum from an endless pile of tasks in an anarchical and messed up manner.

The multifunctional communicator appears in this “postmodern” and “ultra-mediatized” society already imbued with the virtualization and viralization of the informative flows; aligned to simultaneity and quickness of the journalistic communications. This communicator is aware of the fact that audiences are no longer simple passive recipients but also many of them are now “prosumers” interacting more fluently with the communicator, sharing data and opinions, becoming sometimes the main source and main actor of the news.

New generations of professionals, already college graduates, capture almost immediately and easily this informative maelstrom, provided with TICs and a wide range of digital and electronic devices -most of them portable, with wireless route, touch interface and internet access-. However, the most important tool able to perceive clearly the informative scene in the middle of the apparent “electronic chaos” would be the deontological values. There is no greatest gadget to thread efficiently the network of networks than ethics and reliability inside the communicative labor.

**Amybel Sánchez de Walther, PhD.**

*Director of Communication Sciences Research Institute  
Faculty of Communication Sciences, Tourism and Psychology – USMP*