

## Redescubriendo el poder transformador de la comunicación para el cambio social en la era del *Big Data*

EMILIANO TRERÉ<sup>1</sup>

El autor del libro que se reseña a continuación es el doctor Víctor Manuel Marí Sáez, actualmente profesor a tiempo completo de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (Universidad de Cádiz, España), donde imparte, entre otras, las materias “Teoría de la comunicación” y “Comunicación para el desarrollo y el cambio social”. Director de *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital* (indexada en Latindex) y del Grupo de Investigación “Comunicación y Ciudadanía Digital”, es autor de varios artículos y libros sobre comunicación, educación,

desarrollo y movimientos sociales. El libro *Comunicar para Transformar, Transformar para Comunicar* (2011) representa la suma ideal de las reflexiones desarrolladas por Marí Sáez a lo largo de su carrera sobre

Marí Sáez, V. (2011). *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnologías de la información desde una perspectiva de cambio social*. Madrid, España: Editorial Popular, 235 pp.



<sup>1</sup> Universidad Autónoma de Querétaro, México.  
Correo electrónico: emiliano.treere@uaq.mx

las contradicciones, los conflictos y las tensiones que vertebran a la *sociedad de la información* y el papel de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) para la transformación social. Se trata de un libro que podríamos sin duda definir como “necesario”, porque intenta liberar la concepción de comunicación y los imaginarios relacionados con este complejo concepto desde los peligros reduccionistas que la han enmarcado en visiones meramente instrumentales, persuasivos, propagandísticos y mercantiles. En una época de *Big Data*, marcada por el retorno prepotente de los estudios y de los enfoques cuantitativos en las ciencias de la comunicación, cuestionar las limitaciones y los peligros de los reduccionismos cuantitativos resulta una tarea imprescindible y el libro de Marí Sáez puede representar un potente antídoto contra los excesos de la cuantificación “a toda costa”.

Antes de adentrarse en el análisis de la obra, una aclaración: el título de la obra *Comunicar para Transformar, Transformar para Comunicar* es, como aclara el autor, un:

Homenaje, por muchos motivos al texto clásico del educador popular mexicano Carlos Núñez. Principalmente, porque nuestro trabajo entronca con una perspectiva teórico-práctica de la comunicación genuinamente latinoamericana, que ha sabido conectar con lo mejor del pensamiento crítico europeo y de otras latitudes (pp. 7-8).

La construcción de una perspectiva crítica holística que recoge e intenta conectar lo mejor del pensamiento latinoamericano, europeo y estadounidense es uno de los objetivos del autor español a lo largo de este libro. La obra es estructurada en tres grandes bloques temáticos. El primero aborda el complejo y controvertido concepto de “Sociedad de la información” en sus matices culturales, políticos, sociales y económicos: Marí Sáez proporciona un análisis de la dimensión geopolítica de la comunicación y la vincula con el proceso de la globalización capitalista. El autor subraya los desequilibrios y las brechas globales (estructurales y digitales), explora los rasgos principales que caracterizan a la sociedad de la información y realiza un balance crítico de la interactividad y de otro concepto controvertido, el fenómeno web 2.0. Posteriormente, el autor se centra en los imaginarios sociales y los mi-

tos de Internet y de los medios digitales. Marí Sáez hace hincapié en las limitaciones de las tecnoutopías conservadoras, compara la visión convencional y la visión constructivista de las tecnologías comunicativas, señala los riesgos del determinismo tecnológico y recupera la visión de la tecnología propia de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt y del mismo Marx (“pensador de la técnica”) para avanzar hacia una perspectiva sociocrítica de los nuevos medios, en la que se analizan críticamente y se deconstruyen los imaginarios sociales y los mitos que rodean todas las innovaciones tecnológicas.

El segundo bloque temático de la obra se centra en el asociacionismo, las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y los nuevos movimientos sociales, que el autor encuadra dentro del “tercer sector”. Marí Sáez propone una mirada relacional a este sector y cuestiona la mercantilización progresiva que lo ha venido caracterizando. Esta sección se cierra con reflexiones sobre el papel crucial de la comunicación en los nuevos movimientos sociales, donde el profesor de Cádiz critica las visiones miópicas e instrumentales del papel de las TIC en el activismo, reivindicando junto a autores como Melucci y Martín-Barbero “la vinculación de los procesos comunicativos construidos desde los movimientos sociales con la producción cultural” (p. 153).

El tercero y último bloque del libro, “El enfoque de la comunicación para el desarrollo y el cambio social”, comienza proporcionando un análisis crítico del polémico concepto de desarrollo para luego realizar un recorrido de los modelos de desarrollo y sus relaciones con los modelos de comunicación para el desarrollo en las tres etapas sociohistóricas de la modernización, de la dependencia y de la multiplicidad. Marí señala la emergencia en los años noventa de un concepto de desarrollo basado en la comunicación participativa que tiene sus raíces teóricas en el legado de Freire y que encuentra en los medios comunitarios –en particular en los radios– sus principales impulsores. El autor concluye su obra revisando los conceptos de capital social y capital informacional para referirse a la apropiación sociotecnológica de los movimientos sociales. Marí prefiere adoptar el concepto de capital informacional desarrollado por Hamelink porque permite “establecer distintos niveles en el proceso de apropiación social de las TIC” (p. 212) y por su multidimensionalidad, al contemplar tanto cuestiones como el acceso a las TIC, la formación necesaria para

manejar equipos y programas informáticos, cuanto la vinculación de la apropiación tecnológica de los movimientos sociales con el cambio social, el desarrollo comunitario y las nuevas prácticas emancipadoras surgidas en (y también gracias a) la Red.

Las aportaciones del autor español al debate contemporáneo sobre la comunicación, el cambio social y el papel de los nuevos medios de comunicación son múltiples y valiosas. Marí Sáez nos insta a aplicar siempre una mirada crítica al analizar los medios de comunicación y a cuestionar las ideologías, los imaginarios y los mitos que las rodean y frecuentemente llegan a constituir su esencia. Las perspectivas que Víctor Marí nos propone se configuran siempre como el resultado del conflicto entre varias fuerzas sociales, económicas y políticas situadas históricamente, que el autor es capaz de delinear, desglosar y examinar críticamente. Marí Sáez se conecta así con las nuevas tendencias críticas en el campo de los medios digitales que, sobre todo desde la economía política, han empezado a cuestionar los mecanismos participativos de la web 2.0 y el potencial democrático de las redes sociales (Andrejevic, 2013; Fuchs, 2009). Pero contrariamente a varios de estos nuevos estudios, que se encierran a veces en una perspectiva determinada, el autor nos proporciona una mirada holística que es capaz de sintetizar las fortalezas de varios enfoques, basándose tanto en la economía política y en la geopolítica de la comunicación, cuanto en los estudios culturales y en las apropiaciones, los usos y las prácticas de los actores sociales. La visión sobre las consecuencias de los medios digitales que el autor nos proporciona es siempre matizada y profunda, sobre todo porque consigue integrar la dimensión política y la dimensión cultural de la comunicación, evitando los reduccionismos propios de cada una de las tradiciones.

En la última década han florecido estudios que intentan cuantificar el aporte de las redes digitales en el ámbito del activismo y de los movimientos sociales (Bennett & Segerberg, 2013). En línea con el complejo fenómeno del *Big Data* (otro concepto tecnológico que merece una atenta deconstrucción crítica), la tendencia es dejar de lado los aspectos culturales para centrarse en cuestiones organizativas que puedan ser medidas más ágilmente a través de metodologías cuantitativas. Con su fuerte arraigo en el pensamiento latinoamericano, la obra de Marí Sáez nos advierte del peligro insito en dejar de lado la cuestión cultural y el

análisis de los imaginarios sociales a la hora de investigar las apropiaciones de los movimientos sociales e introduce un matizado balance entre perspectivas que puede beneficiar ampliamente este campo de estudio, en línea con las nuevas perspectivas críticas que intentan analizar la comunicación y el activismo desde las mediaciones y las prácticas comunicativas (Mattoni & Treré, 2014).

Finalmente, las reflexiones del autor acerca del concepto de cambio social y de comunicación para el cambio pueden contribuir al debate contemporáneo sobre el concepto de *mediatization* que en los últimos años se ha afirmado —en particular en la academia europea— como concepto dominante en la investigación sobre cambio y medios de comunicación (Couldry & Hepp, 2013). En este campo, mucho se ha explorado sobre medios digitales y prácticas comunicativas, pero muy poco se ha hundido en el concepto de cambio relacionado con los medios. La perspectiva delineada por el autor español puede contribuir a enriquecer este fértil debate que a veces puede correr el riesgo de encerrarse en visiones de la comunicación demasiado eurocéntricas. En el campo de la comunicación, nos recuerda este libro de Marí Sáez, nunca como ahora fue más precisa la necesidad de realizar análisis críticos, de cruzar miradas a diferentes latitudes e integrar perspectivas diferentes sin encerrarse en los peligros de los varios *ismos* que siguen minando el ámbito comunicativo.

### **Bibliografía**

- Andrejevic, M. (2013). *Infoglut: How too much information is changing the way we think and know*. Nueva York, EE.UU.: Routledge.
- Bennett, W. L. & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge, Inglaterra: Cambridge University Press.
- Couldry, N. & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23, 191-202.
- Fuchs, C. (2009). Information and communication technologies and society. A contribution to the critique of the political economy of the Internet. *European Journal of Communication*, 24 (1), 69-87.
- Mattoni, A. & Treré, E. (2014). Media practices, mediation processes and mediatization in the study of social movements. *Communication Theory*, 24 (3), 252-271.