Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/Los-medios-masivos-individuales>

Emerge una nueva comunicación

Los "medios masivos individuales"

- Empire et Résistance - Bataille pour l'information -

Date de mise en ligne : lundi 25 septembre 2006

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Por Manuel Castells

[Le Monde Diplomatique, El Diplo.](#)

Buenos Aires, setiembre de 2006.

Más de mil millones de usuarios de Internet, y casi dos mil millones de líneas de teléfonos móviles. Dos tercios de los habitantes del planeta pueden comunicarse por celular, incluso donde no hay electricidad. Así se constituyó una nueva forma social de comunicación que, aunque masiva, es producida, recibida y percibida individualmente.

La información y la comunicación siempre han sido vectores de poderes dominantes, poderes alternativos, resistencias y cambios sociales. La influencia sobre la mente de las personas, que la comunicación favorece, es un punto clave. Solamente al moldear el pensamiento de los pueblos los poderes se constituyen como sociedades, y las sociedades evolucionan, cambian.

La represión física o mental es por cierto una dimensión importante del poder dominante, pero si un pueblo modifica radicalmente su visión de las cosas, si piensa de manera distinta y autónoma, no hay poder que pueda oponérsele.

Torturar un cuerpo es mucho menos eficaz que moldear un espíritu. Es por eso que la comunicación es la piedra de toque del poder. El pensamiento colectivo (que no es la suma de los pensamientos individuales en interacción sino un pensamiento que absorbe todo y lo difunde en la sociedad en su conjunto) se elabora en el terreno de la comunicación. En efecto, de este último campo vienen las imágenes, la información, las opiniones, y la experiencia se difunde y se transmite a nivel colectivo a través de mecanismos comunicacionales.

Todo esto se aplica con más fuerza a nuestras sociedades, en cuyo seno las redes de comunicación atraviesan la totalidad del mundo humano, de lo global a lo local y de lo local a lo global. Como consecuencia, las relaciones con el poder dominante -elemento que constituye toda sociedad y determina su evolución- se elaboran cada vez más en la esfera de la comunicación.

En la sociedad contemporánea, la política cuenta con una dimensión mediática. La materia misma del sistema político, e incluso las decisiones que emanan de él, representan un escenario para los medios, que intentan obtener el apoyo de los ciudadanos o, por lo menos, atenuar su hostilidad.

Eso no significa que el poder se encuentre incondicionalmente en manos de los medios, ni que el público se determine en función de lo que ellos le sugieren. Las investigaciones en comunicación demostraron hace tiempo hasta qué punto el público es activo y no pasivo.

Por otra parte, los medios tienen, en su interior, sistemas de control de su capacidad para influir sobre el público. Son ante todo empresas sometidas a los imperativos de la rentabilidad, y deben crear público o extender su difusión. En general están diversificados, son competitivos y deben mantenerse tan creíbles como sus competidores. Además, muchas veces se autoimponen otras limitaciones, en términos de ética profesional o periodística (mediadores, comités de ética, etc.). Un medio no está, pues, simplemente abocado a la distorsión o a la manipulación de la información.

Manipulaciones ocultas

Sin embargo, debemos concentrar nuestra atención en dos tendencias. Por una parte el periodismo militante, comprometido, el medio como instrumento ideológico. Durante mucho tiempo se consideró esa característica como

una desventaja que hacía perder al medio su calidad de "objetivo", y por ende sus compradores. Así, los diarios que se presentan como "órganos partidarios" prácticamente desaparecieron o se encuentran en profundas crisis de difusión. Pero las cosas parecen haber cambiado ; el militantismo o el compromiso ideológico puede convertirse en un modelo muy rentable. Por ejemplo Fox News, uno de los principales canales de televisión de Estados Unidos (filial de News Corp, que pertenece a Rupert Murdoch), conquistó una parte importante del público conservador estadounidense al sostener, sin la menor preocupación por la objetividad, las tesis neoconservadoras favorables a la invasión de Irak en 2003.

La segunda tendencia que se observa en la actualidad reside en la pérdida de autonomía de los periodistas profesionales en relación con sus empleadores. Allí se juega gran parte del complejo juego de las manipulaciones mediáticas.

Un estudio intenta explicar que, a mediados de 2004, el 40% de los estadounidenses [1] todavía creían que Saddam Hussein y Al Qaeda trabajan codo a codo y que en Irak había armas de destrucción masiva. Y esto un año después de que se hubiera demostrado todo lo contrario. Este estudio echa luz sobre las conexiones entre la maquinaria propagandística de la administración Bush y los productos del sistema mediático. Y también demuestra que ciertas manipulaciones intervienen aun cuando no haya mediado una censura o una orden directa de alteración.

Sin embargo, esto no es más que la parte visible del iceberg. Pues la influencia más determinante que los medios ejercen sobre la política no proviene de lo que se publica sino de lo que no se publica. De lo que se oculta, lo que se silencia. La actividad mediática reposa sobre una dicotomía : en la mente del público sólo existe lo que los medios dicen que existe. Su poder fundamental reside entonces en su facultad de ocultar, de enmascarar, de condenar a la inexistencia pública.

La necesidad de existir mediáticamente para existir políticamente induce una relación orgánica con el lenguaje mediático, que se encuentra tanto en la televisión como en la radio, la prensa escrita o Internet. Los medios masivos de comunicación usan una jerga específica ; no un dialecto autónomo, por cierto, pero algo parecido.

El mensaje mediático más simple y poderoso es la imagen. Y el mensaje visual más simple sigue siendo el rostro. Hay un lazo orgánico entre la mediatización de la política, la personalización de los medios y la personalización de la política. Cuando se oscila entre una vida política basada en disputas de personas e imágenes por un lado y las manipulaciones mediáticas por otro, los proyectos pierden su importancia, ya que nadie se refiere a ellos y los ciudadanos ya no les prestan atención (probablemente con razón, por otra parte).

El triunfo de la política "personalizada" implica que la forma más convincente de lucha ideológica pasa a ser el ataque contra la persona que encarna un mensaje. La difamación y el rumor pasan a ser el arte dominante en política : un mensaje negativo es cinco veces más eficaz que un mensaje positivo. Todos los partidos se comprometen en esta brecha ; manipulan e incluso fabrican la información. Y todo ello sin la iniciativa de los medios. Es más bien un asunto de intermediarios, de oficinas especializadas, "de laboratorios".

El resultado de todo esto es una conexión directa entre la mediatización de la política, su personalización y la difamación o la práctica del escándalo político, cuya generalización desembocó, durante los últimos quince años, en asesinatos de funcionarios electos, crisis de gobierno e incluso de régimen.

Lo cual nos remite a la profunda crisis actual de legitimidad política a escala mundial. Pues es evidente que existe un lazo muy fuerte, aunque no exclusivo, entre la práctica del escándalo, la mediatización exacerbada de la escena pública y la falta de confianza de los ciudadanos en el sistema. Esta desconfianza se ve ilustrada en una encuesta realizada por los servicios de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), según la cual las dos terceras partes de los habitantes del planeta no se consideran representados por sus gobernantes.

Se trata claramente de una crisis de legitimidad. Sin embargo, mientras el mundo dice que ya no confía en los gobiernos, los dirigentes políticos y los partidos, la mayoría de la población persiste en la creencia de que puede influir sobre aquellos que hablan en su nombre. También cree que puede cambiar el mundo por medio de su voluntad y sus propios medios. Quizás esté introduciendo, en la esfera de la comunicación, el extraordinario desarrollo de lo que yo llamo Mass Self Communication (comunicación masiva individual).

Nuevos sistemas de información

Técnicamente, esta Mass Self Communication participa en internet, pero también en el desarrollo de los teléfonos celulares. Actualmente habría más de mil millones de usuarios de la red y cerca de dos mil millones de líneas telefónicas móviles. Dos tercios de los habitantes del planeta pueden comunicarse gracias a los celulares, incluso en lugares donde no hay electricidad ni telefonía fija. En muy poco tiempo se produjo una explosión de nuevas formas de comunicación.

La gente desarrolló sus propios sistemas : SMS, blogs, skype... La modalidad *Peer-To-Peer* o *P2P* [2] posibilita la transferencia de cualquier dato digitalizado. En mayo de 2006 había 37 millones de blogs (contra 26 millones en enero). En promedio, se crea un blog cada segundo en el mundo, es decir más de 30 millones en un año. El 55% de los bloggers todavía mantienen su blog tres meses después de haberlo abierto. El número de bloggers es 60 veces más importante que hace seis años. Y se duplica cada seis meses...

Mientras que al principio el inglés era la lengua dominante en Internet, hoy cuenta con menos de un tercio de los sitios. El chino se impuso, y le siguen el japonés, el español, el ruso, el francés, el portugués y el coreano.

Lo importante aquí no es tanto la existencia de todos estos blogs como los vínculos que existen entre ellos y los que establecen y mantienen con la totalidad de las interfaces comunicacionales (lo que permite la tecnología RSS [3]).

Esta *Mass Self Communication* constituye, así, una nueva forma social de comunicación que, aunque masiva, es producida, recibida y percibida individualmente. Los movimientos sociales de todo el mundo la adoptaron. Pero ellos no son, en ningún caso, los únicos que utilizan esta nueva herramienta de movilización y organización. Por su parte, los medios tradicionales intentan arrimarse a este movimiento y, sirviéndose de su poder comercial y mediático, tratan de crear el mayor número posible de blogs alrededor de ellos mismos. Ello no quita que, mediante la Mass Self Communication, tanto los movimientos sociales como los individuos en rebelión pueden actuar sobre los grandes medios, controlar la información, desmentirla llegado el caso e incluso producirla.

Desde hace muchos años, el movimiento altermundialista contra el capitalismo global, en toda su diversidad, usa internet y todos los recursos de la Mass Self Communication, no sólo como herramienta de organización sino también como lugar de debates e intervenciones. Por esta vía también desarrolló una capacidad de influencia en los medios dominantes, pasando por Indymedia o una serie de otras redes asociativas.

De este modo, la constitución de redes autónomas de comunicación llega a los medios más tradicionales. Los canales de televisión callejera o las radios alternativas, como TV Orfeo en Bolonia, Zalea TV en París, Ocupen las Ondas en Barcelona, TV Piqueteros en Buenos Aires y una multitud de medios alternativos, organizados en redes, forman un verdadero nuevo sistema de información.

Incluso el ex vicepresidente de Estados Unidos Albert Gore se sumó, formando su propia red de televisión, cuyo contenido es provisto actualmente en un 40% por los televidentes. Las campañas presidenciales también sufrieron la influencia de este nuevo medio. Así, en 2003-2004, la candidatura de Howard Dean en Estados Unidos tomó cierto envión gracias exclusivamente a su capacidad de movilización por internet [4].

Viene después la llamada "movilización política instantánea" por teléfono celular, convertida desde hace dos años en un fenómeno decisivo [5]. Este mar de fondo movilizador, apoyado en redes de comunicaciones entre celulares, tuvo efectos notables en Corea del Sur, Filipinas, Ucrania, Tailandia, Nepal, Ecuador, Francia... A veces con un efecto inmediato, como sucedió en abril pasado en Tailandia con la destitución del primer ministro Thaksin Shinawatra por parte del rey Bhumibol Adulyadej. O en España, con la derrota, en las elecciones legislativas de marzo de 2004, del Partido Popular de José María Aznar. Con la sospecha de que las autoridades, preocupadas por imputar la responsabilidad de los atentados de Madrid a la ETA, manipulaban la información, una infinidad de mensajes circuló por los teléfonos celulares y permitió la organización de una inmensa manifestación de protesta en un día en que bajo los efectos del shock y del duelo, era supuestamente imposible cualquier forma de manifestación política.

Esto no significa que estén de un lado los medios asimilados por el poder y del otro los Mass Self Media, asociados a los movimientos sociales. Cada uno opera sobre la doble plataforma tecnológica. Pero la existencia y el desarrollo de las redes de Mass Self Communication ofrecen a la sociedad una mayor facultad de control, de intervención. Y una capacidad superior de organización política a aquellos que se mantienen fuera del sistema tradicional.

Mientras los fundamentos de la democracia formal y ampulosa están en crisis, y los ciudadanos ya no creen en sus instituciones democráticas, lo que aparece bajo nuestros ojos, con esta explosión de la Mass Self Communication, parece una reconstrucción de nuevas formas políticas. Todavía es difícil decir dónde desembocarán.

Pero de una cosa podemos estar seguros : el resultado de la batalla se jugará en el campo de la comunicación y contemplará la nueva diversidad de medios tecnológicos. En definitiva, esta batalla es la más antigua de la historia humana. Desde siempre, lo que estuvo en juego fue la liberación de nuestras mentes.

Post-scriptum :

Notas :

[1] NDLR : "Según una investigación realizada por la Universidad de Maryland en octubre de 2003, el 60% de los estadounidenses -y el 80% de aquellos que miraban Fox News- creían por lo menos una de estas tres mentiras :

- ▶ 1. Se descubrieron armas de destrucción masiva en Irak ;
- ▶ 2. Existen pruebas de una alianza entre Irak y Al Qaeda ;
- ▶ 3. La opinión pública mundial apoya la intervención estadounidense en Irak". Eric Klinenberg, "Un movimiento contra el orden mediático", Le Monde diplomatique, edición Cono Sur, abril de 2004.

[2] P2P designa un modelo de red informática donde los elementos (los nodos) no cumplen exclusivamente los roles de cliente o servidor sino que funcionan como ambas cosas, siendo a la vez clientes y servidores de los otros nodos de esas redes, contrariamente a los sistemas de tipo cliente-servidor en el sentido habitual del término. Cf. <http://es.wikipedia.org/wiki/P2p>

[3] Un flujo o hilo RSS (RSS feed en inglés), sigla de Really Simple Syndication o de Rich Site Summary, es un formato de distribución de contenidos Web. Este sistema permite difundir las noticias de los sitios informativos o de blogs, lo que permite consultar rápidamente las noticias sin visitar los sitios. Cf. <http://es.wikipedia.org/wiki/RSS>

[4] Favorito en la carrera a la candidatura por el Partido Demócrata en 2004, Dean fue finalmente derrotado por John Kerry.

[5] Ver Manuel Castells, Jack Linchuan Qui, Mireia Fernández Ardevol y Araba Sey, Mobile Communication and Society, A Global Perspective, MIT Press, Boston, 2006.