

La Galàxia Internet. Reflexions sobre Internet, empresa i societat.

CASTELLS, M. Traducció al català de Ferran Alaminos. Barcelona: La Rosa dels Vents, 2002.

ISBN 84-01-38606-3

por Mònica Terribas, Vicedegana de los estudios de Periodismo (UPF) Profesora del Departamento de Periodismo y de Comunicación Audiovisual (UPF)

Reflexiones y descripciones del futuro comunicativo

«La cultura de Internet es una cultura construida sobre la creencia tecnocrática en el progreso humano a través de la tecnología, practicada por comunidades de *hackers* que prosperan en un entorno de creatividad tecnológica libre y abierto, asentada en redes virtuales dedicadas a reinventar la sociedad y materializada por emprendedores capitalistas en el quehacer de la nueva economía.» (p. 73)

Este párrafo, que concluye el segundo capítulo del libro *La Galaxia Internet*, de Manuel Castells, contiene la síntesis del espíritu ideológico que impregna el libro y que continúa su trilogía, nueva dimensión en la aproximación académica a la transformación tecnológica de esta sociedad que ya vive en red. *La Galaxia Internet* no ofrece sorpresas, sino un alto nivel de análisis y de reflexión que sintetiza en trescientas páginas la génesis, el sentido, el desarrollo y las consecuencias de una nueva cultura que ocupa todos nuestros ámbitos de relación personal, profesional y de crecimiento socioeconómico, y que transforman radicalmente nuestro presente y, sobre todo, nuestro futuro comunicativo.

Tenemos en nuestras manos un manual, ejemplo de hipervínculo de conocimiento de todo lo que supone Internet en nuestro mundo. No podemos escapar a *La Galaxia Internet* porque no constituye únicamente una cultura propia de aquellos que creen en el progreso humano a través de la tecnología, sino porque aquellos *hackers* son los que nos han conducido a posibilitar el mundo económico y de progreso social que hoy tenemos y que es inevitable. Castells analiza, lejos de los tópicos críticos sobre el mundo de Internet, el carácter poliédrico de este entorno creativo que ha suscitado el surgimiento, en todos los rincones del planeta, de bits de nuevas formas y métodos de acceso al conocimiento tanto en situaciones de bonanza económica como en situaciones de precariedad, basados en un solo

principio, el de la libertad creativa y abierta. El autor ha esperado a tener almacenada una enorme cantidad de información y de experiencia de gestión en red para construir la reflexión que aporta este libro, un manual crítico sobre una materia que había generado mucha literatura precipitada e incompleta.

Su aportación más decisiva, en este trabajo, no proviene del carácter historicista de algunos episodios del libro, que, por otro lado, contienen una información de interés objetivo para los estudiosos de los procesos industriales y de las políticas de investigación y comunicación, sino de su capacidad de identificar en la cultura *hacker* los rasgos de una revolución del comportamiento humano que transforma nuestra sociedad y de la cual todavía no podemos ser del todo conscientes. Este es el valor de *La Galaxia Internet*. Uno de los valores del libro es el tiempo de espera que Castells ha dedicado a observar el funcionamiento de esta chispa creadora y que ha hecho que hasta ahora no considerase que había llegado el momento de sistematizarla para aportar el conocimiento necesario que debe permitir al cerebro domesticar estos *inputs*.

Sin embargo, en el párrafo que hemos seleccionado para vehicular la crítica, Castells habla de la necesidad de reinventar la sociedad a partir de esta cultura que ha atraído a los capitalistas hacia la nueva economía. La reinención de la sociedad basada en una nueva manera de proceder, de construir, de producir, que no parte de los intereses propios de la cultura *hacker*, sino de los intereses del mundo capitalista para sacar el máximo provecho de la tecnología que estos inventan y permiten.

La crítica de la crítica contenida en el capítulo 4 significa la destrucción de los tópicos sobre el entorno de Internet como medio de comunicación perverso, falso, engañoso, arriesgado. El análisis va más allá de la superficie que nos conduce a ver en la red los peligros del aislamiento social y la descontextualización del conocimiento. En este punto, Castells dedica una interesante revisión crítica a los estudios hechos sobre el entorno cultural y de uso del medio.

De hecho, Castells nos convence, de una forma sistemática y precisa, de algo que nos temíamos: que ya no tiene sentido hablar de hábitats cuando la comunicación Internet ha modificado los conceptos de espacio y de tiempo, pero, sobre todo, los conceptos de identidad, de

verdad, de realidad. Estos son los cambios esenciales que le han llevado a traducir en estas páginas los detalles de una nueva sociedad que, según sus palabras, vive en red realidades cambiantes y transformaciones del concepto del ser humano como gestor de su propia vida y de su propia productividad. La cuestión de fondo es si el pulso que mantienen los sistemas de comunicación tradicionales y la sociedad que ya vive en red dará lugar a una hibridación con los riesgos más positivos y potencialmente más productivos (¿desaparición de instituciones, libertad del ciudadano, una anarquía ordenada y productiva?) o con su dimensión más negativa, es decir, el incremento de los desequilibrios sociales, económicos y culturales.

La Galaxia Internet merece la atención imprescindible de cualquier ciudadano que quiera saber cómo es ya nuestro mundo y cómo van a alterarse las relaciones humanas cuando Internet sea una herramienta usada por todo el mundo —finalmente, ¿la revolución en el orden internacional?—, pero, por encima de todo, esta obra de Castells ofrece una nueva dimensión de análisis de entorno a todos los profesionales que hacen de la comunicación el eje de su actividad.

La campanya més disputada. Mitjans, partits i ciutadans a les eleccions catalanes del 1999

GIFREU, J; PALLARÉS, F. (Ed.). Pòrtic Mèdia. Núm.13. Enciclopèdia Catalana. 319 pàgines.

per Marta Martín, periodista.

La campanya més disputada. Mitjans, partits i ciutadans a les eleccions catalanes del 1999 es un estudio realizado con una metodología de trabajo rigurosa que se sirve de la estadística para extrapolar y comparar resultados y extraer conclusiones ajustadas, a partir de una cuidadosa tarea de investigación y de análisis de todos los actores implicados en los procesos electorales. En este caso concreto, el universo analizado es la campaña de las elecciones autonómicas de 1999, la dinámica entre fuerzas políticas y medios de comunicación y su incidencia en la opinión pública. El libro propone un análisis transversal y multidireccional de todos los ejes de esta campaña electoral. Un proceso en el que deben definirse los principales interlocutores políticos y mediáticos, además de analizarse los contenidos de los mensajes y estrategias

electorales (de la persuasión a la elección final), poniendo el acento en la interacción política y mediática y su repercusión social, entendida como un diálogo bidireccional.

Este volumen sirve a sus editores para dar continuidad al análisis y el estudio de la campaña electoral de las elecciones autonómicas de 1995, a pesar de que en esta edición han incorporado a la exploración otras variables, a las cuales se han agregado nuevos elementos comparativos.

Investigaciones como las que nos presenta este libro son cruciales en un país en el que los estudios cuantitativos de campo que relacionen el doble diálogo de poder entre política y medios de comunicación y, por extensión, la construcción de marcos de referencia compartidos e interdisciplinarios entre materias académicas como las ciencias políticas y las ciencias de la comunicación, no son muy habituales, a diferencia de la gran tradición y prestigio que tienen en los países anglosajones. Hay que insistir en el conocimiento de los mecanismos de participación social y política de una sociedad, puesto que son un espejo que refleja, a menudo, las relaciones y el diálogo entre la ciudadanía y su sistema político.

Como dijo McLuhan, el medio es el mensaje y el medio mediador por excelencia entre la política y la ciudadanía en los períodos electorales es la televisión. También es cierto que los demás medios de comunicación influyen en la decisión de voto o, lo que es lo mismo, los medios de comunicación también son interlocutores activos en el proceso electoral, al igual que los electores.

El libro se divide en seis capítulos y un séptimo de conclusiones finales. A través de esta estructuración, los autores van desgranando los múltiples aspectos inherentes a los procesos electorales, en general, y al autonómico de 1999, en particular. De este modo, como si se tratara del hilo de Ariadna, se van tejiendo a partir de un capítulo de contextualización política del escenario de la campaña, con especial incidencia en la forma en que cada partido presentó su convocatoria electoral y la estrategia seguida. A continuación, los autores repasan la agenda política de los medios a través de la información política en radio, prensa y televisión. En este punto analizan la presencia mediática de los líderes políticos, del tratamiento de su discurso político y de las relaciones de peso entre