

Editorial

La Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura inicia una nueva etapa de trabajo académico, orientada a impulsar estudios y propuestas para la mejora del pensamiento y trabajo profesional en comunicación. Con ese ánimo, la revista crea un espacio para promover la reflexión y discusión – tanto en nuestro país como entre otros de habla hispana- de iniciativas sólidas y convenientes tanto para la academia como para la industria.

Este primer número refleja la variedad de las distintas áreas de la comunicación, al incluir artículos sobre los medios de comunicación y educación en el Perú, otros más conceptuales relacionados a la teoría del periodismo- incluyendo uno en inglés escrito por el Dr. George Kennedy de la Universidad de Missouri-Columbia- y una interesante entrevista a Carlos Soria, VP de Innovation International Media Consulting Group. El número recoge también un artículo con propuestas sobre publicidad y comunicaciones de marketing, basado en la visión publicitaria del británico Andrew S.C. Ehrenberg, de la Escuela de Negocios en la Universidad de South Bank. Finalmente, se encuentran también diversas reseñas de obras publicadas recientemente, y que resultan de interés para la profesión.

La revista se divide en tres secciones: Artículos de Investigación (Research Papers) donde se ubican los trabajos de corte más conceptual, Artículos de Trabajo (Working Papers) que recoge avances de estudios y material más divulgativo, y finalmente la sección de Reseñas de Libros (Book Reviews).

En cada número están expuestos los objetivos y la guía editorial para publicar en la Revista de Comunicación. Desde ya, damos la bienvenida todos aquellos interesados en presentar colaboraciones para sus distintas secciones. No duden en ponerse en contacto con nosotros para información adicional y comentarios.

Agradecemos a nuestro Consejo Consultivo, compuesto por miembros de nuestra Universidad, así como de distintas universidades del mundo, y de forma particular los investigadores de la Universidad de Navarra, por el apoyo que han brindado, no sólo para la publicación de esta revista, sino también en nuestro trabajo académico.

Contamos con ustedes para que éste y los futuros números que contengan material y propuestas de interés y valía a todos quienes estamos inmersos en el mundo de la comunicación.

Lizardo Vargas Bianchi
Secretario Editorial