

EDITORIAL

Desde la publicación del primer número, la revista “Correspondencias & Análisis” se ha enfocado en contribuir con el enriquecimiento del conocimiento y el debate científico en torno a las Ciencias de la Comunicación, sea en los campos del periodismo, la publicidad, las relaciones públicas, así como la conexión existente entre los medios, la sociedad y las nuevas tecnologías.

La edición de los últimos ocho números (2011-2018) ha significado un trayecto lleno de oportunidades y espacios de aprendizaje, que comprende casi una década, testimoniándose la evolución de las tendencias comunicológicas y el desarrollo de innovadores canales mediáticos, liderados por las jóvenes generaciones de profesionales.

Precisamente, para estar a la par con los avances y las tendencias en nuestra disciplina, este noveno número inaugura una nueva etapa en la cual va a prevalecer la edición electrónica, a fin de brindar una información más ágil y en tiempo real a los que consultan nuestro journal de manera online.

Durante este largo camino, hemos recogido una serie de experiencias dignas de destacar. Una de las más importantes ha sido el ambiente de colaboración y sinergia entre los integrantes del cuerpo editorial y científico, los revisores académicos, los diagramadores, los correctores de estilo y, claro está, los autores mismos, quienes han contribuido (con su capacidad, tiempo y dedicación) en nutrir y extender los alcances de la revista “Correspondencias & Análisis” en diferentes partes del globo.

Jorge Luis Borges, parafraseando divertidamente a Quevedo, reconvenía a los autores de componer prólogos largos. Esperamos que esta sección introductoria cumpla eficazmente su función de presentar este nuevo grupo de artículos científicos (diferentes en materia estilística, metodológica, en contexto y orígenes) que no forman una aglutinación inconexa o inconsistente, sino un cuerpo orgánico y polifuncional, unidos por su preocupación en comprender a fondo la problemática mediática y así acercarnos con mayor fidelidad a los dilemas comunicacionales contemporáneos.

Dr. César Mejía Chiang

Director del Instituto de Investigación de la Escuela de CC. CC.
Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología - USMP