

## Editorial 1: Presente y futuro de la Comunicación Estratégica. Estudios de caso / *The Present and Future of Strategic Communication. Case Studies*

Con este número, concluimos el quinto año de edición continuada de Revista Mediterránea de Comunicación.

La comunicación estratégica es el tema monográfico del dossier, coordinado por la profesora Catedrática Dra. María Isabel de Salas Nestares de la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia (España). Ha contado con siete colaboraciones, dos de ellas internacionales. La complementariedad de los textos permite disfrutar de una panorámica actual del estado de la comunicación estratégica en el seno de las organizaciones sin dejar de lado los obstáculos superados y los retos futuros. Encuentran detalles y comentarios sobre su contenido en el editorial de la coordinadora.

En miscelánea, ofrecemos dos estudios de caso sobre temáticas actuales y novedosas.

El primer estudio de caso está firmado por el Dr. José Luis González, de la Universidad Miguel Hernández (España) que es el autor más citado hasta el momento de todos los que han publicado en Mediterránea, según el perfil Google Scholar de la revista, con el artículo *La base electoral de Obama, redes sociales virtuales y reales: los casos de generation engage y moms for Obama*, publicado en el volumen 1 (2010). En esta ocasión, el Dr. González analiza el modelo empresarial y los elementos de éxito de uno de los escasos proyectos periodísticos actuales que ha conseguido alcanzar viabilidad económica y proyección futura. Nos referimos al caso de diario.es que está permitiendo recuperar la confianza en el futuro de la profesión periodística a muchos profesionales del ámbito.

A continuación, la Dra. Ferreras-Rodríguez de la Universidad del País Vasco (España) propone un texto que explora las métricas de la herramienta Pirendo para conocer el uso de Twitter durante la retransmisión del programa televisivo Operación Palace. Se trata de un estudio novedoso, de una herramienta social que redimensiona de forma transmediática la emisión del contenido televisivo.

Con este número concluimos el quinto año consecutivo de publicación. Han sido 5 volúmenes, 8 números (desde 2012, dos números semestrales), 78 textos, 141 autores, 32 citas (Google Scholar), 1.642 páginas de ciencia compartida. Afrontamos el futuro con responsabilidad para seguir prestando un servicio de calidad a la comunidad científica interesada en la Comunicación.

Agradecemos a todos los colaboradores su entrega y dedicación para conseguir textos de calidad que consigan despertar el pensamiento y sugerir nuevos escenarios comunicativos.

Victoria Tur-Viñes

Editora