

# EDITORIAL

Víctor Manuel Marí Sáez  
Editor de Commons

El término *Comunicambio* ha servido, en los últimos tiempos, para aglutinar a comunicadores y comunicadoras del contexto español interesados por un enfoque de la comunicación que pone el énfasis en el impulso de procesos de cambio social. El *hashtag* #Comunicambio en *Twitter*, el grupo con el mismo nombre en *Facebook*, las iniciativas de formación de la CONGDE organizadas en los dos últimos años con este nombre o el próximo congreso e-Comunicambio Social (Universidad Jaume I, Castellón, 2015) son algunos de los acontecimientos que dan cuenta de este proceso de articulación.

El inicio del siglo XXI ha venido marcado por los debates que, en el plano internacional, están sometiendo a revisión la terminología “Comunicación para el Desarrollo” con el fin de proponer otras alternativas como “Comunicación para el Cambio Social” o “Comunicación para el Empoderamiento”. El debate conceptual que tiene lugar a escala mundial está lejos de tener una respuesta fácil e inmediata, en la medida en que todos los términos que entran en escena requieren de un trabajo genealógico (Mattelart) que permita identificar las tensiones, los actores sociales y las perspectivas de investigación en conflicto.

Por lo que respecta al estado de estos debates en el contexto español hay que indicar que, históricamente, este enfoque de la comunicación social ha ocupado un lugar marginal. En el campo del llamado Tercer Sector Audiovisual han predominado otras visiones estratégicas de la comunicación que han puesto el acento en la transmisión de información desde las organizaciones solidarias hacia los *media*, o en el diseño de una imagen de marca de las ONG y movimientos sociales a partir de la traslación literal de las herramientas que sirven para tal fin en el espacio empresarial. A partir del año 2011 confluyen una serie de procesos que permiten identificar el auge de este enfoque comunicacional interesado prioritariamente por impulsar procesos de transformación social.

En el presente número el lector puede encontrar una serie de trabajos que conectan con la llamada a publicaciones del monográfico. En ellos se puede encontrar el trabajo teórico en busca de una reconstrucción genealógica de los términos sometidos a discusión: *desarrollo*, *cambio social*, *empoderamiento*, *Buen Vivir*, etc. desde una perspectiva comunicativa. También es posible encontrar trabajos que avanzan en el establecimiento de indicadores que permiten analizar y medir las iniciativas comunicativas que inciden en las transformaciones sociopolíticas, desde unos procesos en los que se autoconvoca y organiza la ciudadanía en red. Asimismo, encontramos en el número algunos estudios de casos o sistematización de experiencias que surgen desde este enfoque de la comunicación.

Concretamente, el presente número se abre con el trabajo de Thomas Tufte (Universidad de Roskilde, Dinamarca), uno de los expertos mundiales en el campo de la CDSC (Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social) publica bajo el título de “Memoria de Agencia, Participación y Resistencia. Hacia una dimensión diacrónica de la Comunicación para el Cambio Social”. En este artículo el profesor Tufte reflexiona sobre la ausencia histórica de la reflexión sobre la memoria en el campo de la comunicación, para acabar por revalorizar los aportes de esta mirada diacrónica.

En segundo lugar está el artículo firmado por Amador Iranzo y Alessandra Farné (Universidad Jaume I, Castellón), titulado “Herramientas de Comunicación para el Tercer Sector: el uso de las redes sociales por las ONGD catalanas”. En primer lugar, habría que decir que los dos investigadores participantes pertenecen a uno de los pocos núcleos alrededor de los cuales se ha estructurado la CDSC en España: la UJI (Universidad Jaume I), concretamente el Instituto de Investigación liderado por Eloisa Nós Aldás. En este artículo, Iranzo y Farné difunden los resultados de una investigación que les llevó a explorar las estrategias de apropiación y los marcos de comprensión desde los que las ONGD catalanas incorporaron las redes sociales virtuales a sus organizaciones.

En tercer lugar el lector encontrará un artículo coral titulado “Una experiencia de reforma mediática: los Premios Enfocados/Desenfocados al Periodismo en España”. Este artículo, en el que participan investigadores de equipo promotor de la revista *Commons* (Gonzalo Ceballos y Belén Macías) junto con investigadores de la Universidad Carlos III (Alejandro Barranquero y Miguel Ángel Moreno) y del IUDESP (Alex Iván Arévalo, del Instituto Internuniversitario de Desarrollo Social y Paz), se analiza en profundidad el diseño, implementación y resultados de los Premios Enfocados/Desenfocados al Periodismo, una iniciativa en la que confluyen académicos junto a una coalición de comunicadores y ONGD interesados por impulsar los derechos de la comunicación y la fiscalización ciudadana del sistema de medios.

Los siguientes tres artículos no conectan tan directamente como los anteriores con la CDSCS, aunque reúnen suficientes elementos como para merecer su entrada en este número. Así, encontramos el artículo “Medios de comunicación creados por inmigrantes marroquíes en España: entre la movilización social y el control político”, firmado por Laura Navarro (Universidad París 8, Francia). Las virtudes de este sólido trabajo son muchas; sin duda, una de ellas es la visibilización y análisis de las múltiples experiencias de creación de medios impulsadas por el colectivo marroquí en España. Por otro lado, el texto firmado por Francisco Javier Torrella (UNED) que lleva por título “Infraestructuras, Industria y Movimientos Sociales. Estrategias de Comunicación ante el proyecto de refinería Balboa en la provincia de Badajoz”, realiza un estudio de caso de las movilizaciones llevadas a cabo en Extremadura (Badajoz) para frenar el proyecto de refinería en cuestión. En esta investigación se analiza la capacidad de influencia de los movimientos sociales desde las claves de la teoría de la estructura de oportunidades políticas, con referencias a la dimensión comunicativa de tales movilizaciones. Finalmente, el artículo de Clovis Cézar Pedrini Jr. (Universidad Estadual Centro-Oeste Paraná. Brasil) titulado “Inmersión periodística y Periodismo para el Desarrollo y el Cambio Social: una propuesta de análisis de noticias en *El País* y en *Folha de São Paulo*”, propone un análisis comparado de noticias publicadas en los diarios citados, desde un marco analítico que incorpora elementos de la CDSCS.

En referencia a la portada de la revista, como viene siendo habitual en *Commons*, hemos invitado a un artista gráfico cuya obra conecta con nuestra línea editorial. Para este número hemos tenido la suerte de contar con la colaboración de Carla Boserman, quien generosamente nos ha cedido uno sus #relatogramas. Para quien quiera profundizar en sus trabajos, puede bucear en la siguiente dirección, (<https://www.flickr.com/photos/dibujoscccd>) donde encontrará otros tantos #relatogramas, elaborados por ella entre los años 2012-2014 en el marco del Máster de Comunicación, Cultura y Ciudadanía Digitales (CCCD) dirigido por Víctor Sampedro.

Esperamos que la lectura de estos trabajos permita difundir y fortalecer las diversas iniciativas que, desde la etiqueta #Comunicambio, han traído un aire fresco y fecundo al campo teórico y práctico de la CDSCS en España.