

## CASTELLS – PODER Y COMUNICACIÓN

“Comunicar es compartir significados mediante el intercambio de información”, y los significados solo se comprenden en el contexto de las relaciones sociales en las que se desarrolla este proceso. Para analizar las relaciones de poder en el mundo Ulrich Beck prefiere dejar de mirar a los Estados y poner el acento en la cuestión de las redes, porque las redes exceden lo puramente espacial, cada red (económica, política, financiera, educativa, etc.) tiene su propia configuración temporoespacial, y es en las redes donde radica el verdadero poder. En este marco el Estado es solo un nodo en el fluir de estas redes globales y allí es donde su poder se vuelve relativo. La Sociedad Red es global, y es global no porque todos los habitantes del mundo puedan participar de ellas, sino porque sus efectos alcanzan a todos sin excepción. La Sociedad Red debe ser entendida como una arquitectura global de redes que se configuran y reconfiguran constantemente por medio de los poderes existentes en cada red particular. Dentro de esta arquitectura que es la Sociedad Red, intrincada y multidimensional, hay redes cuyas características pueden volverlas dominantes según el valor que se considere. Si de dinero se trata las redes financieras se convierten en el sistema circulatorio del planeta, si se estima esencial la producción las redes comerciales juegan un rol fundamental, pero si el valor es la imposición de la fuerza ese lugar lo ocupan las redes militares, pero podría pensarse que aún así las redes de tecnología e información son las más dominantes ya que de su funcionamiento dependen las redes militares o las financieras; o bien si la generación de sentido en la mente de las personas es sustancial para ejercer el poder serán las redes mediáticas las que ocupen ese lugar privilegiado de poder. Llegado este punto consideremos al significado, o sentido, como una expresión del poder si ese significado se logra volver dominante en la mente de las personas, y en este caso quien tiene el Poder es quien decide qué significado y cómo transmitirlo para su instalación en las mentes. La idea de Manuel Castells es que la fuerza por sí sola no genera poder, solo sirve para establecer un orden e imponer reglas, pero la continuidad de ese orden y esas reglas, que es la verdadera expresión de poder, dependerá de la capacidad de moldear la mente de los ciudadanos, y en ese camino la comunicación es esencial, ya que es a través de la comunicación que las personas interactúan con su entorno social. Cuando hablamos de la conformación del nuevo modelo neoliberal a partir de la década de 1980 debemos remarcar que una tarea prioritaria fue la de construir un consentimiento popular como plataforma para su instauración, es decir, la instalación de sentido en la gente de que este modelo era la única alternativa a la crisis. Para Castells es fundamental entender al poder no como un atributo, sino como una relación, por eso la imposición de poder solo por la fuerza no es poder, ya que su ausencia en una de las partes anula su capacidad de relación entre ambas, aunque esto no quita que la fuerza no sea una acción social de alto significado. Violencia y Discurso pasan a ser entonces los dos factores esenciales en la construcción de relaciones de poder, pero con la idea de que cuanto mayor sea el peso de la construcción de significado en nombre de valores e intereses determinados para actuar en una relación de poder, menos necesario se vuelve ejercer coacción en la sociedad. El Poder de un Estado se legitima en tanto responde a la creación de significado compartido por la ciudadanía, y no cuanto más coacción sea capaz de establecer sobre ella, a esto le llama Castells el Poder Suave. Por eso “el Poder de la Comunicación está en el centro de la estructura y la dinámica de la sociedad”, la cuestión es determinar quién, cómo y por qué construye y ejerce las relaciones de poder mediante la gestión de los procesos de comunicación. Y esto sirve tanto para quienes buscan afirmarse en el poder como para quienes luchan contra el poder, ya que el poder depende del control de la comunicación y la transmisión de sentido, al igual que el contrapoder depende de los mismos procedimientos pero a la inversa, para romper ese control y sustituir el significado del poder por otro, lo que también se conoce como Relato. Si el poder necesita generar en la población el sentido de lo bueno, que es lo establecido, y lo beneficioso de sus actos para el conjunto social; el contrapoder necesita que esa misma población entienda lo beneficioso del cambio y lo perjudicial que son los actos que lleva a cabo el poder. Lo que se hace es construir relatos distintos con significados opuestos disputando el poder en las mentes de los ciudadanos. Los Estados tienen la capacidad del ejercicio monopólico de la violencia pero ese poder debe ser respaldado a través de la construcción de un discurso que enmarque ese ejercicio, y ese

discurso suele estar respaldado a su vez por otras instituciones, como pueden ser la iglesia, las corporaciones, la universidad o los medios. Para Geoff Mulgan el Estado basa su poder en tres facultades: violencia, dinero y confianza. El Estado concentra la fuerza y los recursos económicos para moldear las mentes mediante los sistemas de educación y de comunicación; y de estas tres facultades la más importante es el poder sobre las ideas porque las ideas tienen una capacidad de transformación inconmensurable, mientras que la fuerza solo se ejerce en forma negativa y el dinero manifiesta su efectividad como herramienta de poder dándolo o quitándolo. Es decir, una ciudadanía se somete al poder por la imposición de la fuerza y el control del Estado, u obedece a sus políticas solo si logra un beneficio económico por ello o si es amenazada de perderlo, pero solamente la creación de sentido en el inconsciente colectivo hace que la ciudadanía sienta confianza y coincida de buena gana con las posturas del poder, y eso permitirá ejercer los otros dos poderes, el de la fuerza y el del dinero con mayor facilidad.<sup>87</sup> Ahora bien, las sociedades no son organismos que suelen compartir valores e intereses de manera consensual, las sociedades son espacios de disputa, lucha y controversia de ideas, son zonas de conflicto que se resuelven mediante acuerdos temporales o inestables que son transformados en posiciones de poder por los actores sociales que lograron una posición ventajosa en esa disputa. <sup>87</sup> No hay que perder de vista que las relaciones de poder son siempre relaciones de intereses, y que la resolución de un conflicto para darle poder a un sector es siempre en contra de otro sector, porque ejercer el poder es algo que se hace siempre en contra de alguien o de los intereses de ese alguien. Partiendo de estos factores se entiende la premisa de Castells de que el Poder es relación y no atributo. Como decíamos también el poder del contrapoder radica en su capacidad de crear sentido en las mentes de los ciudadanos, mediante un proceso de controversia, que se da en el espacio social, para imponer una posición en contrario a la establecida. Para eso la oposición debe construir un discurso que logre vencer la capacidad discursiva del poder del Estado, y ese discurso también debe pasar por las redes mediáticas de comunicación. Sintetizando, el poder se ejerce construyendo significados en la mente de las personas mediante los procesos de comunicación que tienen lugar en las redes, pero Castells no limita ese fenómeno a las redes de los medios masivos de comunicación, sino que incluye en esta disputa a una novedad de nuestro tiempo, lo que él llama las redes horizontales de autocomunicación de masas, que son las nuevas formas de interconexión que las personas han adoptado a través de la Internet por medio de las redes sociales o de la comunicación por telefonía celular. La inclusión de las redes de autocomunicación de masas en este esquema rompe la lógica del poder vertical: Estado – Economía – Medios; porque establece la posibilidad de se transmita significado por fuera de este circuito, por fuera de los intereses de los gobiernos, del poder económico o de las redes de medios de comunicación. Como decíamos las teorías tradicionales sobre el poder apuntan al monopolio de la fuerza por parte del Estado como el factor sustancial, pero hoy en día la capacidad para usar con éxito ese monopolio depende del enmarcado individual y colectivo de las mentes, enmarcado en el que participan las redes de medios aliadas con el poder político para crear significado, para generar un relato. ¿En qué consiste el enmarcado? El enmarcado es seleccionar y resaltar algunos aspectos de los hechos y establecer relaciones entre ellos para promover una determinada interpretación. Ante la ausencia de marcos propios de parte de la audiencia, ella tomará los marcos que los medios sugieran. Ejemplo es el enmarcado del terrorismo: ¿Qué es el terrorismo? ¿Quiénes son los terroristas? ¿Cuáles son las causas? ¿Qué buscan?, o el enmarcado del inmigrante: “Se trata de personas peligrosas que vienen a quitar el trabajo a los nacionales o a cometer delitos”. En ambos casos la creación de significado en las personas desde las redes de comunicación permitirá que luego las decisiones del poder se tomen en un marco de pensamiento que coincida con dichas decisiones. Entonces, si el poder es construir significado, y la construcción de significado depende de la acción de los medios de comunicación parecería lógico concluir que el Poder reside en dichos medios masivos. Pero Castells nos dice que no, porque los medios son el mensajero pero no son el mensaje. Lo que hay que buscar es entonces el origen del mensaje. La red de comunicación no es el poder en sí mismo, sino que es el objeto cuyo uso establece relaciones de poder, recordemos que el poder no es un atributo, sino un proceso, y en este proceso existen dos diferencias, el poder en red y el poder para crear redes. El poder en red es el que ejercen unos nodos sobre otros nodos dentro de la red. En materia de comunicación quiere decir quién establece la agenda, quien marca los temas

de los cuales se habla, porque los medios no solo sugieren sobre qué tenemos que pensar, sino también qué es lo que tenemos que pensar, y esto es muy importante porque una definición simple de Poder es la capacidad para que otros hagan lo que uno quiere. Lo que queda claro es que los gobiernos utilizan a los medios para generar agenda y que los medios enmarquen a sus audiencias con el mensaje del poder, y no solo los gobiernos, también las redes de poder económico hacen uso de los medios de comunicación con el mismo fin. En algunos casos es posible que se generen divergencias pudiendo existir marcos y contramarcos según la posición que puedan tomar los distintos medios. Otra posición en este proceso es el poder para crear redes, que es la capacidad para crear una red de comunicación mediática, los propietarios de los medios, que son quienes deciden el contenido y formato del mensaje, en estrecho vínculo con redes políticas y económico-financieras. Quienes tienen el poder de crear redes son a su vez redes, con una estructura y objetivo precisos, con poder político y/o económico, que transmitirán en los medios. Pero, ¿es el Poder entonces de los propietarios de las redes? Los dueños de los medios construyen las redes, nos exponen sus pensamientos, nos venden su cultura, ganan dinero, son esenciales para la construcción de poder, y también para la construcción de contrapoder político, pero los dueños de las redes de medios suministran a otros actores sociales sus plataformas para construir significados, no son ellos los que establecen los programas políticos, aunque tampoco son meros y neutrales transmisores, ya que controlan el acceso y dan formato a los mensajes según sus propios intereses, gestando lo que se conoce como política mediática, que es una interfaz entre las redes políticas y las redes de medios. Los medios ejercen el poder de controlar el acceso a las redes, pero los que producen el mensaje son actores políticos, que a su vez representan y responden a otras redes (empresariales, financieras, religiosas, etc.). Aunque debe quedar claro que las redes de medios son en su mayoría propiedad de corporaciones empresariales, vinculadas a su vez con el poder de las redes políticas y las redes económico-financieras. Estas últimas, las redes económico-financieras, se encuentran por fuera del control de los estados, son "autómatas globales" que funcionan en base a lógicas propias, que mucho tienen que ver con los flujos informativos, despertando expectativas o desatando temores que influyen en las decisiones que toman los inversores, y de este modo dan forma y determinan la conducta de toda la economía global. Las redes financieras son extremadamente sensibles a las redes de comunicación con las cuales están íntimamente conectadas, reaccionan a partir de ellas, generan poder de conectar en red y de crear redes, pero tampoco ellas tienen todo el poder, porque en definitiva interactúan también con otras redes, como las políticas, las productivas, las militares, las criminales y las tecnológicas y del conocimiento. Resumiendo: El Poder es multidimensional y se construye en torno a redes programadas por cada ámbito de la actividad humana según intereses y valores. La coincidencia es que todas las redes funcionan teniendo como objetivo influir en la mente humana a través de las redes de comunicación. Por ello las redes de comunicación de masas son fundamentales en la construcción de Poder en la sociedad. Las diferentes redes de poder de diferentes ámbitos de la actividad humana están interconectadas entre sí, colaborando y compitiendo simultáneamente según los intereses de turno. Redes empresariales, financieras, culturales, tecnológicas y políticas. Las redes esenciales del Poder global son las que giran en torno al estado y el sistema político, ya que a través del gobierno del Estado se construyen las condiciones para que funcionen adecuadamente el resto de las redes. Las redes de comunicación de masas ejercen un rol central en el poder por la responsabilidad del enlace, ese Poder es el que tienen los dueños de las corporaciones mediáticas, conectar a las demás redes, esencialmente a las del poder político y el económico. En la sociedad del siglo XXI el Poder también radica en redes de actores sociales que lo ejercen en sus respectivas áreas de influencia. Inclusive la autocomunicación de masas con su legión miles de millones de productores y emisores aumenta la capacidad de resistir, desafiar y transformar la relación de la comunicación y la creación de significado en la sociedad.