

# Ejes temáticos y palabras clave en la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España. Análisis de marcadores lingüísticos en revistas españolas de comunicación

**GONZALO CEBALLOS-CASTRO**  
Universidad de Cádiz  
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación  
Avda. de la Universidad s/n  
11405 Jerez de la Frontera  
E-mail: gonzalo.ceballos@uca.es

**MARTA SÁNCHEZ-SAUS LASERNA**  
Universidad de Cádiz  
Facultad de Filosofía y Letras  
Avda. Dr. Gómez Ulla s/n  
11003 Cádiz  
E-mail: marta.sanchezsaus@uca.es

**VÍCTOR MANUEL MARÍ-SÁEZ**  
Universidad de Cádiz  
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación  
Avda. de la Universidad s/n  
11405 Jerez de la Frontera  
E-mail: victor.mari@uca.es

**EJES TEMÁTICOS Y PALABRAS CLAVE EN LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y EL CAMBIO SOCIAL EN ESPAÑA. ANÁLISIS DE MARCADORES LINGÜÍSTICOS EN REVISTAS ESPAÑOLAS DE COMUNICACIÓN**

**THEMATIC AXES AND KEYWORDS IN COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT AND SOCIAL CHANGE IN SPAIN. ANALYSIS OF LINGUISTIC MARKERS IN SPANISH COMMUNICATION JOURNALS**

**AXES THÉMATIQUES ET MOTS CLES DANS LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT ET LE CHANGEMENT SOCIAL EN ESPAGNE. ANALYSE DES MARQUEURS LINGUISTIQUES DANS LES JOURNAUX DE COMMUNICATION ESPAGNOLS**

**RESUMEN:** El objetivo de esta investigación es indicar aquellas temáticas que hacen posible la rigurosa delimitación del campo de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS), frente a otros subcampos de la investigación en comunicación limítrofes, afines y, al tiempo, diferentes, como son la Comunicación Política, el Marketing Social o la Educación para el Desarrollo. A partir de la estrategia metodológica del análisis de contenido y la lingüística de corpus hemos analizado, dentro de la producción académica en revistas españolas de comunicación en el periodo 2000-2015, los marcadores temáticos que caracterizan al discurso de la CDCS frente al de las áreas limítrofes indicadas. Los resultados muestran la centralidad que en la CDCS tienen los siguientes elementos: 1) la investigación de carácter participativo; 2) lo comunitario y alternativo, en concreto las emisoras de radio comunitarias y 3) la cuestión de la alternatividad.

**ABSTRACT:** The objective of this research is to indicate which topics make possible the rigorous delimitation of the field of Communication for Development and Social Change (CDSC), compared to other subfields that are bordering or related to it and, at the same time, different, such as Political Communication, Social Marketing or Education for Development. Based on the methodological strategy of content analysis and corpus linguistics, we have analyzed, within the academic production in Spanish communication journals in the period 2000-2015, the thematic markers that characterize the discourse of the CDSC compared to that of the bordering areas indicated. The results show the centrality in CDSC of the following elements: 1) participatory research; 2) the community and alternative perspective, in particular the community radio stations, and 3) the issue of the alternativity.

**RÉSUMÉ:** L'objectif de cette recherche est d'indiquer les sujets qui permettent une délimitation rigoureuse du domaine de la communication pour le développement et du changement social (CDCS), par rapport à d'autres sous-domaines de la recherche sur la communication, qu'elle soit limítrophe, différente ou parallèle, comme la communication politique, le marketing social ou éducation pour le développement. Sur la base de la stratégie méthodologique de l'analyse de contenu et de la linguistique de corpus, nous avons analysé, au sein de la production académique de revues de communication espagnoles dans la période 2000-2015, les marqueurs thématiques qui caractérisent le discours du CDCS par rapport à celui des domaines limites indiquées. Les résultats montrent la centralité des éléments suivants dans la CDCS: 1) recherche participative; 2) la communauté et les alternatives, en particulier les stations de radio communautaires, et 3) le problème de l'alternativité.

**PALABRAS CLAVES:** enfoque científico; comunicación; desarrollo; cambio social; lingüística de corpus.

**KEY WORDS:** scientific approach; social change; communication; development; corpus linguistics.

**MOTS CLÉS:** approche scientifique; communication ; développement; changement social; linguistique de corpus.

**SUMARIO:** 1. Introducción y aproximación teórica. 2. Materiales y métodos. 3. Resultados y análisis. 3.1. El campo de la comunicación. 3.2. La sociedad, su organización y la participación ciudadana. 3.3. El cambio y la transformación social. 4. Conclusiones.

**SUMMARY:** 1. Introduction and theoretical approach. 2. Materials and methods. 3. Results and analysis. 3.1. The field of communication. 3.2. The society, its organization and citizen participation. 3.3. The change and the social transformation. 4. Conclusions.

**SOMMAIRE:** 1. Introduction et approche théorique. 2. Matériels et méthodes. 3. Résultats et analyse. 3.1. Le domaine de la communication 3.2. La société, son organisation et la participation citoyenne. 3.3. Le changement et la transformation sociale. 4. Conclusions.

**Fecha de Recepción** 31/09/2018  
**Fecha de Revisión** 07/10/2018  
**Fecha de Aceptación** 12/11/2018  
**Fecha de Publicación** 01/12/2018

DOI: <http://dx.doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.2018.i26.01>

# Ejes temáticos y palabras clave en la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España. Análisis de marcadores lingüísticos en revistas españolas de comunicación<sup>1</sup>

GONZALO CEBALLOS-CASTRO<sup>2</sup>, MARTA SÁNCHEZ-SAUS LASERNA & VÍCTOR MANUEL MARÍ-SÁEZ

## 1. INTRODUCCIÓN Y APROXIMACIÓN TEÓRICA

La Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) en España ha experimentado en las últimas décadas un incremento de su protagonismo en el campo global de la investigación en comunicación. Este proceso de toma de conciencia de la importancia de la comunicación en el campo de la cooperación y de la acción social por parte de las instituciones, las ONGD y los movimientos sociales viene acompañado de una amplia diversidad de enfoques teórico-prácticos desde los que se concibe la acción comunicativa. La mayoría de estos enfoques están dominados por un imaginario en el que la comunicación se reduce a la transmisión de información y a la modificación de las conductas. En este sentido, este proceso de institucionalización puede ser releído como una implosión del campo, debido a la tardía y precaria consolidación fruto de la insuficiente producción científica de calidad, del desarrollo epistemológico poco riguroso y del escaso avance institucional de este campo (Marí Sáez, 2017).

Según las investigaciones impulsadas en España dirigidas a reconstruir el estado de la cuestión del campo (Coordinadora de ONG para el Desarrollo España [CONGDE], 2005; Chaparro, 2002; Chaves, 2012; Erro, 2003; Fernández Viso, 2012; González, 2007; Jerez *et al.*, 2008; Meda, 2012; Marí Sáez, 2016; Moragas, 2005; Pinazo, D. y Nos, E., 2013; y Santolino, 2010), la CDCS en España ha ido pasando por tres grandes etapas: i) el periodo de los pioneros (1980-1994), ii) la etapa de la emergencia (1994-2002), y iii) la etapa de la institucionalización e implosión (2003-actualidad). Este fenómeno ha traído como consecuencia (Marí-Sáez, V. M. y Ceballos-Castro, G., 2015) la existencia en España de trabajos de investigación realizados desde un enfoque de CDCS más formal que real. Investigaciones que, al obviar las

---

<sup>1</sup> El presente artículo se enmarca dentro del Proyecto de I+D del Ministerio de Economía y Competitividad "Evaluación y monitorización de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España: diseño de indicadores para la medición de su incidencia social" (EvalComDev) CSO2014-52005-R (2015-2017). IP: Victor Manuel Marí Sáez (Universidad de Cádiz). Cuenta, asimismo, con el apoyo del Proyecto de I+D del Ministerio de Economía y Competitividad «Comunicación especializada y terminografía: usos terminológicos relacionados con los contenidos y perspectivas actuales de la semántica léxica» (FFI2014-54609-P). IP: Miguel Casas Gómez.

<sup>2</sup> Gonzalo Ceballos-Castro es contratado predoctoral de personal investigador en formación (PIF) por la Universidad de Cádiz, convocado por concurso público por Resolución del Rector UCA/REC02VI/2015.

perspectivas de análisis, herramientas conceptuales y estrategias comunicativas específicas de este enfoque, se desarrollan en realidad desde áreas limítrofes y afines a esta perspectiva, pero no coincidentes, como la Comunicación Política, la Economía Política de la comunicación, el Marketing social o la Educación para el desarrollo. Esta hibridación y superposición de conceptos y marcos teóricos procedentes de estos campos afines termina por afectar, negativamente, a la correcta delimitación del campo de la CDCS.

En este trabajo consideraremos, siguiendo a Mari (2016) que la comunicación para el desarrollo (Servaes, 2007a, 2007b; Lennie, J. y Tacchi, J., 2010) y la comunicación para el cambio social (Wilkins, 2000; Gumucio, A. y Tufte, Th., 2006) son diferentes aproximaciones para denominar y caracterizar un campo relacionado con el papel de la comunicación en los esfuerzos estratégicos para superar los problemas sociales colectivos. Desde estos autores, la CDCS se concibe desde una doble vertiente, académica y práctica (Gumucio, A. y Tufte, Th., 2006), como praxis, esto es, como "...la reflexión y la acción de los hombres sobre el mundo para transformarlo" (Freire, 1970: 23). En este sentido, la CDCS es una práctica reflexionada y, a la vez, una construcción teórica que conduce necesariamente a la acción (Mari, 2016).

En este contexto, la presente investigación forma parte de un proyecto interdisciplinar cuyo objetivo es la evaluación del campo de la CDCS en España<sup>3</sup>, a partir del diseño de un dispositivo metodológico que, partiendo de distintos tipos de marcadores, permita dibujar un mapa sobre la presencia de la CDCS en la investigación sobre comunicación en España, tomando como referencia investigaciones similares impulsadas con éxito en países anglosajones (Lennie, J. y Tacchi, J., 2013). En concreto, el presente trabajo propone una perspectiva de investigación complementaria a los estudios de carácter historiográfico, bibliométrico y lingüístico realizados hasta la fecha (Mari, 2016; Mari-Sáez, V. M. y Ceballos-Castro, G., 2015; Sánchez-Saus, 2017, 2018). Tomando como estrategia metodológica el análisis de contenido desde la lingüística de corpus, el objetivo de la presente investigación es mostrar aquellas temáticas, líneas de investigación y enfoques que son nucleares y hacen posible la delimitación de investigaciones y reflexiones realizadas desde el enfoque propio de la CDCS.

Para ello, hemos realizado un análisis del discurso académico sobre CDCS frente al de áreas limítrofes, afines y, al tiempo, diferentes a él, como la Comunicación Política, la Economía Política de la comunicación, el Marketing social o la Educación para el desarrollo. En concreto, hemos realizado un análisis de contenido a partir de palabras clave sobre un corpus de artículos científicos afines a esta perspectiva identificados en un estudio bibliométrico precedente (Mari-Sáez, V. M. y Ceballos-Castro, G., 2015). A continuación, hemos comparado estos resultados con las categorías temáticas predominantes en la reflexión académica sobre CDCS detectadas en un estudio precedente desde la lingüística de corpus (Sánchez-Saus, 2017).

---

<sup>3</sup> Proyecto EvalComDev. CSO2014-52005-R (2015-2017).

La razón principal para usar la lingüística de corpus (LC) es que nos permite llevar a cabo análisis de contenido de grandes cantidades de texto con rapidez, precisión y consistencia. Entre las diversas definiciones existentes sobre LC retomamos, por su precisión y rigor, la que proporciona Parodi (2008: 96):

la LC se define, *strictu sensu*, como una metodología para la investigación de las lenguas y del lenguaje, la cual permite llevar a cabo investigaciones empíricas en contextos auténticos [...]. Desde este enfoque, se estudia información lingüística original y completa, compilada a través de corpus, dado que desde la LC no se apoya la indagación de datos fragmentados, inconexos o de textos incompletos, sino de unidades de sentido y con propósitos comunicativos específicos.

Mancera y Pano (2014: 306), por su parte, resumen las aplicaciones de la lingüística de corpus señalando que los corpus nos permiten “...una adecuada representación del discurso en muestras amplias y representativas de textos originales; [...] es posible realizar análisis más amplios y detallados; ofrece mayor fiabilidad en los análisis cuantitativos y cualitativos; los resultados son acumulativos y confrontables con posteriores investigaciones.”

La LC pone a nuestra disposición numerosas herramientas para llevar a cabo análisis de contenido. De entre ellas, en este artículo empleamos el análisis de palabras clave, ya que,

frente a los análisis de contenido basados en listas de palabras frecuentes, las listas de palabras clave no contienen las más frecuentes, sino aquellas con frecuencias desproporcionadas en relación a la norma. De este modo, los análisis de palabras clave subrayan el cambio o variación y neutralizan las similitudes entre dos corpus (Duque, 2014: 42).

En este sentido, el presente estudio busca poner de relieve lo nuclear del enfoque de la CDCS respecto de otros abordajes y perspectivas teóricas afines con las que comparte muchas de sus temáticas y objetos de estudio. Como señala igualmente este autor, el análisis de palabras clave permite llevar a cabo un análisis de contenido en el que asumimos que hay una “...relación entre las repeticiones de una palabra y su relevancia en el discurso y en la construcción de representaciones” (Duque 2014: 42).

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

El análisis que presentamos en este artículo ha sido realizado a partir de dos corpus académicos, el primero de ellos está compuesto por 216.771 palabras extraídas de los artículos científicos (32 en total) que el análisis bibliométrico llevado a cabo por Marí y Ceballos-Castro (2015) determinó como pertenecientes a áreas afines y limítrofes a la CDCS en España en el período 2000-2015<sup>4</sup> (Ver Anexo). Este corpus está compuesto por aquellos

---

<sup>4</sup> El estudio de referencia de Marí y Ceballos publicado en 2015 comprende el período 2000-

artículos que, en el análisis bibliométrico mencionado, se identificaron como aquellos que no reúnen suficientes requisitos para ser incluidos en el campo de la CDCS, pero que, sin embargo, incluyen conceptos y referencias teóricas de otros campos afines y limítrofes como los ya enunciados previamente en este artículo.

El segundo corpus, que nos servirá de referencia para la comparación, está formado por los artículos (24 en total) que el análisis bibliométrico llevado a cabo por Mari y Ceballos-Castro (2015) determinó como pertenecientes al campo de la CDCS en España en el período 2000-2015<sup>5</sup> (Ver Anexo). Este corpus está compuesto por aquellos artículos que en el análisis bibliométrico mencionado se identificaron como los que sí reúnen suficientes requisitos para ser incluidos en el campo de la CDCS. La delimitación temporal del objeto de estudio (2000-2015) se justifica por las etapas de la CDCS en España<sup>6</sup>. En este sentido, el período seleccionado abarca la etapa de la institucionalización e implosión del campo (2003-actualidad) para mostrar, a pesar de la inconsistencia epistemológica a la que hemos hecho referencia, la presencia del enfoque propio de la CDCS en la producción bibliográfica frente a las otras perspectivas afines pero no iguales.

Para el tratamiento de los corpus hemos empleado el programa *AntConc* (Anthony, 2017). Con las propias opciones que proporciona el programa, ambos corpus han sido lematizados<sup>7</sup>, uniendo bajo una misma forma todas las variantes morfológicas de una palabra, así como las posibles variantes ortográficas. Además, se ha utilizado una *stoplist*, es decir, una lista de palabras que se excluyen del análisis. Esta lista está compuesta por palabras gramaticales frecuentes en español como preposiciones, conjunciones, determinantes, verbos auxiliares. El análisis no se ha realizado con los textos académicos en bruto, sino con la lista de las 1.000 primeras palabras más frecuentes empleadas en ambos corpus de textos académicos. Para calcular el índice de propensión o *keyness* de cada palabra clave, el programa *AntConc* lleva incorporada la medida estadística *Log Likelihood*<sup>8</sup>. Podemos ver sus valores de significación en la siguiente tabla 1:

**Tabla 1.** Valores de significación de *Log Likelihood*

95th percentile; 5 % level; $p < 0,05$ ; critical value = 3,84
99th percentile; 1 % level; $p < 0,01$ ; critical value = 6,63
99.9th percentile; 0,1 % level; $p < 0,001$ ; critical value = 10,83
99.99th percentile; 0.01 % level; $p < 0,0001$ ; critical value = 15,13

Fuente: <http://ucrel.lancs.ac.uk/llwizard.html>.

2012. Posteriormente se amplió la investigación hasta abarcar el período 2000-2015.

<sup>5</sup> Ver nota 4.

<sup>6</sup> El período de los pioneros (1980-1994), la etapa de la emergencia (1994-2002), y la etapa de la institucionalización e implosión (2003-actualidad).

<sup>7</sup> Según Gómez Díaz (2005), la lematización es el proceso de eliminación automática de partes no esenciales de los términos (sufijos, prefijos) para reducirlos a su parte esencial (lema) y facilitar la eficacia de la indización y la consiguiente recuperación.

<sup>8</sup> Sobre el uso de la medida estadística *Log Likelihood* para la comparación de corpus, véase Rayson y Garside (2000).

En la lista de las primeras 150 palabras clave del corpus de los artículos afines que aquí analizamos el valor de la *keyness* es siempre superior a 230.000, por lo que los valores que presentamos pueden ser considerados, con gran distancia, significativos. Es decir, las palabras clave obtenidas configuran estrictamente aquellas que son significativamente usadas con más frecuencia en los artículos académicos en España. Una vez obtenidas las palabras clave compararemos los resultados con las categorías temáticas generales que caracterizan al discurso de la CDCS (Sánchez-Saus, 2017), para mostrar las temáticas y enfoques centrales y específicos que surgen del corpus académico de los textos identificados como pertenecientes a la CDCS.

Ciertas palabras clave, si tenemos en cuenta el contexto en el que aparecen, solo pueden incluirse en una u otra temática; otras, pueden incluirse en varias pues las categorías no son mutuamente excluyentes. Para ello utilizamos la herramienta KWIC (*KeyWords in Context*) que proporciona *Ant-Conc* (Anthony, 2017). Esta herramienta permite observar cómo se han usado las palabras clave en el corpus y rodeadas de qué otras palabras aparecen en su contexto original. Asimismo, el programa nos permite observar la frecuencia de los *clusters* que nos interesen, esto es, de las combinaciones en las que aparece una palabra determinada. En algunas ocasiones la herramienta KWIC nos va a permitir extraer colocación<sup>9</sup> de las que forma parte la palabra clave, aunque normalmente nos servirá, simplemente, para observar cómo se combinan sintagmáticamente, es decir, a qué palabras aparecen con frecuencia unidas o muy próximas en el corpus.

### 3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

A continuación se muestran los resultados del análisis de los marcadores temáticos que caracterizan al discurso académico sobre la CDCS frente al discurso académico de áreas afines pero diferentes a esta perspectiva con la finalidad de mostrar aquellas temáticas y enfoques que son nucleares y hacen posible la delimitación rigurosa de investigaciones y reflexiones realizadas desde el enfoque propio de la CDCS.

Las 150 primeras palabras clave del corpus académico de las áreas afines empleado aparecen en la Tabla 2 (ver anexo), acompañadas de la frecuencia absoluta y relativa con la que han aparecido y su *keyness* o índice de propensión. Por otro lado, las 150 primeras palabras clave del corpus académico que realmente es encuadrable en CDCS aparecen en la Tabla 3 (ver anexo), acompañadas de sus valores. Del discurso sobre CDCS (tabla 3) se extraen tres grandes categorías (Sánchez-Saus, 2017), que tienen que ver

---

<sup>9</sup> Entendemos el término colocación como aquellas «unidades fraseológicas formadas por dos unidades léxicas en relación sintáctica, que no constituyen, por sí mismas, actos de habla ni enunciados; y que, debido a su fijación en la norma, presentan restricciones de combinación establecidas por el uso, generalmente de base semántica» (Corpas Pastor, 1996: 66).

con 1) la comunicación, 2) la sociedad, su organización y la participación ciudadana y 3) la necesidad del cambio y la transformación sociales. A continuación pasamos a analizar los datos de las tablas precedentes.

### 3.1. EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

Esta categoría reúne un gran número de las palabras clave obtenidas. Por un lado, en el corpus de CDCS encontrábamos “comunicación”, “debate” y “estrategia” (unida a “de comunicación” 14 veces). Por otro lado, en el primer corpus de las perspectivas limítrofes respecto a la CDCS estas palabras clave también ocupan posiciones similares de relevancia dentro de las 150 palabras clave, lo cual apunta a que estas temáticas son recurrentes y compartidas por ambos discursos.

En este sentido, vemos cómo estos términos aparecen en el corpus de las perspectivas afines similar número de veces. Términos como “estrategia” unido a “de comunicación” (aparece 22 veces). Igual ocurre con la combinación del término “debate” junto con “público”, que aparece 6 veces en los afines y 5 en CDCS, y con “social”, que aparece 4 y 1 veces respectivamente. Se observa que este grupo de palabras apunta a ciertas temáticas generales que son compartidas por el enfoque de la CDCS como por las perspectivas que forman parte de las perspectivas afines como la Comunicación política o la Publicidad social y solidaria.

Por el contrario, el sustantivo “comunicación” lo encontramos en el corpus sobre CDCS combinado con el adjetivo “participativo” 35 veces. Sin embargo, en el corpus de los enfoques afines vemos la combinación en tan solo 2 ocasiones. Si profundizamos en este resultado y nos fijamos en la distribución vemos que esta combinación de términos aparece en 9 de los 24 artículos que forman el corpus de CDCS. Es decir, se distribuye en el 37,5% de los artículos, mientras que en el corpus de los afines se concentra en tan solo uno de los 32 artículos (3%) que lo forman. Estos resultados ponen de manifiesto la centralidad que ocupa la articulación y reflexión sobre comunicación y participación dentro del campo de investigación de la CDCS. Es decir, representa una temática nuclear en CDCS y, a la vez, nos da pistas de los límites entre esta perspectiva y los diferentes enfoques analizados fronterizos a esta perspectiva, pero diferentes en sus marcos teóricos, conceptos centrales y palabras clave.

Si nos fijamos ahora en la posición y en los valores del término “participativo” vemos que en el corpus de CDCS aparece en la posición 23, mientras que, por el contrario, en el corpus de los enfoques afines aparece en la posición 363, con una frecuencia relativa (0,000179913) 4 veces menor y una *keyness* (112.255) 4,6 veces menor. Estos valores apuntan a la desviación entre ambos discursos y, a la vez, a la centralidad que hemos observado de esta temática dentro del discurso de la CDCS.

Siguiendo con el análisis de este primer eje referido a la comunicación, en el corpus de CDCS son también muy numerosas las palabras relacionadas con medios de comunicación: “emisora”, “radio”, “prensa”, “mediático”, “medio” que aparece seguido de “masivo” en 22 ocasiones y de “de masas” 79 veces. En el corpus de las perspectivas afines también encontramos, con algo menos de frecuencia, “medio” unido a “masivo” (8 veces) y “de masas” (24 veces). Esto demuestra que tanto para la CDCS como para las perspectivas afines esta temática es central y a la vez compartida en sus investigaciones.

Ambos corpus reflexionan sobre los medios de comunicación masivos pero desde diferentes enfoques como puede ser desde la comunicación política (como forma de incidir sobre la opinión pública), desde el marketing y la publicidad social (como forma de incidir a través de los medios masivos en el comportamiento con fines sociales y solidarios), o desde la Economía Política de la Comunicación (más preocupada por las estructuras económicas de los medios masivos, su configuración, su concentración, etc.). Sin embargo, hay que apuntar que en los enfoques afines términos como “radio” o “emisora” ocupan posiciones muy bajas lo que denota que estas temáticas no son tan recurrentes en su discurso. Vemos como “radio” ocupa la posición 26 en el corpus sobre CDCS frente a la posición 920 que ocupa en las perspectivas afines, con una frecuencia relativa (0,00035983) casi 4 veces menor y una *keyness* (39.697) 12 veces menor que en el corpus sobre CDCS. Por su parte “emisora” ocupa la posición 30 en el corpus sobre CDCS frente a la posición 1.406, con una frecuencia relativa (0,000092263) 8,5 veces menor y una *keyness* (22.555) 20,5 veces menor que en el corpus sobre CDCS<sup>10</sup>.

Como resumen de este primer eje del análisis de los datos se puede decir que en esta primera categoría referida a la comunicación existe entre ambos discursos una convergencia respecto de las temáticas que podemos considerar generales y transversales a los diferentes enfoques fronterizos analizados, como la investigación sobre las estrategias de comunicación, el debate público y social o la investigación y reflexión sobre los medios de comunicación masivos, las radios/emisoras o la prensa. Sin embargo, se observa una diferencia clara entre ambos discursos en lo referente a la articulación entre comunicación y participación, que apunta a la delimitación por parte de las investigaciones que forman el corpus de la CDCS de un área de investigación, actuación y reflexión concreta y específica.

---

<sup>10</sup> Esta disparidad que observamos en los valores de estos términos clave se pondrá de relieve en la siguiente categoría referida a la sociedad, su organización y la participación ciudadana. En esta se hace referencia a lo comunitario que articulado con los medios de comunicación hará más patente la diferencia entre los enfoques de las perspectivas analizadas.



### 3.2. LA SOCIEDAD, SU ORGANIZACIÓN Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Pertenecen a este segundo eje de análisis palabras clave como “ciudadanía” y “colectivo”. El término “colectivo” está dentro de las 150 primeras palabras clave en ambos corpus, lo que indica que es un término muy usado en ambos discursos. Se aprecia que el término clave “ciudadanía” está en la posición 423 en el corpus de las perspectivas afines, en cierta medida alejada de la posición 113 que ocupa en CDCS. Sin embargo, si observamos sus valores vemos que en el discurso de los enfoques afines la frecuencia relativa (0,000424411) y la *keyness* (97.235) son tan solo dos veces menor que en el corpus de CDCS. Es decir, el uso de este término dentro del corpus es similar, lo que apunta a que esta palabra clave es muy utilizada en ambos discursos.

Si analizamos conjuntamente los términos “participación” y “ciudadanía” se observa que la combinación “participación ciudadana” aparece 16 veces en el corpus de las perspectivas afines y 14 veces en los artículos académicos sobre CDCS. En la misma línea, si analizamos conjuntamente la presencia de “participación” junto con “social” aparece 8 veces en ambos discursos. Y si combinamos ahora “comunicación” y “sociedad”, la combinación “comunicación social” aparece 45 veces en el corpus de los enfoques afines frente a las 15 veces que aparece en la perspectiva de la CDCS. Si nos fijamos en la distribución vemos cómo en CDCS esta combinación se reparte en 5 de los 24 artículos (21%), mientras que en las perspectivas afines se distribuye en 19 de los 32 (59%).

Estos resultados apuntan a que la investigación y reflexión sobre participación ciudadana, participación social y comunicación social son temáticas importantes y, a la vez, transversales a ambos discursos, el de la CDCS y el de los enfoques afines a esta perspectiva como el enfoque de Marketing social y la Educación para el desarrollo. Pero, a la vez, estos resultados remarcan lo que hemos observado en la primera categoría, esto es, que la articulación entre comunicación y participación es un eje central en las reflexiones e investigaciones de la CDCS.

El término “movimiento” aparece en la misma posición en ambos corpus (23) y dentro de las primeras posiciones. Estos valores denotan la relevancia de estos términos en ambos discursos. Si combinamos, ahora, “movimiento” y “social”, se observa cómo el sintagma aparece 82 veces en el corpus de los denominados afines, y 54 en el discurso de la CDCS. Lo mismo ocurre con la siguiente palabra clave, el término “acción”, que aparece en el corpus de CDCS unido a “social” en 9 ocasiones, y a “cooperativa” en 4. Mientras que en el corpus de las perspectivas afines aparece unido a “social” 23 veces, y ninguna a “cooperativa”.

Estos resultados ponen de manifiesto que la investigación y reflexión sobre los movimientos sociales y las estrategias de acción social son temáticas centrales y a la vez compartidas por ambos discursos tanto el de la CDCS como el de las perspectivas afines a esta.

Pero el hecho de que la combinación “acción cooperativa” no aparezca en las investigaciones de los enfoques afines es muy reveladora, en el sentido de que lo cooperativo remite a lo participativo, a lo comunitario y alternativo, temáticas que son nucleares en el campo de CDCS, especialmente en la corriente latinoamericana del campo (Peruzzo, 2008; Uranga, 2009).

El término “comunitario”, en el corpus sobre CDCS, ocupa la posición 11, mientras que en el corpus de los enfoques afines y diferentes ocupa la posición 366. Si nos fijamos en sus valores se observa que en el corpus de las perspectivas afines la frecuencia relativa (0,00018453) es 5,5 veces menor y su *keyness* (111.373) es 6,4 veces menor. Estos valores nos dan pistas de la relevancia de este término en el discurso de la CDCS frente al discurso de los enfoques afines.

En este momento se hace necesario recuperar la reflexión, que apuntábamos en la categoría anterior referida a la comunicación, respecto de los diferentes enfoques a la hora de abordar los medios de comunicación por parte de ambos corpus, el de la CDCS y el de los enfoques limítrofes respecto a esta perspectiva.

En el corpus sobre CDCS el término “comunitario”, combinado con la palabra “radio”, aparece 32 veces, mientras que el otro corpus de los subcampos limítrofes esta combinación aparece únicamente 2 veces.

Si miramos la distribución vemos que en el corpus sobre CDCS, la combinación “radio” junto con “comunitaria” se reparte en 9 de los 24 artículos que forman el corpus (37,5%). Mientras que en los afines se concentra en 2 de los 32 artículos (6,25%). La combinación “medio” junto con “comunitario” se reparte en CDCS en 6 artículos (25%), mientras que en los afines se concentra en 3 (9,4%). Si observamos la combinación del término “medio” junto con “alternativo” vemos que esta combinación aparece 24 veces en el discurso de la CDCS, distribuido en 6 de los 24 artículos (25%), frente a las solo 4 veces que aparece en el discurso de las perspectivas afines, concentrado en 4 de los 32 artículos (12,5%).

Con estos datos se puede decir que dentro de este segundo eje de análisis referido a la sociedad, su organización y la participación ciudadana el enfoque de la CDCS tiene entre sus principales temáticas a los medios comunitarios y alternativos. Estos resultados conectan con las investigaciones de un experto del campo como Alfonso Gumucio (2001) cuando afirma que las radios comunitarias representan el ejemplo paradigmático de la puesta en práctica del enfoque participativo de la CDCS. Por el contrario, esta temática y preocupación no la encontramos en el discurso de los enfoques afines a esta perspectiva.

Como resumen de esta categoría referida a la sociedad, su organización y la participación ciudadana, se puede decir que se pone especialmente de manifiesto la afinidad y el solapamiento que existe entre los enfoques que forman parte de ambos corpus. Existe una convergencia en temáticas transversales compartidas, como la reflexión sobre los movimientos sociales y las estrategias de acción social. Sin embargo, también se aprecia con especial

significación en este segundo eje la centralidad que ocupan en las reflexiones de la CDCS ciertas temáticas relacionadas con la articulación entre la comunicación y lo comunitario y alternativo, y en concreto, la reflexión e investigación sobre las emisoras de radio comunitarias.

### 3.3. EL CAMBIO Y LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Finalmente, el tercer eje de nuestro análisis apunta a las conexiones entre la comunicación y la transformación social. El término clave “cambio” tiene posiciones dentro de las 150 palabras clave en ambos corpus. Sin embargo, si nos fijamos en sus valores vemos que en las perspectivas afines la frecuencia relativa es (0,001061028) 3 veces menor y su *keyness* (312.580) 4,5 veces menor que en el corpus de la CDCS. Esta diferencia se pone de manifiesto al combinar este término con la palabra clave “social”. La combinación aparece 273 veces en CDCS, frente a las 69 veces que aparece en el discurso de las perspectivas afines a esta. Si nos fijamos en la distribución vemos que esta combinación se recoge en 22 de los 24 artículos (91,7%) que forman el corpus de CDCS. Mientras que en el corpus de los afines aparece concentrado en 16 de los 32 artículos (50%) que lo forman. Por el contrario, vemos cómo la combinación del término “transformación” junto con “social” aparece 18 veces en la CDCS y 5 veces en el discurso de los afines. Esta combinación no tiene las connotaciones teóricas y epistemológicas que tiene el término “cambio social”, lo que justifica su baja presencia y en especial en el discurso de la CDCS.

Siguiendo con la reflexión sobre el cambio social, si observamos la frecuencia de los elementos que conforman el sintagma “comunicación para el desarrollo y el cambio social”: vemos que el término “comunicación” combinado con “desarrollo” aparece 170 veces en el corpus de CDCS frente a las 43 veces que aparece en el discurso de los afines. En el corpus sobre CDCS esta combinación aparece distribuida en 15 de los 24 artículos (62,5%) que conforman el corpus académico. Por el contrario, en el corpus de los afines esta combinación aparece concentrada en 11 de los 32 artículos (34%) que conforman el corpus. Estos resultados apuntan a la centralidad que ocupa en CDCS la reflexión y articulación entre comunicación, desarrollo y cambio social frente a las investigaciones realizadas desde perspectivas afines a este enfoque.

Por otro lado, la combinación del término “comunicación” junto con “alternativa” aparece 49 veces, frente a las escasas 11 veces que lo encontramos en el discurso de los enfoques afines. La expresión aparece en este segundo discurso distribuida en tan solo 2 de los 32 (6%) artículos, mientras que aparece en 8 de los 24 (33%) que componen el corpus de la CDCS. Podemos decir, por tanto, que se pone de relieve la centralidad que existe dentro de la perspectiva de la CDCS la reflexión e investigación sobre la comunicación desde un enfoque participativo y alternativo.

#### 4. CONCLUSIONES

La Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social (CDCS) en España pasa en la actualidad por una fase de institucionalización y, a la vez, de implosión del campo, debido a la debilidad epistemológica con la que se ha ido construyendo en sus fases precedentes. En este contexto, con nuestra investigación hemos querido arrojar luz sobre aquellas temáticas, estrategias y enfoques que son nucleares en la producción académica de esta perspectiva y la diferencia respecto de otros abordajes teóricos próximos pero a la vez diferentes. Con este objetivo, de la mano de la metodología de la lingüística de corpus, hemos llevado a cabo un análisis de las palabras clave que caracterizan la producción académica sobre CDCS frente al discurso académico de áreas limítrofes a esta perspectiva, como la Comunicación Política, la Economía Política de la comunicación, el Marketing social o la Educación para el desarrollo.

El análisis de las palabras clave nos permite concluir que en un primer eje general sobre comunicación el enfoque participativo es central en las investigaciones impulsadas desde el campo de la CDCS. En una segunda categoría referida a la sociedad, su organización y la participación ciudadana se observa con especial significación que la reflexión e investigación sobre las emisoras de radio comunitarias es lo nuclear en este campo de la investigación. Por último se observa que la reflexión e investigación sobre comunicación, desarrollo y cambio social desde un enfoque participativo y alternativo es constitutivo de esta perspectiva.

Estos resultados, junto con los estudios de carácter historiográfico, bibliométrico y lingüístico precedentes (Marí, 2016; Marí y Ceballos 2015; Sánchez-Saus, 2017, 2018), nos pueden servir para delimitar la implosión aludida, producto del poco rigor teórico y epistemológico desde los que se ha ido construyendo el campo de la CDCS en España. Al tiempo, el análisis y las investigaciones presentadas en este trabajo nos permiten diseccionar el contenido real de los textos, más allá de las filiaciones y pertenencias teóricas que puedan sugerir elementos formales como los títulos, los resúmenes o las palabras claves desde las que se autopresentan las investigaciones analizadas.

#### REFERENCIAS

- ANTHONY, L. (2017): *AntConc* (versión 3.4.1) [software informático], Tokyo: Waseda University.
- CHAPARRO, M. (2002): *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*, Barcelona: Imedea.
- CHAVES, I. (coord.) (2012): *Comunicación para el cambio social. Universidad, sociedad civil y medios*, Madrid: Los Libros de la Catarata.
- COORDINADORA DE ONG PARA EL DESARROLLO ESPAÑA (CONGDE) (2005): *Informe de la CONGDE sobre la percepción social de las ONGD: así nos ven*, Madrid: Coordinadora de ONGD de España.

- DUQUE, E. (2014): "Análisis de contenido mediante análisis de palabras clave: La representación de los participantes en los discursos de Esperanza Aguirre", *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 13, pp. 39-73.
- ERRO, J. (2003): *Descubrir y construir procesos de comunicación social*, Bilbao: Hegoa.
- FERNÁNDEZ VISO, A. (2012): "Historia de una travesía inconclusa: la comunicación para el desarrollo y el cambio social en la investigación y la docencia universitarias en España", *Cuadernos de Información y Comunicación*, 17, pp. 41-62.
- FREIRE, P. (1970) *Pedagogy of the Oppressed*, London: Continuum.
- GÓMEZ DÍAZ, R. (2005): *La lematización en español: una aplicación para la recuperación de información*, Gijón: Ediciones Trea.
- GONZÁLEZ, H. (2007): *Estrategias de comunicación en las ONG de desarrollo. Departamentos, funciones e impacto en los medios*, Madrid: Cideal.
- GUMUCIO, A. (2001): *Making Waves: stories of participatory communication for social change: a report to the Rockefeller Foundation*, Rockefeller Foundation.
- GUMUCIO, A. & Tufte, Th (2006) (Eds.): *Communication for Social Change Anthology: Historical and contemporary readings*, South Orange, NJ: CFSC Consortium.
- JEREZ, A., LÓPEZ-REY, J. & SAMPE-DRO, V. (2008): *Del 0'7 a la desobediencia civil: política e información del movimiento y las ONG de Desarrollo (1994-2000)*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- KROHLING PERUZZO, C. M. (2008): "Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados: reelaborações no setor", *Palavra Clave*, 11(2), pp. 367-379.
- LENNIE, J. & TACCHI, J. (2010): "Evaluating communication for development: Trends, challenges and approaches", *Draft report on a literature review and consultations conducted for the project: UN Inter-agency Research, Monitoring and Evaluation Resource Pack for Communication for Development Programs*. New York: UNICEF.
- LENNIE, J. & TACCHI, J. (2013): *Evaluating communication for development. A framework for social change*. London: Routledge.
- MANCERA RUEDA, A. & PANO ALAMÁN, A. (2014): "Las redes sociales como corpus de estudio para el Análisis del discurso mediado por ordenador", *Humanidades Digitales*. Janus, Anexo 1.
- MARÍ-SÁEZ, V. M. & CEBALLOS-CASTRO, G. (2015): "Análisis bibliométrico sobre "Comunicación, Desarrollo y Cambio Social" en las diez primeras revistas de Comunicación de España", *Cuadernos.info*, 37, pp. 201-212.
- MARÍ-SÁEZ, V. M. (2016): "Communication, development, and social change in Spain: A field between institutionalization and implosion", *International Communication Gazette*, 78(5), pp. 469-486.
- MARÍ-SÁEZ, V. M. (2017): "Historia de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social en España. Marginalidad, institucionalización e implosión de un campo en crecimiento", *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 106, pp. 27-38.
- MEDA, M. (2012): "Del arte de cambiar para que todo siga igual: el Tercer Sector de la Comunicación y la Ley General Audiovisual en España", *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 1(1), pp. 59-84.
- MORAGAS, M. de (2005): "Investigación de la comunicación y política científica en España", Paper presented at the *Scientific Meeting of the Spanish Society of Journalism*. Santiago de Compostela, La Coruña, Spain.

- PARODI, G. (2008): “Lingüística de corpus: una introducción al ámbito”, *RLA. Revista de lingüística teórica y aplicada*, 46(1), pp. 93-119.
- PINAZO, D. & NOS, E. (2013): “Developing moral sensitivity through protest scenarios in international NGOs’ Communication”, *Communication Research*, June 18.
- RAYSON, P. & GARSIDE, R. (2000): “Comparing corpora using frequency profiling”, *Proceedings of the workshop on Comparing corpora*, 9.
- SÁNCHEZ-SAUS LASERNA, M. (2017): “Marcadores lingüísticos en comunicación para el desarrollo y el cambio social: principales categorías temáticas en la producción académica sobre el tema”, *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 6(2), pp. 78-98.
- SÁNCHEZ-SAUS LASERNA, M. (2018): “Análisis de palabras clave en la comunicación para el desarrollo y el cambio social: el caso de #comunicambio en Twitter”, *Culture, Language & Representation/Cultura, Lenguaje y Representación*, 19, pp. 119-139.
- SANTOLINO, M. (2010): “Recuperando la esencia: las ONGD como agentes de comunicación para el cambio social”, Burgi, T. y Erro, J. (Coords.): *Comunicando para la solidaridad y la cooperación. Cómo salir de la encrucijada*, Pamplona: Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía, pp. 221-256.
- SERVAES, J. (2007a): “Communication for development: Making a difference, a WCCD background study”, Servaes, J. (ed.), *World Congress on communication for development: Lessons, challenges and the way forward*. Washington: The World Bank, pp. 209-292.
- SERVAES, J. (2007b): “Harnessing the UN system into a common approach on communication for development”, *Paper prepared for the 10th Inter-Agency Round Table on Communication for Development*, Addis Ababa, Ethiopia, 12-14 February.
- URANGA, W. (2009): *La comunicación comunitaria: proceso cultural, social y político. Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria*, Buenos Aires: La Crujia, pp. 177-186.
- WILKINS, K. G. (2000): *Redeveloping communication for social change: Theory, practice, and power*, Rowman & Littlefield.

## ANEXO

**Tabla 2. Primeras 150 palabras clave del corpus académico de perspectiva afines pero no iguales a la CDCS**

N.º	Frec. absoluta	Frec. relativa	Keyness	Palabra	N.º	Frec. abs.	Frec. relativa	Keyness	Palabra
1	1354	0,00624622	2.759.843	social	76	142	0,00065507	378.758	recurso
2	667	0,00307698	2.265.709	organización	77	165	0,00076117	376.035	desarrollar
3	882	0,00406881	2.260.419	medio	78	77	0,00035521	375.084	referir
4	1555	0,00717347	1.675.187	comunicación	79	169	0,00077962	372.588	mundial
5	573	0,00264334	1.666.064	politico	80	85	0,00039212	367.875	latino
6	380	0,001753	1.602.439	ONG	81	147	0,00067813	362.360	cooperación
7	391	0,00180375	1.512.974	formar	82	172	0,00079346	357.460	estrategia

8	454	0,00209438	1.468.070	derecho	83	88	0,00040596	350.611	centrar
9	616	0,00284171	1.314.024	público	84	131	0,00060432	349.662	dato
10	560	0,00258337	1.270.787	nuevo	85	138	0,00063662	347.159	teórico
11	277	0,00127785	1.244.080	deber	86	202	0,00093186	346.996	internacional
12	231	0,00106564	1.144.125	presenciar	87	69	0,00031831	345.551	referenciar
13	594	0,00274022	1.030.292	desarrollo	88	124	0,00057203	343.545	producir
14	416	0,00191908	894.129	partir	89	151	0,00069659	341.330	mediático
15	195	0,00089957	871.041	sentir	90	74	0,00034137	339.718	solidario
16	442	0,00203902	864.472	mensaje	91	210	0,00096876	337.837	objetivo
17	178	0,00082114	861.383	unir	92	118	0,00054435	337.441	tratar
18	198	0,00091341	779.491	permitir	93	100	0,00046132	335.506	parecer
19	183	0,00084421	763.893	relacionar	94	73	0,00033676	334.816	causar
20	304	0,0014024	753.850	propio	95	137	0,000632	327.202	institución
21	188	0,00086727	750.140	resultar	96	115	0,00053051	325.554	foro
22	226	0,00104257	736.126	humano	97	91	0,0004198	325.311	medir
23	135	0,00062278	676.077	privar	98	104	0,00047977	325.141	grande
24	142	0,00065507	668.348	argentino	99	154	0,00071043	323.527	persona
25	299	0,00137934	651.924	acción	100	70	0,00032292	320.119	condicionar
26	267	0,00123171	642.397	dar	101	104	0,00047977	315.664	mediación
27	350	0,00161461	642.144	cultural	102	106	0,000489	314.805	presentar
28	301	0,00138856	611.265	sector	103	230	0,00106103	312.580	cambio
29	239	0,00110255	601.524	movimiento	104	81	0,00037367	311.643	cuestionar
30	352	0,00162383	597.415	grupo	105	92	0,00042441	305.617	llamar
31	145	0,00066891	567.595	convertir	106	91	0,0004198	303.554	abrir
32	246	0,00113484	559.340	económico	107	114	0,0005259	303.381	llevar
33	180	0,00083037	557.315	tercer	108	63	0,00029063	297.981	figurar
34	157	0,00072427	540.595	entidad	109	67	0,00030908	295.081	dedicar
35	157	0,00072427	538.207	valorar	110	218	0,00100567	292.721	modelo
36	172	0,00079346	526.197	comunicativo	111	122	0,00056281	291.114	seguir
37	194	0,00089495	524.409	primero	112	60	0,00027679	290.444	voluntario
38	194	0,00089495	519.996	ciudadano	113	307	0,00141624	283.469	caso
39	478	0,00220509	517.713	sociedad	114	74	0,00034137	282.707	quedar
40	366	0,00168842	516.721	proceso	115	121	0,00055819	280.505	aspecto
41	121	0,00055819	514.105	diverso	116	83	0,00038289	280.434	aparecer
42	139	0,00064123	507.166	actor	117	604	0,00278635	280.202	información
43	131	0,00060432	503.161	distinto	118	69	0,00031831	279.641	querer
44	191	0,00088111	498.573	realizar	119	283	0,00130553	278.633	estudio
45	124	0,00057203	497.388	debatir	120	96	0,00044286	277.991	determinar
46	226	0,00104257	494.169	analizar	121	103	0,00047516	277.198	señalar
47	102	0,00047054	484.080	interesar	122	55	0,00025372	275.439	libertar

48	115	0,00053051	477.422	característico	123	132	0,00060894	273.274	enfocar
49	201	0,00092725	460.236	informativo	124	56	0,00025834	270.549	influnciar
50	169	0,00077962	457.634	encontrar	125	150	0,00069197	269.265	idea
51	328	0,00151312	457.098	país	126	60	0,00027679	266.077	concienciar
52	101	0,00046593	449.982	etcétera	127	112	0,00051667	263.500	generar
53	120	0,00055358	449.962	práctico	128	67	0,00030908	260.062	vincular
54	264	0,00121788	444.787	espacio	129	88	0,00040596	259.529	ideológico
55	93	0,00042902	439.554	temer	130	115	0,00053051	258.278	colectivo
56	87	0,00040135	435.694	mercar	131	86	0,00039673	256.712	simbólico
57	127	0,00058587	433.812	publicar	132	113	0,00052129	255.673	sujeto
58	171	0,00078885	431.659	utilizar	133	66	0,00030447	255.461	implicar
59	105	0,00048438	430.218	alternativo	134	51	0,00023527	255.407	falto
60	164	0,00075656	422.909	considerar	135	66	0,00030447	252.311	surgir
61	256	0,00118097	421.900	contenido	136	101	0,00046593	251.765	definir
62	250	0,00115329	417.730	año	137	88	0,00040596	251.095	observatorio
63	136	0,00062739	417.371	solidaridad	138	74	0,00034137	248.456	suponer
64	161	0,00074272	414.359	diferente	139	66	0,00030447	246.308	dirigir
65	135	0,00062278	405.898	ayudar	140	92	0,00042441	245.189	incluir
66	95	0,00043825	402.694	estructurar	141	86	0,00039673	243.178	plantear
67	133	0,00061355	397.755	técnico	142	89	0,00041057	242.479	pasar
68	99	0,0004567	394.872	existir	143	87	0,00040135	242.354	imaginario
69	178	0,00082114	392.004	él	144	66	0,00030447	237.945	lógico
70	78	0,00035983	390.622	defensoría	145	234	0,00107948	237.718	sistema
71	83	0,00038289	390.146	basar	146	60	0,00027679	237.645	apuntar
72	77	0,00035521	385.614	prensar	147	74	0,00034137	235.596	experto
73	156	0,00071965	385.269	elemento	148	71	0,00032753	235.568	mencionar
74	96	0,00044286	380.916	diferenciar	149	113	0,00052129	234.034	destacar
75	102	0,00047054	380.129	constituir	150	73	0,00033676	231.404	representar

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3. Primeras 150 palabras clave del corpus académico realmente perteneciente a la CDCS**

N.º	Frec. abs.	Frec. relativa	Keyness	Palabra	N.º	Frec. abs.	Frec. rel.	Keyness	Palabra
1	873	0,00581	2498121	desarrollo	76	103	0,00069	250335	década
2	1460	0,00972	2249971	comunicación	77	95	0,00063	250152	colectivo
3	941	0,00626	2043377	social	78	90	0,00060	247169	recurso



4	682	0,00454	1971276	medio	79	48	0,00032	246194	necesitar
5	484	0,00322	1426110	cambio	80	109	0,00073	245373	mundial
6	492	0,00327	1348272	nuevo	81	127	0,00085	242945	necesario
7	410	0,00273	1301699	político	82	167	0,00111	240825	tecnología
8	252	0,00168	1057129	formar	83	83	0,00055	240131	definir
9	199	0,00132	1004164	deber	84	80	0,00053	234472	vasco
10	161	0,00107	808628	alternativo	85	81	0,00054	234041	llevar
11	153	0,00102	716931	comunitario	86	90	0,00060	230442	encontrar
12	186	0,00124	709119	comunicativo	87	104	0,00069	228830	persona
13	140	0,00093	702162	sentir	88	118	0,00079	223379	perspectiva
14	289	0,00192	632566	cultural	89	39	0,00026	222562	falta
15	114	0,00076	623019	unir	90	97	0,00065	221482	enfoque
16	111	0,00074	606057	interesarse	91	99	0,00066	221168	desarrollar
17	183	0,00122	597936	ciudadano	92	74	0,00049	218543	ayudar
18	265	0,00176	575832	partir	93	130	0,00087	218162	acción
19	126	0,00084	563617	práctico	94	46	0,00031	218155	venir
20	153	0,00102	536917	humano	95	80	0,00053	216950	poner
21	94	0,00063	536432	libertad	96	131	0,00087	215289	necesidad
22	298	0,00198	528541	público	97	43	0,00029	213905	demandar
23	114	0,00076	519269	participativo	98	145	0,00096	212357	espacio
24	113	0,00075	513974	relacionar	99	113	0,00075	209962	teoría
25	93	0,00062	504382	base	100	179	0,00119	209508	publicidad
26	209	0,00139	480123	radio	101	107	0,00071	207928	idea
27	236	0,00157	479435	modelo	102	61	0,00041	207349	sostenible
28	83	0,00055	473658	mercado	103	86	0,00057	205463	considerar
29	170	0,00113	464103	movimiento	104	55	0,00037	205117	distinto
30	118	0,00079	463574	emisora	105	69	0,00046	204487	paradigma
31	181	0,00120	453836	económico	106	82	0,00055	203944	teórico
32	97	0,00065	439012	debate	107	40	0,00027	201936	indígena
33	104	0,00069	438161	resultar	108	70	0,00047	201694	tomar
34	271	0,00180	428526	proceso	109	65	0,00043	199713	nación
35	157	0,00104	413891	derecho	110	62	0,00041	198571	grande
36	173	0,00115	413026	propio	111	123	0,00082	198463	concepto
37	246	0,00164	388496	país	112	56	0,00037	197246	beneficio
38	180	0,00120	383221	proyecto	113	108	0,00072	197211	ciudadanía
39	72	0,00048	380018	condicionar	114	39	0,00026	196422	comprometido
40	83	0,00055	377836	existir	115	55	0,00037	195989	bueno
41	148	0,00098	374744	crítico	116	57	0,00038	195309	parecer
42	173	0,00115	365584	comunidad	117	63	0,00042	194900	valorar
43	85	0,00057	354078	convertir	118	54	0,00036	194792	masivo
44	162	0,00108	347762	local	119	66	0,00044	194147	reconocer
45	186	0,00124	347328	año	120	42	0,00028	193219	latino

46	66	0,00044	346454	causa	121	75	0,00050	193122	construir
47	151	0,00100	338926	pro- blema	122	61	0,00041	192778	compartir
48	146	0,00097	328326	dar	123	127	0,00085	192401	objetivo
49	235	0,00156	327205	cultura	124	77	0,00051	190030	mejorar
50	61	0,00041	324248	temer	125	66	0,00044	189520	contribuir
51	67	0,00045	316469	estruc- turar	126	43	0,00029	189109	querer
52	98	0,00065	308315	producir	127	87	0,00058	187688	mediático
53	54	0,00036	308163	prensa	128	134	0,00089	187439	global
54	63	0,00042	306337	disci- plina	129	45	0,00030	185986	centrar
55	93	0,00062	301375	tratar	130	44	0,00029	185978	diverso
56	66	0,00044	297599	surgir	131	82	0,00055	185888	comercial
57	52	0,00035	296750	privar	132	92	0,00061	184245	democra- cia
58	78	0,00052	296722	permitir	133	59	0,00039	184001	justicia
59	65	0,00043	295506	implicar	134	82	0,00055	183620	globaliza- ción
60	142	0,00094	294965	pro- grama	135	62	0,00041	181951	pasar
61	154	0,00102	293959	partici- pación	136	54	0,00036	181571	actor
62	295	0,00196	292690	sociedad	137	82	0,00055	180662	utilizar
63	91	0,00061	285623	sida	138	33	0,00022	179418	referir
64	84	0,00056	282956	vivir	139	59	0,00039	178861	plantear
65	89	0,00059	282224	señalar	140	83	0,00055	177780	popular
66	105	0,00070	281207	diferente	141	73	0,00049	177372	generar
67	132	0,00088	277772	organi- zación	142	48	0,00032	177215	constituir
68	81	0,00054	273899	demo- crático	143	31	0,00021	176908	agencia
69	55	0,00037	266863	signifi- car	144	31	0,00021	176908	conferen- cia
70	75	0,00050	265689	ONG	145	77	0,00051	176846	transfor- mación
71	142	0,00094	261188	interna- cional	146	65	0,00043	176784	alcanzar
72	118	0,00079	259283	estrata- gia	147	35	0,00023	174417	solidario
73	72	0,00048	258540	favore- cer	148	32	0,00021	173771	nivel
74	106	0,00071	256613	tecnoló- gico	149	87	0,00058	173016	posibili- dad
75	88	0,00059	251941	masa	150	47	0,00031	172435	comenzar

Fuente: Sánchez-Saus, 2018.

**Listado de revistas y autores con artículos publicados sobre Comunicación, Desarrollo y Cambio Social en las diez primeras revistas españolas en el periodo 2000-2015**

REVISTA	AUTOR	UNIVERSIDAD	VOL	AÑO
COMUNICAR	Thomas Tufte	Universidad de Copenhague, Dina- marca	26	2006
COMUNICAR	Alejandro Barran- quero Carretero	Universidad de Málaga	29	2007

COMUNICAR	Sherrí H. Culver y Thomas Jacobson	Universidad de Filadelfia, Pennsylvania (EEUU)	39	2012
REVISTA LATINA	Francisco Sierra Caballero	Universidad de Sevilla	26	2000
REVISTA LATINA	Chiara Sáez Baeza	Universidad Autónoma de Barcelona, UAB	64	2009
REVISTA LATINA	Txema Ramírez de la Piscina Martínez	Universidad del País Vasco	65	2010
TELOS	José Marques de Melo	Universidad Metodista Sao Paulo (Brasil)	51	2002
TELOS	Luis Ramiro Beltrán Salmón	Bolivia	72	2007
TELOS	Manuel Chaparro Escudero	Universidad de Málaga	74	2008
TELOS	Manuel Chaparro Escudero	Universidad de Málaga	81	2009
TELOS	Manuel Chaparro Escudero	Universidad de Málaga	94	2013
Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)	Jan Servaes	Universidad de Massachusetts, Amherst (Estados Unidos)	17	2012
CIC	Ana Fernández Viso	Universidad Autónoma de Barcelona - Instituto de la Comunicación de la UAB (InCom-UAB)	17	2012
CIC	Alejandro Barranquero Carretero	Universidad Carlos III de Madrid	17	2012
CIC	Raquel Martínez-Gómez, Pinar Agudiez Calvo	Universidad Complutense de Madrid	17	2012
CIC	María Cruz Alvarado López	Universidad de Valladolid	17	2012
CIC	Eloísa Nos, Luís Amador Iranzo Montés, Alessandra Farné	Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz (IUDESP) Universitat Jaume I de Castellón (UJI)	17	2012
CIC	Julio César Herrero, Ana Toledo Chávarri	Universidad Camilo José Cela (Madrid)	17	2012
CIC	Isidoro Arroyo	Universidad Rey Juan Carlos	18	2013
ZER	Victor Mari	Universidad de Cádiz	22	2007
ÁMBITOS	Francisco Collado Campaña	Pablo de Olavide, Sevilla	17	2008
Comunicación y Sociedad	Summer Harlow, Dustin Harp	The University of Texas at Austin. School of Journalism; The University of Texas at Arlington. Department of Communication	26	2013
Estudios sobre el Mensaje Periodístico (EMP)	María José Gámez Fuentes, Eloísa Nos Aldás	Universitat Jaume I, Castellón.	18	2012
EMP	Concepción Travesedo de Castilla	Universidad de Málaga	19	2013

Fuente: Elaboración propia.

**Listado de revistas y autores con artículos publicados sobre temáticas afines a la CDCS en las diez primeras revistas españolas en el periodo 2000-2015**

REVISTA	AUTOR	UNIVERSIDAD	VOL	AÑO
ZER	Fernando Trucho	Universidad Rey Juan Carlos	20	2006

ZER		Jose Maria Garcia de Madariaga	Universidad Rey Juan Carlos	21	2006
ZER		Manuel Javier Callejo Gallego	UNED	24	2008
ZER		Ariel Jerez Novara; Jorge Resina de la Fuente; Ramiro Chico Hernández	Universidad Complutense de Madrid; Universidad Complutense de Madrid; Pontificia Universidad Javeriana	33	2012
ZER		Isidoro Arroyo Almaraz; Rebeca Martín Nieto	Universidad Rey Juan Carlos	31	2011
ZER		Isidoro Arroyo	Universidad Rey Juan Carlos	37	2014
COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD		Daniel H. Cabrera	Universidad de Navarra	17	2004
Estudios sobre el Mensaje Periodístico (EMP)		Yolanda Martínez Solana	Universidad Complutense de Madrid	13	2007
EMP		Hildegart González Luis	Universidad de Navarra	19	2013
REVISTA LATINA	LA-	Mariano Cebrián Herreros	Universidad Complutense de Madrid	53	2003
REVISTA LATINA	LA-	Guillermina Franco, Carmen Gaona Pisonero	Universidad Católica San Antonio de Murcia	56	2003
REVISTA LATINA	LA-	Ramón Zallo Elguezabal	Universidad del País Vasco	65	2010
REVISTA LATINA	LA-	A Jorge Alonso; R de Frutos Garcia; E Galarza Fernández	Universidad de Málaga	70	2015
REVISTA LATINA	LA-	Isidoro Arroyo Almaraz, Miguel Baños González, Teresa C. Rodríguez Garcia	Universidad Rey Juan Carlos	64	2009
REVISTA LATINA	LA-	Patricia Durán Bravo, María Belén Fernández Fuentes	Universidad Autónoma de Puebla, México	65	2010
REVISTA LATINA	LA-	Isidoro Arroyo Almaraz; M Baños González; C Van-Wyck	Universidad Rey Juan Carlos, Universidad Rey Juan Carlos, Bournemouth University, United Kingdom	68	2013
REVISTA LATINA	LA-	IA Del Amo; A Letamendia; J Diaux	Universidad del País Vasco	69	2014
TELOS		Armand Mattelart		67	2006
TELOS		Eduardo A. Vizer		71	2007
TELOS		Luis A. Albornoz y Michael Herschmann		72	2007
TELOS		Víctor Manuel Mari Sáez y Francisco Sierra Caballero	Universidad de Sevilla	74	2008
TELOS		Olga Berrios		65	2005
TELOS		Berta García Orosa		69	2006
TELOS		Isidoro Arroyo Almaraz, Rebeca Martín Nieto, Lilia Ivana Mamic	Universidad Rey Juan Carlos; Universidad Rey Juan Carlos -	85	2010

COMUNICAR	Sirkku Kotilainen	Universidad Jyväskylä, Finlandia	32	2009
ANÁLISI	Olga del Río Sánchez	Universitat Autònoma de Barcelona	38	2009
ÁMBITOS	Gustavo Adolfo León Duarte	Sonora, México	7-8	2002
ÁMBITOS	María del Mar Soria Ibáñez	Universidad Complutense de Madrid	27	2014
Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)	Vanesa Saiz Echezarreta	Universidad Complutense de Madrid	13	2008
CIC	Marina Mantini	Presidenta de la Asociación Cultura Ambiente	17	2012
CIC	Marta Isabel González Álvarez	Doctora en CC de la Información, profesora en la U. de la Rioja y profesional experta en información y ONGD	17	2012
CIC	María José Cavadas Gormaz, María Iráizoz López-Arroba	Universidad Complutense de Madrid	17	2012

Fuente: Elaboración propia.