

Presentación

Estudios sobre el mensaje periodístico, a partir de este número, decidirá el nombre de su sección monográfica, Estudios, por la estimación de un tema preponderante resultado de las investigaciones originales que recibimos y seleccionamos. Es decir, se agruparán artículos que tengan un denominador común temático en un título descriptivo. De este modo, la sección se ajusta a la investigación existente y no al revés: que los autores preparen sus artículos a demanda. Pensamos que este método es más justo con la realidad de la actividad investigadora, es como un termómetro de aquello que interesa y a lo que se presta atención. Reservaremos la llamada a temas concretos (call of papers) para los posibles números especiales que pueda haber en el futuro y siempre con una razón poderosa como pudiera ser un interés excepcional por cambios, sucesos específicos o congresos nacionales e internacionales que aborden temas que merezcan el esfuerzo. En 2012 y 2013 EMP ha publicado 4 números especiales sobre la enseñanza de la Comunicación en el Espacio Europeo de Educación Superior y los nuevos retos que se plantean, una propuesta que tuvo una participación enorme por su indudable necesidad y oportunidad ante el gran cambio docente que vivimos en la universidad y que seguirá generando investigaciones y reflexiones.

En este número el tema que reúne los 19 artículos que alberga la sección monográfica Estudios es “Fenomenología social y discurso periodístico”. Dentro de este título existen muy diferentes enfoques que en su conjunto ofrecen una radiografía social muy interesante por los análisis e ideas desarrollados. Son 19 investigaciones de calidad que manifiestan la importancia del discurso periodístico y de los medios ante problemas y fenómenos sociales de indudable trascendencia. Llama la atención cómo durante los últimos tres años, más o menos, la investigación en nuestro ámbito comunicativo se está centrando en el poder del discurso, en su capacidad de construcción de la realidad (o de realidades), y no tanto en consideraciones teóricas o normativas sobre formas discursivas (géneros y lenguaje). Todo está cambiando por un modelo económico global que impone otros modos de vida, de convivencia y de organización social. La comunicación periodística forma parte de ese cambio, por acción y por reacción. Investigar en este campo es necesario y no puede comprenderse la fenomenología social sin la acción de los poderosos medios y del decisivo discurso de la realidad.

La segunda sección, Investigaciones y documentos, presenta 15 artículos con trabajos muy variados, todas también de interés social y originales.

En este número 1 del volumen 19 de EMP participan 57 autores en 34 artículos. Seis de ellos pertenecen a tres universidades americanas (dos de Chile y una de Ecuador); cuarenta y nueve autores representan a 17 universidades españolas; y dos, a empresas de comunicación. Estos datos evidencian una selección basada en la calidad de las revisiones, absolutamente ajena a esa endogamia tantas veces presupuesta de forma generalizada y tan injusta por prejuiciosa e irreal. Publicamos en las últimas páginas de cada número todos los datos de procedencia y representación de las autorías, incluidas las que correspondan a los miembros del Consejo de Redacción de EMP (0% en este número) y del Consejo Asesor (3,5%).

La pluralidad de investigaciones, de enfoques, de autores, garantiza un genuino interés en cada número de Estudios sobre el mensaje periodístico. Durante los últimos 4 años se está multiplicando la propuesta de artículos de forma exponencial sin que haya suficientes recursos. Aparte del evidente efecto de la necesidad de las acreditaciones docentes, de los reconocimientos de la actividad investigadora y de la productividad de los grupos de investigación, lo cierto es que en España ha cambiado mucho la universidad, muy exigente y activa, y ello redundando en las revistas científicas, con escasos recursos humanos y económicos y con casi nulo reconocimiento por la comunidad universitaria. Se corre el riesgo de ahogamiento de las revistas existentes, la mayoría sin financiación, por lo que consideramos necesario que cambie este triste e innecesario panorama y se promueva la profesionalización de estas publicaciones científicas, necesarias aunque nadie nos lo diga, y proveedoras de indudable prestigio. Es muy posible que el voluntarismo que describe la realidad de las revistas existentes no pueda seguir como único sistema. Tal y como están las cosas, el peligro de asfixia es muy preocupante.

La universidad española se ha burocratizado hasta límites alarmantes y se ha tejido la trampa de confundir competencia demostrada con competitividad. Las reglas de reconocimiento para los docentes en nuestra área de conocimiento son las que se han aplicado en las ciencias experimentales. Con ello se ha negado la validez de cualquier otra publicación que no sea en revistas indexadas. Esto está provocando que se produzcan pseudoinvestigaciones sin más interés que el provecho particular que pueda obtener el investigador. El planteamiento de falsas hipótesis y el exceso de la cuantificación como metodología de investigación pervierte el concepto. La mayoría de los artículos rechazados tiene su causa en este problema y en las conclusiones irrelevantes, cuando no tautológicas. Así que, por un sistema reglamentario para el reconocimiento docente e investigador que unifica los mismos criterios para todas las ciencias y que presume además de establecer una competitividad según el siempre escuálido presupuesto nos encontramos con una situación absurda en nuestro ámbito de la Comunicación, perteneciente al área de ciencias sociales, carente de laboratorios que posibiliten experimentos sobre los que comunicar unos concretos resultados. Nuestro método es muy diferente. Los libros, en cualquiera de sus formatos ahora posibles, deberían volver a ser importantes y reconocibles. Es evidente que cualquier publicación, en libro o revista, se somete hoy al escrutinio y crítica de forma rápida y universal.

Quiero agradecer, como siempre y por justicia, al Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense todo el apoyo que nos presta. Gracias Leticia, gracias Maite: vuestra profesionalidad es un orgullo para la UCM.

María Jesús Casals Carro
Directora