



# Introducción

---

Los doce artículos del primer número de *Communication Papers* constituyen la concreción de una iniciativa que se creó para ofrecer a la comunidad científica y universitaria un nuevo instrumento especializado en ciencias de la comunicación. La gran diversidad de temáticas que se incluyen en este ámbito nos impulsó a editar una revista con un hilo conductor centrado en los estudios de género y en la educación mediática, con una manifiesta orientación social.

El primer bloque de artículos se centra en la comunicación y el género. El artículo de Gladys Seguí "El marketing social como alternativa para combatir la violencia intrafamiliar", el de Carla Guerron "*Black is no beautiful: gender, sexuality and tourism in Panama*", el de Gemma Barberillo "*The Mahila Samankhya program: Empowering education for women's equality in India disadvantaged communities and rural areas*" y el de Gema Martín "La mujer en la creatividad publicitaria del siglo XXI: de protagonista a profesional del mensaje", y la entrevista de Berta Rodrigo a Leila Guerrero, analizan distintos casos concretos con un eje común: la preocupación por la igualdad en temas sociales y de género. Uno de los objetivos principales de *Communication Papers* es ofrecer un espacio de debate alrededor de los estudios de género y comunicación. En general, existe un gran número de investigaciones realizadas en este ámbito; incentivadas, en algunos casos, por instituciones públicas que se proponen objetivos en la misma línea. Sin embargo, existen también numerosas investigaciones realizadas al margen de las directrices e intereses de instituciones públicas, con las que se amplía y enriquece este objeto de estudio y sus objetivos.

El interés creciente en el estudio de la narratividad en los ámbitos audiovisual y literario, así como los estudios sobre los medios de comunicación nos permiten adentrarnos en el segundo bloque. El artículo de Ali Al-Shehri "Evolución y ejercicio del texto literario en ASL", el de Irene Romero "La abolición del patriarcado en la obra de Jane Austen y su representación en las adaptaciones fílmicas" se adentran en la importancia de la narración, en las historias que se contienen dentro de texto literario o audiovisual. Sin apartarnos de las narraciones, el artículo de Luís Izquierdo "La uniformidad temática en las secciones de internacional de los diarios madrileños frente a las secciones locales" ofrece al lector un análisis pormenorizado de los intereses, rutinas y aspectos clásicos del periodismo, aplicados a un ejemplo real, fácilmente extrapolable a la práctica periodística actual.

Y finalmente, la publicidad y el entorno digital, son analizados por Araceli Castelló en "La presencia de la marca de distribuidor en las comunicaciones de las empresas de distribución a través de plataformas sociales"; por Carmen Echazarreta y Manel Vinyals en "Evolución de la regulación jurídica de la publicidad sobre medicamentos en España 2001-2011"; y por Raymond Colle en "Odisea digital 2001-2011: cómo ha cambiado el entorno digital en los últimos años". En este grupo de artículos se analizan una serie de cambios relacionados con las tecnologías de la comunicación y la información, con sus consecuencias en cuanto a los contenidos, comportamiento de los usuarios y consumidores, así como también en cuanto a la regulación jurídica de la comunicación, en ámbitos específicos como la publicidad, las relaciones comerciales, y ámbitos concretos como la salud; donde los medicamentos, el consumo del tabaco y el alcohol son los ejes temáticos de investigaciones centradas en *media literacy*.

Manel Vinyals  
Secretario de redacción de *Communication Papers*

