



BIBLIOTECA

Comunicar para transformar, transformar para comunicar



MARÍ SÁEZ, Víctor (2011): *Comunicar para transformar, transformar para comunicar. Tecnologías de la información desde una perspectiva de cambio social*. Madrid: Popular.

A Víctor Marí le conocí personalmente hace unos quince años, en el

barrio de Vallecas de Madrid; desde entonces, aunque no hemos tenido muchas ocasiones de volver a encontrarnos, he admirado su trayectoria y su tesón para sistematizar y pensar las experiencias de las organizaciones ciudadanas y de los movimientos sociales desde la perspectiva de la Comunicación.

En aquella época —mediados de los 90— andábamos implicados en organizaciones de base, ONGs y movimientos sociales con los que adaptamos y pusimos en práctica un legado que, quiero pensarlo así, siempre reivindicaremos con orgullo: la Pedagogía de la Educación Popular, cuyo principal inspirador y teórico, como es sabido, fue el filósofo y alfabetizador brasileño Paulo Freire (1921-1997).

En esta Pedagogía, cultivada desde sus orígenes como instrumento al servicio de la emancipación de los oprimidos, las dialécticas entre pen-

samiento y acción, educación y transformación, comunicación y cambio articulan la teoría y la práctica de una praxis liberadora que, desde los años 70 hasta hoy, ha dejado su huella en no pocos movimientos sociales, principalmente en América Latina y, en cierta medida, también en España, sobre todo en sectores cristianos de base y/u otros vinculados al desarrollo comunitario, la animación sociocultural, la educación social y la cooperación al desarrollo.

Lo primero de lo que quiero dejar constancia en esta modesta recensión de *Comunicar para transformar, transformar para comunicar*, es que su autor sencillamente sabe de lo que habla, no solo porque lo ha estudiado —con buen arte, por cierto a tenor del importante aparato crítico del que hace gala en su obra—, sino también porque lo ha vivido, porque ha estado implicado activamente en la tarea de transformar el mundo y de pensarlo desde la práctica de su transformación. En definitiva, un ejemplo a seguir.

Víctor Manuel Marí Sáez es profesor del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Cádiz. Licenciado en Comunicación Audiovisual (Universidad Complutense) y Doctor en Periodismo (Universidad de Sevilla). Premio Extraordinario de Doctorado.

Es director del grupo de investigación “Comunicación y Ciudadanía Digital” y participa como investigador en el proyecto del Plan Nacional de I+D “Nuevas tecnologías de la

información y participación ciudadana”. Experto en Comunicación Educativa, ha trabajado como asesor en comunicación para diferentes organizaciones sociales españolas.

Profesor visitante, entre otras, de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (El Salvador), Universidad de la Frontera (Chile) y Universidad de Roskilde (Dinamarca). Autor de numerosos artículos sobre comunicación, educación, participación social y desarrollo publicados en revistas nacionales e internacionales especializadas en la materia. Autor de *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación* (1999) y coordinador de *La red es de Todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la Red* (2004), este último publicado también en Editorial Popular.

El currículum académico de Víctor Marí habla por sí solo de su importante recorrido como investigador y docente; sin embargo, su currículum social no desmerece en nada, al contrario, el rigor y la calidad de su trabajo académico, principalmente para quienes entendemos que un científico social no puede hacer Teoría Crítica desde la neutralidad, sino desde el compromiso solidario con los oprimidos.

El punto de partida de *Comunicar para transformar, transformar para comunicar* son estas preguntas: ¿Por qué motivos la comunicación tiende a vincularse con unos imaginarios orientados a la transmisión de información y a la modificación persuasiva de las conductas de los ciudadanos-

audiencias? ¿Qué procesos han llevado a asociar el término “comunicación” con “mediación tecnológica” y con “transmisión/persuasión” hasta el punto de naturalizar las conexiones entre estos conceptos? ¿Por qué, al pensar la comunicación, no surgen tan fácilmente sus conexiones con la transformación social?

Desde una perspectiva crítica, Marí proyecta una mirada a tres dimensiones que aparecen estrechamente interrelacionadas en las prácticas comunicativas solidarias de nuestros días:

1. La Sociedad de la Información, las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y las múltiples herramientas interactivas que van surgiendo en su seno.

2. Las organizaciones solidarias (ONG, movimientos sociales), las tensiones que viven en el actual contexto y que les conduce hacia una mayor mercantilización no hacia la profundización de su crítica a la globalización capitalista; y

3. El enfoque de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, como una perspectiva teórica más coherente y fecunda para pensar el modo de diseñar los procesos comunicativos orientados a la transformación social.

Como confiesa el autor en el Prólogo de su obra,

“El título del presente libro (...), rinde homenaje, por mu-

chos 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”. (Marí Sáez, V., 2011).

El libro está dirigido a animadores socioculturales, miembros de las organizaciones solidarias, estudiantes universitarios, gestores culturales, educadores, investigadores, etc. que desean pensar acerca de las tecnologías de la información y sobre la comunicación desde enfoques alternativos a los dominantes.

Las tres dimensiones a las que antes he hecho referencia, estructuran las tres partes en las que se subdivide la obra: 1. Sociedad de la Información; 2. Asociacionismo, ONG y Movimientos Sociales; y 3. El enfoque de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social.

En la primera parte de la obra, Sociedad de la Información, Marí aborda, en primer lugar, la dimensión geopolítica de la comunicación, vinculándola con el proceso de la globalización capitalista. A continuación, despliega los rasgos que caracterizan a esta Sociedad de la Información; y, finalmente, enfoca críticamente los imaginarios sociales y los mitos dominantes acerca de Internet y las TIC.

El autor señala los límites de las tecnoutopías conservadoras, que vinculan el desarrollo de las TICs a las políticas de modernización. Analiza la globalización desde los puntos de vista económico, político y cultural, para poner de relieve los grandes desequilibrios comunicativos a escala mundial y las brechas, digital y estructural, que lleva aparejada la Sociedad de la Información.

Siguiendo a Delarde, caracteriza a la Sociedad de la Información en veinte rasgos, para después explorar críticamente los conceptos de *interfaz*, *interactividad* e *interacción*, poniéndolos en relación con las posibilidades que despliegan las nuevas TIC, conceptos sobre los que, en buena medida, se soporta ideológicamente el desarrollo de Internet y de la llamada Web 2.0.

Con relación a los imaginarios sociales y los mitos de Internet y de las TIC, Marí compara la visión convencional y la visión constructivista de las tecnologías de la información; señala el determinismo tecnológico y el enfoque social de las tecnologías y recupera la visión de la tecnología que tuvieron la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt y el propio Marx, para señalar la posibilidad de una definición de las nuevas TIC desde una perspectiva sociocrítica, en la que se pongan en cuestión los imaginarios sociales y los mitos que giran en torno a los avances tecnológicos e Internet.

El segundo gran bloque temático de *Comunicar para transformar, transfor-*

mar para comunicar está dedicado, como ya se ha dicho, al fenómeno del asociacionismo, las ONG y los nuevos movimientos sociales, encuadrándolos dentro de lo que se ha venido a denominar Tercer Sector, relacionando todo ello con la comunicación.

Marí explica el nacimiento del Tercer Sector, su dimensión relacional, las definiciones de las que ha sido objeto y su evolución entre los años 60 y 90; a continuación, expone varias clasificaciones posibles de las asociaciones españolas y plantea el problema de la mercantilización progresiva de este Sector.

Para Marí merece atención específica el campo de las ONG, de las cuales señala las diversas definiciones que han recibido, su nacimiento, auge y declive, dentro de un proceso histórico en el que cabe poner en tela de juicio su papel sociopolítico en el contexto del capitalismo globalizado.

No escapan al interés del autor los enfoques teóricos en torno a los nuevos movimientos sociales y su caracterización específica en la Era de la Información. La segunda parte de *Comunicar para transformar, transformar para comunicar* se cierra haciendo referencia a las relaciones entre movimientos sociales y comunicación y organizaciones sociales y TIC.

Por último, en la tercera parte del libro, "Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social", aborda críticamente el concepto de desarrollo para, a continuación, describir y relacionar modelos de *desarrollo* y

modelos de *comunicación para el desarrollo*, cerrando con un capítulo, a modo de propuesta final, en el que plantea la relación entre comunicación participativa, desarrollo y medios comunitarios.

Marí expone qué modelos de desarrollo y de comunicación han estado relacionados entre sí en las tres etapas en las que divide el proceso sociohistórico: modernización, dependencia y multiplicidad, señalando la emergencia en los noventa de un concepto de desarrollo y comunicación basados en la participación.

Para el autor, este nuevo enfoque de la comunicación y el desarrollo hunde sus raíces en el legado del filósofo, pedagogo y alfabetizador brasileño Paulo Freire; y en sus orígenes su principal exponente son los medios comunitarios —destaca el papel de las radios— los principales impulsores de la *comunicación participativa para el Desarrollo*.

Más allá de la descripción de sus orígenes, Marí se adentra en la conceptualización que los medios comunitarios han experimentado en el proceso de globalización capitalista; e introduce los conceptos de *capital social* y *capital informacional* para referirse a la apropiación tecnológica llevada a cabo por los movimientos sociales.

El libro se cierra con una excelente bibliografía, que da fe del importante trabajo de exploración y sistematización de fuentes llevado a cabo. De hecho, el libro cuenta con una abundante citación de autores, que no solo

informa del rico marco de referencia del autor, sino que también es muy útil como orientación para investigadores y docentes.

Me gustaría terminar esta recensión, recomendando, por supuesto, el libro de Víctor Marí; pero también, a partir de su lectura, quiero sugerir la cuestión de cómo afrontar hoy el reto del cambio en una sociedad que, a través de múltiples medios y voceros, nos exige que cambiemos constantemente, que nos adaptemos a las nuevas condiciones que el capitalismo globalizado, financiero e informacional impone a gobiernos y ciudadanías.

Me refiero a qué respuesta dar, tanto a nivel teórico como práctico, a esa poderosa corriente ideológica que, al mismo tiempo que nos exige cambiar y adaptarnos a los cambios de forma permanente —que, en nuestra época, exigen además una constante actualización tecnológica—, nos impele a ser siempre creativos, a estar innovando y reinventándonos una y otra vez, a asumir, en definitiva, el *emprendimiento innovador* (de base tecnológica casi siempre) como una constante vital, a riesgo de desaparecer o ser excluidos de la economía (y, por tanto, de la sociedad y de la vida). Frente a este *darwinismo social, neoliberal y tecnoutópico* ¿qué instrumentos, teóricos y prácticos, pueden aportarnos la pedagogía y la comunicología liberadoras?

Francisco Javier Malagón Terrón
Universidad Complutense de Madrid
fjmalagon@ccinf.ucm.es