

No cabe duda de que la calidad de la información producida por los medios de comunicación es un tema que cobra cada vez más relevancia, no sólo para la academia, sino también para las empresas periodísticas, interesadas en mantener y aumentar sus audiencias que, valga decirlo, parecen ser cada vez menores.

En la mayor parte de los países de Iberoamérica, la estimación anual de lectura de libros suele revelar que más de la mitad de la población no alcanza a leer nada: ni un libro, y salvo algunos países como Noruega, en el mundo entero la lectura de periódicos viene en descenso.

En cuanto a los medios audiovisuales, la radio informativa ha sido desplazada por la de entretenimiento, especialmente por la musical. Un reciente estudio de consumo de medios en jóvenes, realizado por el Observatorio de Medios de la Universidad de La Sabana, revela que el 75% de los estudiantes de último grado de secundaria escucha música en la radio y sólo un 5% oye noticias o programas informativos.

La televisión por su parte, sigue siendo el medio de mayor audiencia, penetración e influencia. Sin embargo, adolece de un problema: tiende a transformar lo que toca en entretenimiento muy rápidamente, aun los temas serios, como las noticias. En el caso de los noticieros y programas informativos, el número de televidentes tiende a reducirse por la repetición de contenidos en sus tres emisiones diarias, y por la uniformidad de los temas que tratan los noticieros, aunque correspondan a diferentes canales.

Por otra parte, la internet se ha convertido en una fuerte competencia, tanto para los medios escritos como para los audiovisuales, ya que muchos consumidores prefieren acercarse a las noticias a través de la red, a cualquier hora del día y de manera gratuita, por lo cual han dejado de comprar periódicos y revistas, y dedican más tiempo a navegar por la internet que a ver televisión o escuchar radio.

Ante este panorama, las empresas periodísticas deberían, y de hecho algunas han empezado a hacerlo, plantear un cambio de rumbo y preocuparse más por brindar contenidos originales y de alta calidad, que les permitan mantener la fidelidad de sus audiencias y atraer público nuevo.

Una forma de empezar el cambio es conocer qué se está haciendo bien y qué cosas se deberían mejorar. Ese es precisamente el objetivo de las líneas de investigación sobre calidad periodística que se centran en el producto informativo y de las cuales hemos querido recoger algunas experiencias en la presente edición de *Palabra-clave*.

El artículo que abre este nuevo número, “Valor Agregado Periodístico (VAP): la calidad periodística como un factor productivo en un entorno medial complejo”, es producto de la aplicación de un modelo de valoración de la calidad de los medios de comunicación, planteado por el equipo de investigadores de la Facultad de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Chile, y que se ha convertido en un referente de este tipo de estudios. Las investigadoras Silvia Pellegrini y María Constanza Mujica, presentan los primeros detalles de

una investigación que se realiza de manera conjunta entre varias universidades, entre ellas La Sabana, con el fin de establecer parámetros de calidad informativa en los medios de comunicación de Argentina, Chile, Perú y Colombia.

Los siguientes dos artículos (“Análisis de la calidad informativa, primer paso hacia el cambio”, de la profesora Liliana Gutiérrez Coba, de la Universidad de La Sabana, y “Calidad de la información periodística en la Argentina. Estudio de diarios y noticieros”, de la profesora María Teresa Teramo, de la Pontificia Universidad Católica de Argentina), corresponden precisamente a los informes detallados de las investigaciones que se han realizado en Colombia y Argentina, aplicando el modelo VAP.

Cierra el tema central un texto del profesor Germán Suárez Castillo, de la Universidad de La Sabana, quien en su artículo “La responsabilidad periodística, límite legítimo al ejercicio profesional”, analiza el orden jurídico colombiano, en el cual el trabajo periodístico es sujeto de responsabilidad penal, civil y administrativa.

En la sección Realidades Comunicativas hemos incluido cuatro artículos de profesores de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana, que muestran las distintas líneas de trabajo que se están asumiendo.

Sergio Llano Aristizábal estudia el uso e impacto de la intranet en las organizaciones colombianas; Sandra Ruiz presenta los primeros resultados de una investi-

gación que busca descubrir las formas narrativas del cine colombiano a lo largo de su historia, esta vez en la década de los noventa, marcada por lo urbano. Finalmente, el artículo de César Mauricio Velásquez, Daniel López y Juan Carlos Gómez, plantea una reflexión profunda sobre la naturaleza de la comunicación, que sirve de inicio a un debate conceptual sobre el tema.

Dejamos a consideración de nuestros lectores esta nueva edición de *Palabra-Clave*, que estamos seguros será un aporte para la discusión y el análisis de los temas relacionados con el periodismo y la comunicación en Iberoamérica.