

## COMUNICACIÓN Y PODER

Manuel Castells.

Madrid: Alianza Editorial. 2008

Hubo tiempos en que la reseña fue considerada un arte minúsculo, una tarea de segunda o tercera mano, un esfuerzo que no merecía tomarse molestia alguna. A ello cooperaron, sin duda, esas crónicas brevísimas que describen el texto en cuestión, enumeran sus capítulos y, en un alarde de precisión, identifican la cantidad de páginas. Tal vez, al menos en el ámbito de la producción intelectual y de las revistas especializadas, un hito fue la decisión del filósofo Paul K. Feyerabend. Decidió reseñar libros en una revista que él mismo ayudó a fundar, que aún se publica y se llama *Common Knowledge*. El hecho que este adalid de una epistemología anarquista, suelto de estilo y enemigo de las metodologías-corsé, eligiera rescatar el género de las reseñas, puso las exigencias en otro nivel.

Constatemos, por de pronto, que un número significativo de revistas académicas incluye varias reseñas, al menos. Y cada una de ellas no es una ficha, un esqueleto sin carne ni sangre, una crónica deslavada y franciscana, algo que pueda volver prescindible y reemplazable a quien la escribe. Nada de eso. Se trata, precisamente, de lo contrario. A estas alturas, una reseña que valga el nombre coloca al libro reseñado en el contexto de la literatura afín, despliega los aportes eventuales y, ni qué dudarlo, lo somete a la severa y justa crítica que todo buen texto se merece. Porque, como lo saben los que de esto saben, sólo los buenos libros provocan y merecen una crítica a la altura.

Valgan estas aclaraciones para encarar, con plena conciencia de los riesgos implicados, un comentario argumentado del más reciente de los libros traducidos al español del ya reconocido y respetado sociólogo español Manuel Castells. A diferencia, probablemente, de la mayor de sus libros anteriores, Castells en este busca fundamentar sus propuestas y razonamientos en disciplinas que no son de sus competencias largamente admitidas. Esto no es, de por sí, un defecto pero, sin duda, expone a cualquier autor colocándolo en un terreno que no le resulta necesariamente propicio. Es el caso que Castells se ve requerido de recurrir a las ciencias cognitivas y a la teoría de la comunicación más convencional para dar respaldo a sus tesis como comunicación y poder. Hay que examinarlo.

Antes de abordar estas cuestiones complejas, digamos que Castells trae hasta este libro algunos de los planteamientos centrales formulados en textos anteriores. Es el caso de su concepción de la sociedad red, de la política en el escenario de los medios, y la distinción entre comunicación de masas y 'self-mass communication'. Estas ideas se entrelazan con una revisión de las concepciones sociológicas del poder, las teorías cognitivas relativas al procesamiento de la información en los seres humanos y los desarrollos asociados a la hipótesis de la agenda-setting (y sus nociones asociadas de 'priming' y 'framing'). Se trata

de un esfuerzo inmenso. En materia de poder, Castells revisa conceptos clásicos como los de Weber y desarrollos más recientes al estilo de Foucault y otros autores; con todo, su objetivo es colocar estas reflexiones en el marco de la sociedad red, la nueva realidad social y cultural de nuestros días, sin dejar de aludir expresamente a la idea de globalización. Así, sostiene que “El actual proceso de globalización tiene su origen en factores económicos, políticos y culturales, según han documentado los estudios académicos sobre la globalización. Pero, tal como sugieren una serie de estudios, las fuerzas que impulsaron la globalización sólo pudieron desencadenarse porque tenían a su disposición la capacidad de conexión en red global que proporcionan las tecnologías digitales de comunicación y los sistemas de información, incluyendo las redes informatizadas de transporte rápido a larga distancia”. (p. 51)

La centralidad de las tecnologías de comunicación es un rasgo en las elaboraciones de Castells. Y continúa siéndolo cuando examina los temas del poder: “Para analizar las relaciones de poder es necesario comprender la especificidad de las formas y procesos de la comunicación socializada, que en la sociedad red se refiere tanto a los medios de comunicación multimodales como a las redes de comunicación horizontales interactivas creadas en torno a Internet y la comunicación inalámbrica. Efectivamente, estas redes horizontales posibilitan la aparición de lo que yo llamo “autocomunicación de masas”, que incrementa de forma decisiva la autonomía de los sujetos comunicantes respecto a las empresas de comunicación en la medida en que los usuarios se convierten en emisores y receptores de mensajes” (p. 25). En suma, Castells se propone un nuevo enfoque para develar el poder en la sociedad red recurriendo a la comprensión de la estructura y la dinámica de la comunicación en este particular contexto histórico.

En escritos anteriores Castells introdujo la distinción entre comunicación de masas y “self mass communication”. La traducción que reseñamos en estas líneas traduce la última expresión como “autocomunicación de masas”. Tenemos la impresión de que tal traducción se queda corta para transmitir la idea. Tal vez, una mejor alternativa sea “comunicación interpersonal masiva”. De una parte, la expresión “de masas” mantiene sin análisis crítico un concepto de difícil aceptación, puesto que más que aludir a grandes cantidades de personas (sentido cuantitativo de la expresión) retiene una dimensión cualitativa cuestionable: entidades colectivas pasivas y esencialmente controlables y manipulables. Tal es la concepción de ‘receptor’ o de ‘audiencia’ que manejó la tradición teórica en el área, representada principalmente por la teoría crítica de la sociedad y por autores como Gustave Le Bon, Sigmund Freud o José Ortega y Gasset. Si esta clase de aclaraciones no se explicita, entonces la expresión induce ostensibles ambigüedades. Por otra parte, Castells se está refiriendo a relaciones interpersonales mediadas por tecnologías como el computador portátil o el celular, y experiencias colectivas como las redes sociales del tipo Facebook o MySpace. Así, frente a una comunicación desde una sola fuente hacia muchos receptores, se desarrolla recientemente un formato de uno-a-uno entre muchos. Castells las diferencia,

por ejemplo, comparando la verticalidad de la primera versus la horizontalidad de la segunda. Mientras los roles de emisión y recepción están más o menos rígidamente establecidos en la comunicación a través de los medios de comunicación tradicionales, la comunicación interpersonal genera el intercambio, la interacción y el cruce de estos roles.

La referida distinción es crucial a la hora de entender la tesis castelliana sobre el poder. Con sus propias palabras: “Mi hipótesis de trabajo es que la forma esencial de poder está en la capacidad para modelar la mente... Si la batalla primordial para la definición de las normas de la sociedad y la aplicación de dichas normas a la vida diaria gira en torno al moldeado de la mente, la comunicación es fundamental en esta lucha, ya que es mediante la comunicación como la mente humana interactúa con su entorno social y natural. Este proceso de comunicación opera de acuerdo con la estructura, la cultura, la organización y la tecnología de comunicación de una determinada sociedad” (p. 24). Establecida la premisa (la modelación de la mente humana), se genera la conclusión que conduce a las ciencias cognitivas: hay que comprender las formas cómo la mente humana procesa los mensajes. Según Castells, sólo recientemente los análisis políticos están haciéndose cargo de este hecho. El sociólogo español recoge de las ciencias cognitivas la tesis de que nuestros cerebros procesan la información y los acontecimientos internos o externos a partir de mapas, que son redes de asociación. Estos mapas son, pues, principios organizadores. La activación de la mente, y el acceso a los mapas, ocurre a través del lenguaje mediante protocolos de comunicación, entre los cuales destacan nítidamente las metáforas. Las redes neuronales de asociación conforman marcos. En un alarde de síntesis, Castells formula así el proceso del poder: “¿quién enmarca a quién, cómo y por qué?” (p. 259), dado el hecho general de que la comunicación se “produce activando las mentes para compartir significado” (p. 191).

Castells recurre a Damasio, Lakoff o Feldman entre los practicantes de la neurociencia para dar apoyo a sus tesis. Aquí surge la interrogante de si las ciencias cognitivas constituyen un conjunto relativamente homogéneo de planteamientos y si los autores escogidos por él representan perfectamente ese conjunto. Puede afirmarse que tal homogeneidad no existe. Y podría recordarse que otros autores (Fodor, entre ellos) han expresado profundas discrepancias con el programa total de las ciencias cognitivas. Por lo demás, hay también otros autores con explicaciones tal vez disonantes: Gazzaniga, Thagard, Varela. En fin, se trata de las partes menos convincentes de este notable libro de Castells.

Otra interrogación significativa surge cuando el sociólogo español recurre a las nociones asociadas a la hipótesis de la agenda-setting: el establecimiento de la agenda de la opinión pública por parte de los medios de comunicación, el enmarcado (framing) y el priming (formulación de relevancias). Es explicable que la idea de enmarcado sugiera a Castells la conexión casi obvia con la conformación de marcos en el procesamiento cerebral de la información. Sin embargo, la literatura más reciente sugiere algunas dudas sobre el valor explicativo de los conceptos de la hipótesis de la agenda-setting (Bennett e Iyengar, 2009),

particularmente en el ámbito de la política. Castells ya había incursionado en la ejemplificación del modelado de las mentes en su análisis sobre la guerra de Iraq y la relación, en este tema, entre el gobierno de los Estados Unidos y los medios de comunicación estadounidenses (Arsenault y Castells, 2008), examen que es vuelto a considerar en el libro que estamos reseñando.

En relación a la política, Castells retoma sus tesis formuladas hace ya una década en la trilogía que es su obra fundamental. De acuerdo a estas tesis, la política se desarrolla fundamentalmente en el escenario de los medios de comunicación. Reiterando, el sociólogo español afirma que ello no significa “que los medios de comunicación ostenten el poder. No son el Cuarto Poder. Son mucho más importantes: son el espacio donde se crea el poder. Los medios de comunicación constituyen el espacio en el que se deciden las relaciones de poder entre los actores políticos y sociales rivales” (p. 262). Se trata de cuestiones complejas por que él no deja de reparar en el hecho de que la credibilidad de los medios ha caído sensiblemente en los últimos, fenómeno que hay que asociar, probablemente, con la crisis de legitimidad de las instituciones políticas y los partidos, y la consecuente baja en la participación de los ciudadanos. Castells está interesado en argumentar, más específicamente, que la política medial es, esencial aunque no únicamente, política del escándalo. Advierte que la propagación de la deslegitimación de las instituciones, tan presente en los medios de comunicación, acarrea el riesgo de la propia deslegitimación. Afirma que “las noticias negativas sobre las instituciones sociales en general pueden socavar la credibilidad de todas las instituciones, medios de comunicación incluidos” (p. 385).

El último capítulo del libro, que lleva el título de “Reprogramando las redes de comunicación”, así como la conclusión, exhiben a un Castells interesado no ya en la explicación consistente de las realidades de la comunicación en el escenario de la sociedad red sino en las bases posibles de un cuestionamiento del poder así como se lo ejerce actualmente. Admitiendo la desafección de los ciudadanos respecto de las instituciones políticas y de la democracia tal como se la experimenta de hecho, Castells afirma que los ciudadanos, en el mundo entero, no han abandonado el ideal de una sociedad democráticamente conducida. La pregunta sustantiva que sigue a partir de la premisa anterior es aquella que se interroga sobre cómo contrarrestar los estilos de poder existentes. En sus propias palabras: “La democracia sólo puede reconstruirse en las condiciones específicas de la sociedad red si la sociedad civil, en su diversidad, puede romper las barreras corporativas, burocráticas y tecnológicas de la construcción de imágenes sociales” (p. 392). Castells busca una respuesta a esta pregunta en la naturaleza de la comunicación interpersonal masiva, la que ofrece múltiples oportunidades para los movimientos sociales y las políticas insurgentes y su instalación en el espacio público, entendido ahora como las redes de comunicación multimodal. En un alarde de formulación de un programa político, afirma que “Si el poder se ejerce mediante la programación e interconexión de redes, el

contrapoder o intento deliberado de cambiar las relaciones de poder se lleva a cabo reprogramando las redes en torno a intereses y valores alternativos y/o interrumpiendo las conexiones dominantes e interconectando redes de resistencia y cambio social” (p. 552). En una palabra, lo que las redes horizontales de comunicación (cuyas bases han sido sentadas por Internet) están haciendo posible es la construcción independiente de significados.

Así, este libro más reciente de Castells combina su habitual manejo de datos duros, una menos convincente búsqueda de apoyos en las ciencias cognitivas, y la formulación de los contornos de una política ciudadana alternativa. De allí sus fortalezas, pero también sus defectos. Como sea, se trata de un texto ineludible, imposible de ignorar, y una referencia obligada en la reflexión y explicación de los más recientes escenarios de la comunicación.

Edison Otero