

## Reseña/Review (Marí Sáez, Víctor Manuel (coord.), *Comunicación solidaria en el capitalismo digital. Teorías, metodologías y prácticas*, Gedisa, ISBN: 978-84-18914-77-5, 187 págs., 2022)

**Sonia Herrera Sánchez**

Universitat Oberta de Catalunya

<https://doi.org/10.5209/tekn.87636>

En la última década han sido varios los foros, congresos, encuentros, cursos, másteres, artículos académicos y divulgativos, tesis doctorales y libros, entre otros espacios de reflexión, que se han preocupado por la comunicación de las organizaciones no gubernamentales, especialmente aquellos vinculados a la comunicación

para la transformación social y al impacto en ella de la comunicación digital.

En ese marco, y a lo largo de sus siete capítulos, la obra *Comunicación solidaria en el capitalismo digital. Teorías, metodologías y prácticas*, coordinada por Víctor Manuel Marí Sáez, ofrece una mirada compleja e integral sobre un campo dentro de los estudios en comunicación, el de la comunicación solidaria. Dicho campo requiere de análisis poliédricos e interdisciplinarios que abarquen sus diferentes enfoques teóricos, por supuesto, pero también sus diversos objetivos y posicionamientos a nivel sociopolítico.

No es tarea fácil esquivar las aproximaciones naïfs y bienintencionadas en lo que atañe a la comunicación de las ONGs o caer en una aproximación cínica o demonizadora hacia sus emisoras, las entidades del tercer sector. Un sector que, sin duda, ha sufrido una evolución fenomenal en los últimos 30 años, pero que todavía tiene por delante procesos de deconstrucción ingentes en lo que concierne a las relaciones Norte-Sur global, a las visiones occidentalistas y extractivistas respecto a las contrapartes, al trabajo para la justicia global (Potomäki, 2007) y a la apropiación de las narrativas de aquellos sujetos subalternos (Chakravorty Spivak, 2003), habitualmente racializados/as, sobre quienes recaen las acciones y las prácticas comunicativas de las ONG, entre otras contradicciones y desafíos. De todo ello dialogan en este libro sus autoras y autores sin perder de vista el contexto g-local (Valencia, 2010), político, social, económico y cultural en el que nos hallamos, así como la «crítica comunicacional al capitalismo».

Precisamente, en el primer capítulo introductorio, «Comunicación, redes sociales y emancipación social en el capitalismo digital. Retos y posibilidades», Marí Sáez realiza un recorrido histórico por los discursos comunicativos de las ONGs en el Estado español. Ello implica un lento tránsito desde los postulados más utilitaristas y unidireccionales afines al marketing, la publicidad social, las relaciones públicas de las entidades o la comunicación institucional y corporativa, al giro –o más bien horizonte– hacia una comunicación que promueva un cambio estructural de la realidad social desde su interrelación con las redes, los movimientos sociales y la ciudadanía en general. Desde ahí, el autor insta a un análisis crítico de las «condiciones de posibilidad en el seno del dominio totalizante del capitalismo» (p. 25) tanto en lo que concierne a la propia transformación social como al papel de la comunicación y de la investigación y la necesidad de que ambas se integren en una lógica de bienes comunes (*commons*).

En el segundo capítulo del libro, Patricia Corredor Lanas propone una mirada panorámica sobre los informes sobre el estado de la cultura en España elaborados durante la década que transcurre entre 2011 y 2021 como punto de partida para examinar los hándicaps que han lastrado la cultura en nuestro país, impidiendo que esta se erigiera como cuarto pilar del desarrollo sostenible promulgado por la Agenda 2030. Estos lastres se encuentran conectados con el neoliberalismo, la crisis económica, el desmantelamiento de las políticas públicas de apoyo a la cultura o el declive del consumo cultural a pesar de las promesas y esperanzas depositadas en las TIC y en las redes sociales en cuanto a posibilidades de participación y conectividad que potencialmente debían ayudar también a sortear desequilibrios y desigualdades como, por ejemplo, en lo que concierne a la diversidad cultural o a la igualdad de género. Así, el análisis retrospectivo de Corredor sienta las bases para recomponer los mimbres que afiancen un futuro proceso de democratización cultural, señalando cuáles han sido los factores que lo han impedido durante la última década.

Por su parte, Manuel Chaparro Escudero y Susana de Andrés del Campo, aportan una perspectiva ineludible la de los imaginarios decoloniales y los

aportes ecofeministas en la era digital para repensar la comunicación y romper con el discurso hegemónico del desarrollo capitalista y el pensamiento racionalista occidental, un discurso que por definición es «antropocéntrico, androcéntrico y eurocéntrico» (p. 66) y, por ende, supremacista. Pero el reto de construir narrativas transformadoras y un imaginario colectivo alternativo es descomunal y requiere, en primera instancia, de una sociedad civil consciente de su capacidad de agencia, así como de «una educación crítica, igualitaria y activa» (p. 67) que nos permita cuestionar y construir un nuevo paradigma, también en lo mediático, dirigido al bien común, a la justicia global y a la rehumanización de las prácticas comunicativas en el mundo digital.

En consonancia con el capítulo de Chaparro y de Andrés se encuentra el texto de Omar Rincón, «*Coolture*, periodismos mutantes y soberanía comunicacional», en el que su autor –con una reflexión fresca como la propia temática abordada– alienta a no poner el foco en la tecnología sino en las mediaciones que ha traído consigo la revolución digital. Una revolución que ha provocado «mutaciones culturales» que «exigen y obligan a nuevas narrativas, estéticas y criterios de sentido» (p. 88), a reformular las categorías de análisis (y a aceptar la impostergabilidad de ese análisis del tan a menudo menospreciado entretenimiento). Porque, tal y como afirma Rincón, es en «la cancha de la *coolture*», de lo pop, dibujada por lo digital y el valor de lo entretenido, donde «se jugarán los sentidos de la contemporaneidad» (ídem). Por ello, si queremos que esa nueva cultura no sea del todo depredada por el capitalismo y el consumo, Rincón nos dice que deberemos «intervenirla para que sea distinta» (p. 93), pero sin obviar que el contexto ya es otro y que eso nos impele a (de) construir, por ejemplo, el periodismo (y yo añadiría que los medios discursivos en general) desde el pensamiento crítico y la apropiación de la soberanía comunicacional por parte de los saberes del Sur global y desde los feminismos o las resistencias y luchas de los sujetos que históricamente han sido expulsados del relato, buscando así «otras formas de narrar distintas a las del blanco-macho-occidental» (p. 98).

Desde un enfoque más ortodoxo, Miguel Vicente Mariño y Eva Campos Domínguez se centran en el escaso papel que el tejido asociativo ha jugado dentro de los estudios de comunicación (como objeto, pero también como sujeto) para luego adentrarse en la gestión de la comunicación de las propias entidades y organizaciones del sector social, apuntando en su reflexión al potencial de la comunicación digital para las oenegés, poco aprovechado hasta la fecha y obstaculizado, como ya advertía también Patricia Corredor, por «una mirada anquilosada sobre la relación entre asociaciones no lucrativas y sus públicos» y «una gestión de la interacción digital excesivamente mecánica y automatizada» (p. 126).

En el penúltimo capítulo de la obra, Gérard Fernández Smith y Hanae Trola Skalli parten del estudio de caso de Oxfam Intermón y de Cruz Roja para realizar un análisis crítico del discurso solidario de ambas organizaciones, proporcionando así una mirada cuantitativa y cualitativa en profundidad que revela una fotografía precisa de las pautas comunicativas empleadas tanto respecto al argumentario como en lo que incumbe a la reivindicación política de las mismas.

Finalmente, Yiheng Wang, Clara Martins do Nascimento, Víctor Manuel Marí Sáez y José Berenguel Fernández, realizan un estudio exploratorio sobre la comunicación para la salud a propósito de las iniciativas de edu-entretenimiento orientadas a educar a la ciudadanía sobre la COVID-19 en los contextos chino y español. El estudio se centra en cuatro casos concretos en formatos distintos: un vídeo de doblaje creativo del grupo *Y Show Club* y un cómic del dibujante Baicha, en el caso de China; y la canción oficial del festival digital #yomequedoencasafestival (YouTube/Instagram) y la cuenta de Twitter @CoronaVid19 dentro del contexto español. Tal y como sostienen los autores y autoras del estudio, estas experiencias «han supuesto importantes avances en el aprovechamiento del potencial de las redes sociales y en la integración de elementos de la cultura popular» (p. 176), pero no se elude la duda sobre su contribución a una transformación de las estructuras comunicativas capitalistas o del propio sistema.

Apropiadas y sugerentes resultan también las críticas transversales que planean a lo largo del libro al capitalismo académico, a las tendencias respecto a los campos de interés en la investigación social y al deterioro de la investigación cualitativa. Unas críticas que funcionan como *aviso a navegantes*, más aún en estos tiempos complejos que requieren de hibridaciones teóricas y prácticas para abordar de una manera integral cualquiera de los problemas sociales y crisis multifactoriales que nos asedian, también dentro de los ‘media’, de las industrias culturales, de las redes sociales y de cualquier ecosistema comunicativo que esté por venir.

## Referencias

- Chakravorty Spivak, Gayatri (2003). ¿Puede hablar el subalterno? *Revista Colombiana de Antropología*, 39, 297-364. <https://www.redalyc.org/pdf/1050/105018181010.pdf>
- Potomäki, Heikki (2007). La justicia global: Una perspectiva democrática. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 98, 13-31. [https://www.fuhem.es/cdv\\_biblioteca/la-justicia-global-una-perspectiva-democratica/](https://www.fuhem.es/cdv_biblioteca/la-justicia-global-una-perspectiva-democratica/)
- Valencia, Sayak (2010). *Capitalismo gore*. Melusina.