

Crítica de llibres

CASTELLS, M. *Comunicació i poder*. Barcelona: UOC.
Col·lecció UOCpress, 14, 2009, 796 p. ISBN: 978-84-9788-856-1

PER MANUEL MARTÍNEZ NICOLÁS

Professor de la Universidad Rey Juan Carlos

* En castellà: CASTELLS, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial, 2009, 679 p.
ISBN: 978-84-206-8499-4 / En anglès: CASTELLS, M. *Communication power*. Nova York:
Oxford University Press, 2009, 592 p. ISBN: 978-0-19-956704-1



Què hi ha de nou en la societat xarxa?

La situació del món a les portes del nou mil·lenni podria ben bé recordar aquella altra que, a mitjan segle XIX, va permetre Marx i Engels constatar que “tot allò que és sòlid s'esvaeix en l'aire”, un diagnòstic que Marshall Berman (1982) portaria al títol d'un treball apassionant sobre aquell món canviant sota l'impuls del moviment obrer i els artífexs de la primera modernitat. Al cap d'un segle i mig, tot allò sòlid construït des d'aleshores sembla esvair-se de nou, i les ciències socials temptegen, des de fa un parell de dècades, quin pot ser l'esperit de l'època: *societat multicultural* (Kymlicka 1995), *societat líquida* (Bauman 2000), *societat del risc* (Beck 1986) o *societat global*.

Manuel Castells ha proposat captar la renovada fenomenologia del món social des de la categoria conceptual de *societat xarxa* per revelar l'esfondrament de les estructures jeràrquiques rebudes (l'estat nació, la família patriarcal, l'economia industrial i la cultura de masses), substituïdes gradualment per un nou espai reticular de nodes i fluxos generat per lògiques d'enllaç i d'interacció. De la mateixa manera que ja no hi ha trajectòries vitals fixades ni condicions segures, sembla que les velles jerarquies també s'esvaeixen en l'aire. Aquesta vol ser la contribució de Castells a la nostra comprensió de l'evanescència del món que heretem.

L'obra de Castells no té voluntat de sistema, perquè no proposa un sistema categorial clausurat i complet; a més, aquest no pot ser l'estil de pensament d'un pensador reticular. Però sí que té un afany sistemàtic per posar a prova la capacitat heurística de la noció de societat xarxa rastrejant la vida social per identificar les xarxes que la conformen —econòmiques, polítiques, culturals, informacionals—, i això amb una pertinència potser només igualada per Bauman a la recerca de liqüefaccions socials. Aquest afany d'exploració sistemàtica el porta ara a estirar d'un dels fils que van quedar al descobert a *El poder de la identitat* (1998) contra el fons de tapís de la nova condició “impotent” de l'estat nació modern: el de la crisi de la democràcia representativa i les possibilitats de recons-

truir-la. El resultat és *Comunicació i poder*, un treball que prèp justament les preguntes amb què Castells tancava aquell volum: “¿Dónde está el poder en esta estructura social? ¿Y qué es el poder en estas condiciones?” (Castells 1998, 398).

Més que una teoria general del poder, Castells proposa aquí una reflexió sobre la constitució del poder en les societats contemporànies i, en particular, del poder polític, atribuint un paper central a la comunicació com a font i recurs per construir-lo. Castells parteix (capítol 1) d'una concepció discutible del poder, que entén exclusivament com a exercici del *domini*: “El poder per fer alguna cosa [...] sempre és el poder per fer alguna cosa en contra d'algú” (pàg. 36). Una teoria negativa del poder que es justifica pel consens teòric que Castells busca i troba (forçant Habermas, ignorant Arendt) entorn de la idea que el poder es construeix bàsicament per mediació de dos instruments: la violència i els discursos, sobretot en els que Foucault anomenaria *discursos disciplinaris*. Reduïda la capacitat coercitiva de l'Estat, la batalla se centraria ara en els discursos, en el significat, en disciplinar les ments: “En la societat xarxa, el poder és el poder de la comunicació” (p. 91).

Els discursos cal generar-los, però sobretot cal propagar-los perquè aconseguixin el seu propòsit. Castells dirigeix aleshores l'exploració (capítol 2) cap al sistema de comunicació en què s'està jugant aquest joc dels discursos, i detecta que la comunicació de masses unidireccional en mans de les grans corporacions multimèdia no és ja l'única manera d'organitzar i de gestionar els intercanvis simbòlics en aquesta societat. Emergeix ara una “nova forma històrica de comunicació social”, l’“autocomunicació de masses” suportada en les tecnologies digitals interactives. El signe dels temps és el de l'autonomia comunicacional: contingut autogenerat, emissió autodirigida i recepció autoseleccionada (pàg. 108). Però en l'anàlisi que segueix aquesta constatació, Castells vol dissipar qualsevol il·lusió ingènua respecte d'aquesta qüestió: “Amb tot, aquest potencial d'autonomia es conforma, controla i restringeix mitjançant la creixent concentració i interconnexió dels mitjans corporatius i els operadors de xarxa de tot el món” (pàg. 206),

que actuen amb la complaença i la protecció d'unes polítiques reguladores que estan privatitzant i fragmentant la gestió de les "els conductes de la Galàxia Internet" (pàg. 167).

Però tornem als discursos, a aquesta disciplina de les ments que Castells ha situat al centre de l'exercici del poder en la societat xarxa. Fidel al seu radicalisme (de soca-rel, és clar), Castells es fonamenta aquí en les darreres aportacions de les neurociències sobre el funcionament del cervell (Damasio), i de la psicologia cognitiva sobre l'organització de l'experiència (Lakoff, però no Bateson, ni Goffman). La ment funciona generant *marcs (frames)* per orientar-se en l'entorn, interpretar el que succeeix i decidir l'acció, perquè així la fan funcionar les xarxes neuronals del cervell. El poder, per tant, és poder per definir aquests marcs i poder per comunicar-los. Dir aleshores que "el poder es genera a la maquinària del pensament" (pàg. 221) és una mena de provocació poètica que Castells corregeix a continuació amb una anàlisi pertinent sobre la "conquesta de les ments" desplegada per guanyar el consentiment de l'opinió pública nord-americana a la guerra contra l'Iraq. I és així com funciona el poder, en efecte: en la tancada aliança entre sistema polític i sistema mediàtic central —els *mainstream media*— per crear i difondre marcs, sense menystenir, òbviament, la base neuronal que tot això pugui tenir.

En els dos darrers capítols, Castells indaga en els mecanismes mitjançant els quals es construeix el poder polític en les societats contemporànies. La clau la troba en el paper que exerceixen en la vida política els mitjans de comunicació, ja sigui els que són propietat de grans corporacions professionals dedicades al negoci de la comunicació de masses, o bé els nous que permeten una autocomunicació massiva suportada en les tecnologies digitals interactives. Els primers, associats de forma prioritària a les distorsions generades per la *política mediàtica*; els segons, a una promissòria *política insurgent*. Sobre aquella (capítol 4), Castells censa les conseqüències que per a l'exercici de la política democràtica ofereix la connivència d'interessos entre el sistema polític i les organitzacions mediàtiques: personalització de la política, professionalització de les campanyes, *spin doctoring*, màrqueting polític, *think tanks*, infoentreteniment, política de l'escàndol, etc. Sobre aquesta (capítol 5), exposa amb detall unes quantes experiències el denominador comú de les quals és l'aprofitament de les TIC per propiciar "noves formes de política insurgent amb capacitat per transformar totalment les pràctiques polítiques" (pàg. 398): la campanya contra el canvi climàtic, el moviment antiglobalització, les mobilitzacions contra la manipulació governamental després dels atemptats de l'11-M i la victòria electoral de l'"improbable candidat" Barack Hussein Obama.

Tots els textos tenen, evidentment, diferents nivells de lectura, que no és sinó una altra forma de dir que tenen lectors que l'abordan amb diferents nivells d'expectativa i d'exigència. *Comunicación y poder* és un estat de la qüestió bo i documentat, centrat bàsicament en les distorsions que ha anat acumulant el funcionament de la vida política democràtica per les constriccions que hi exerceix el que Swanson (1992) va denominar el

complex político-mediàtic i sobre les possibilitats que ofereixen les TIC per alterar aquesta situació. Serà de profit, per tant, per als qui s'apropin per vegada primera a explorar aquest territori.

No obstant això, els qui estiguin familiaritzats amb les aportacions realitzades en àmbits com ara l'economia política de la comunicació o els estudis sobre comunicació política és probable que trobin en *Comunicación y poder* una obra intel·lectualment menys estimulante. I més encara, tindran la temptació de preguntar-se què hi ha de nou en aquesta societat xarxa quan la literatura especialitzada ha anat deixant constància des de fa no pas menys de 25 o 30 anys de bona part de les estructures i dels processos que aquí ens descriu Castells: el domini exercit pels grans conglomerats mediàtics (Schiller, Mosco, Hamelink, McChesney, Smythe), els mecanismes de manipulació de l'opinió pública i de fabricació del consens (Kurt i Gladys Lang, Glasser i Salmon, Herman i Chomsky), la crisi de la democràcia induïda per la manera en què es condueixen els processos polítics contemporanis (Blumler, Gurevitch), les tècniques de mercadotècnia que envileixen les campanyes electorals modernes (Swanson, Mancini), l'imperi de la política espectacle i de l'escàndol (Edelman, Thompson), per no parlar de la legió de treballs sobre *agenda-setting*, *priming* i *framing*.

Aquest tipus de lector, en definitiva, anirà esgotant la lectura de *Comunicación y poder* i tornarà de nou a la pregunta crucial a què ens convida Castells: on és el poder en aquesta nova societat xarxa? I en trobarà aquesta resposta: "Els propietaris de les xarxes corporatives multimèdia mundials [...] es compten entre els titulars de poder de la societat xarxa perquè programen la xarxa decisiva: la metaxarxa de xarxes de comunicació, les xarxes que processen els materials ideacionals amb què sentim, pensem, vivim, ens sotmetem i lluitem" (pàg. 604). Pensarà aleshores que encara que tot allò sòlid sembla esvaïr-se entre tanta xarxa, al capdavant allò sòlid de sempre continua al seu lloc.

Referències

- BAUMAN, Z. *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica, 2003 (publicació original: 2000).
- BECK, U. *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 1998, 304 p. (publicació original: 1986).
- BERMAN, M. *Todo lo sólido se desvanece en el aire: la experiencia de la modernidad*. Madrid: Siglo XXI, 1991, 4a edició, 400 p. (publicació 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. (publicació original: 1997).
- KYMLICKA, W. *Ciudadanía multicultural. Una teoría liberal de los derechos de las minorías*. Barcelona: Paidós, 1996, 303 p. (publicació original: 1995).
- SWANSON, D. "The political-media complex". A: *Communication Monographs*, 29, 1992.