



Estiu 2013

La comunicació electrònica ⁴

Francesc Núñez

Doctor en Sociologia i llicenciat en Filosofia. Professor agregat i director del Grau d'Humanitats de la Universitat Oberta de Catalunya

Introducció

Per a la majoria de la població d'aquest planeta, a hores d'ara, la comunicació electrònica forma part del teixit de les seves vides. Milers de milions de persones parlen diàriament per telèfon, fan servir internet o envien algun tipus de missatge electrònic.

Sigui quina sigui la rellevància de la comunicació electrònica en la vida quotidiana o a l'hora de teixir la xarxa de relacions, no es pot ignorar que les tecnologies digitals, en les seves múltiples versions, i especialment la comunicativa, han transformat profundament i àmpliament les formes d'organització econòmica, política i social d'un món globalitzat. Ningú pot mantenir-se al marge. Es pot parlar, sense por a equivocar-nos d'una societat de la informació o societat xarxa, d'una nova forma d'economia capitalista, de noves formes d'organitzar el treball, la vida política o el viure diari. Podem afirmar que aquestes noves formes d'organització social i, especialment, les noves formes d'organitzar la producció de la informació i el seu ús, obren enormes possibilitats per la persecució d'alguns dels valors claus de les societats lliberals contemporànies (Benker, 2006: 10). Les tecnologies, ara hi insistirem, no determinen les accions humanes o els pensaments i emocions de la gent, però sí que amplifiquen capacitats i obren nous horitzons del que podem fer. Per això, tenim al davant nous reptes pel que fa a les llibertats individuals (autonomia) i col·lectives, a la participació política, la cultura crítica i la justícia social (Benker, 2006: 11).

El poder, afirma Manuel Castells després d'una llarga reflexió, es basa en el control de la comunicació i de la informació, i aquest és el mecanisme central d'exercici del poder en qualsevol tipus d'organització, gran o petita, econòmica o social (Castells, 2009: 20). La forma més fonamental de poder la trobem en la capacitat (de persones u organitzacions) de modelar la ment humana (Castells: 2009:20). En definitiva, es tracta de fer-nos pensar, sentir o creure de determinada manera i determinar les nostres accions, tant a escala individual com col·lectiva. L'afirmació que Castells presenta com a hipòtesi de qualsevol forma de poder, està en la base antropològica de l'acció humana en la seva concreció quotidiana: ens mou el poder incidir en allò que els altres fan en tant i en quant, és clar, ens implica a nosaltres. El procés de comunicació és un mediador crucial de la manera en què es forgen o es qüestionen les relacions de poder en qualsevol àmbit social.

La comunicació electrònica, com qualsevol forma de comunicació on està en joc l'intercanvi significatiu d'informació, comporta un exercici de poder. La seva naturalesa sofisticada la fa molt més hàbil i difícil de reduir. La dimensió tecnològica s'adhereix a les nostres capacitats





comunicatives biològiques i les redimensiona, augmentant-les i amplificant el potencial comunicatiu. Aquest és un efecte de qualsevol tecnologia: l'eixamplament dels límits de la nostra condició biològica i animal. Evidentment, aquesta caracterització de l'acció comunicativa pot tenir, com passa amb qualsevol acció humana, conseqüències no previstes i més quan el que hi ha directament implicat és la capacitat i el desig d'influència en els altres. La dimensió prometéica de l'acció humana ens aboca a tenir molt presents les conseqüències ètiques de les nostres accions, a ser-ne crítics i a no oblidar la dimensió política de l'acció social. Estem parlant de comunicació, de micro i macro física del poder.

Domesticant les tecnologies de la comunicació

Hem apuntat que la comunicació digital, d'abast planetari i d'adopció espectacularment ràpida en la pràctica totalitat de societats i estrats socials, comporta una profunda i complexa transformació tecnològica basada en la digitalització, en tupides xarxes informàtiques i en programaris molt avançats, implica també una reestructuració organitzativa i institucional de la comunicació i té efectes culturals en el procés comunicatiu i canvis en les relacions de poder (Castells, 2009:95). No obstant i això, l'adopció i socialització d'aquests aparells i formes de comunicació *electrònics* s'ha produït ràpidament i ha passat a formar part del paisatge quotidià de centenars de milions de persones. Formen part, i aquesta és la dada significativa, del món donat per descomptat. Mentre encara podem trobar en un vagó del metro algú que s'admira o riu d'allò que una altra part dels viatgers fa sense gairebé ni adonar-se, aquesta part parla, envia missatges o juga amb els seus dispositius mòbils cada cop més sofisticats.

Anomenem domesticació de les tecnologies a la incorporació entre els objectes d'ús diari d'aparells tecnològics que fins fa poc eren gairebé inimaginables, els transformem en els seus usos alhora que transformen les nostres accions i ens permeten fer-ne d'altres que també fa poc eren impensables. Al domesticar una tecnologia, com per exemple el telèfon mòbil, redefinim allò que fem quan parlem amb un altre, travessem des de qualsevol lloc distàncies enormes o, paradoxalment i creativa, en generem d'artificials enviant un missatge o una foto al que està assegut al nostre costat o viu a casa nostra. Per un jove de 16 anys de Barcelona, aquesta és la manera humana -i natural- de comunicar-se. També hi ha qui per edat o condició social això pot semblar-li una aberració o una forma "inautèntica" de comunicació. No es tracta de jutjar les tecnofòbies, sinó de ser intel·ligentment crítics amb les conseqüències no previstes de l'acció social.

En relació al procés de domesticació i invisibilització social de les tecnologies, volem apuntar que aquest mai no ha estat un procés uniforme. Els ritmes d'incorporació de les tecnologies per les diferents geografies planetàries i d'estrats socials és molt variat. L'escriptura o la impremta, per posar dos exemples ben cabdals, han trigat segles a socialitzar-se i encara no han arribat -i potser no ho faran mai- a tots els racons del planeta. Els mòbils, en 20 anys, gairebé hi són en els racons més amagats.





Comunicació de masses i comunicació interpersonal

Com hem dit, la comunicació és un element fonamental en l'exercici del poder, entès com la capacitat d'influir en les accions i pensaments dels altres en el sentit dels nostres interessos o desitjos. El fet de tenir a l'abast unes tecnologies, unes eines i uns mitjans que amplifiquen considerablement la nostra capacitat comunicativa, ens ha de fer conscients de la importància d'aquest procés, el de la comunicació mediada per una tecnologia digital.

Pel que fa a la *comunicació interpersonal*, la definirem com una relació d'intercanvi per mitjà de la qual dues (o més) persones comparteixen la seva percepció de la realitat amb la finalitat d'influir en l'estat de les coses

(<http://www.psicopedagogia.com/definicion/comunicacion%20interpersonal>). Aquesta definició ens permet destacar tres elements importants: que es tracta d'una relació d'intercanvi arrelada en una profunda necessitat humana, la comunicació; que cal compartir la percepció de la realitat, el món donat per descomptat (d'aquí la importància de la domesticació); i que té per objectiu canviar l'estat de coses, és a dir, té un component clarament pragmàtic.

Ressaltar que la comunicació electrònica no substitueix cap altra forma de relació i comunicació, com no ha passat gairebé mai amb les noves eines (i mitjans) de comunicació, sinó que se suma a les existents. Com hem dit, transforma i fecunda, però no substitueix. Els individus (i els col·lectius) utilitzen múltiples formes de comunicació per establir o mantenir les relacions. No podem pensar la comunicació electrònica com un sistema separat dels altres.

Ras i curt, el balanç a la llum del que sabem de les possibilitats i efectes de la comunicació electrònica interpersonal són força positius: noves formes d'estar junts, noves formes de compromís, noves formes de relació, noves formes d'influir en les accions dels altres, i un mitjà també important per l'expressió emocional. Per exemple, és en el dia a dia de les relacions on l'ús de les noves tecnologies és més intens i són fonamentals per la gestió i coordinació de moltes tasques pròpies de la quotidianitat. En els casos de relació a distància, serveixen per generar situacions de proximitat i intimitat. Pel que fa al seu ús com a vehicle de relació emocional, el procés de domesticació comporta diferents especialitzacions dels mitjans: els llargs correus electrònics permeten la reflexió i prendre distància de les "implicacions emocionals"; els missatges curts (SMS, WhatsApp) sembla que funcionen millor pels moments d'encantament o l'organització quotidiana; les imatges i l'Skype faciliten superar les distàncies i "contactar" més fàcilment amb els que estan absents, i així infinitat de matisos.

Pel que fa a les diferents pràctiques, no és possible extraure'n lleis generals, perquè queda clar que en la domesticació de les tecnologies els "*scripts* tecnològics" (les potencialitats dels diferents aparells) són transformats pels contextos d'adopció, en funció de la posició social, de l'edat, del nivell educatiu, de la distància geogràfica dels que comuniquen o del cost dels diferents mitjans. Rarament, però, es declara preferir la comunicació electrònica al cara a cara. Això no vol dir que no sigui molt valuosa i fins i tot preferible segons què vulguem fer (Cantó, Núñez i Seebach, 2013).





Pel que fa a *la comunicació de masses*, fins no fa gaire es tractava d'un poderós mitjà de comunicació unidireccional, en el que un o uns pocs podien arribar a molts, a grans "masses" de la població mundial. El segle XX va experimentar el poder d'aquest tipus de comunicació. Les TIC han capgirat alguns dels elements clau d'aquest model, han fet assequible per a qualsevol individu el poder d'arribar a audiències massives.

M. Castells afirma que "el que és una novetat històricament parlant, i que té conseqüències considerables per a l'organització social i el canvi cultural, és que l'articulació de totes les formes de comunicació és un hipertext digital, interactiu i compost que engloba, barreja i recombina en la seva diversitat tot el ventall d'expressions culturals que transmet la interacció humana." (Castells, 2009: 94). Aquesta novetat obre la porta a una nova forma de comunicació que Castells anomena *l'autocomunicació de masses* que diversifica i multiplica els punts d'entrada del procés comunicatiu, i que comporta una autonomia sense precedents dels subjectes per comunicar-se (Castells, 2009: 206).

Tot i que aquesta "nova" forma de comunicació podria tenir conseqüències impredecibles en l'espai sempre obert de la llibertat humana, el 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 (Castells, 2009:206). No obstant això, el monopoli, diguem-ho així, deixa esclatxes i la munió gairebé infinita d'individus que accedeixen a les xarxes de comunicació des dels seus propis mons de sentit i significat, reinterpretant missatges i codis d'una forma creativa que pot desbordar les xarxes de poder.

Aquesta perspectiva, esperançadora perquè deixa oberta l'esclatxa de l'emergència i la combinació imaginativa, és preocupant a la llum de les anàlisis concretes dels processos de control per les grans corporacions i pels governs de molts països.

Malgrat tot, l'espai de l'acció humana és, com hem dit, el de la llibertat, on mai no es pot predir la reacció-acció humana davant d'allò que fem. De fet, estem veient com es configuren nous espais de creació cultural i d'acció social i política. Una porta a la utopia, una porta a l'esperança.





BIBLIOGRAFIA

BENKLER, Y. *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press, 2006

CANTÓ-MILÀ, N; NÚÑEZ, F. & SEEBACH, S. “Send me a Message and I’ll Call you Back: The Late Modern Webbing of Everyday Love Life”, a Benski, T., Fisher, E. *Internet and Emotions*. Routledge, 2013.

CASTELLS, M. *La sociedad Red*. Madrid: Alianza editorial, 2006.

CASTELLS, M. *Comunicació i poder*. Barcelona: Editorial UOC, 2009.

SILVERSTONE R; HISCH E. *Consuming technologies. Media and information Domestica Spaces*. Taylor & Francis e-Library, 1992.

