

EDITORIAL

La pandemia ocasionada por el COVID-19, sumada a la proliferación de *fake news* (noticias falsas) en internet, refuerzan la importancia del estudio científico de las comunicaciones para un adecuado sistema de producción, difusión y consumo de la información en aras del entendimiento de los agentes sociales.

Ante este escenario diseñado por desafíos por superar, lecciones para aprender y oportunidades que deberían ser aprovechadas por los engranajes que conforman el proceso comunicativo, la presente edición de Correspondencias & Análisis aporta una serie de investigaciones que responden a problemáticas propias de estos tiempos.

El devenir periodístico, y sus implicancias en la concepción de la realidad, son atendidos a través de un delicado diagnóstico de la posverdad en la cobertura informativa durante las últimas elecciones municipales en Lima, Perú. En un ámbito más digital, se expone un análisis sobre los planteamientos y repensares estéticos de la redacción en medios de comunicación; y, en adición a este, también una investigación acerca de las estrategias y la utilización del *clickbait* (anzuelo de clics) en la estructura noticiosa, práctica cada vez más frecuente en el periodismo que pone en cuestión el contenido y los lineamientos éticos de los medios en línea.

El receptor de las acciones comunicativas es eje central de dos artículos. Uno trata sobre la imagen corporativa de tiendas *retail* que deciden contar con colaboradores de las comunidades LGBT. La otra investigación, por su lado, hace foco en la percepción de los jóvenes universitarios hacia los programas televisivos que basan sus narrativas en creencias religiosas y conflictos entre personas.

Finalmente, un abordaje epistemológico sobre la investigación social, con miras a la producción de teorías científicas, constituye un punto de interés para cultores de la comunicación, investigadores, docentes y, por supuesto, los lectores de esta revista, que en esta ocasión celebra su decimotercera edición.

Mg. Rafael Robles Olivos

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

