

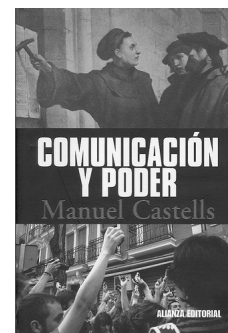
## Crítica de libros

CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009, 679 p. Traducción de María Hernández. ISBN 978-84-206-8499-4

**POR MANUEL MARTÍNEZ NICOLÁS**

Profesor de la Universidad Rey Juan Carlos

\* En catalán: CASTELLS, M. *Comunicació i poder*. Barcelona: UOC. Col·lecció UOCpress, 14, 2009, 796 p. ISBN: 978-84-9788-856-1/ En inglés: CASTELLS, M *Communication power*. Nueva York: Oxford University Press, 2009, 592 p. ISBN: 978-0-19-956704-1



### ¿Qué hay de nuevo en la sociedad red?

La situación del mundo a las puertas del nuevo milenio podría muy bien recordar aquella otra que a mediados del XIX permitiera a Marx y Engels constatar que “todo lo sólido se desvanece en el aire”, un diagnóstico que Marshall Berman (1982) llevaría al título de un apasionante trabajo sobre aquel mundo cambiante bajo el impulso del movimiento obrero y los artifices de la primera modernidad. Siglo y medio después, todo lo sólido construido desde entonces parece desvanecerse de nuevo, y las ciencias sociales llevan un par de décadas tanteando cuál pueda ser el espíritu de la época: *sociedad multicultural* (Kymlicka 1995), *sociedad líquida* (Bauman 2000), *sociedad del riesgo* (Beck 1986) o *sociedad global*.

Manuel Castells ha propuesto captar la renovada fenomenología del mundo social desde la categoría conceptual de *sociedad red* para desvelar el desmoronamiento de las estructuras jerárquicas recibidas (el estado nación, la familia patriarcal, la economía industrial y la cultura de masas), sustituidas paulatinamente por un nuevo espacio reticular de nodos y flujos generado por lógicas de enlace e interacción. Lo mismo que no hay ya trayectorias vitales fijadas ni condiciones seguras, las viejas jerarquías parecen también desvanecerse en el aire. Esta quiere ser la contribución de Castells a nuestra comprensión de la evanescencia del mundo que heredamos.

No tiene la obra de Castells voluntad de sistema, porque no propone un sistema categorial clausurado y completo; además, no puede ser éste el estilo de pensamiento de un pensador reticular. Pero sí tiene un afán sistemático por poner a prueba la capacidad heurística de la noción de sociedad red rastreando la vida social para identificar las redes que la conforman —económicas, políticas, culturales, informacionales—, y eso con una pertinacia quizá sólo igualada por Bauman en busca de licuefacciones sociales. Este afán de exploración sistemática le lleva ahora a tirar de uno de los hilos que quedaron al descubierto en *El poder de la identidad* (1998) contra el fondo de tapiz de la nueva condición “impotente” del estado nación

moderno: el de la crisis de la democracia representativa y las posibilidades de su reconstrucción. El resultado es *Comunicación y poder*, un trabajo que retoma justamente las preguntas con las que Castells cerraba aquel volumen: “¿Dónde está el poder en esta estructura social? ¿Y qué es el poder en estas condiciones?” (Castells 1998, 398).

Más que una teoría general del poder, Castells propone aquí una reflexión sobre la constitución del poder en las sociedades contemporáneas, y en particular del poder político, atribuyendo un papel central a la comunicación como fuente y recurso para la construcción de aquél. Castells parte (capítulo 1) de una concepción discutible del poder, que entiende exclusivamente como ejercicio del *dominio*: “El poder para hacer algo [...] es *siempre* el poder de hacer algo contra alguien [...]” (p. 37). Una teoría negativa del poder que se justifica por el consenso teórico que Castells busca y encuentra (forzando a Habermas, ignorando a Arendt) en torno a la idea de que el poder se construye básicamente por mediación de dos instrumentos: la violencia y los discursos, sobre todo en aquellos que Foucault llamara *discursos disciplinarios*. Reducida la capacidad coercitiva del estado, la batalla se centraría ahora en los discursos, en el significado, en disciplinar las mentes: “El poder en la sociedad red es el poder de la comunicación” (p. 85).

Los discursos hay que generarlos, pero sobre todo hay que propagarlos para que logren su propósito. Castells dirige entonces la exploración (capítulo 2) hacia el sistema de comunicación en que se está jugando ese juego de los discursos, y detecta que la comunicación de masas unidireccional en manos de las grandes corporaciones multimedia no es ya la única forma de organizar y gestionar los intercambios simbólicos en esta sociedad. Emerge ahora una “nueva forma histórica de comunicación social”, la “autocomunicación de masas” soportada en las tecnologías digitales interactivas. El signo de los tiempos es el de la autonomía comunicacional: contenido autogenerado, emisión autodirigida y recepción autoseleccionada (p. 108). Pero en el análisis que sigue a esta constatación, Castells quiere disipar cualquier ingenua ilusión al res-

pecto: “No obstante, ese potencial para la autonomía está modelado, controlado y cercenado por la creciente concentración e interrelación de las corporaciones de medios y de operadores de redes en todo el mundo” (p. 188), que actúan con la complacencia y protección de unas políticas reguladoras que están privatizando y fragmentando la gestión de las “tuberías de la Galaxia Internet” (p. 153).

Pero volvamos a los discursos, a esa disciplina de las mentes que Castells ha situado en el centro del ejercicio del poder en la sociedad red. Fiel a su radicalismo (de raíz, claro), Castells se apoya aquí en las últimas aportaciones de las neurociencias sobre el funcionamiento del cerebro (Damasio), y de la psicología cognitiva sobre la organización de la experiencia (Lakoff, pero no Bateson, ni Goffman). La mente funciona generando *marcos (frames)* para orientarse en el entorno, interpretar lo que sucede y decidir la acción, porque así la hacen funcionar las redes neuronales del cerebro. El poder, por tanto, es poder para definir estos marcos y poder para comunicarlos. Decir entonces que “el poder se origina en los remolinos de la mente” (p. 202) es una especie de provocación poética que Castells subsana a continuación con un pertinente análisis sobre la “conquista de las mentes” desplegada para ganar el consentimiento de la opinión pública estadounidense a la guerra contra Irak. Y es así como funciona el poder, en efecto: en la cerrada alianza entre sistema político y sistema mediático central —los *mainstream media*— para crear y difundir marcos, sin desdeñar, obviamente, la base neuronal que todo esto pueda tener.

En los dos últimos capítulos, Castells indaga en los mecanismos mediante los que se construye el poder político en las sociedades contemporáneas. La clave la encuentra en el papel que desempeñan en la vida política los medios de comunicación, sean aquellos propiedad de grandes corporaciones profesionales dedicadas al negocio de la comunicación de masas, sean estos otros nuevos que permiten una autocomunicación masiva soportada en las tecnologías digitales interactivas. Los primeros, asociados de forma prioritaria a las distorsiones generadas por la *política mediática*; los segundos, a una promisorio *política insurgente*. Sobre aquella (capítulo 4), Castells censa las consecuencias que para el ejercicio de la política democrática depara la connivencia de intereses entre el sistema político y las organizaciones mediáticas: personalización de la política, profesionalización de las campañas, *spin doctoring*, marketing político, *think tanks*, infoentretenimiento, política del escándalo, etc. Sobre ésta (capítulo 5), expone con detalle unas cuantas experiencias cuyo denominador común es el aprovechamiento de las TIC para propiciar “nuevas formas de política insurgente con capacidad para transformar totalmente las prácticas políticas” (p. 398): la campaña contra el cambio climático, el movimiento antiglobalización, las movilizaciones contra la manipulación gubernamental tras los atentados del 11-M y la victoria electoral del “improbable candidato” Barack Hussein Obama.

Todo texto tiene, en efecto, niveles de lectura distintos, que no es sino otra forma de decir que tiene lectores que lo abor-

darán con distintos niveles de expectativa y exigencia. *Comunicación y poder* es un buen y documentado estado de la cuestión centrado básicamente en las distorsiones que ha venido acumulando el funcionamiento de la vida política democrática por las constricciones que ejerce sobre ella eso que Swanson (1992) denominó el *complejo político-mediático*, y sobre las posibilidades que ofrecen las TIC para alterar esta situación. Será de provecho, por tanto, para quienes se acerquen por vez primera a explorar este territorio.

Sin embargo, quienes estén familiarizados con las aportaciones realizadas en ámbitos como la economía política de la comunicación o los estudios sobre comunicación política es probable que encuentren en *Comunicación y poder* una obra intelectualmente menos estimulante. Y más aún, tendrán la tentación de preguntarse qué hay de nuevo en esta sociedad red cuando la literatura especializada viene dejando constancia desde hace no menos de 25 ó 30 años de buena parte de las estructuras y procesos que aquí nos describe Castells: el dominio ejercido por los grandes conglomerados mediáticos (Schiller, Mosco, Hamelink, McChesney, Smythe), los mecanismos de manipulación de la opinión pública y de fabricación del consenso (Kurt y Gladys Lang, Glasser y Salmon, Herman y Chomsky), la crisis de la democracia inducida por el modo en que se conducen los procesos políticos contemporáneos (Blumler, Gurevitch), las técnicas de mercadotecnia que envilecen las modernas campañas electorales (Swanson, Mancini), el imperio de la política espectáculo y del escándalo (Edelman, Thompson), por no hablar de la legión de trabajos sobre *agenda-setting*, *priming* y *framing*.

Este tipo de lector, en definitiva, irá apurando la lectura de *Comunicación y poder* y volverá una y otra vez a la pregunta crucial a la que nos invita Castells: ¿dónde está el poder en esta nueva sociedad red? Y encontrará esta respuesta: “Los dueños de las redes empresariales multimedia globales [...] son sin duda los que ostentan el poder de la sociedad red porque programan la red fundamental: la metarred de redes de comunicación, las redes que procesan los materiales ideacionales con los que sentimos, pensamos, vivimos, presentamos nuestras ideas y luchamos” (p. 541). Pensará entonces que aunque todo lo sólido parece desvanecerse entre tanta red, a la postre lo sólido de siempre sigue en su lugar.

---

## Referencias

BAUMAN, Z. *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica, 2003 (publicación original: 2000).

BECK, U. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998, 304 p. (publicación original: 1986).

BERMAN, M. *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad*. Madrid: Siglo XXI, 1991, 4ª edición, 400 p. (publicación original: 1982).

CASTELLS, M. *La era de la información: economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad, vol. 2*. Madrid: Alianza, 1998, 565 p. (publicación original: 1997).

KYMLICKA, W. *Ciudadanía multicultural. Una teoría liberal de los derechos de las minorías*. Barcelona: Paidós, 1996, 303 p. (publicación original: 1995).

SWANSON, D. "The political-media complex". En: *Communication Monographs*, 29, 1992.