



Los medios de comunicación en la sociedad en red

Gustavo Cardoso (Editorial UOC, 2008)

La editorial de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC Edicions) publicó en septiembre de 2008 en la colección Sociedad Red, dirigida por el Manuel Castells, el libro *Los Medios de Comunicación en la Sociedad en Red. Filtros, escaparates y noticias*.

Su autor, Gustavo Cardoso, es investigador asociado en el Centro de Investigaçao e Estudos de Sociologia (CIES) y Catedrático de Tecnología y Sociedad del Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE) en Lisboa. Además, ha trabajado en proyectos de investigación en colaboración con redes internacionales como el World Internet Project (WIP) de la USC Annenberg; COST A20 *El impacto de Internet en los medios de masas*; COST 298 *Sociedad de banda ancha* y el Internet Interdisciplinary Institute. Asimismo, es miembro de las comisiones de evaluación del European Research Council (ERS) y de la European Science Foundation (ESF) e inició

en el 2008 la red de investigación global Lisbon Internet and Networks International research programme (LINI).

Esta obra, tal y como señala Castells en su prefacio, analiza las relaciones existentes en el triángulo formado por la sociedad, los medios de comunicación e Internet, tanto en el mundo como en el caso específico de Portugal. Bajo esa perspectiva, las transformaciones tecnológicas y sociales de los medios en la sociedad actual, se caracterizan por la interacción entre una nuevo paradigma tecnológico, el *informacionalismo*, y una nueva estructura social, la *sociedad en red*, con un enfoque que se sustenta tanto en estudios empíricos (realizados durante la última década) como en las tendencias recientes de la teoría social provenientes de diversas tradiciones intelectuales.

El principal argumento presentado en este libro es que el «actual sistema de medios parece encontrarse a si mismo organizado no en función de la idea de convergencia, posibilitada por lo digital, sino por la articulación en red». Este argumento se apoya en la hipótesis de que el sistema se articula cada vez más en torno a dos redes principales, la televisión e Internet, que a la vez se comunican entre sí a través de diferentes tecnologías de información y comunicación. En este sentido, tal y como señala el autor, «se intenta discutir sobre hasta qué punto la sociedad en red es una sociedad en la que Internet encausa el poder de los medios tradicionales o si, por el contrario, las fuerzas en acción son más sutiles, creando nuevos espacios de mediación».

Este análisis se centra en los proyectos de autonomía comunicativa y sociopolítica de los ciudadanos, ilustrándose a través de tres dimensiones: las prácticas de disfrute de los medios; la relación que existe entre quienes eligen y quienes son elegidos en las instituciones políticas del Estado y, por último, la participación en movimientos sociales o ciudadanos.

Toda esta complejidad se aborda a través de nueve capítulos, donde el primero aborda (desde la revisión crítica de las últimas tendencias de la teoría social) el concepto de *sociedad de la información*, su cultura y sus múltiples dimensiones.

El segundo capítulo examina las sociedades en transición hacia aquella realidad, basándose en

la comparación de países como España, República Checa, Grecia, Portugal, Hungría, Polonia, República Eslovaca, Chile, Uruguay, Argentina y Brasil con países donde el desarrollo de la sociedad en red es más avanzado (Finlandia, EE.UU y Singapur).

El tercer capítulo, define el concepto de *comunicación sintética en red* a partir de la necesidad de identificar nuevos modelos comunicacionales en un contexto marcado por la globalización y la interacción de los medios de masas con los nuevos medios.

El cuarto y quinto capítulo describe, respectivamente, los principales elementos de los actuales *meta-sistemas* de entretenimiento y de información. Estas descripciones están basadas, por un lado, en el análisis detallado de la articulación del sistema de medios en torno a la televisión e Internet, como nodos clave de una red interactiva de diferentes tecnologías de información y comunicación, y por otro, en la influencia que Internet tiene sobre el cambio real de los medios de comunicación de masas.

El capítulo seis profundiza sobre la influencia de estos meta-sistemas en la configuración de Internet como espacio de información, comunicación y servicios. Para eso, se examina la presencia en la red de los principales medios de comunicación y de los nuevos grupos multimedia y de servicios. Además, se analiza la repercusión de este nuevo escenario de mediación sobre la dimensión de la memoria y los sistemas de control (filtros).

Finalmente, los tres últimos capítulos abordan la interacción entre los medios y la ciudadanía *en red* a través del análisis de las prácticas cívicas mediadas; los conceptos de *política mediada* y *democracia continua* (junto a su relación con los espacios de mediación y las elites políticas); y cómo la relación entre Internet y los medios de comunicación de masas se establecen en momentos de movilización y protesta en torno a causas protagonizadas por movimientos de ciudadanos o nuevos movimientos sociales.

Todo este recorrido permite al autor concluir que las prácticas de participación y el modo en el cual utilizamos los diferentes medios, configuran una ciudadanía que se puede denominar *ciudadanía entres escaparates, filtros y noticias*, donde la mediación desempeña un papel esencial.

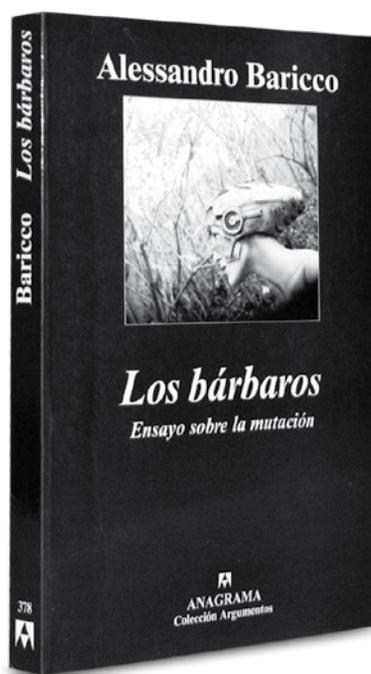
Ahora bien, desde un punto de vista epistemológico, esta obra es un clarísimo ejemplo de cómo

las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente Internet, pueden ser abordadas desde la teoría social. Y ello porque se sitúan como vectores de estudio que atraviesan diferentes dimensiones de nuestras sociedades actuales. Además, este esfuerzo analítico no podría ser llevada a cabo sin el uso intensivo de este tipo de tecnologías, que permiten el trabajo en red del investigador.

Los Medios de Comunicación en la Sociedad en Red facilita la comprensión de los complejos cambios que se han producido en el campo de la investigación de medios y de la comunicación, como consecuencia de la interacción del nuevo paradigma tecnológico y la nueva estructura social emergente. Este objetivo se alcanza gracias al rigor en el uso de los datos estadísticos, el análisis en profundidad de los estudios de casos y una aproximación teórica multidisciplinaria desde las ciencias sociales. La estrategia del autor de situar su análisis en la comparación de Portugal con otros países en diferentes procesos de transición hacia la sociedad en red, permite que su obra se pueda constituir como una referencia obligada tanto para futuras investigaciones como para procesos de enseñanza/aprendizaje en todos los niveles académicos.

Esta obra ha sido publicada originalmente en portugués: Cardoso, G. (2007). *A Mídia na Sociedade em Rede*. Rio de Janeiro: Editora FGV.

Francisco Lupiáñez-Villanueva



Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación

Alessandro Baricco
(Anagrama, 2008)

«Todo el mundo percibe, en el ambiente, un incomprendible apocalipsis inminente; y, por todas partes, esta voz que corre: los bárbaros están llegando. Veo mentes refinadas escrutar la llegada de la invasión con los ojos clavados en el horizonte de la televisión. Profesores competentes, desde sus cátedras, miden en los silencios de sus alumnos las ruinas que ha dejado a su paso una horda a la que, de hecho, nadie ha logrado, sin embargo ver. Y alrededor de lo que se escribe o se imagina aletea la mirada perdida de exégetas que, apesadumbrados, hablan de una tierra saqueada por depredadores sin cultura y sin historia. Los bárbaros, aquí están» (p. 12). Con esta imagen de un terrible asalto a lo máspreciado arranca Alessandro Baricco su diagnóstico a la vez aristocrático, apocalíptico e irónico, sobre la mutación que estaríamos sufriendo los globalizados. Baricco, novelista, actor, músico, autor de las famosas *Seda*, *Océano* y *Novecen-*

to, y del ensayo musical *El espíritu de Hegel y las vacas de Wisconsin* escribió, entre mayo y octubre de 2006, 30 columnas para el periódico *La Repubblica* con el propósito expreso de convertir las luego en libro: el resultado fue *I barbari. Saggio sulla mutazione*, que se publicó a finales de ese año y que ahora se ofrece en traducción castellana.

Según el autor, los dos ejes valóricos en torno a los cuales se articularía el proceso de depredación son el de la espectacularidad exigida a cualquier acto de comunicación (pp. 50-53) y el de la inmediatez de la recompensa del consumo (pp. 85-92), incluido el cognoscitivo. En este contexto, la imagen de esos exégetas extraviados recuerda al aforismo de Carlos Monsiváis: «O ya no estoy entiendo lo que pasa o ya no está pasando lo que estaba entendiendo», y por ello todo el diagnóstico se parece al reclamo de una generación obsoleta contra la que emerge. Pero Baricco es consciente de ello; no se trata sólo de un recambio, afirma, sino de una verdadera mutación; por eso utiliza las imágenes de unos nuevos seres dotados de branquias: cardúmenes feroces que arrasan las aldeas con un solo objetivo, consciente o inconsciente: la descentralización de la producción de sentido.

Por eso, dice, las branquias de los mutantes respiran en Google, el motor de búsqueda universal que no se basa, como sus antecesores –Altavista, Ask Jeeves, MSN Search (hoy Live Search)– en la frecuencia de ocurrencia de un determinado término dentro de una página web, sino en las referencias que hay en otras páginas de los sitios que contienen el o los términos buscados.

Antes, escribe, uno podía buscar lasaña y los motores de búsqueda nos podían llevar en primer lugar a un texto perfectamente estúpido sobre la lasaña, pero que nombrara a este plato muchas veces; en cambio, el que contuviera una buena receta y que sólo mencionara lasaña en el título, quedaría relegado a una posición muy postrera. Altavista entendió el problema y trató de solucionarlo a la antigua usanza: contrató editores que revisaran contenidos y los ordenaran y jerarquizaran, una tarea que resultó tan titánica como ingenua.

En cambio, el algoritmo que inventaron los fundadores de Google, Larry Page y Sergey Brin, permite operar de una manera similar al del índice de citación de los artículos científicos: este motor de búsqueda nos lleva al sitio más recurrido por otros internautas, claro que no desde el punto de vista de