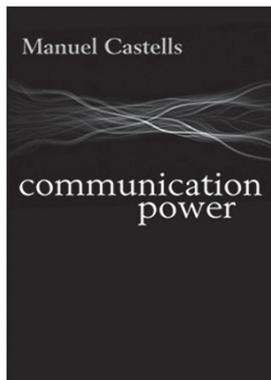


## Reseñas



Manuel Castells, *Communication Power*, Nueva York, Oxford University Press, 2009, 571 pp.

¿Qué significa para un Estado tener poder de comunicación a nivel global? Un año antes de la publicación de su libro *Communication Power* (versión en español: *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza Editorial, 2012), Manuel Castells adelantó algunas ideas en el marco de una conferencia en el Oxford Internet Institute.<sup>1</sup> Durante la conferencia expresó que las relaciones de poder son base fundamental para entender la sociedad y enfatizó que, dado que la información y la comunicación son esenciales para el poder, la batalla fundamental es aquella que pasa “por la mente de las personas”. En este planteamiento germinal, hay una conexión muy clara con aquellos elementos que mueven el mundo de las relaciones entre Estados en la actualidad: percepciones, ideas, ambiciones, deseos, sueños. Por supuesto, todos ellos como forma de cultura.

Los comentarios en esa reunión en Inglaterra son congruentes con el texto de apertura del libro (“Opening”), en el cual Castells evoca los recuerdos de su juventud, en el contexto de la dictadura franquista: las restricciones para expresarse con libertad en el teatro, la academia y la vida cotidiana, y el control del acceso a la información en diversos medios. También recuerda su unión a la resistencia clandestina y rememora, entre

---

<sup>1</sup> Manuel Castells, “Communication Power in the Networked Society”, 23 de octubre de 2008, disponible en [https://www.oii.ox.ac.uk/archive/webcasts/media/oii/20081023\\_266/20081023\\_266.mp4](https://www.oii.ox.ac.uk/archive/webcasts/media/oii/20081023_266/20081023_266.mp4) (fecha de consulta: 16 de agosto de 2017).

otras cosas, cómo hacía panfletos con tinta morada para distribuir entre los trabajadores. Su lucha por la libre expresión le creó conciencia temprana del objetivo de su trabajo futuro como científico social. La libertad de expresión y de comunicación se convirtió en *leitmotiv* de su empresa intelectual.

En la *sociedad en red* hay más posibilidades para la comunicación y también más formas de ejercer el poder, de resistirlo y alterarlo. La sociedad en red se puede definir como “una estructura social construida alrededor de redes digitales de comunicación” (p. 4). El asunto principal de *Communication Power* es “por qué, cómo y por quién se construyen y ejercen las relaciones de poder a través del manejo de los procesos de comunicación y cómo estas relaciones de poder pueden ser alteradas por actores que buscan el cambio social” (p. 3). En consecuencia, la hipótesis señala que la forma más fundamental del poder descansa en la habilidad de moldear la mente humana.

El libro tiene una estructura en cinco capítulos bien formulados, que se desarrollan detalladamente, con ejemplos empíricos, a lo largo de sus páginas. En cada capítulo hay importantes discusiones teórico-conceptuales en torno al *poder* y la *comunicación*, pero, sin duda, en el último se concentran los casos más representativos para la reflexión sobre el cambio social en la sociedad en red. A continuación, se esboza un recorrido por el libro.

El primer capítulo, “Power in the Network Society”, se centra en la reflexión sobre el poder. Castells piensa desde una dimensión relacional y desde ahí analiza las relaciones asimétricas en las sociedades en red. Examina el papel de la comunicación entre diversas comunidades culturales, para lo cual argumenta que los protocolos de comunicación entre ellas son esenciales. Muestra una actitud pesimista respecto a la cultura cosmopolita, pues para él la posibilidad de tener una estructura global de comunicación no resuelve la necesidad de entendimiento entre culturas que no comparten creencias y valores. Además de la relación entre culturas, le interesa la interacción entre Estados en red, pues considera que éstos permiten otros espacios y tiempos en la relación gobierno-ciudadanía.

En su propuesta teórica divide el poder en cuatro tipos: a) poder de conectar en red, b) poder de la red, c) poder en red y d) poder para crear redes. El primer tipo es el poder que ejercen en la red los actores que se

encuentran en el núcleo respecto a otros actores; el segundo tiene que ver con la influencia de las normas para los integrantes de la red; el tercero se refiere a quien ejerce el poder dependiendo de la forma en la que se ha programado la red, y, finalmente, el cuarto es el de los programadores y enlaces que pueden consolidar una nueva red o conectar redes. De este último caso se desprende la reflexión de que no sólo los individuos ostentan poder, también las redes.

En el capítulo “Communication in the Digital Age”, Castells analiza las relaciones de poder insertadas en la comunicación de masas y bajo las condiciones de la globalización y la digitalización. Explora la conexión entre negocios, medios y política, por un lado, y cómo el poder actúa sobre las mentes humanas, por el otro. Me parece que la mayor contribución en este capítulo es la reflexión sobre el nuevo medio comunicativo integrado por redes de computadoras con lenguaje digital y emisores distribuidos globalmente: la *autocomunicación de masas*. Aunque el investigador indica que es un espacio de autonomía, advierte que las comunicaciones están influidas por grupos e instituciones de poder organizados en redes.

En el capítulo “Networks of Mind and Power” examina las relaciones específicas entre emoción, conocimiento y política. Después de hacer un recorrido sobre el funcionamiento del cerebro a partir de protocolos de comunicación como la metáfora, reconoce que los medios tienen una gran presencia en la vida social. Encuentra que hay tres formas en las cuales éstos se relacionan con las personas durante el proceso de emisión-recepción de noticias: *agenda setting* (hacer relevante un tema); *priming* (cómo se evalúan los personajes o asuntos para conseguir que el receptor los evalúe de la misma forma), y *framing* (resaltar alguna característica de los asuntos presentados y crear ciertas relaciones entre ellos). Para ejemplificar la importancia del *framing* en el proceso de creación de poder, cita el impacto que tuvo el *framing* de George W. Bush en la opinión pública estadounidense sobre la posesión de armas nucleares por parte de Iraq, aun cuando esto era falso.

El capítulo “Programming Communication Networks: Media Politics, Scandal Politics, and the Crisis of Democracy” trata sobre la política mediática. En este contexto, los medios son esenciales para la existencia de los actores políticos (gobierno y actores no gubernamentales), pues éstos

representan el espacio donde se crea el poder. En los medios de masas tradicionales existen restricciones para el acceso, esto es la excepción en los medios de autocomunicación de masas. Castells explica con detalle la importancia que tienen los medios, en especial internet, en las campañas políticas y, finalmente, muestra cómo en Estados Unidos, Rusia y China existen ejemplos de uso de propaganda, concentración de poder y control mediático, respectivamente. Para concluir el capítulo asevera que se está frente a una crisis de la democracia que sólo puede mejorar si en la sociedad en red, “la sociedad civil, en su diversidad, puede romper las estrategias corporativas, burocráticas y tecnológicas de la construcción de imágenes sociales” (p. 298).

En el capítulo “Reprogramming Communication Networks: Social Movements, Insurgent Politics and the New Public Space”, el último de la monumental obra, el autor analiza algunos movimientos sociales que buscan el cambio cultural, como el de los científicos y su éxito en el *framing* del cambio climático para ser incluido en la agenda política y el movimiento contra la globalización económica y el uso que hacen los activistas de la plataforma Indymedia para crear sus materiales y difundirlos globalmente. También explora dos casos de políticas insurgentes que buscan el cambio político. El movimiento que demandó la verdad sobre los ataques terroristas en España en 2004 y cobró fuerza por medio de las comunicaciones telefónicas, haciendo que el sucesor de Aznar perdiera las elecciones y, finalmente, la campaña de Obama en las primarias de 2008, en el que el uso de internet le dio una ventaja competitiva. Castells entiende los movimientos sociales como reprogramadores de las redes de comunicación, regresando así a esa preocupación de juventud de contrarrestar los mensajes y las imágenes del poder a fin de propiciar el cambio social y político.

El trabajo de Manuel Castells es relevante para pensar sobre la diplomacia pública mexicana y sus retos. En la prensa nacional e internacional, redes sociales y círculos académicos parece forjarse una imagen negativa de México, lo cual denota la falta de una estrategia para lidiar con el *framing* de los medios de comunicación en el mundo digital. Por tanto, resulta urgente que los diplomáticos abandonen la perspectiva vertical en sus comunicaciones y entiendan la lógica del entorno de autocomunicación de masas, en la que pueden dialogar más con los públicos extran-

jeros, haciendo una diplomacia pública más constructiva. Ciertamente, a fin de mostrar una imagen positiva de México o promovérsele como un país democrático y con responsabilidad global, la diplomacia también tiene que contribuir y puede hacerlo desde el nuevo entorno comunicativo que explica Castells.

*Communication Power* es un libro fundamental para los académicos, tomadores de decisiones, ciudadanos y todo aquel que desea entender el papel que tienen las diversas formas de comunicación, especialmente la digital, en la sociedad en red. Brinda la posibilidad de dar sentido a la relevancia de la tecnología, la internet y las relaciones de poder en el tiempo actual, demostrando así que la transformación del *statu quo* es posible.

*Eduardo Luciano Tadeo Hernández*