

## EDITORIAL

Víctor Manuel Marí Sáez. Editor Commons (UCA, España)

Tras una serie de números de la revista dedicados monográficamente a diversos temas (Epistemologías del Sur, Evaluación de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, medios ciudadanos y alternativos en Argentina y España) publicamos en esta ocasión un número abierto, estándar, sin ningún tema aglutinador. No obstante, el conjunto de cinco artículos incluidos sigue girando, en su mayor parte, en torno a los temas sobre los que se ha ido asentando la revista en estos siete años de funcionamiento. Además, mantenemos una constante habitual en Commons, que pasa por la internacionalización de los/as investigadores que publican en la misma, con un especial énfasis a trabajos publicados por autores/as latinoamericanos o centrados en objetos de estudio y temáticas de allá.

Así, el primer artículo viene firmado por Nivea Bona y Guilherme de Carvalho (Brasil) y lleva por título “Alternative Journalism in Brazil: which Voices are heard?” (Periodismo alternativo en Brasil: ¿qué voces se escuchan?). En él se aborda la cuestión de la emergencia del periodismo alternativo en la esfera digital de Brasil. De la amplitud de perspectivas posibles, los autores se han centrado en el análisis de las fuentes informativas utilizadas en estos medios. Y, en contra de lo que se podría esperar, se confirma que estos medios siguen utilizando, al igual que los medios mainstream, fuentes calificables como “oficiales” o de “expertos”.

El segundo artículo, titulado “Aproximaciones conceptuales: comunicación popular, comunicación comunitaria y comunicación alternativa”, de Felipe Navarro y Paula Rodríguez, ambos de la Universidad de Río Negro (Argentina), continúa con un largo, inacabado (y podríamos decir también inacabable) debate sobre estos tres calificativos aplicados a la comunicación orientada a la transformación social: “popular”, “comunitaria” y “alternativa”. Recurriendo a un tópico, diríamos que se han vertido ríos de tinta, desde los 70's a la actualidad, en diversos lugares de América Latina y también en España, en torno a estos calificativos y sus posibles cruces. Pensamos que el artículo de los colegas argentinos permite rescatar algunos de estos viejos debates y ponerlos en un nuevo contexto sociopolítico, cultural y tecnológico, de modo que puedan seguir alimentando los debates y las prácticas comunicativas contemporáneos.

A continuación nos encontramos con el texto de Violeta Izquierdo y David Lima (Universidad Complutense de Madrid), titulado “Las redes sociales digitales como marco de un nuevo paradigma en el arte contemporáneo”. Con este artículo se rescata una línea editorial que de tanto en tanto aparece en nuestra revista y que nos parece de gran actualidad y dinamismo: aquella que permite explorar los vínculos y combinaciones entre arte, redes digitales y activismo social. En este caso el artículo se centra en los dos primeros elementos (arte y redes digitales), para analizar las posibilidades creativas de las redes sociales digitales y, en el otro sentido, para explorar los nuevos modos de difusión del arte a través de estas redes. La propuesta teórica impulsada por los autores viene acompañada por ejemplos ilustrativos de las posibilidades enunciadas.

En cuarto lugar el lector se podrá encontrar con el artículo de Alejandro Félix Linares (Universidad de Buenos Aires) titulado “El financiamiento en los medios estatales de Argentina entre 2003 y 2015. Cambios y continuidades dentro de una tendencia en expansión”. Se trata de un texto que conecta con las temáticas abordadas en el monográfico publicado en el anterior semestre y que desarrolla, en este caso, la cuestión casi siempre espinosa de la financiación. En un análisis minucioso de las cantidades y estrategias de financiación, el investigador argentino concluye, entre otras cuestiones, que a pesar del aumento presupuestario durante este periodo (al calor de la denominada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009) la financiación estatal de los medios públicos en Argentina sigue estando muy por debajo de la que reciben estos mismos medios en los países europeos. Habría que apuntar, más allá de lo planteado por el autor, que la propia experiencia europea de los últimos años apunta a una clara y progresiva reducción de las partidas de financiación pública de estos medios. En el caso español, además, los medios públicos están permanentemente amenazados con su cierre o privatización por parte de los partidos conservadores. Por lo que, en este marco, los aumentos de las partidas en Argentina adquieren una mayor relatividad de la apuntada por nuestro autor.

Finalmente, el presente número se cierra con el artículo firmado por M<sup>a</sup> Cruz Tornay (Universidad de Sevilla), titulado “Creando el Derecho a la Comunicación desde abajo: radios comunitarias sostenibles en Venezuela, Ecuador y España”. En una síntesis y continuidad respecto a la tesis doctoral de la autora, el texto permite explorar, a partir del estudio de casos de medios comunitarios de los tres países enunciados en el título, las distintas vías para la sostenibilidad que han encontrado estos medios para mantenerse y recrearse en sus respectivos contextos sociales, políticos y legislativos. De nuevo la cuestión de la sostenibilidad, en su sentido amplio, aparece como una cuestión clave a tener en cuenta y a impulsar por parte de los propios actores y de los agentes sociales e instituciones interesados en la democratización de la comunicación.

Como viene siendo habitual, hacemos referencia también, en este editorial, a las imágenes que componen la portada y la contraportada del número. Para la primera contamos con una imagen elaborada por las autoridades de la ciudad natal de Carlos Marx (Tréveris). Con motivo de los 200 años del nacimiento del autor de “El Capital”, este billete de cero euros sirve como símbolo y al tiempo como crítica actual y necesaria al capitalismo. Nos unimos, de este modo, a la larga lista de publicaciones, eventos y conmemoraciones que a lo largo de este año se han puesto en marcha para rememorar y actualizar los planteamientos de un Marx (sin-ismos, como diría el fallecido y añorado Francisco Fernández Buey), un autor que ha servido para configurar una de las matrices teóricas desde la que ha sido y sigue siendo pensada la Comunicación. Por otro lado, la contraportada viene firmada por una alumna de la asignatura Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social de la Universidad de Cádiz, Patricia Morón. Le agradecemos su capacidad creativa para someter a crítica, con humor, la manera en que nos venden aire algunas marcas de chips.

Deseamos que estos materiales sirvan para impulsar el debate, como material de clases, investigaciones y procesos formativos de diversa índole.