

# PRESENTACIÓN

*Estudios sobre el mensaje periodístico* dedica en este número 11, 2005, su sección de **Estudios** a un asunto que no debemos cerrar a pesar de la gran respuesta recibida a su convocatoria: Periodismo y credibilidad. Tal vez sea esta la cuestión más urgente para reflexionar y debatir en este periodo marcado por los sucesos terroristas del 11/S y del 11/M, por la posterior guerra contra Irak y por la irrupción de nuevos modelos de comunicación y de fuentes que la utilización de la red está desarrollando en todo el horizonte planetario. Periodismo y credibilidad son dos términos que debieran ser redundantes cuando se enuncian unidos. Pero sabemos que no es así. Por eso debemos disociarlos y confrontarlos. El uso contaminado de las fuentes, la irrupción de los diarios gratuitos, el carácter informativo y también seudoinformativo del océano de los weblogs, la espectacularización (como en el caso de la enfermedad y muerte de Juan Pablo II), los escándalos prefabricados, la invención presentada como realidad, el negocio de la prensa rosa con su disfraz periodístico, la revisión de los géneros y de los procedimientos comunicativos en el periodismo, son todos ellos asuntos que merecen seguirlos con reflexión y análisis como aquí se ha hecho, aunque sabiendo que sólo se ha comenzado por esbozar algunos aspectos de estas importantes cuestiones. En todo caso, los artículos de esta sección dan testimonio del tema de nuestro tiempo: la credibilidad de la información recibida. Son 14 títulos con sus propuestas reflexivas. Posiblemente muy pocos para todo lo que queda aún por observar, investigar y decir sobre este inmenso tema, tan decisivo, que se votó por unanimidad en el Consejo de Redacción de EMP.

La sección **Investigaciones y Documentos** contiene 12 trabajos de investigación sobre aspectos muy diversos del Periodismo. De ellos, 6 poseen un carácter de revisión histórica. Esta mitad, que significa un protagonismo absoluto, sugiere que en este tiempo de revisiones paradigmáticas el pasado llama con lógica atracción como defensa contra los espejismos de un presente incierto. Los otros seis artículos analizan cuestiones relativas a los géneros periodísticos, a la utilización del lenguaje en los medios de comunicación, a la cultura concebida como producto mediático para el consumo de masas y para el refuerzo de intereses empresariales, a las posibilidades de la red al servicio de las mujeres y al uso del color en la prensa diaria como parte del propio mensaje periodístico. Otro trabajo consiste en una propuesta ética sobre las metodologías en las investigaciones relativas a las ciencias sociales, ámbito de conocimiento al que pertenecemos.

*Estudios sobre el mensaje periodístico* publica en este número 11, 2005, 26 trabajos en total. De ellos, 16 provienen de 6 universidades públicas españolas: 3, de la Universidad del País Vasco; 2, de la Universidad de Santiago de Compostela; 1, de la Universidad Carlos III de Madrid; 1, de la Universidad de La Laguna (Tenerife); 1, de la

Universitat Autònoma de Barcelona; y 8, de la Universidad Complutense de Madrid. Tres colaboraciones representan a otras tantas universidades privadas españolas: Francisco de Vitoria, Universidad Europea de Madrid y CEU-Valencia. Cinco artículos han llegado desde universidades de Cuba, Costa Rica, Chile y México. Y otro desde una universidad de Australia. Esta internacionalización en nuestras páginas la recibimos con entusiasmo porque el intercambio de ideas, la difusión y el debate que se está generando en torno a nuestro ámbito de estudio es lo más enriquecedor para nuestra tarea docente e investigadora. Esta posibilidad de comunicarse sin fronteras, el camino abierto, es el mejor aspecto de la globalización. También nos congratulamos por la presencia de dos autores que representan a centros de investigación: el Consello da Cultura Galega y AIDEKA (Asociación para la Investigación y el Desarrollo de la Cultura Audiovisual).

La última sección de la revista, **Bibliografía**, contiene 13 reseñas escritas por 7 profesores. Están ordenadas alfabéticamente según los autores de las obras reseñadas: Manuel Artero Rueda, María Rosa Berganza Conde, Ignacio Blanco Alfonso, Magi Camps, Juan Cantavella Blasco /José Francisco Serrano, María Jesús Casals, José Luis Esquivel Hernández, Álex Grijelmo, Bill Kovach/Tom Rosenstiel, Guillermo López, Antonio López Hidalgo, Yolanda Martínez Solana y Ramón Salaverría. Estas obras constituyen una muestra muy representativa del esfuerzo investigador y divulgativo de los que goza actualmente la comunicación periodística.

Por último, como directora de esta publicación universitaria, he de informar que se han recibido muchos más artículos de los que aquí se publican. La relación entre artículos recibidos y los publicados puede establecerse en 3/1. Existe un riguroso proceso de selección basado en lectura ciega entre pares. En la web de la revista puede consultarse el cuestionario que los revisores deben escribir, en el cual se obliga a un constante razonamiento no basado en inútiles adjetivos sino en argumentos sólidos, tanto para aprobar como para rechazar trabajos. Estos informes se han enviado a los colaboradores cuyos artículos no han sido seleccionados. Y, en otros casos, se les ha propuesto, por diferentes motivos, su inclusión en el número siguiente de EMP. Como de aquí en adelante es previsible que haya listas de espera, considero que esta información es de sumo interés para los futuros colaboradores de EMP. También es importante señalar que por todos estos motivos ha aumentado considerablemente el número de consejeros y de revisores en nuestra revista, cuyos datos pueden consultarse en la última tabla situada en las páginas finales de este número.

Agradecemos su inestimable colaboración a los 32 autores que han hecho este número 11 de *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Y a todos los que han confiado en nosotros.

María Jesús Casals Carro  
Directora y editora