

Comunicar sentido de vida en medio del ruido

Víctor Manuel Marí Sáez

– *Comunicaciones ininterrumpidas*

Madrid, PPC 2016, 206 pp.

Antonio Duato. Consejo de Dirección de Iglesia Viva. Valencia.

Al presentar al autor en la solapa de este libro, se dice de él que es licenciado de Comunicación Audiovisual, doctor en Periodismo y profesor de Teoría de la Comunicación. El lector supondrá con razón que el libro va a describir la vertiginosa aceleración con que evolucionan los medios de comunicación. Pero no encontrará números o gráficos como si fuera un simple libro de sociología. El autor sintetiza la acelerada mutación antropológica que representa con el título de un libro de Michael Serres que parece de cuento: *Pulgarcita*. Pues resulta que ya están llegando a la escuela generaciones de niños y niñas que se denominan *pulgarcitos/as* porque han desarrollado una habilidad extraordinaria en usar los pulgares. Y como los maestros no tienen idea de ello los van a aburrir, enseñándoles a hacer palotes para aprender a escribir. Y, efectivamente, de esta relación entre desarrollo de los TIC y sistema educativo hablará extensamente en el capítulo cuarto.

Y si alguien se fija en el título, advertirá el guiño –explicitado en el texto– a las prematuras señales de incendio que el malogrado Walter Benjamín, incluido más o menos forzosamente en la escuela crítica de Frankfurt, lanzaba a los seguidores de las dos familias de pensamiento que llevaba dentro: el misticismo judío y el marxismo dialéctico. Para Benjamín el valor de los símbolos y la explotación capitalista iban a cambiar totalmente con las nuevas técnicas de reproducción del arte (entonces solo la fotografía y el cine). Y, efectivamente, este

diálogo profundamente crítico atraviesa todo el libro, sin recargar al lector de términos filosóficos. Pero en los capítulos segundo (*El declive del símbolo y el auge de la marca*) y tercero (*Jóvenes, redes sociales y el lenguaje de los vínculos*) se analizan en profundidad la fetichización de las mercancías por el uso y abuso de las marcas y la creación de la nueva religión global capitalista, basada en la sumisión global a los grandes poderes ocultos tras los logos que tienden a dominarlo todo. ¿Quedará bajo este mundo plagado de logos algún símbolo oculto que indique un camino pleno de sentido? “Rigoberta Menchú, Pedro Casaldáliga o Nelson Mandela... se han convertido en símbolos de la lucha por la justicia porque han encarnado en sus vidas uno de los rasgos identificativos del símbolo, como es el situar más allá de ellos mismos y de lo visible/posible el sentido último de sus vidas” (p.53).

El autor dedica su libro a sus hijos de 20 y 13 años. Esto nos descubre que coincidió su época de investigador de la moderna comunicación con la familiarización que todo padre joven tiene con la televisión y el cine infantil. Estoy seguro de que de ahí nació el sorprendente capítulo primero, *La disneyficación de la sociedad*. Lo que muchos habíamos intuido lo analiza Víctor, apoyándose incluso en monografías publicadas sobre ello. Entre los mensajes de sentido conservador y clasista que los nuevos medios difunden en el mundo entero con más eficacia que los misioneros de todas las religiones, el autor analiza en con-

creto la eficacia transmisora de un orden natural establecido, destacando la serie de aventuras del *Pato Donald*, con la figura paradigmática del *Tío Gilito*, pero sobre todo la epopeya de buenísimos y malísimos que es *El Rey León*. Estoy seguro de que como padre habrá sabido desvelar a sus hijos las trampas ocultas en estas historia e imágenes, introduciéndoles en cambio en el valor de otros comics, considerados anti-sistema por algunos, como los *Simpsons*. ¡Menos mal que siempre existen vacunas o antitóxicos! ¿Ha mantenido la FOX esta serie por su rentabilidad o hay también alguna intención oculta de alienación conservadora más acorde con la mentalidad de la empresa en sus informativos?

Sabiendo la influencia que han tenido en el autor sus estancias en Taizé y su colaboración con *Noticias Obreras*, movimientos alternativos y comunidades cristianas, el lector puede estar seguro de que va a encontrar continuas referencias a lo positivo del momento y no solo a lo negativo, la capacidad alienadora que tiene la invasión de iconos (nueva cultura de la imagen sin reflexión) y el dominio irresistible de las grandes multinacionales. La auténtica experiencia religiosa también se puede transmitir a través de iconos (¡la misma palabra para la gran tradición místico-artística de los iconos rusos y para las mini-imágenes que invaden nuestras ciudades, nuestros ordenadores y todos nuestros cachivaches!), pero para ello hay que aprender a ver en profundidad y sintonizar con quien puso su experiencia en la obra de arte. En todo el libro se encontrarán sugerencias iluminadoras sobre cómo utilizar la imagen en la transmisión de la fe y cómo pueden ponerse las nuevas técnicas al servicio de movimientos, ONGs y pequeñas empresas de economía social que quieran actualizar la difusión de su mensaje. Pero en los últimos tres capítulos, el autor aterriza más concretamente en la posible y esperanza-

dora utilización de los medios técnicos para quien tenga un programa de comunicación con intencionalidad crítica y liberadora.

Y aquí es donde nos llenamos de esperanza al leer la última línea de la solapa en que se nos presenta al autor del libro: "Desde el año 2014 forma parte del Consejo de Dirección de *Iglesia Viva. Revista de pensamiento cristiano – iviva.org*". Efectivamente, como todos saben, tras cincuenta años de publicación, la revista *Iglesia Viva* ha decidido continuar con su misión crítica al servicio de la causa de Jesús en el mundo actual, con unos métodos de comunicación más adaptados a las nuevas generaciones, sin perder las características de rigor que ha acompañado durante medio siglo su reflexión. Esta tarea no es fácil pues estamos viviendo un cambio de mucho calado. "Asistimos a un proceso de transición multidimensional (política, comunicativa, tecnológica, epistemológica, paradigmática) en el que lo viejo no termina de desaparecer y lo nuevo no acaba de emerger" (p. 145). Pero, pese a la dificultad, la revista se siente fortalecida por contar con un comunicólogo reflexivo y lúcido, que ayuda a no creer que todo consiste en incorporar las nuevas tecnologías y hacernos presentes en las redes sociales.

El autor, Víctor Manuel Marí Sáez, acaba su libro con dos capítulos en los que expone dos recomendaciones a quienes estamos viviendo este proceso de transformación de una vieja revista. Yo recomiendo por eso la lectura de este libro a todos los que se sientan involucrados en este proyecto o en otros semejantes, porque solo así podrán entender plenamente el sentido que tienen estos dos consejos finales de Víctor: *aprender a ser anfibios*, que viven a la vez en diferentes ambientes y territorios, y *saber escuchar* antes de hablar. El silencio es más necesario que nunca hoy para recibir el mensaje y para dejar que surja la palabra que podremos comunicar.