

Reseña/Review (Sáez, Victor Marí y Ceballos-Castro, Gonzalo (coords.), “Desbordes comunicativos. Comunicación, ciudadanía y transformación social”, Madrid, Fragua, ISBN: 978-84-7074-802-8, 290 págs., 2018)



El 18 de mayo de 2011 –tres días después de la manifestación y el inicio de las acampadas de las que surgiría el denominado Movimiento 15M–, aparecía en el diario *El País* una viñeta firmada por El Roto en la que podía leerse: “Los jóvenes salieron a la calle y súbitamente todos los partidos envejecieron”¹. La frase de El Roto denota la condición de desborde popular y creativo (Villasante, 2006) que caracterizó al 15M y que, con su enfoque transversal y sus prácticas organizativas y comunicativas, abrió nuevos cauces de expresión y participación ciudadana en España. La experiencia del 15M, lejos de ser un caso aislado, se inserta en un ciclo amplio de movilizaciones que, en los últimos años, se han sucedido en diferentes latitudes. Dan cuenta de ello movimientos como *Occupy Wall Street* en EE.UU., el movimiento griego *Aganaktismenoi*, #YoSoy132 en México, el movimiento portugués *Geração à Rasca*, Movimiento *Passe Livre* en Brasil, *Nuit Debut* en Francia, etc.

Desbordes comunicativos. Comunicación, ciudadanía y transformación social se acerca a estos procesos políticos y comunicativos recuperando enfoques y aprendizajes que van más allá del *mediocentrismo* y el *tecnocentrismo* que han caracterizado a buena parte de la literatura académica sobre tecnología y cambio social, especialmente en el contexto occidental. En el primero de los dos bloques que conforman el libro se abordan los desbordes teóricos que han venido nutriendo los principales debates en el campo de la comunicación. Encontramos aquí, la reivindicación de una perspectiva *sociocéntrica*, que presta atención a los actores y a sus prácticas comunicativas, así como a los entornos de producción en los que operan. En este sentido, destaca el esfuerzo por articular una propuesta teórica en la que confluyen las aportaciones de la teoría crítica occidental con las epistemologías del sur, donde la denominada “comunicología de la liberación latinoamericana” (Ramiro Beltrán, 2014) adquiere un papel fundamental a la hora de pensar lo comunicativo como un proceso abierto y participativo de emancipación y cambio social.

A su vez, este volumen se sirve de una perspectiva de largo desarrollo que se aleja del adanismo y pone en diálogo los desbordes comunicativos actuales con experiencias previas de movilización social y comunicación transformadora. En el caso español destacan, por ejemplo, las experiencias surgidas en la segunda mitad de los años 70 del pasado siglo como las radios libres, el cine político y social, la prensa obrera o la prensa barrial. Mirando al contexto latinoamericano, se presta atención

¹ Viñeta El Roto: https://elpais.com/diario/2011/05/18/vinetas/1305669603_850215.html

al desarrollo del tejido de radios comunitarias que ha ido extendiéndose por toda la región desde los años 40 del siglo XX. Se conectan así, debates históricos sobre comunicación y acción colectiva con enfoques y perspectivas que actualmente se desarrollan tanto en Europa como en América Latina.

Los 5 capítulos que componen este primer bloque –firmados por Víctor Manuel Marí Sáez; Cicilia M. Krohling Peruzzo; Javier Erro, Lohitzune Zuloaga Lojo y Juan Pagola Carte; Carlos Peláez-Paz; y Cristina Sala Valdés– permiten problematizar nociones como la de “desarrollo” o “modernización”, para analizar críticamente los programas de cooperación impulsados desde el norte global. Frente a modelos como el de difusión de innovaciones –que no han tenido como objetivo el bienestar social sino el aumento del lucro y la expansión del capital internacional (Marí Sáez y Ceballos-Castro, 2018: 51)– se presentan propuestas que sitúan a las comunidades y a las organizaciones sociales en el centro de los procesos políticos y comunicativos.

Evidenciando la *indisciplina* que, en muchos casos presenta el campo de la comunicación social, los trabajos que conforman este primer bloque contribuyen a perfilar metodologías de análisis, intervención y evaluación de propuestas innovadoras en el ámbito comunicativo. Recuperando aprendizajes de espacios como el *Instituto de Estudios Políticos para América Latina y África* (IEPALA) o los *Foros de Comunicación, Educación y Ciudadanía* entre otros, se perfila una propuesta teórico-práctica desde la que aproximarse a la complejidad de los procesos comunicativos de cambio social superando las perspectivas economicistas/desarrollistas y etnocéntricas.

En el segundo bloque de este monográfico encontramos una serie de estudios de caso que complementan a las discusiones teóricas recogidas previamente en el libro. Se trata de otros cuatro capítulos, firmados por Eloísa Nos-Aldás y Alessandra Farné; José Bereguel Fernández; Gonzalo Ceballos-Castro; y Valeriano Durán Manso. Estos trabajos se desplazan al plano analítico para abordar diferentes aspectos de las prácticas comunicativas de cambio social, desde la publicidad al cine, pasando por las agencias de comunicación y los medios alternativos. Entre ellos destaca, por ejemplo, el análisis del potencial transformador de determinados discursos publicitarios que realizan Eloísa Nos-Aldás y Alessandra Farné. Mediante un estudio comparativo de tres campañas –tanto comerciales como sociales–, estas investigadoras evalúan qué estrategias discursivas presentan mayor capacidad de incidencia política, así como los principales elementos que dificultan la eficacia cultural (Nos Aldás, 2007) de estas campañas en un contexto de crispación y polarización de las esferas públicas.

Entre los estudios de caso también podemos encontrar un análisis de las vías de financiación y sostenibilidad económica de los medios alternativos a través del análisis de Onda Color –una radio comunitaria que desarrolla su actividad en la ciudad de Málaga. Así mismo, se ofrece una aproximación al tratamiento mediático de las personas sénior en las agencias de medios españolas. Y, por último, encontramos un estudio de varias de las películas más representativas del neorrealismo italiano, concretamente de *Rocco y sus hermanos* y de *Los camaradas*. Este último capítulo, aborda el papel del discurso cinematográfico en el imaginario colectivo en relación a los procesos migratorios y la importancia de corrientes como el neorrealismo italiano para representar la complejidad de estos movimientos humanos que, lejos de desaparecer, se suceden en el contexto actual.

A modo de epílogo, pero actuando más que como cierre como provocación y estímulo para futuras reflexiones y debates, encontramos el texto de Manuel Chaparro

“¿Cuánta tierra necesita un hombre?”. Bajo este sugerente título, que hace referencia al conocido relato de León Tolstoi, encontramos un alegato contra el desarrollismo depredador que, lejos de reducir las desigualdades, ha contribuido al empobrecimiento del sur global. Las reflexiones de Chaparro nos sitúan ante la pregunta de qué hacer desde el ámbito comunicativo para revertir las consecuencias medioambientales, culturales y sociales de un modelo de desarrollo que se muestra insostenible tanto diacrónicamente (si se mantiene a medio/largo plazo) como sincrónicamente (si trata de universalizarse). En este sentido, como apunta Chaparro, los debates sobre comunicación y cambio social deberían contemplar que, para contribuir a la transformación de las injusticias sociales, es necesario cuestionar la agenda desarrollista, patriarcal y capitalista, denunciando y renunciando a los privilegios que ésta apuntala.

El libro coordinado por Víctor Marí Sáez y Gonzalo Ceballos-Castro, es una notable contribución para continuar trazando los contornos de los desbordes políticos y comunicativos que se han sucedido en los últimos años a lo largo y ancho del globo. Las reflexiones teóricas y los estudios de caso que recoge el volumen sirven para encontrar las potencialidades de unas prácticas comunicativas socialmente comprometidas e innovadoras, pero también para presentar sus límites y sus dificultades.

Actualmente, nos encontramos frente a la emergencia de nuevos movimientos, partidos y medios que representan nuevos desbordes políticos, pero desde posiciones de extrema derecha. Al mismo tiempo, asistimos a una progresiva mercantilización y cierre de oportunidad en lo referente a la Esfera Pública Digital. Recurrir a la tradición teórica que contempla este monográfico y a sus aportaciones analíticas puede servir para fortalecer un modelo comunicativo basado en la colaboración y el diálogo. Un modelo en el que las comunidades encuentren la fuerza para participar activamente en la esfera pública, defendiendo en común la soberanía tecnológica y comunicativa. Solo de esta manera seremos capaces de reforzar nuestra agencia y autonomía como actores sociales y políticos.

Referencias

- Marí-Sáez, V. y González Castro, G. (2018). *Desbordes comunicativos. Comunicación, ciudadanía y transformación social*. Madrid: Fragua.
- Nos-Aldás, E. (2007). *Lenguaje publicitario y discursos solidarios. Eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona: Icaria.
- Ramiro Beltrán, L. (2014). *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas pública*. Girona-Málaga: Luces de Gálibo.
- Villasante, T. R. (2006). *Desbordes Creativos: estilos y estrategias para la transformación social*. Madrid: La Catarata.

F. Javier López-Ferrández
Universitat Jaume I
E-mail: ferrandf@uji.es