

EDITORIAL

Periodismo, publicidad e interculturalidad en la agenda

Mauro Marino Jiménez*

Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú

***Correspondencia**

Correo electrónico: mmarino@usil.edu.pe

Cómo citar:

Marino-Jiménez, M. (2024). Periodismo, publicidad e interculturalidad en la agenda. *Lemma: Revista de comunicación* 2 (1). <https://doi.org/10.20511/lem.2024.v2n1.2029>

Este segundo número de Lemma está dedicado a tres de nuestros cuatro temas principales: el periodismo, la publicidad y la interculturalidad. Estos tópicos se conjugan en torno a escenarios cada vez más complejos, y que se encuentran en línea con problemáticas actuales: las formas de información en el mundo, la urgencia de una ética publicitaria y el reconocimiento de las lenguas y culturas en escenarios de alta complejidad.

Por estas razones, agradecemos a los autores que colocan ese ingrediente esencial de creatividad y atención a las necesidades investigativas. Son un portal al descubrimiento de nuevas perspectivas y honran nuestras páginas. Cabe destacar, para este segundo número, el ensayo del profesor Alfredo Canchanya sobre las nuevas formas de desarrollar periodismo deportivo. Esto incluye el crecimiento de dicha práctica, y la creación de nuevas alternativas de información, acordes con el auge de la práctica profesional. El mismo autor nos ofrece una sugestiva reseña sobre Secretos del túnel. 126 días de cautiverio en la residencia del embajador del Japón. Una crónica periodística sobre la captura de la Embajada del Japón en el Perú por parte de un grupo terrorista, y su posterior recuperación y rescate de los rehenes a través de las acciones del ejército. Por otra parte, contamos con el aporte de la profesora Sandra Bustamante, quien analiza los distintos medios televisivos, radiofónicos y periodísticos que emplean y promueven las lenguas originarias en el Perú. Esta investigación resulta necesaria, puesto que tanto las lenguas como sus formas de expresión cultural se encuentran en constante peligro de extinción. Finalmente, celebramos la reseña de Publicidad en Redes Sociales: Curso Práctico, a cargo de Melissa Landa y Nikoll Oyarce. Esta propuesta pone sobre la mesa lo concerniente a las formas de entender la publicidad, y su distinción respecto de otras propuestas formativas.

Tenemos interés en publicar un próximo número con varios artículos que todavía se encuentran en proceso de edición. Por lo tanto, la próxima entrega de Lemma contará con un número mayor de artículos, así como novedades sobre un proyecto investigativo en torno a los procesos informativos. Nuestra Facultad de Comunicación se encuentra muy agradecida por sus aportes y los que estarán presentándose en lo sucesivo.

De igual forma, invitamos a toda la comunidad a colaborar con este proyecto y su consolidación en el estudio internacional de los fenómenos comunicativos.

Mauro Marino Jiménez
Editor General de
Lemma: Revista de Comunicación