

# Editorial

Es un hecho que la gente conoce la mayoría de las cosas que ocurren en el mundo a través de los medios de comunicación. La aproximación directa a la realidad se da en pocas ocasiones y, en general, dependemos de la interpretación que nos dan los medios para tomar decisiones sobre los asuntos que nos interesan y formar nuestras propias opiniones sobre el acontecer de los hechos.

Esta dependencia de los medios de comunicación para conocer y entender el mundo implica la necesidad de mantener una mirada crítica hacia los mensajes, verbales y no verbales, que nos llegan cada día de manera mediada.

Lejos de la idea que se tenía en los primeros años del siglo XX, los académicos concuerdan en que los discursos de los medios están siempre cargados de la subjetividad de quien los hace, y que en su elaboración inciden los referentes socioculturales del periodista que selecciona y organiza la información; la estructura empresarial e ideológica del medio de comunicación, y hasta presiones externas de carácter político, económico o cultural.

Así pues, los discursos que recibimos de los medios están condicionados por una serie de factores que señalan una posición, una mirada de las muchas posibles que se pueden dar del mundo y, aunque no siempre hay una clara intencionalidad por parte de quien elabora la información, lo cierto es que su forma de entender la realidad es la que se transmite a través de sus mensajes y la que, finalmente, influye en la percepción que el público tiene de los hechos relatados.

Los artículos de la presente edición de *Palabra Clave* tratan precisamente sobre esos discursos, poco evidentes a simple vista en la mayoría de los casos, pero a los cuales se debe estar atento porque logran cambiar actitudes y comportamientos. Los discursos relacionados con el conflicto armado y el desempeño del gobierno merecen especial atención por sus implicaciones sociales, y son precisamente los que se tratan en el Tema Central de esta edición, gracias a la colaboración de los profesores Fabio López de La Roche (Universidad Nacional de Colombia), Juan Carlos Gómez (Universidad de La Sabana), Flavia Ivana Ragagnin (Universidad de Buenos Aires), Jéssica Retis (Instituto Universitario de Investigación Ortega y Gasset) y José Luis Benavides (California State University).

Completan el número los aportes realizados por los profesores Alan B. Albarran (University of North Texas), Germán Suárez Castillo (Universidad de La Sabana), Germán Arango Forero (Universidad de La Sabana) y Susana Herrera Damas (Universidad de Piura), quienes se refieren a diversos temas de la comunicación y el periodismo, en la sección Realidades Comunicativas.

Esperamos que los mencionados artículos sean de su agrado e interés, y propicien un intercambio de ideas y discusiones que contribuyan a alimentar el debate académico sobre estos temas.

Bogotá, diciembre de 2005