

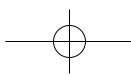
Catedràtic de Sociologia i director de l'Internet Interdisciplinary Institute de la Universitat Oberta de Catalunya

# Manuel Castells

## La democràcia en l'era d'Internet

**Els mitjans de comunicació són fonamentals per a la salut de la democràcia perquè, entre altres raons, fomenten el debat polític, fiscalitzen les actuacions dels poders públics, donen veu a diferents sensibilitats i generen opinió i ciutadania crítica. No obstant això, com assenyala el professor Castells, l'espai de comunicació socialitzada no és neutre, sinó que es troba fortament condicionat per interessos empresarials i polítics. Aquesta mediatització de la política ha viciat, segons l'autor, el procés democràtic en la mesura que ha utilitzat l'escàndol per erosionar la credibilitat dels adversaris polítics. La conseqüència lògica ha estat un increment de la desafecció envers la classe política i els partits. Ara bé, amb la revolució que representa Internet i les xarxes de comunicació mòbil s'hauria posat fi al monopoli informatiu dels mitjans de comunicació. Els ciutadans, cada cop més informats i autoorganitzats, han deixat de ser mers receptors de notícies per convertir-se, també, en productors i emissors de missatges. I aquest fet obliga governs i representants a exercir una nova manera de fer política i de relacionar-se amb la seva ciutadania.**

Al llarg de la història, la pràctica i les institucions de la política han depès en gran mesura dels processos d'informació i comunicació. Per la senzilla raó que les persones prenen decisions, en tots els àmbits de la seva vida, en funció dels estímuls i informacions que els arriben a la ment a partir del seu entorn de comunicació. I la manera d'operar d'aquest entorn és tributària de la tecnologia i l'organització del procés de comunicació. Si-



La democràcia en l'era d'Internet

guin les cerimònies sacropolítiques de l'antiguitat, els sermons des del púlpit, la comunicació escrita després de la invenció de la impremta, la ràdio, la televisió o Internet, els mitjans de comunicació, en el sentit més ampli, constitueixen l'espai públic, l'espai on es contrasten parers, es formen opinions, s'influeixen comportaments i, en últim terme, es decideix el futur de les elits que aspiren a governar i, per tant, el destí dels seus governats. Tot i que l'estreta relació entre comunicació i política es produeix en tots els sistemes de govern, en democràcia té un paper encara més decisiu en la mesura que, en principi, els ciutadans decideixen lliurement qui, com i per a què els governen, a partir d'un judici informat sobre què els convé més, a ells i al país. És per això que a vegades s'ha parlat del *quart poder*, fent referència al poder dels mitjans per la seva influència en l'opi-

**El conjunt del poder en la societat es construeix al voltant de xarxes de relació entre elits dominants en cadascuna de les seves parcel·les de poder.**

nió pública. En realitat, aquesta caracterització és inexacta. Perquè són els polítics els que detenen el poder polític. I els financers, els que exerceixen el poder econòmic. I els sacerdocis intel·lectuals i religiosos, els que s'arroguen el poder moral i cultural. I, al seu costat, moltes altres dimensions de poder constitueixen les seves elits, de manera que el conjunt del poder a la societat es construeix al voltant de xarxes de relació entre elits dominants en cadascuna de les seves parcel·les de poder. No hi

ha una elit unificada de poder, sinó una xarxa d'elits locals, nacionals, internacionals i globals en dimensions diferenciades, que, en les seves aliances i conflictes a partir d'interessos comuns i divergents, componen la xarxa canviant de relacions asimètriques que, en últim terme, constitueix el marc de la vida quotidiana dels ciutadans. Però tots els processos de formació del poder es construeixen en el mateix espai: l'espai de la comunicació socialitzada, és a dir, de la comunicació que potencialment arriba al conjunt de la societat. Això fa que els mitjans no siguin els detentors del poder sinó quelcom una mica més important: l'espai en què es constitueix el poder. Perquè només les opcions personals o programàtiques que accedeixen a aquest espai arriben al coneixement dels ciutadans. I la manera com hi arriben, amb quina intensitat, en quin format, amb quina narrativa, són decisives en la percepció de les persones i, en última instància, en la seva participació i decisió en el procés polític. Ara bé, aquest es-

pai no és neutre. Està condicionat pels interessos econòmics i polítics de les empreses mediàtiques i dels governs, així com per la mediació dels professionals de la comunicació, les seves opcions i les seves preferències.

Per això, en democràcia, s'han creat regles d'accés als mitjans amb l'objectiu, en principi, de garantir una certa igualtat d'oportunitats a les diferents opcions. Una anàlisi comparativa de la legislació en la matèria porta a dubtar de l'eficiència democràtica d'aquestes reglamentacions. En el context de l'Estat espanyol, la norma essencial és l'accés als mitjans públics en un temps proporcional al suport obtingut a les eleccions passades, cosa que sol privilegiar la inèrcia del passat sobre la possibilitat d'un futur diferent. Més encara: tenint en compte que l'interès de l'audiència per la propaganda electoral oficial és mínim, amb prou feines té impacte en la seva opinió. Són més eficaces les campanyes subliminals de publicitat política, incloent-hi els articles d'opinió per encàrrec i les informacions periodístiques interessades. Com que aquesta política mediàtica és cara, la seva pràctica generalitzada contribueix al finançament il·legal de gairebé totes les campanyes polítiques a gairebé tot el món. La regulació de les contribucions financeres no és una solució, perquè feta la llei, feta la trampa. I la solució alternativa, que acaba de dictaminar el Tribunal Suprem dels Estats Units, a saber, la no-limitació del finançament d'activitats polítiques, afaforeix òbviament les opcions que tenen més simpaties en el món dels negocis. Per tant, la política mediàtica esbiaixa i vicia el procés democràtic. Però, a més, deforma el debat polític perquè utilitza com a arma prioritària la política de l'escàndol, és a dir, la producció (més o menys fidedigna) d'informació denigrant per a l'adversari. Els missatges negatius s'enregistren a la ment amb molta més intensitat que els positius. I encara que l'escàndol no sempre funcioni (per un efecte de fatiga en l'opinió pública) quan l'utilitzen, directament o indirectament, totes les forces polítiques, contribueix de manera decisiva a desprestigiar el conjunt de la classe política i a la crisi de legitimitat de les institucions democràtiques, sobretot dels partits. Les enquestes, tant nacionals com internacionals, mostren la

**L'espai de la comunicació socialitzada està condicionat pels interessos econòmics i polítics de les empreses mediàtiques i dels governs, així com per la mediació de professionals de la comunicació, les seves opcions i preferències.**

La democràcia en l'era d'Internet

**La política en les nostres societats és política mediàtica exercida a través d'un espai de comunicació generalment esbiaixat i practicada mitjançant la política de l'escàndol.**

desconfiança creixent dels ciutadans a gairebé tot el món en relació amb els partits, els polítics i, en menys grau, els governs. Així doncs, a les nostres societats, la política és política mediàtica exercida a través d'un espai de comunicació, i generalment és esbiaixada i es practica mitjançant la política de l'escàndol. L'espectacle d'una política de l'atac personal i de missatges reduïts a falques publicitàries fomenta en gran mesura una desafecció generalitzada dels ciutadans respecte als seus representants i socava la base de suport a les tasques de governança, fet especialment greu en un context de crisi.

D'aquí deriva la importància de la transformació de l'espai de comunicació mitjançant el desenvolupament d'Internet i les xarxes de comunicació mòbil. En el nostre entorn, gairebé tres quartes parts de les persones tenen accés a Internet i hi ha una penetració gairebé universal de la telefonia mòbil. La ràpida difusió de la banda ampla constitueix la plataforma multimodal de comunicació en què vivim. No «mirem» Internet com mirem la televisió. Vivim amb Internet i a Internet en tots els àmbits de la nostra quotidianitat. Les noves generacions segueixen mirant la televisió, de forma selectiva, però per Internet. Segueixen llegint diaris (més que mai), però diversos (per fragments) i a través d'Internet. I han construït els seus espais propis de relació, informació, interacció i debat en els anomenats *social media* –les xarxes socials multimodals d'Internet–, tot accedint als continguts més variats a partir de tecnologies mòbils. Recordem que en la comunicació mòbil el que és

**És la connectivitat, no la mobilitat, el que canvia fonamentalment el model social de comunicació.**

important no és la mobilitat (la majoria de trucades són de llocs fixos, com la llar, la feina o l'escola), sinó la connectivitat permanent. És la connectivitat, no la mobilitat, el que canvia fonamentalment el model social de comunicació.

Ens trobem a les portes d'una transformació essencial del sistema de comunicació, caracteritzada pel desenvolupament del que anomeno *autocomunicació de massa*: de massa perquè té la capacitat d'arribar a tota la societat, fins i tot a les xarxes globals de comunicació; *auto* perquè els missatges els produeixen, reben, seleccio-

nen i combinen individus o col·lectius que s'interrelacionen entre ells i amb bases de dades al conjunt de la xarxa.

La comunicació a Internet és lliure en termes generals. Està vigilada, això sí, i la privacitat ha deixat d'existir a la xarxa. Però hi ha tanta informació per processar i tants motors de cerca imprecisos que les úniques víctimes són els sospitosos habituals. Per a la immensa majoria de gent, Internet és un vast oceà de comunicació solcat pels velers d'anada i tornada dels seus missatges cap a ports que encara s'han de descobrir. Les qüestions sobre la bondat o maldat d'aquesta situació són alienes a la problemàtica de l'investigador que tracta d'analitzar per entendre abans de jutjar. Diguem que, en allò fonamental, la llibertat no garanteix els usos de la llibertat. Com més lliure és una societat, més depèn tot de la qualitat ètica dels seus membres i institucions. Internet reflecteix el que som, individualment i col·lectivament.

Ara bé, el que sí que sabem és que Internet està transformant el procés polític, perquè ja ha transformat l'espai de comunicació. S'ha acabat el monopoli informatiu dels mitjans de comunicació controlats per empreses i governs. Perquè, encara que la infraestructura d'Internet també té propietaris, no poden prohibir l'accés a la circulació mateixa dels seus missatges, ja que Internet és una xarxa global d'ordinadors i els seus servidors es poden suplir per altres països en cas de tancament autoritari, com va succeir durant les protestes iranianes del 2010, quan la comunicació per Twitter va mantenir viva la revolta i la seva relació amb el món exterior.

Els mitjans socials de comunicació inclouen els blocs, dels quals en sorgeixen centenars de milers contínuament a tot el planeta –cada persona amb un bloc, si s'escau–, i llocs com YouTube i molts altres, que esdevenen el repositori, sempre actualitzat, d'imatges i sons de totes les societats. El periodisme ciutadà arriba on els periodistes professionals no arriben, a la vegada que per als professionals hi ha un interès d'aliança evident amb els no professionals per defensar-se dels entrebancs que les empreses de comunicació posen a la seva independència. Com es pot censurar el que ja és a la xarxa? Pel que fa a la credibilitat de la informació,

**Internet està transformant el procés polític perquè ha transformat ja l'espai de comunicació. S'ha acabat el monopoli informatiu dels mitjans de comunicació controlats per empreses i governs.**

La democràcia en l'era d'Internet

tot depèn de la capacitat de l'informat per separar el gra de la palla, o sigui, tot depèn de la qualitat educativa i cultural de la ciutadania. La credibilitat ja no radica únicament en l'emissor de la informació, sinó en la capacitat de filtratge del receptor.

L'efecte més immediat d'aquesta explosió de xarxes de comunicació horitzontal sobre la política és que els governs i els polítics han d'anar amb molt de compte amb el que fan. Ja no hi ha secrets, llevat que tinguin una vida monacal. Tot el que facin pot acabar a YouTube, perquè tothom té un mòbil amb càmera i capacitat de pujar imatges a la xarxa. I la mentida com a forma de govern té un preu molt alt. Si no, que ho preguntin a Aznar després del 14-M del 2004. Els Maquiavel a l'ombra ho tenen negre. La transparència ja no és només una virtut desitjable en política, sinó un imperatiu tàctic per evitar el desprestigi.

**Els ciutadans estan utilitzant Internet i els mòbils cada cop més per informar-se, debatre, organitzar-se i, en el seu cas, mobilitzar-se.**

Els ciutadans utilitzen Internet i els mòbils cada vegada més per informar-se, debatre, organitzar-se i, si convé, mobilitzar-se. Però la classe política, en termes generals, encara no ha entès el potencial d'Internet. Es limita a gestos simbòlics amb poc contingut pràctic. Tots els polítics tenen pàgina web, tots tenen YouTube, tots tenen bloc, però ho solen confondre amb un tauler d'anuncis electrònic. Així mateix, els governs proporcionen informació per Internet, però pocs fan el pas de donar transpa-

rència a la seva gestió amb sistemes amigables i interactius que permetin la plena participació ciutadana a partir d'un accés sense restriccions a totes les bases de dades que contenen la informació que tenim dret a conèixer. N'hi ha excepcions. El govern de Brown, assessorat per Tim Berners-Lee (el creador del World Wide Web) i Nigel Sandholtz, està creant un sistema de web semàntica per permetre l'accés generalitzat a les bases de dades del govern amb elements d'interactivitat. I el coneixement del potencial d'Internet per part d'Obama i els seus assessors va ser el factor decisiu que li va permetre arribar a la presidència del país més poderós del món, tot liderant un moviment ciutadà que es va autoorganitzar al voltant de la seva carismàtica candidatura. Aquesta és la clau: l'autoorganització. Els polítics que de veritat vulguin treure tot el potencial d'Internet

s'han d'atrevir a fer una nova política. Una política en què els seus electors –no els seus aparells– portin la iniciativa; una política en què vagin aprenent a partir de les consultes populars, en què s'atreveixin a entrar al debat de la societat, no amb minories activistes sinó amb el conjunt de la ciutadania. Si els polítics no practiquen la política d'Internet, els ciutadans la practicaràn contra els polítics. De fet, ja ho fan. I és clar que té perills. Si no, que ho preguntin a Obama. Perquè, després dels titubeigs del seu primer any de mandat, el moviment populista d'extrema dreta de les «reunions amb bossetes de te» que s'oposa a les seves reformes s'ha anat generant, en bona part per Internet. Quan s'obren les comportes de la participació ciutadana i s'allibera l'accés a les xarxes de comunicació, s'encoratgen tots els vents de la societat, i s'ha de navegar amb ells i de vegades contra ells. Cal coratge polític, lideratge i, sobretot, convicció democràtica. El que s'ha acabat és atrinxerant-se darrere els aparells partidistes i la manipulació mediàtica, aprofitant que el de davant encara és pitjor. Perquè així s'arriba al poder o es conserva, però es va perdent el contacte amb una ciutadania cada vegada més informada i autoorganitzada que anirà passant factura a cada moment fins a arribar a la fractura o la reforma de les institucions democràtiques. La democràcia en l'era d'Internet no és la democràcia dels partits. És la democràcia dels ciutadans, pels ciutadans i per als ciutadans. Amb, sense o contra els partits, és una derivada de la capacitat que tinguin els partits per regenerar-se a si mateixos.

**Si els polítics no practiquen la política d'Internet, els ciutadans la practicaràn contra els polítics.**

**La democràcia en l'era d'Internet no és la democràcia de partits.**

### Referències bibliogràfiques

- CASTELLS, Manuel. 2009. *Comunicació i poder*. Oxford University Press, Alianza Editorial i UOC Press.
- CASTELLS, Manuel, et al. 2007. *Comunicación móvil y sociedad: una perspectiva global*. MIT Press i Ariel.
- CHESTER, Jeff. 2007. *Digital Destiny. New Media and the Future of Democracy*. The New Press.
- THOMPSON, John B. 2000. *Political scandal: Power and visibility in the media age*. Cambridge: Polity Press.