

## “La comunicación en la escena internacional”

“Communication on the international scene”

**N**o descubrimos nada nuevo si destacamos cómo los avances tecnológicos han contribuido a que la comunicación pueda llegar hasta los lugares más remotos. Sin embargo, aun así no deja de sorprendernos cómo la universalidad de la cobertura parece que desafía, en cierta medida, el tiempo y el espacio de un mundo conectado a través de la red y también, lo que se ha destacado menos, el importantísimo hecho de que esta era de la globalización permite un potencial enorme para servir al bien común. Por ello no me resisto a reproducir aquí el mensaje del Papa Francisco para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales 2014 en el que invita a explorar este potencial de la comunicación en un mundo siempre conectado y en red en el que “los medios de comunicación pueden ayudar a que nos sintamos más cercanos los unos de los otros, a que percibamos un renovado sentido de unidad de la familia humana que nos impulse a la solidaridad y al compromiso serio por una vida más digna para todos. Comunicar bien nos ayuda a conocernos mejor entre nosotros, a estar más unidos. Los muros que nos dividen solamente se pueden superar si estamos dispuestos a escuchar y a aprender los unos de los otros. Necesitamos resolver las diferencias mediante formas de diálogo que nos permitan crecer en la comprensión y el respeto. La cultura del encuentro requiere que estemos dispuestos no sólo a dar, sino también a recibir de los otros. Los medios de comunicación pueden ayudarnos en esta tarea, especialmente hoy, cuando las redes de la comunicación humana han alcanzado niveles de desarrollo inauditos”. Sin duda, este proceso de globalización mediática, sumado a la posibilidad de participación de todos los sectores sociales, propicia un mundo en el que las redes informativas parecen ostentar un enorme poder ya sin los límites impuestos por las fronteras físicas y aduaneras. Es por ello que la llamada a la responsabilidad de los medios se convierte en una prioridad y en un desafío frente a la tentación por parte de las empresas, en este escenario mediático de poder e influencia, de reducir la información a un valor mercantil. Porque la inmediatez de la comunicación no necesariamente siempre se traduce en cooperación para la construcción de un mundo mejor, más justo y más solidario.

Todas estas cuestiones hacen que el tema que planteamos desde *Comunicación y Hombre* nos parezca de rigurosa actualidad y una fuente de estudio sobre el que reflexionar en el presente número con el que se conmemora una fecha simbólica en la andadura de cualquier publicación: sus 10 primeros números.

El estudio del profesor Miguel Ángel Ortiz Sobrino, de la Universidad Complutense de Madrid, titulado “La radio como medio para la comunicación alternativa y la participación del Tercer Sector en España y Francia” responde a esta inquietud. En él, el autor plantea cómo los medios del Tercer Sector de la Comunicación constituyen una oferta informativa y de participación dirigida a colectivos sociales de proximidad. El profesor Ortiz disecciona pormenorizadamente este fenómeno con la conclusión de que la razón de ser de este tipo

de emisores "es la participación de toda la ciudadanía y el tratamiento de temas sociales ignorados por los grandes medios", aprovechando la convergencia mediática de su presencia en Internet.

En el estudio titulado "Las redes sociales en el ámbito periodístico: ¿cómo usan los medios europeos de referencia sus perfiles en Twitter y Facebook?", sus autoras Sonia González-Molina y Fátima Ramos del Cano, de la Universitat Jaume I de Castellón, analizan de manera cuantitativa y comparada cómo se presentan los medios europeos de referencia en sus perfiles en Facebook y Twitter y cómo gestionan los contenidos en estas redes sociales sus profesionales, en un momento clave en la relación entre ambos actores.

Para completar el apartado de estudios, la profesora de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Isabel Ruiz-Gallardón, ofrece a los lectores las "Claves para comprender la sociedad de la información", en la nueva estructura mundial que surge en el siglo XXI en torno al fenómeno de la comunicación. La autora describe el impacto de las nuevas tecnologías en el desarrollo de la Sociedad de la Información en este nuevo marco en el que se establecen diferentes modos de proceder en la economía, la política y la cultura. Para la autora "se trata de establecer un punto de partida adecuado a nuestra realidad y desde el que podamos restablecer los principios básicos que conducen al individuo y a la colectividad hacia una vida mejor y más segura".

No quiero dejar de destacar que el presente número aborda también otras interesantes aportaciones en el campo de la Comunicación y las Humanidades, con la participación de profesores de la Universidad de Sevilla, la Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA), Universidad de Huelva, Universidad Complutense de Madrid, Universidad Internacional de La Rioja y la Universidad Francisco de Vitoria, quienes a través de sus investigaciones contribuyen a ese diálogo que queremos potenciar desde estas páginas para crecer en la comprensión y en el respeto. Además, este número se nutre también con la aportación de magníficas reseñas sobre las publicaciones más recientes en nuestro campo con el deseo de que despierten y ayuden a abrir nuevos horizontes de investigación.

No está de más señalar que nuestra página web ([www.comunicacionyhombre.es](http://www.comunicacionyhombre.es)) recoge completos este y todos los números de la revista desde su inicio.

Agradecemos a los autores su participación en *Comunicación y Hombre* así como a aquellos que nos han enviado sus artículos y, por supuesto, a todos los miembros del Consejo Editorial y del Consejo de Redacción de la revista y a la Universidad Francisco de Vitoria. ☑

**Elena Pedreira Souto**

Directora de Comunicación y Hombre

[directa@comunicacionyhombre.com](mailto:directa@comunicacionyhombre.com)