Visualitzant la solidaritat

Internet i mitjans audiovisuals en Educació per al Desenvolupament

Actes del seminari celebrat
a la Fundación Mainel
de l'11 al 13 de juliol de 2011

Dirigit per
Julio Montero Díaz i
Jorge Sebastián Lozano

Edita

Mainel Fundación

Amb la col·laboració de

GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA DE SOLIDARIDAD Y CIUDADANÍA

Continguts

Julio Montero Díaz. Dues generacions i una bretxa
davant les noves tecnologies 3

Rosanna Mestre Pérez. Convergència mediàtica i
cooperació per al desenvolupament 21

Cristóbal Torres Albero. Les tecnologies de la informació i
les comunicacions (TIC) i els canvis socials 45

Salvador Gómez García. Videojocs: els seus usos
per a la conscienciació social 63

Manuel Herrera Gómez. Participació. La societat civil
i els reptes del segle XXI 83

Dues generacions i una bretxa davant les noves tecnologies

Julio Montero Díaz
Catedràtic de Comunicación Audiovisual
Universidad Complutense de Madrid

La directora de màrqueting rondava els cinquanta anys. Es va apropar al departament d'audiovisual de la universitat on line en la qual treballava. Necessitava que es gravaren alguns plànols d'una trobada que anava a tenir lloc amb estudiants, per penjar-ho després al canal de IPTV de la web. El cap del departament li va comentar que era impossible atendre aquella tasca per desbordament de treball. Li va suggerir que com es tractava d'una tasca simple la fera ella mateixa. Ells li deixarien una càmera, li donarien unes instruccions bàsiques i els plànols estarien disposats per emetre's. La llançada executiva va empal·lidir. I si se m'esborra el que grave?, va preguntar temorosa. El responsable li va comentar senzillament per tranquil·litzar-la: no hi ha cap botó en la càmera que diga "esborrar".

Temors infundats, però arrelats

I és veritat: no conec cap càmera de gravar video digital que tinga un comandament que diga "esborrar". De fet no es pot esborrar. Cal retrocedir i gravar damunt una altra cosa: cal obstinar-se en això. El que és fàcil és gravar. Si et descures, si no estàs atent, pot ser que gravis sense pretendre-ho. El que és veritablement difícil és esborrar el gravat. Sense una decisió ferma i sense posar uns mitjans ben precisos, no es pot esborrar. De fet, una de les experiències més desesperants és intentar esborrar els rastres de les visites a llocs d'Internet, quan algú no vol que el

seu cap —o algú més proper— sàpia a què es dedica tant de temps enfront de la pantalla de l'ordinador.

I el mateix podria dir-se dels ordinadors. Esborrar l'escrit, esborrar el gravat, en general, és bastant difícil. Els menús a l'ús, que es despleguen davant el pobre usuari terminal, són especialment puntillosos. Ens avisen amb missatges carregats de precaucions: l'acció que pretén realitzar pot fer-li perdre el document, vol seguir? Quan assentim, tornen pesadament i reiterada a advertir-nos: aquesta acció li farà perdre el document. Confirme que accepta...

El que sembla curiós és que aquesta por era raonable que es tinguera abans: quan solament existia el manuscrit original. Perquè abans que existiren els ordinadors ningú —excepte els que disposaven de secretàries— treien còpia (amb aquells folis d'aparença plàstica que acabaven embrutant els que els empraven) del que mecanografiaven, que solia ser la versió definitiva del text: carta, article, llibre o sol·licitud oficial. Les fotocòpies multiplicaven a una velocitat modesta aquells originals la variació més mínima dels quals exigia sempre la reescriptura. Els humans som així: com més gran és el risc, menys temor tenim i menys precaucions adoptem.

Dit açò, caldrà reconèixer que eren pocs —relativament— els originals que es perdien. Quan un arquitecte o un doctorand afirmaven haver extraviat o destruït per error els originals de projecte o tesi, gairebé ningú els creia. Fora cert o no els seus proïsmes els donaven la mateixa confiança que el professor a l'estudiant que al·lega alguna malaltia sobtada de familiar proper davant un examen immediat. Abundaven les llegendes urbanes sobre aquest tema en els ambients universitaris; però era difícil trobar —jo mai ho vaig aconseguir, encara que ho vaig intentar— un que li haguera ocorregut realment, en primera persona... i que tinguera credibilitat.

Això ocorria en l'era analògica. En els temps del paper i el llapis. Des que l'ordinador va ser l'eina habitual de reescriptura a les universitats, les coses —objectivament— han canviat molt. Cal posar una gran obstinació a esborrar un document; no obstant això aquesta por segueix niada en el cor de gairebé tots els que tenen més de 50 anys. Per què?

Per descomptat els temors ancestrals es mantenen i s'acreixen davant les noves possibilitats que ofereix una nova por: la que es té a alguna cosa en bona part desconeguda —no controlable totalment—; a alguna cosa que

amenaça a les nostres rutines; a alguna cosa que ens lleva seguretats basades en habilitats adquirides després de llargs anys d'ensinistrament. És una reacció defensiva lògica... però manca de fonament real. Per això cal recórrer a la narrativa en les seues formes més dramàtiques per defensar-se. Quelcom paregut a la campanya de trampes i calúmnies que els vells directius usaven —i usen— com a parapet davant els qui estan disposats a treballar més hores i amb més intensitat que ells.

Unes xarxes no tan diferents

La xarxes socials han existit sempre: des que l'home és home; perquè les xarxes socials tradueixen la realitat de les relacions socials i d'allò humà; perquè allò humà solament es dóna en societat: no hi ha éssers humans pròpiament sense societat, sense socialització... sense xarxes. No és que els sociòlegs hagen inventat aquesta realitat, és que els solitaris radicals són rars des del punt de vista numèric i també –en els casos que coneixem com a *xiquets salvatges*– des del de la seua realització plena com a homes o dones. La vida de Robinson Crusoe és tot un exemple d'interès per sortir de la illa el més aviat possible.

Les primeres xarxes socials es van construir probablement al voltant de fonts. La coincidència de diversos grups tribals facilitaria el comerç, a més del robatori i la rampinya inicialment, i el convenciment que un poc de pau vindria bé a gairebé tots. De les fonts, les xarxes s'ampliarien als rius i després als mars interiors. Per als occidentals el Mediterrani i les seues vores van ser la base de la xarxa social i comercial i cultural i política i... més important. Les següents xarxes es construirien des del segle XVI sobre un oceà: l'Atlàntic. Era probablement el més modest dels oceans, però per a llavors les tècniques de navegació i de construcció de vaixells van permetre donar el salt a unes terres certament poblades però incomunicades amb Europa. Des d'aleshores el centre del món va passar a aquest mar.

La Segona Guerra Mundial va mostrar la importància d'un altre oceà: el Pacífic. Probablement el nom que pitjor el podia definir. Al seu voltant es construeix ara el centre de la humanitat i la xarxa clau en les relacions internacionals, perquè una vegada que la immensa població de les seues riberes pot considerar-se mercat efectiu la resta del món no deixa de ser un simple residu. Alhora, les tecnologies de la telefonia (amb els satèl·lits), la

computació i internet han fet del món sencer un univers unit en la pràctica instantaneïtat.

Les xarxes socials en un sentit més proper i familiar conformen el nostre espai com a pobletans, com a ciutadans d'allò pròxim. Contenen els nostres amics i familiars. No fa molt, i fins i tot ara en moltes ocasions, els amics i els veïns coincidien. Les escales dels edificis —poques amb ascensor— constituïen zones de socialització: allí es jugava quan plovia i quan feia molta calor. Tots es coneixien i no saludar a algun dels veïns constituïa una declaració tàcita d'enemistat. Fins i tot els domicilis particulars solament ho eren en part: fins a gairebé els setanta els primers televisors es compartien. Els que els adquirien visitaven els seus veïns per convidar-los a passar per sa casa a veure els programes que volgueren. I el més sorprenent per als nostres ulls d'avui és que era veritat: i els veïns acudien a veure'ls amb tota naturalitat.

A més de la proximitat física les xarxes socials es teixien també amb els fils d'allò familiar. Freqüentment teníem més tracte amb els nostres familiars propers: per descomptat pares i germans; però també avis, oncles i cosins. Les visites eren freqüents en unes ciutats encara no molt grans i amb distàncies recorribles en mitjans públics de transport: una altra xarxa física que acurtava distàncies raonables.

En fi: de xarxes, n'hi han hagut sempre. No les hem inventat en aquesta generació. Tampoc és un invent propi d'ara el que canviaren i que ho feren a impuls de les noves tecnologies de cada moment. I a més aquestes tecnologies que ens acosten estaven relacionades gairebé sempre amb la comunicació en el seu sentit més estricte i aplicat. La diferència substancial que es produeix en referir-se avui als xarxes socials, en comparació del que ocorria fa 20 anys, és que ara solament té sentit el terme quan es refereix a les noves tecnologies (les actuals) de la comunicació i de la informació. Si se m'apura podria dir que quan avui, algú es refereix a xarxes socials és molt probable que estiga parlant de *Facebook, Tuenti* o *Twitter*. En definitiva: de xarxes socials concretes. El general queda absorbit en aquest cas pel particular, per alguns particulars.

Com sempre, les noves tecnologies han envaït les xarxes socials i les han canviat. Ho van fer abans en altres àmbits de la vida. En els transports des del ferrocarril i en els mitjans de comunicació des de la primera impremta. També ho van fer en les formes d'entreteniment. Unes vegades van respectar el mitjà sobre el qual actuaven i unes altres van introduir noves

formes de divertir-se o d'omplir els ocis amablement. Les masses al cinema han canviat des que l'ordinador pot multiplicar-les sense dificultat i fer aparèixer multituds en plànols que la realitat fa impossibles (a hores d'ara què serà la realitat al cinema!). Fins a la ràdio van passar de colpejar dos cocos per simular el galop a ficar un soroll més real sintetitzat. Altres vegades han generat noves formes d'entreteniment: el cinema, la ràdio i la televisió ho van ser en el seu moment... i des de fa uns 20 anys els videojocs; i fa un poc menys de temps *YouTube*. En fi: no és una novetat aquesta irrupció de les noves tecnologies a les xarxes que agrupen els homes i les dones que recorren la història. No obstant això segueix viva la pregunta sobre l'actitud de la nostra cap de màrqueting que temia esborrar el que encara no havia gravat.

L'Estat digital: nadius i emigrants

La bibliografia sobre aspectes socials de les noves tecnologies ha encunyat un terme que descriu genèricament tots aquells que mai van tenir por del fet que el text del seu ordinador els esborrés un document mentre trastejaven amb les tecles.

En realitat els importava un rave què poguera ocórrer. No és que tingueren ciència infusa. Simplement la seua joventut —o la seua insensatesa per a uns altres— els incapacitava per ser responsables i per això no tenien por a les conseqüències de les seues correries pels teclats. En realitat això era el lògic, perquè el seu ús dels ordinadors era fonamentalment lúdic... i el pitjor que els podia passar des de la seua posició era haver de reiniciar el primitiu videojoc en el qual estaven capficats.

La seua naturalitat amb les noves tecnologies era com la que la gent anterior tenia amb les seues joguines, perquè per a aquests xiquets tan àvids de tecnologia, els ordinadors eren senzillament part de les seues joguines. Ningú —cap xiquet— té por a trencar les seues joguines quan està embegut en el seu ús. Ens lamentem quan ocorre i fins i tot podem tenir unes ploreres de por; però són —i han estat gairebé sempre— part del nostre aprenentatge en l'atenció de les coses. Així hem mesurat progressivament com s'han d'utilitzar les coses i evitar que es trenquen innecessàriament...

Els que es van familiaritzar amb les noves tecnologies de la informació i de la comunicació usant-les com a joguets per vegada primera es diuen ara

nadius digitals. El genèric és en realitat un ambigu perquè ni tan sols el DREA ha assumit encara una accepció de digital que se semble si més no al sentit que ara li donem[1]. Ningú naix digital: no hi ha procediments digitals de generació i tampoc d'educació; però és palès que hi ha un abisme entre dues generacions.

Una part del diferent es deu al tipus de joguets que van emprar l'una i l'altra. Enfront d'artefactes que representaven objectes o persones, a menor grandària, o amb major simplicitat, que van servir per socialitzar als pares dels nadius digitals durant la seua infància; aquests van emprar pantalles i teclats "de joguina", però també els ordinadors "de debò" que els seus pares havien comprat per a finalitats ben diverses. Quelcom paregut —reconec que exagerat— a emprar ganivets de debò per jugar a pirates.

Va semblar com si els ordinadors no tenien tall i no eren perillosos. Per descomptat el perillós amb sentit immediat era el ganivet, l'ús de l'ordinador "de debò" per jugar. Encara recorde aquells dies de convivència en una vella residència en Buendía, adaptada als adolescents de Vallecas, a la qual acudíem durant uns pocs dies per aprendre a tolerar-nos... i a ajudar-nos els alumnes del millor col·legi del món. Les parets de la sala d'estar s'havien adornat amb un parell de panòplies nobiliàries o similars (probablement similars) amb dues espases i sabres creuats. Prudentment s'havien situat a gairebé dos metres d'altura. Era impossible arribar a elles sense ajudar-se d'algun moble... però la temptació era irresistible i durant anys l'atractiu va ser tan fort que una de les principals tasques dels professors era evitar (o almenys controlar) els inevitables duels que se succeïen: tal com havíem après en les pel·lícules que situaven els seus arguments entre els grecs i romans fins a la Primera Guerra Mundial.

Tornem al nostre tema des de l'anècdota: hi havia perill i va haver-hi control. Els accidents eren inevitables, però previsibles. Ningú va morir en aquells duels, encara que alguns cops i talls es produïen sempre. Esglai i remei: sense problemes. Però els nadius digitals van jugar sense control amb eines de debò, de majors. Com no es va advertir el perill, no va haver-hi precaució. Els jugadors dibuixaven figures en les pantalles, empraven els primers videojocs: des del senzill ping-pong i els seus derivats a les

[1] "Digital" (DREA, consulta 27 de febrero de 2011). (Del lat. digitālis).1. adj. Perteneciente o relativo a los dedos. 2. adj. Referente a los números dígitos y en particular a los instrumentos de medida que la expresan con ellos. Reloj digital. 3. f. Planta herbácea de la familia de las Escrofulariáceas, cuyas hojas se usan en medicina. 4. f. Flor de esta planta.

carreres de cotxes, etcètera. Aquelles velles disqueteres de cinc i escaig i de tres i escaig polzades s'omplien alternativament de documents de text, de taules, de bases de dades... i de pastilles de videojocs originals o copiats.

Entre la prudència pròpia dels pares i la iniciativa lúdica i despreocupada dels fills solament calia esperar el triomf dels segons en el maneig dels ordinadors i, després, d'Internet. Una generació començava a aprendre noves tecnologies sense que les hi ensenyaren els seus pares. Allò va convertir el graó generacional en una bretxa insalvable.

Les seues primeres manifestacions van agreujar encara més la situació, encara que els pares no van percebre la importància del que passava. Gairebé de sobte, les noves tecnologies familiars de l'entreteniment van quedar en mans d'adolescents i nens. Els pares presumien d'això: "a ma casa el que sap com funciona el vídeo és Juanín (o Susanita)". Probablement per primera vegada en la història els fills han assumit tasques —que no els han ensenyat els seus pares— a una edat en què no exercien deures ni responsabilitats paral·lels en altres àmbits de la vida individual i social.

L'altra generació, la de la cap de màrqueting, és la dels immigrants digitals.

El concepte d'emigrant digital és vàlid: mostra la perplexitat i la por que són característics de qui arriba nou a un lloc... en el qual tots saben molt bé com comportar-se excepte ell. Tots saben el fonamental: el llenguatge que ell ignora i els costums. Ací estava la nostra cap, ignorant el fonamental d'un món en el qual pel que sembla vivia. En realitat en no conèixer els codis —en realitat en no saber què part d'ells dominava— simplement passava al seu través, es movia en ell. La cosa no donava per a més.

El característic de l'emigrant és la inseguretat. Açò li distingeix del turista. El primer sap que necessita encaixar, integrar-se en el seu nou país, encara que només ho siga temporalment i encara que aqueixa incorporació siga necessàriament parcial. Per a ell és qüestió de vida o mort. El turista camina amb seguretat. Confia en la seua curiositat. Li agrada allò, per açò ha anat. La seua estada serà probablement ràpida i el seu tracte amb les gents del lloc superficial. Se li acull benignament: els turistes aporten, compren béns i serveis. Són un avantatge en termes econòmics per als països receptors. Fins i tot es procuren que acudisquen cada vegada més. A més un turista mai participa plenament de la comunitat per la qual passa

i per açò no molesta. El motiu és molt senzill i alhora patètic, no necessiten confiar els uns en els altres.

És un luxe que un emigrant no pot donar-se. Necessita comprar la seua seguretat al preu que siga: el de viure en el mateix barri que els seus connacionals d'origen, comprar en tendes del mateix lloc, tancar-se en el seu cercle pròxim en el qual troba resoltes les seues necessitats de seguretat més peremptòries: llengua, cultura, lògica, acudits, sentit de l'humor, preferències estètiques, equips de futbol, menjars senzills, etcètera. Coses totes elles que el turista procura evitar en la seua superficial obstinació de compartir experiències, durant uns die, clar, amb els naturals del país que normalment li corresponen amb desdeny o buidant la seua butxaca. Tampoc un emigrant es pot permetre ni l'un, ni l'altre[2].

A l'emigrant la diversitat de llengües li separa del nadiu; i açò encara que teòricament parlen la mateixa. Han d'aprendre el que per als nadius és patent. L'emigrant pren nota de quasi tot: tem que se li oblide alguna cosa important perquè la seua ignorància és tanta i tan intensa que ni tan sols sap el que és rellevant i clau i el que és accessori i superficial.

I així són els pobres emigrants digitals. Quan s'acostaven per vegada primera a l'ordinador ho feien acompanyats d'un foli, un quadern o una modesta llibreta... i amb alguna cosa per a escriure: un llapis o bolígraf, gens de tecles, encara que estigueren tan properes i pròximes. Les llistes de paraules acompanyades de vectors, les fletxetes (davant o darrere), es transformaven en relacions d'ordres que calia complir per a utilitzar la nova tecnologia que s'acabava de comprar en l'oficina primer i en la llar després.

No ho sabien, però estaven aprenent un nou idioma. Més: s'iniciaven en una nova codificació dels seus pensaments. Eren uns il·lusos que no sabien encara que haurien de pensar d'una altra manera. Alguns no van arribar a assabentar-se d'açò últim i van morir feliçment ignorants, de debò o en els seus treballs.

L'emigrant té, per molts papers oficials que proven la seua posició, un punt de temor a la il·legalitat que no desapareix mai. Un sentir-se amb menys drets pràctics que els nadius de qualsevol terra en la qual estiguen. Potser perquè tem haver infringit unes lleis que ignora, o trencar formes i usos

[2] La comparació i la idea sobre els turistes és de David Mamet, *Manifiesto*, Seix Barral, Barcelona , pp. 21-25

socials de comportament que configuren els trets externs de la bona criança. L'emigrant digital sempre se sent culpable d'estar retardat. Primerament perquè les noves tecnologies semblen no parar de millorar en coses que a ell no li compensen. Per exemple, sempre camina amb una versió endarrerida de Word, d'Excel i del maleït PDF. Ell no sent la necessitat de tantes millores. En el fons del seu cor cadascuna d'aqueixes noves versions a ell li sembla una ximpleria. La seua dramàtica queixa interior és: quan van a parar?

També se sent culpable de ser un perpetu retardat, perquè a ell li preocupa desproporcionadament aquest tema. Als nadius no els importa gens. No tenen el complex d'estar a l'última. Un jove matrimoni de professors universitaris espanyols em va comentar que el que més sorpresa els va produir en arribar a Harvard, a Boston, va ser com d'antics que eren els telèfons mòbils dels professors nord-americans. Ningú els usaria sense vergonya a Espanya i no obstant açò ells anaven tan contents sense el menor complex. I açò que el seu ambient professional era de bioquímics i alguns eren figures destacades d'àmbit internacional, ben experts en noves tecnologies d'investigació.

Ja es veu que les pors són cosa d'emigrants cap al modern que senten el temor a aqueixa il·legalitat de no estar al dia, que és l'única que no existeix entre aquells que pesquen habitualment en les aigües d'allò actual.

Els nadius analògics

Tots els emigrants tenen un país d'origen; els digitals vénen del món de l'analogia: són nadius analògics. Els nadius analògics són (som) els nascuts sota el signe de la mimesi, de la semblança. Per a nosaltres la semblança entre l'acte i els resultats del mateix és una necessitat. Si no existeix aqueixa relació, ens costa entendre-ho. Ens trobem una miqueta perduts.

En la nostra manera d'entendre el món els enginyers constituïen una classe privilegiada: ells sabien com funcionaven les màquines i no es cansaven d'explicar-nos què enginyosos mecanismes convertien un impuls mecànic lineal en un circular i quin tipus de dispositius actuaven i en quins moments. L'electrònica amb prou feines va canviar les coses: díodes, tríodes i pèntodes no eren més que nous dispositius la funcionalitat dels quals i sobretot el seu funcionament estaven clars: amplificaven senyals, amb més o menys fidelitat i en determinats entorns... percebem

l'electrònica per semblança a la mecànica. No era exacte, en realitat no era cert; però recórrer als artefactes físics ajudava a entendre-ho per extensió. La cèlebre fórmula de la comparació desigual seguia funcionant: *açò* és com *allò*, en realitat és solament semblant. *Açò* era un quelcom electrònic i *allò* era un artefacte mecànic, modest, però ben conegut. Per al batxillerat de llavors era més que suficient. El resultat era un tot clar... i continu. Es procedia del menys —del poquet a poquet— al més; fins al perfecte funcionament.

La continuïtat se situava en una lògica que implicava inici, desenvolupament i final. Els vells televisors de vàlvules començaven calfant-se i passaven —a voltes després d'uns minuts— a funcionar de debò. L'expressió *calfar motors* és testimoni d'aquesta manera d'entendre la vida de les màquines: un moviment progressiu cap al perfeccionament, cap al bon funcionament.

El nadiu digital ha crescut en altres lògiques, en altres maneres d'entendre el món i l'entorn més pròxim que li envolta. La relació entre les accions i els seus resultats immediats i patents mitjançant l'ús de les tecnologies és el *interface*[3].

La paraula ja és nova. Per als pobres nadius analògics, aqueix llindar, en el qual les accions sobre la tecnologia es transformaven en resultats que ens superaven, podia comparar-se als bastidors d'un teatre. Allí, mitjançant mecanismes ben coneguts pels especialistes, els tècnics aconseguien les semblances que els requerien els directors d'escena: fum —aparença de fum—, paisatges —pintats per descomptat—; i galopar de cavalls mitjançant el colpejar de cocos... Un assumpte rellevant: encara que se sabera com realitzar cadascun d'aquests actes, amb molta freqüència l'habilitat de l'executant tenia importància. A vegades molta importància.

El segon aspecte de tota aquella tramoia era que amb freqüència s'identificava amb una tecnologia. I una tecnologia es podia explicar, perquè tenia una relació immediata amb la realitat i els seus efectes amb la idea de semblança.

[3] El *Diccionario de las tecnologías de la imagen* de la British Kinematograph Sound and Television Society, Gedisa, Barcelona 1998, defineix interface com: "Circuit que convirteix l'eixida d'un sistema o subsistema a una forma acceptable pel sistema o subsistema que ha de rebre-la". El sentit amb que se empra aquí este terme substitueix "circuit" per qualsevol altre terme tot l'ampli, genèric o ambigu que es vulga.

Un dels elements claus del món digital és precisament el profund canvi que s'ha produït en el *interface*. Podria dir-se que estem davant un canvi tan radical com el que es va produir —es va començar a iniciar— fa uns 10.000 anys i va conduir a la nostra primera i més radical revolució: la de l'escriptura. I més específicament davant aquella que es basa en l'alfabet fonètic amb vocals i consonants i no en qualsevol altre. I convé recordar que encara que tals alfabets siguen molt enginyosos mai van poder obrir pas al món tecnològic i científic i filosòfic i ètic que va desenvolupar occident al llarg dels últims 5.000 anys.

La revolució digital té una envergadura similar a la de l'escriptura pel que fa a canvi radical. No és solament una altra manera de comunicar-se. És una altra lògica. És una altra manera de veure el món i la seua composició i funcionament. Per a nosaltres els analògics açò no és més que un nou idioma que intentem aprendre, amb totes les dificultats que implica per a un nou parlant el cervell del qual ja està orientat cap a altres maneres d'entendre i té ja uns esquemes de funcionament. Som una colla de vells que correm a la percaça d'un tren. El pitjor és que quan ho hem aconseguit algú ens avisa que el tren està ara parat... i que el viatge continua en un altre que acaba posar-se en marxa. De nou cal deixar allò en el que ens havíem establit, ni tan sols acomodat, i tornar a córrer, cansats, farts, cap a aqueix nou tren que no sabem molt bé si ens agradarà tant com el qual acabem d'abandonar. Correm perquè ens fiem dels que ens diuen que ho fem: no perquè ho entenem. No és estrany que aqueix continu exercici acabe amb la nostra paciència... i amb les nostres forces.

La meua generació es va acostar a l'ordinador com a substitutiu de la màquina d'escriure. Avui fa vergonya reconèixer que professors que imparteixen noves tecnologies i es presenten com a experts en aquest tema van escriure la seua tesi doctoral a mà i en comptes de passar-la a màquina, van utilitzar un *WordPerfect* en alguna versió que no tenia ni punt. I van passar pel calvari de fer que els seus textos li'ls hi mecanografiaren en ordinador, i després passar-los ells, i més endavant intentar escriure directament des de l'ordinador emprant un guió que arreplegara les seues idees fonamentals... i finalment van fer el pas: van començar a escriure directament sobre el teclat sense saber exactament com seria la seua primera paraula sobre la brillant pantalla del PC. Però les coses només acabaven de començar: va arribar el correu electrònic i la web i tot va passar per ella. No va caldre viatjar per a consultar biblioteques i tot va quedar disponible a toc de clic. Van desaparèixer també les cues davant

els cinemes i es va poder escollir entreteniment a la carta. Els satèl·lits i els nous superconductors van fer que el perill de saturació es reduïra i que l'amplitud de la comunicació a partir de la xarxa fóra potencialment tan àmplia com es necessitara.

Ser nadiu analògic és un problema generacional. Ser emigrant digital és una opció lliurement assumida. Per exemple, durant diversos anys fa ben poc el vicedegà de noves tecnologies de la facultat de dret, probablement més important d'Espanya, ni tan sols sabia utilitzar Word. No importava. Tenia capacitat suficient com perquè el seu ordinador particular li ordenara pràcticament tot: era un ordinador humà. Són els millors ordinadors per als nadius analògics. A més permet presumir d'humanista i de confiar més en les persones que en les màquines, com fan les empreses d'assegurances en la seua publicitat.

Bé: aqueixa generació de frontera fluctuant entre els majors de 45 i 55 anys s'ha anat trobant no solament davant un nou codi —com el va ser l'alfabet fa tants segles— sinó davant el que el codi suposa. Per descomptat, estem davant un *interface* tan ample, tan poblat d'obstacles (subjectius) que se'ns ha presentat com una malla infranquejable. La zona de bastidors, la de la tramoia, és per a nosaltres tan complicada que som incapaços d'entendre què cal moure perquè es produïsca l'efecte desitjat. I sobretot: no acabem d'entendre que no és necessari saber com es produeix l'efecte, sinó tenir la capacitat de veure para a quines altres coses pot utilitzar-se l'efecte més enllà de la seua immediata immediatesa.

La revolució digital

Saltar en comptes de caminar: la discontinuïtat enfront de la continuïtat. L'hipertext enfront del llibre. Els concrets units segons les necessitats enfront del raonament ordenat, jerarquitzat i estructurat. Vivim junts i ens separa un univers d'experiències diferents. Els pares són analògics i els fills digitals. Els dos són nadius de terres diverses, més diferents encara que les que habitaven Colón i els guaranís. És com si hagueren desembarcat marcians en les nostres cases. El que ocorre és que s'assemblen tant a nosaltres per fora que no acabem de reconèixer els habitants del planeta digital.

I ens exploten. El seu procediment és més subtil que el que van emprar els extremenys en el nou món. No hi ha encomandes, ni tan sols comerç

abusiu. Es deixen voler. Fins i tot es deixen acaronar. Ens arreglen amb un somriure de commiseració els nostres electrodomèstics de l'entreteniment d'última generació, quan som incapaços de distingir la funcionalitat del botó verd de la del groc. Viuen muntats a mitges entre el seu ordinador (seu per l'ús, el nostre pel pagament) i la seua *PlayStation* (en els últims temps la *Wii* guanya terrè). Els nadius digitals en forma de pares estan preocupats per ells; encara que els digitals (nadius també de la seua terra com l'eren els espanyols a Amèrica) viuen feliços; però no en un altre món com es temen els seus progenitors, sinó en el món dels pares i pagats per ells.

Estan preparant un món similar al que un autor descrivia com a hipòtesi[4]. En ell, en un futur no gaire llunyà, es dirà que la lectura de llibres amb prou feines estimula els sentits. Una cosa que, per descomptat, no ocorre amb els videojocs, que tenen la meravellosa capacitat de ficar als xiquets en el realisme de les tres dimensions, de les imatges en moviment, de les bandes sonores que impulsen els seus estímuls i —meravella de les meravelles— a interaccionar mitjançant complexos moviments musculars. Els llibres amb prou faenes seran una concatenació estèril de paraules pàgina després de pàgina. Se'ls acusarà d'estimular només una petita part del cervell, com a molt la del reconeixement de llengües escrites. Enfront d'uns videojocs que involucren un ampli ventall de sensors i àmplies superfícies de l'escorça cerebral, la lectura dels llibres serà simplement un retrocés... o una afició *naïf*.

Els llibres seran antisocials: obliguen el xiquet a entrar en un espai individual. No solament açò: el lector s'autosegresta en un espai tranquil, allunyat de la interacció. Més valguera acabar com més prompte millor amb aqueixes perilloses biblioteques que han donat lloc a generacions de xiquets, antinaturalment asseguts en incòmodes cubiculums —perillosos per a la salut òssia com s'ha demostrat—, que lligen silenciosament mentre s'obliden egoistament dels seus companys.

Fins i tot els grups d'activistes no dubtaran a afirmar que per a un important percentatge de la població, els llibres impliquen una discriminació. És cert, cridaran, la mania per la lectura s'ha burlat dels milions de persones que pateixen algun tipus de dislèxia: una situació que

[4] Steven Johnson, *Everything bad is good to you: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*, Penguin Books, New York, 2005.

no existia realment fins que el text imprés va arribar per a estigmatitzar als seus víctimes.

El pitjor, l'incomprensible, explicaran els nostres néts als seus fills, és que els llibres segueixen un camí lineal fix. No es pot controlar cap aspecte de la seua narrativa. Fomenten la mandra mental: et recolzes i segueixes la història tal com es presenta. Per als que hem nascut —diran— en històries interactives, açò és increïble. Qui voldria participar en una història completament imposada per una altra persona? La vella generació, diran, s'embarcava contínuament en aquest tipus d'aventures milions de vegades al dia. Açò va generar una passivitat general tal, que el món dels homes va estar a punt d'acabar-se. Només les generacions avesades a la pràctica dels videojocs van poder fer front a aquella lamentable situació, que quasi podria considerar-se la prehistòria de la nostra època si no fora per la seua proximitat cronològica. Era l'època dels nostres avis.

En fi, el pitjor és que no han canviat només les màquines per a produir efectes: ha canviat la lògica per a crear-los. La nostra dificultat és que no podem entendre com es produeixen els efectes i tendim a intentar comprendre'ls des de la lògica de la similitud, dels processos mecànics o com a molt dels electrònics.

El *interface* dels nous mitjans se'ns presenta no com un pont cap al més fàcil sinó com una barrera que ens impedeix gaudir dels avantatges del món digital.

Per als nadius analògics el món digital exigeix uns salts per als quals no estem preparats: perquè allò nostre és caminar, caminar, o com a molt córrer. Però córrer és una cosa que es fa solament de tant en tant en la nostra normalitat. I córrer és l'única manera que tenen d'avançar els que no saben saltar o ho fan amb por. Per a arribar on són els nostres fills (o estudiants si som professors) necessitaríem saltar d'un costat a un altre, d'una cosa a una altra, que és com es mouen ells.

El nadiu analògic ha nascut en la continuïtat. No pot prescindir d'ella en cap dels seus nivells d'activitat. El seu pensament discorre sense fallades i intenta solucionar-les quan es presenten. Li agraden els llibres —i a alguns fins els llibres grossos— i passa les seues pàgines de manera reposada o ràpida; però sempre seguides: de les primeres fins a les últimes. Només es permet en casos ben explicats el saltar d'unes a unes altres, normalment cap a davant, per a satisfer una curiositat... o per a abandonar la lectura

avorrit davant el que li espera en les seues lectures. En el seu parlar amb la gent avorreix de les interrupcions, de la barreja de temes, de les converses creuades en una taula o en una reunió. Si és professor exigeix als seus estudiants exàmens raonats, que desenvolupen una idea...

El nadiu analògic va aprendre en la seua infància que no calia saltar; que no havia d'interrompre; que era de mala educació no acabar els plats per a arribar abans a les postres; que a cada moment tocava fer una cosa... i que el correcte era no començar una sense acabar l'anterior. Treballar en moltes coses alhora no es deia llavors multitasca: es deia desordre. I s'identificava amb la ineficàcia i la dispersió que eren indubtablement paraules dolentes, ofensives i pròpies de malcriats o capritxosos, qualificatius tots que solament es podien permetre els rics.

El nadiu digital s'ha situat en els efectes, no en les causes, i té prou amb açò. Per açò el *interface* és per a ell un terreny propici: no es fa preguntes que li comprometen resultats immediats i les qüestions sobre les causes en el millor dels casos solament retarden els efectes. Igual que els que aprenien a escriure en Fenícia. No es preguntaven per què s'havien escollit uns signes i no uns altres. Ni tan sols es van plantejar inicialment altres alternatives. Potser el nostre codi d'escriptura va ser una sort, va ser qüestió d'atzar: ni els xinesos, ni els japonesos, ni els egipcis... ni cap altra cultura que coneguem va aconseguir aqueix nivell de codificació fonètic tan pràctic i multiforme. Tan radical va ser el canvi que va iniciar l'escriptura que en el segle XVIII no es concebia que un humà ho fóra de manera completa si no sabia escriure i llegir. Potser estem davant un altre d'aqueixos grans desafiaments i les noves generacions necessitaran d'aqueixos nous codis; d'aqueixes noves lògiques per a situar-se en les tecnologies que donen el to de normalitat a les cultures de llavors.

Els elements característics de les generacions digitals se situen en el predomini del concret sobre el general. Una primera traducció és que la seua atenció està centrada en els efectes immediats i a aconseguir els objectius establits prescindint del context. En aqueix sentit els moviments de l'estil Democràcia Directa segueixen aquesta lògica. No importa tant què passarà després i cap a on ens porta açò; el que té interès és l'immediat: no vull açò.

La postmodernitat va obrir el camp a la deconstrucció: les conseqüències de cada acte es tornaven tan complexes d'entendre i de valorar que quasi no podia fer-se res. Per açò es va preconitzar l'acció com a forma suprema

de millora i la defensa del concret com a única teoria possible. La consecució de la pau, la millora del medi ambient; la igualtat efectiva de les dones, van construir les seues argumentacions en bona part al marge d'una consideració del context i dels efectes generals.

El nadiu digital no té per què participar d'aquestes ideologies. La importància de l'immediat per a ell sol situar-se —encara que no és contradictori— en el proper. El concret afecta al seu entreteniment, a la seua forma d'estudiar; a les relacions amb el seu entorn.

Algunes conseqüències... possibles

Però anem a la qüestió: Per vegada primera infants i adolescents han manejat tecnologies —concretades en aparells cars i complexos— que els seus pares eren incapaços de comprendre. Per comoditat o impossibilitat pràctica dels seus progenitors s'han encarregat de fer-les funcionar.

No solament açò. Han comprovat cada dia en els seus centres educatius com els seus professors eren incapaços de manejar aparells que per a ells mancaven de secrets: no perquè coneixien a fons el seu funcionament i les característiques tècniques d'aqueixes tecnologies; senzillament no tenien cap por al que poguera passar si assajaven maneres d'engegar-les.

A poc a poc van passar el llindar del *interface*: sense adonar-se'n. El rellevant és que als seus pares els van introduir en les noves tecnologies els seus avis. A la meua generació li va ensenyar què era un ferrocarril —modern: el TALGO—; i què era l'electricitat i quines aplicacions tenia i també l'energia atòmica... els nostres pares o gents de la seua generació si ells no ho sabien. En el pitjor dels casos ens ho van ensenyar els nostres mestres. Allò modern ho transmetia la generació anterior. Ara ha nascut un grup de persones que se senten superiors als seus pares i als seus professors en l'ús de les noves tecnologies, especialment en el que tenen d'aplicació immediata a la vida ordinària. No és estrany que s'haja trencat la línia de la confiança en el rebut. No és estrany que la "saviesa" es perceba simplement com una opinió més.

Aquesta línia de trencament és més àmplia i profunda del que se sol admetre normalment, perquè afecta a la credibilitat d'una generació. És una ruptura de confiança en tota regla. I és també una nova manera d'entendre la realitat; és una nova lògica.

Si els sistemes educatius s'han preocupat fins ara de transmetre informació d'una generació a una altra, hauran de tenir en compte que en els nostres dies la transmissió d'informacions es concreta en introduir-les en una xarxa. Ací, almenys teòricament, el coneixement es comparteix mitjançant l'intercanvi personal. I, inevitablement, no es distingeix entre mestre i deixeble. L'un i l'altre es tradueixen respectivament per productor i consumidor d'informació. Si l'educació —fins i tot la comunicació— es redueixen a aquest simple intercanvi ens haurem quedat amb un sol aspecte d'aquestes dues funcions claus (l'educació i la comunicació). La liquidació del personal en aquests processos no sembla que oferisca per al futur un món millor. L'apocalíptic flota davant els nadius analògics... i s'entén, encara que no es compartisca aqueixa visió negativa.

En realitat és ja un lloc comú l'afirmació que les noves tecnologies no modifiquen només la manera de comunicar: canvien radicalment la comunicació mateixa. Estem en l'inici d'una vasta transformació cultural que ha canviat no solament la manera d'aprendre i de pensar, també la d'ensenyar. En l'ordre social les relacions s'enfronten a noves possibilitats que —de moment— conviuen amb les que impliquen en algun moment el cara a cara; però ni tan sols és segur que açò es vaja a mantenir.

Nadius digitals, emigrants digitals i nadius analògics sense reconvertir: aqueixa és la població del món digital que ens ha sobrevingut. Són els habitants d'aqueix món de xarxes. És important saber com dirigir-se a ells. No tots tenen la mateixa sensibilitat davant el digital. Cadascun vol ser tractat amb dignitat. No cal insultar la intel·ligència de ningú amb intents de comunicació comuna. Els experts en publicitat saben molt bé com és el seu públic i com és la seua sensibilitat, i la seua lògica i els seus valors. Els polítics moriran en les eleccions si no se n'adonen d'açò; però també altres organitzacions del tercer sector que treballen habitualment amb gents d'aquests tres planetes. Els uns i els altres haurien de tenir en compte la vella dita analògica que s'atribueix a la cura que les mares han de tenir amb els seus fills: tractar els desiguals de manera desigual.

Convergència mediàtica i cooperació per al desenvolupament

Rosanna Mestre Pérez
Universitat de València

Internet a principis del segle XXI: el programari social

El paisatge que les tecnologies de la informació i la comunicació dibuixen avui posseeix uns contorns molt peculiars: mai abans havia existit tal quantitat d'informació accessible en qualsevol suport; mai en el passat tants individus podien tenir accés a la informació en condicions tan assequibles; mai el cost de producció, reproducció i distribució dels continguts culturals havia estat tan baix; mai abans la velocitat de circulació de la informació havia fregat la instantaneïtat i la capacitat de compressió havia estat tan alta; mai les indústries de la informació i la comunicació havien manejat semblant volum de negoci, ni els seus dominis de poder havien estat tan extensos...

L'accés a Internet com a eina de comunicació massiva i globalitzadora es troba avui a l'abast de milions de persones a tot el món, encara que la bretxa digital segueix sent una realitat en molts països i sectors socials. Entre els serveis més difosos es troba l'intercanvi d'arxius a través de xarxes *peer to peer* (P2P), la missatgeria instantània o el conjunt de protocols que proporciona l'accés a arxius enllaçats per híper enllaços, la *world wide web*. Enfront de la primera etapa de la web, que va culminar amb la crisi de les empreses *puntocom* cap a 2001-2002 i en la qual els híper enllaços pràcticament només permetien la lectura o consulta de la informació (web 1.0), en els primers anys del nou mil·lenni la web s'ha consolidat com un entorn participatiu amb tecnologies que proporcionen majors opcions d'interactivitat als usuaris. A més de consultar, els

internautes poden aportar nova informació (mitjançant enllaços, text escrit, arxius de text, imatge o vídeo, etiquetat dels continguts...) i, en alguns casos, poden fins i tot modificar el ja publicat per uns altres (wiki).

El somni de pioners de la hipertextualitat com Vannevar Bush —el primer a imaginar el concepte d'hipertext en 1947— o Theodor Nelson —qui encunyara termes com a hipertext o hipermèdia, i dissenyara Xanadu, el primer sistema hipertextual, a principis dels anys 60 del passat segle— és una realitat en aquesta segona etapa de la *world wide web*. Popularitzada com a web 2.0, també se l'ha denominat la web social, de les persones o de la col·laboració, perquè presenta una arquitectura de participació, desenvolupament i innovació que sorgeix des de la iniciativa comunitària. Quan el cicle vital de la web 2.0 hauria d'estar ja sent reemplaçat per la web 3.0, segons algunes previsions (Radar Networks & Nova Spivack, 2007), existeix suficient perspectiva per apreciar fins a quin punt ha estat (està sent) clau el paper jugat per la difusió d'aplicacions senzilles i flexibles, freqüentment accessibles des d'una sola interfície, amb les quals poder gestionar el correu electrònic, administrar un blog o un wiki, xatejar, crear un àlbum de fotos o de vídeos i compartir-ho amb una xarxa social virtual, o etiquetar de manera personalitzada continguts digitals.

Ens referim al denominat programari social, que se serveix d'un compendi de tecnologies ja existents en la web 1.0 però que a principis del segle XXI comencen a ser utilitzades d'una forma específica, proporcionant noves funcions a la web que abans eren impossibles només amb el codi HTML (Java, Javascript, AJAX, CSS, XML...). La innovació en aquest àmbit procedeix dels usuaris, no del sector empresarial. Entre les seues principals virtuts es troba el fet de facilitar la interconnexió entre els diferents membres d'un grup i fomentar la formació i identificació de comunitats, el que pot resultar atractiu per a diversos camps: l'empresarial, el publicitari, el laboral, l'educatiu o l'activisme, i sens dubte també per a la cooperació orientada al desenvolupament.

L'èxit de la Web 2.0 i el programari social sembla radicar en diversos factors, entre els quals caldria destacar almenys quatre. El primer és de caràcter psicològic i es refereix a la necessitat de socialització que sentim els individus. Ens agrada estar en contacte amb altres persones, intercanviar informació i opinions, sentir que formem part d'un grup, etcètera. Internet no inventa la comunicació interpersonal, però sí l'afavoreix perquè permet esborrar algunes barreres com les geogràfiques

(avui costa tan poc comunicar-se amb el veí del costat com amb l'amic resident a Austràlia) o les temporals, en proporcionar tant comunicació síncrona (xat, microblogging-xat en temps real a través de Twitter, videoconferència per Skype) com a asíncrona (correu electrònic, blog, wiki, fòrum, mur de Facebook). I tot això en entorns virtuals que permeten la interacció entre dues o múltiples usuaris, i és accessible des de dispositius diversos (ordinador fix o portàtil, telèfon mòbil, iPad...). Encara que l'anglès és la llengua franca d'Internet, les barreres lingüístiques ho són cada vegada menys gràcies a la rapidesa i l'accessibilitat de les aplicacions de traducció automàtica, contínuament millorades amb les aportacions dels usuaris. Els resultats no són sempre acceptables però poden facilitar apreciablement la comunicació verbal a través de la Xarxa.

El segon factor que fomenta els usos participatius d'Internet és de caràcter tecnològic. El gran acolliment del programari social a la Xarxa de xarxes es deu, en bona mesura, a la senzillesa d'ús de moltes aplicacions. Els individus interconnectats poden establir una comunicació hipermèdia (intercanvi de text, fotos, àudio o vídeo) a través d'aplicacions o serveis d'allotjament web gratuïts que són fàcilment accessibles per a qualsevol que dispose de coneixements bàsics de les TIC. A això cal sumar la facilitat creixent d'accés a diversos tipus de dispositius digitals (fixos i mòbils, gravadors, editors, reproductors, contenidors...) i l'increment constant de l'ample de banda disponible per a les comunicacions interpersonals i professionals a preus assequibles als països més desenvolupats tecnològicament. Tot això afavoreix el consum constant de dispositius, eines i serveis, i el consegüent increment exponencial d'usuaris.

Un altre element de pes ha estat donat pel volum d'internautes familiaritzat al programari social. El nombre d'usuaris potencials és cada vegada més engruixat, atès que existeix ja una generació de joves que s'ha educat en entorns informatitzats, els anomenats per Mark Prensky (2001) nadius digitals, també denominats i-generació o generació web. Són joves i xiquets que han nascut en entorns marcats pel consum quotidià de les tecnologies de la informació i la comunicació. Al costat d'ells es troben els denominats, també per Prensky, immigrants digitals o generacions d'usuaris que s'han incorporat a la Xarxa a edat més avançada i moguts per altres factors, com les ones de formació en competències per a l'ús de les TIC en l'entorn laboral promogut per les administracions públiques. El coneixement d'aquestes eines per part dels uns i els altres és cada vegada més avançat, especialment quant als seus hàbits d'oci i comunicació interpersonal,

encara que això no vaja necessàriament acompanyat d'una veritable alfabetització en la cultura digital. Saber manejar els dispositius no garanteix que es dispose de les capacitats necessàries per al desenvolupament personal, per trobar un treball millor, ser més lliure o tenir influència social i política (Casacuberta, 2003). Les tecnologies no són finalitats en si mateixes, sinó instruments al servei de la comunicació i el coneixement. Per transformar la informació en coneixement (Gutiérrez, 2003) és necessari saber donar utilitat a les tecnologies, ser capaç de connectar les funcionalitats entre si.

Finalment, cal destacar almenys un altre component, d'ordre econòmic en aquest cas i d'importància cabdal per a la difusió creixent d'Internet. El fet que les aplicacions disponibles en la web 2.0 siguen majoritàriament gratuïtes constitueix sens dubte un dels seus grans atractius per als usuaris. Encara que alguns programes sí exigeixen el pagament d'una quota per a alguns serveis, són proporcionalment pocs i concebuts per proporcionar prestacions considerades econòmicament més rendibles (serveis especialitzats o altament personalitzats principalment consumits pel sector empresarial o per a usos professionals). No hi ha dubte que la gratuïtat és una de les formes més efectives d'atreure i fidelitzar clients.

Això no ha d'ocultar, no obstant això, l'important volum de negoci que promouen. Com sabem, "cost zero per als usuaris no equival a absència de transacció econòmica". "La transacció es dóna, però en altres llocs" (Miguel, 2000). Les summes multimilionàries pagades per la compra d'aplicacions com *Facebook* o *MySpace*[5] proporcionen bones pistes sobre el volum de negoci que mouen el que alguns denominen "llibres de cares". El negoci es troba en el comerç d'índexs d'audiència, bases de dades d'usuaris, ràtios de clic *through* en els *banners*... En l'actual ecologia de la informació, "la principal divisa és l'atenció" (Cervera, 2003: 2), ja que d'acord amb el principi de visibilitat que regeix la lògica mediàtica, "estar és ser".

Si bé sembla que Internet no acaba de consolidar-se com a font d'ingressos en termes generals (en 2010 concentrava al voltant del 13% de la publicitat contractada a Espanya, encara que la tendència alcista continua[6]), les majors expectatives de creixement econòmic se centren de

[5] News Corporation va pagar 580 milions de dólars per *MySpace* en 2005. Microsoft va pagar 117 milions d'euros pel 1'6% de les accions de *Facebook* en 2007.
[6] Segons un estudi de IAB Spain.

moment a les xarxes socials. Des del punt de vista empresarial, un dels grans al·licients d'aquestes aplicacions deriva dels diferents models d'explotació comercial que ofereixen a les empreses anunciants, gràcies fonamentalment al gran volum de dades d'usuaris que manegen i als seus nous hàbits de comunicació i consum. Francisco Marcos Freire (2008) és contundent en afirmar:

"El model econòmic de la xarxa social de comunicació és empresarialment molt més sostenible que altres serveis gratuïts d'Internet o de radiotelevisió. Es fonamenta en tres interessants principis d'aportació de valor: La afiliació voluntària que cada usuari realitza en agregar-se a una xarxa, l'aportació col·laborativa de contingut de cadascun (fotos, vídeos, informació, comentaris, votacions, participació) i l'atenció que tots presten a la publicitat que la majoria d'elles emeten. El registre de la identitat de afiliació, que en algunes xarxes arriba a requerir fins a 17 tipus de dades personals, representa una impressionant font de valor comercial (per a la seua capacitat de segmentació i monitoratge) sobre el perfil dels usuaris, alhora que un inquietant risc cívic, per la falta de suficients polítiques de seguretat per a la protecció de la identitat".

Moltes aplicacions gratuïtes publicades com a programari propietari segueixen utilitzant fórmules tradicionals com la inclusió de diferents tipus de *banners* publicitaris en una pàgina web (a pesar que s'estima que solament el 1% d'usuaris fa clic en ells) o la venda directa de productes i serveis. Però les possibilitats es multipliquen en la web social quan una marca també pot, per exemple, incrementar la seua visibilitat creant el seu propi espai en diferents xarxes socials, associar el seu producte a jocs en línia o enginyar sofisticades campanyes de màrqueting encobert. Un curiós exemple és la campanya llançada per a la promoció del vehicle Lancia Delta en 2010, que va ser descoberta per un periodista de la cadena radiofònica SER abans que els promotors desvetllaren el "ganxo" que havien utilitzat[7]: una xica demana ajuda en una xarxa social per localitzar a un jove al que va conèixer una nit i del que solament sap donar la seua descripció física i la del cotxe en què la va portar a casa...

Aquestes estratègies mercadotècniques es recolzen, entre altres coses, en el gran avantatge que els missatges publicitaris poden dirigir-se a un *target* de perfil molt definit amb el qual connecten més fàcilment. Encara que

[7] Pot llegir-se alguns detalls de la campanya i les impressions d'un internauta en el blog Esas cosas del mundo.

massives en nombre, les nanoaudiències no ho són quant al missatge que reben —que ja no és simultani ni uniforme—, ja que aquell pot adaptar-se amb més facilitat i economia a les preferències individuals. Això és així perquè, en registrar-se com a usuaris de serveis web gratuïts o participar en els jocs comercials d'aquestes aplicacions, els usuaris proporcionen gratuïtament informació molt valuosa sobre ells mateixos (el seu perfil, les seues preferències i hàbits de consum, els seus contactes...), sense ser sempre conscients del seu valor autèntic al mercat de la informació.

El consum productiu de milions d'usuaris respon a una lògica empresarial poc nova (semblant a la gratuïtat dels continguts consumits per les audiències dels mitjans de comunicació de masses tradicionals) però en els entorns interactius fonamenta el nou negoci publicitari del màrqueting viral. Està dirigit a públics segmentats i molt interconnectats entre ells, que juguen un paper clau en la difusió de les campanyes en replicar els missatges publicitaris a través de les seues pròpies xarxes de contactes (comunicació boca a orella), amb costos molt inferiors dels que requereixen les campanyes en els suports convencionals. És una expressió de les noves formes empresarials nascudes a l'abric de la globalització de l'economia, la comunicació i la tecnologia. Com assenyalen Andrés Suárez i José Terceiro (2001), rapidesa, instantaneïtat, estabilitat, flexibilitat, intangibilitat i interacció amb els consumidors són alguns dels trets específics d'aquesta nova economia o i-economia, centrada en la producció industrial de serveis d'informació vinculats a les TIC.

La cultura de la compartició i la participació

Una important repercussió cultural de la generalització d'Internet i les TIC entre usuaris no especialitzats en l'última dècada és la difusió d'una cultura de compartició i lliure accés. Aquesta no ha estat inventada per la web 2.0, però sí troba en ella un potent instrument per a la seua difusió. El principi de creació compartida ha estat sempre present, en major o menor mesura, en qualsevol producció cultural, entesa aquesta com reelaboració creativa a partir de la informació ja existent, fins i tot en àmbits aparentment més tancats o individualistes com la creació plàstica, musical, cinematogràfica o literària. La intertextualitat, el collage, el *sampling*, l'autoria col·lectiva, el *ready-made*, la compilació, el *re-make*, la derivació, l'estètica del *cut-up*... coincideixen a assumir que tota producció intel·lectual es basa en creacions prèvies formulades per uns altres, que no

existeix una estructura dins d'un text que proporcione un significat necessari i universal, que la creativitat s'alimenta de la cooperació i del lliure intercanvi d'idees... En definitiva, "no existeix gens que copiar ja que es faça el que es faça s'està copiant de la mateixa manera que és impossible la còpia doncs faces el que faces sempre serà diferent, diferent, original" (Romero, 1998: 95).

Però sens dubte, la creació cooperativa troba un dels seus pilars més sòlids en la comunitat del programari lliure[8], el representant més visible del qual és Richard Stallman, fundador de la *Free Software Foundation* en 1985. Des dels seus inicis en els anys 70, la comunitat dels desenvolupadors informàtics va dur a terme la seua activitat a partir d'un model de treball obert i basat en el lliure intercanvi de coneixements (Romeo i García, 2003), que més tard entraria en conflicte quan les empreses que desenvoluparien el programari propietari imposaren dures restriccions a la lliure circulació d'informació entre els enginyers informàtics. Com apunta Pekka Himanen (2002), creativitat, llibertat a la Xarxa i aprenentatge compartit amb la resta dels membres de la comunitat són els fonaments d'aquells primers desenvolupadors. Uns principis que han romàs en una part important d'aquest sector professional compromès amb la promoció del programari lliure i la seua ètica hacker.

El més rellevant, des de la nostra perspectiva d'anàlisi, és que l'esperit de l'ètica hacker ha transcendit l'entorn especialitzat dels enginyers informàtics i ha contaminat les pràctiques comunicatives, creatives i professionals d'altres col·lectius (educatius, ciberactivisme, periodisme ciutadà, organitzacions no governamentals...) i dels usuaris de les TIC en general. L'expressió *free culture*, cultura lliure (no necessàriament gratuïta), ha estat promoguda per un moviment social heterogeni que enfonsa les seues arrels en la defensa del principi de llibertat per distribuir i modificar no només el codi i els manuals de les aplicacions informàtiques, sinó qualsevol tipus de producció creativa (música, audiovisual, fotografia, recopilacions de qualsevol tipus...). El fruit d'aquesta concepció oberta de la informació i del coneixement s'ha materialitzat en algunes iniciatives de repercussió global que constitueixen avui elements naturals de l'ecosistema digital, com les llicències *Creative Commons* usades per milions de creadors per publicar i distribuir els seus continguts amb

[8] El moviment a favor del programari lliure es basa en la defensa de la llibertat per a accedir, compartir, distribuir i modificar el codi de les aplicacions informàtiques llicenciades com a programari lliure, amb l'única condició que mai puguen convertir-se en propietari.

llicència *copyleft*; els materials docents universitaris distribuïts des de la iniciativa *Open Course Ware*, desenvolupada inicialment pel nord-americà Massachusetts Institute of Technology; l'accés lliure —des del Regne Unit— als fons audiovisuals de la cadena britànica de televisió BBC; els projectes desenvolupats per la Fundació Wikimedia, com la popular Wikipedia o Commons, la menys coneguda mediateca amb arxius lliures que qualsevol pot consultar, descarregar o enriquir; o fins i tot la publicació de documentació aportada per usuaris anònims per denunciar els delictes comesos per empreses o governs a través de plataformes com Wikileaks[9] , per esmentar solament alguns exemples molt difosos.

Diversos autors s'han ocupat de teixir un entramat teòric "legitimador" d'aquesta cultura de la creació cooperativa fomentada per Internet i les TIC, en la qual sovint participem de manera no conscient. En aquesta línia de treball es troben tant el concepte de intercreativitat de Tim Berners-Lee (2000), el creador de la *world wide web*; Howard Rheingold (2002) i la seua reflexió sobre el paper social de les multituds intel·ligents que se serveixen de tot tipus de dispositius (telèfons mòbils, ordinadors...) per constituir espontàniament grups descentralitzats; o l'antropòleg Pierre Levy i la seua coneguda tesi sobre la intel·ligència col·lectiva, publicada abans de la difusió del programari social. En *Intel·ligència col·lectiva: per una antropologia del ciberespai* (1997), l'autor avançava la tesi que en el context virtual es potencien el diàleg i la cooperació, donant com resultat un saber enriquit per les aportacions individuals, un capital valuós no només en termes d'informació, sinó també d'habilitats, experiències i competències.

En aquest mateix context cultural cal situar altres fenòmens populars com el del *crowdfunding* o el *crowdsourcing*, sorgits tots dos sota el deixant de la producció cooperativa. El segon terme, encunyat pel periodista Jeffe Howe en 2006, es refereix a una controvertida pràctica promoguda en l'àmbit empresarial a partir de la idea d'externalitzar el desenvolupament de certs treballs (resolució de problemes, desenvolupament d'innovació...) perquè un nombre indefinit d'especialistes no vinculats a l'empresa es facen voluntàriament càrrec d'elles. És una iniciativa de convocatòria oberta, duta a terme normalment per grans empreses, amb la qual s'espera aconseguir millors resultats en beneficiar-se de la creativitat,

[9] Wikileaks que va obtenir en 2009 el reconeixement d'Amnistia Internacional per la denúncia dels assassinats comesos pel govern keniata.

frescor i capacitat de treball que poden aportar un nombre potencialment ampli de candidats.

La dinàmica de *crowdfunding* o finançament col·lectiu, per la seua banda, pot dur-se a terme ben a través de donacions, fins i tot amb quantitats molt xicotets, o bé mitjançant inversions. El seu principal avantatge és que el finançament de projectes, de manera total o parcial, a través d'aquests micropagaments, facilita la captació de nombrosos contribuents als projectes. En l'àmbit de la creació cultural, els micropagaments s'aconsegueixen fent coneguts petits fragments del projecte (produccions musicals, cinema independent, documentals, edició de llibres, etcètera.) abans de desenvolupar-ho completament, amb la finalitat de suscitar interès entre els potencials consumidors del producte i convertir-los en seguidors actius de l'evolució del projecte. Els usuaris que participen en el projecte poden obtenir part dels beneficis, si són inversors, o obtenir alguna petita compensació no econòmica, si aporten donacions, com aparèixer en els títols de crèdit d'una producció audiovisual. La primera producció cinematogràfica espanyola que va fer ús d'aquest recurs financer va ser la pel·lícula de ciència ficció *El cosmonauta* (2011), dirigida per Nicolás Alcalá, en la qual s'acceptaven aportacions a partir de 2 euros i inversions a partir de 1000. La pel·lícula es va distribuir amb una llicència Creative Commons, que permetia la còpia en la versió de baixa definició i no autoritzava la reproducció comercial en la versió d'alta definició. En 2009 va néixer Kickstarter, la primera plataforma web creada per centralitzar projectes oberts al finançament col·lectiu i algunes més han sorgit després. El cosmonauta és un bon exemple de les noves modalitats de finançament, distribució i explotació comercial que han sorgit a la calor del terratrèmol econòmic experimentat per les indústries culturals.

Molts d'aquests projectes finançats per *crowdfunding* han resultat un fracàs, encara que segueixen sent una opció per determinades produccions culturals, sobretot les que compten amb l'avantatge de dirigir-se a nínxols concrets d'usuaris. El més rellevant d'aquesta opció, a la qual les indústries culturals accedeixen amb cert retard respecte a l'activisme de les organitzacions no governamentals, és el canvi qualitatiu que comporta el model del *crowdfunding*. Enfront del model tradicional, que reuneix primer els recursos econòmics per buscar després l'audiència, amb el *crowdfunding* primer s'aconsegueix l'audiència i aquesta porta després al finançament.

Alguns aspectes del "costat fosc" de la cultura de la participació i la compartició no han passat desapercebuts. El Grup Cooperatiu de les Índies (2010), per exemple, ha expressat les seues crítiques a certa mitificació de la cultura *webpuntodosista*, derivada sobretot del boom experimentat per les xarxes socials virtuals com Facebook o Twitter (Ugarte, 2007). El principal inconvenient d'aquestes xarxes, denominades per ells "llibres de cares", és que constitueixen entorns tancats, per la qual cosa impulsen la formació d'estructures centralitzades, dependents d'un node central i fàcilment controlables des d'aquell. Enfront de la conversa oberta i d'estructura distribuïda pròpia dels blocs, la participació a les xarxes socials no és genèrica, sinó que es dóna en allò que és d'algú (l'empresa propietària dels serveis) i imposa les condicions d'ús, la qual cosa es tradueix en un minvament en l'autonomia de la comunitat. Fomenten, així mateix, una cultura de l'adhesió (fer clic en l'opció m'agrada això) més que una autèntica cultura de la interacció (entesa com a participació crítica, reflexiva, creativa, autoregulada...).

Són, d'altra banda, aplicacions que responen a la pretensió totalitària de convertir-se en alternativa a la Xarxa, com també ho intenten les grans plataformes de serveis com Google o Yahoo!, en proporcionar una gamma de serveis als quals s'accedeix "sense sortir de l'entorn propietari". Les aplicacions tancades de xarxes socials (no les xarxes socials en si mateixes ni altres aplicacions d'estructura menys jeràrquica) representen, des d'aquest punt de vista, un retrocés en termes de llibertat d'organització i de moviment per Internet, al mateix temps que responen a nivells baixos en la piràmide de compromís que adquireixen els usuaris en una relació social virtual. Sumar-se virtualment a una causa o deixar constància que t'agrada o disgusta un vídeo pot arribar a mobilitzar prou internautes, però suposa una expressió molt pobra del potencial que l'estructura reticular d'Internet pot aportar.

El descens en el nombre d'usuaris detectat en els dos últims anys i l'avorriment expressat per alguns joves usuaris nord-americans en algunes enquestes podria ser indicatiu de que el creixement d'aquestes xarxes està tocant fons. En els propers anys podríem assistir a un increment d'aquesta tendència, que acabaria reequilibrant el paper que aquestes aplicacions juguen en el ciberespai, com ocorreguera en el seu moment amb els blogs o anteriorment amb les pàgines web personals.

Convergència mediàtica: l'audiovisual a la Xarxa

Les transformacions tecnològiques i culturals comentades en els apartats anteriors no han estat benvingudes per igual en tots els sectors socials i econòmics. Les indústries culturals en general, i el sector audiovisual en particular, s'han vist seriosament perjudicats quan el seu tradicional sistema de producció i distribució de continguts ha estat alterat. La peculiar evolució d'Internet ha atret un ampli volum d'usuaris cap a la Xarxa i ha afavorit un notable increment en la demanda de continguts, però el transvasament de públics, des dels mitjans de comunicació de masses tradicionals fins a Internet, no ha anat acompanyat d'un increment proporcional d'ingressos per a les empreses del sector. Han crescut exponencialment les xifres de vendes dels proveïdors de serveis (tele operadors, fabricadors de dispositius, cercadors d'Internet...) però no ha ocorregut el mateix amb la indústria de l'audiovisual. Com afirma J. M. Álvarez Monzoncillo (2010), en afavorir la possibilitat que nous agents puguen produir i distribuir continguts, Internet ha fet esclatar la cadena de valor tradicional, fonamentada en sectors clarament diferenciats: producció, distribució, explotació i consum.

D'altra banda, les mateixes tecnologies que havien d'alliberar als usuaris de l'exclusió en l'accés a la informació i en els processos de creació, reproducció i difusió de continguts en què els instal·lava el sistema de producció propi de l'era analògica, paradoxalment ha acabat convertint-los en delinqüents. La democratització associada a la possibilitat de còpia, reproducció o compartició, esdevé sovint en delicte quan s'exerceix amb continguts culturals protegits pels drets d'autor, és a dir, amb tots, excepte aquells en els quals s'especifique el contrari mitjançant una llicència *copyleft*. L'absència d'una regulació ajustada tant a les necessitats actuals dels usuaris com a certes pràctiques comunicatives àmpliament consolidades —i, al mateix temps, agressivament potenciades per la indústria dels dispositius i les aplicacions—, al costat de la inexistència d'una oferta atractiva de distribució legal de continguts audiovisuals ha acabat criminalitzant a la major part dels usuaris d'Internet.

La crisi en la reproducció i distribució dels suports (que tenen poc a veure amb els continguts) ha obligat al sector audiovisual a repensar les seues estratègies comercials i obrir les portes a noves formes d'explotació comercial dels seus productes, algunes amb un notable èxit. Perquè des del punt de vista empresarial, Internet presenta una doble cara. D'una

banda, constitueix una gran amenaça, com diria Álvarez Monzoncillo (2010), per als grans "dinosaures" del sector audiovisual (Hollywood, Disney, Estafi Warner...) que no aconsegueixen amortitzar en Internet les grans inversions realitzades, per la qual cosa a penes han invertit en ell. Per a elles Internet és principalment un nociu canal de distribució de còpies il·legals que redueix dramàticament els beneficis d'explotació i distribució procedents dels *media* tradicionals, on tan còmodament estaven posicionades fins a fa molt poc. D'altra banda, la Xarxa de xarxes no és en absolut una amenaça per als "bacteris", xicotetes empreses o sectors, com els creadors de producció en llengua no anglesa, els productors de curtmetratges, documentals, cinema d'autor, audiovisual educatiu, de sensibilització social... que poden trobar en ella interessants alternatives de producció, explotació i, sobretot, de distribució. Per a ells, Internet obre un ventall d'oportunitats, entre les quals destaca l'accés a un mercat global.

Entre les tendències més noves del comportament dels productes audiovisuals com a resposta als canvis produïts en el sector es troba la producció *crossmedia* o multi plataforma. Es tracta de produir continguts concebuts des del primer moment com a productes destinats a ser distribuïts en diferents plataformes i perifèrics: televisió digital terrestre, internet, IPTV, telèfons mòbils, tauletes gràfiques... A Espanya, s'han sumat a aquesta estratègia tant grans corporacions, com a Televisió Espanyola o Televisió de Catalunya, com a empreses i instituts d'investigació, promotors per exemple de RAUDOS, una xarxa interactiva multi plataforma de continguts audiovisuals encara en fase de desenvolupament; o productores transmedia més modestes com Filmutea.

La tendència ha afavorit l'expansió de les empreses pròpiament audiovisuals a territoris que fins ara li eren aliens (internet, telefonia mòbil...), però també ha promogut la introducció de nous agents, sobretot en l'àmbit de la distribució, que gens tenen a veure amb la producció audiovisual, com Google o Apple. El lliscament de les fronteres sectorials ha suscitat, al seu torn, grans aliances entre corporacions que en conjuminar àmbits empresarials diversos, han adquirit major poder global. La convergència mediàtica comporta, doncs, també convergència del poder econòmic. Un exemple representatiu d'això és la compra de MySpace, en 2005, per part del magnat de la comunicació Rupert Murdoch. Amb aquesta gestió News Corporation, filial de Time Warner, no solament estava adquirint una important xarxa social, sinó afermant el seu domini al mercat

audiovisual de la música, en el qual ja comptava amb una posició privilegiada a través de la cadena MTV.

Una altra estratègia duta a terme per les grans empreses audiovisuals per afermar el seu espai de mercat en Internet és la redifusió de continguts televisius després de la seua primera emissió en l'esmentat mitjà, de manera que l'usuari puga veure'ls en qualsevol moment i des de qualsevol lloc. En la majoria dels casos aquesta obertura dels arxius va acompanyada amb publicitat, excepte destacades excepcions com la de la cadena pública estatal a Espanya, TVE, amb el seu servei gratuït i sense publicitat de televisió i ràdio a la carta. Una altra expressió del *Video On Demand* (VOD) són els serveis de pagament, tant per al visionat de sèries i pel·lícules per *streaming* com per a la descàrrega dels arxius, gràcies a la signatura d'acord de les distribuïdores amb plataformes d'Internet específiques. Algunes plataformes d'aquest tipus són Hulu (gratuïta) o Netflix (de pagament), que es troben disponibles solament per els qui accedeixen a elles des d'EUA[10], l'èxit dels quals no està sent molt cridaner de moment.

Al costat d'aquestes estratègies de posicionament a la Xarxa, coexisteixen altres apostes com Google TV, Youview, Apple TV o la recentment anunciada tBone TV, que constitueixen l'última i encara poc contrastada resposta de les grans corporacions a la necessitat de portar els continguts audiovisuals d'Internet a la televisió sota demanda. Des del punt de vista comunicatiu, una gran dificultat a la qual han de fer front aquestes iniciatives és fer compatibles dues experiències que encara són percebudes com radicalment oposades pels usuaris: "veure la tele", el que m'arriba a través de la guia de programació, i sovint compartisc amb altres persones —principalment en l'entorn familiar— és una experiència espectatorial molt diferent a navegar per Internet, un acte essencialment individual, d'exploració i recerca personalitzada a través de continguts i aplicacions potencialment molt heterogenis. En el segon cas, l'usuari pot, per exemple, tenir obertes simultàniament una aplicació de xat, el seu correu personal, la seua xarxa social favorita i veure un vídeo en YouTube després d'escoltar música en Spotify gratuïtament.

El model comunicatiu al que totes aquestes estratègies responen segueix sent, per part, el televisiu, no el d'Internet. Això implica que les opcions

[10] És possible, no obstant açò, saltar-se la restricció connectant el nostre ordinador a una connexió VPN, ja siga gratuïta (amb l'inconvenient que redueix sensiblement l'ample de banda) o de pagament (proporciona millor qualitat de servei), que redirigeix el compte d'accés a una IP nord-americana.

d'interactivitat queden reduïdes a la seua mínima expressió, ja que realment no s'arriba a explorar el llarg recorregut que aquella pot arribar a tenir en els continguts audiovisuals digitals. La innovació quant a la participació de l'usuari/espectador en els continguts audiovisuals segueix sent l'assignatura per resoldre del sector. Això és així, entre altres coses, per les dificultats de gestió i de control que comporta obrir els continguts a la intervenció dels usuaris, més enllà de les fórmules bàsiques ja conegudes (votació, elecció d'una opció entre un menú limitat, inclusió de comentaris...).

Un àmbit en el qual Internet i la cultura de la compartició sí estan promovent canvis significatius és, com ja hem avançat, el de la distribució dels continguts i la informació: el local pot arribar a distribuir-se globalment gràcies a la Xarxa. Això suposaria un gran avantatge per a la producció audiovisual de sèries i pel·lícules amb mercats molt limitats, per exemple, per raons lingüístiques, ja que li permetria traspassar la barrera nacional en la qual fins fa poc s'havia vist reclosa (sense comptar excepcions) per arribar a noves audiències de caràcter internacional. I tot això sense haver de dependre d'agents distribuïdors externs. Al mateix temps, els continguts generats per usuaris o per xicotetes productores (ficció, documental, educació, solidaritat...), encara que minoritaris a causa de l'exigència de recursos que comporten, també poden veure's beneficiats. Els uns i els altres troben en Internet noves finestres especialitzades de distribució amb les quals accedir al principi de visibilitat ("estar és ser"). Alguns exemples de web espanyoles des de les quals es pot veure produccions de ficció són Remojito.TV, promotor del primer Webseries Festival; o Sesiongolfa.com promoguda per Beniwood Produccions.

Finalment, mereix la pena fer una breu referència a les transformacions experimentades en els hàbits de consum des de la generalització d'Internet als països més desenvolupats. Encara que la televisió segueix sent el mitjà de comunicació de masses que atrau un major nombre d'audiències, en els últims anys s'ha produït un desplaçament dels espectadors. Des de 2008 es detecta una reducció de l'audiència jove (entre 15 i 24 anys) que simultàniament ha incrementat els índexs de consum d'Internet, on el vídeo adquireix cada vegada major protagonisme. Els joves segueixen consumint audiovisual, doncs, però no a través de la cotilla de la programació televisiva sinó reproduint o descarregant vídeos a la carta (VOD) a través d'Internet, a través de plataformes d'allotjament de vídeo com YouTube o Vimeo.

La seua relació amb els continguts és més activa, ja que no solament busquen i seleccionen el que van a veure entre un embull de produccions multimèdia, sinó que freqüentment opinen sobre això, ho etiqueten, ho recomanen a través de les xarxes socials... El que no resulta tan clar és que aquesta major activitat supose un salt qualitatiu respecte al consum passiu que encara segueixen fent, encara que en menor mesura, dels mitjans de comunicació de masses, que el seu consum de continguts en Internet siga qualitativament diferent del que duen a terme altres generacions o que aquell reflectisca un ús enriquidor del potencial creatiu que ofereix la web participativa. Alguns autors, com Mark Bauerlein (2008), qüestionen que la generació de nadius digitals present realment unes característiques diferenciadores en termes de creativitat i productivitat, que realment sàpien aprofitar el potencial d'Internet i de la producció col·lectiva de coneixement. En la seua opinió, els joves que tenen entre 15 i 24 anys estan massa acostumats a la satisfacció immediata que proporcionen els ràpids clics del ratolí sobre els hiperenllaços, per la qual cosa accedeixen a la informació amb una pèrdua significativa de la rellevància del context i la història. Més que per conèixer el món, afirma Bauerlein, usen la web per dotorejar sobre els seus ídols musicals. Busquen el que ja esperaven trobar, i ho volen ràpid, gratis i amb el mínim esforç.

La convergència mediàtica al servei de les ONGD

Quin lloc ocupen en l'ecosistema mediàtic a dalt referit les xicotets i grans organitzacions socials compromeses amb la solidaritat i l'educació per al desenvolupament? Al fil de la citada distinció entre "dinosaures" i "bacteris" suggerida per Álvarez Monzonzillo, i el seu diferent horitzó d'expectatives davant la incertesa dels canvis tecnoculturals promoguts per Internet, cal situar les organitzacions no governamentals i per al desenvolupament clarament del costat dels "bacteris". Internet i la web social proporcionen a aquestes entitats una porta oberta a noves oportunitats de producció, difusió i explotació dels seus objectius i recursos, tant materials com a humans. Són organitzacions que es van pujar al carro del màrqueting social ja fa algun temps (Montero, 2003), assumint que les campanyes socials són molt més efectives si se'ls aplica principis de màrqueting, encara que les fronteres del que és èticament acceptable en les estratègies de persuasió que executen siguen molt més exigents si es el cas. L'absència d'ànim de lucre les converteix en

institucions molt peculiars, ja que paradoxalment han d'exercir una gestió el més eficaç possible servint-se d'eines i estratègies procedents de les organitzacions concebudes per ser econòmicament rendibles.

Des d'aquest punt de vista, les ONGD han trobat un gran aliat en Internet. Els pilars de la web social citats en el primer apartat (necessitat de socialització, senzillesa de les aplicacions, gran volum d'usuaris familiaritzats amb les TIC i gratuïtat d'un negoci potencialment molt fructífer) constitueixen sòlids fonaments en els quals aquestes organitzacions poden assentar-se còmodament, adaptant el programari social a les necessitats específiques de les seues pràctiques comunicatives i la seua acció social. La cultura de la participació i la compartició forma part dels principis fundacionals de la cooperació per al desenvolupament; el finançament mitjançant *crowdfunding* fa temps que fonamenta campanyes del tipus "apadrina a un xiquet".

Gràcies a les TIC, les ONGD amplien sensiblement les seues possibilitats d'accedir a l'opinió pública, sense dependre necessàriament dels mitjans de comunicació tradicionals (premsa escrita, televisió, radio), la qual cosa els permet un tractament molt més estratègic de la informació: facilita la segmentació del *target*, adequant els continguts a diferents perfils de públics, o potencia la interacció amb els usuaris a través de diverses estratègies de participació interactiva, de manera síncrona (xat) o asíncrona (e-mail), per exemple. D'altra banda, i enfront de l'elevat cost de la difusió d'informació i publicitat a través dels suports clàssics i la limitada pervivència del seu impacte en la ment dels públics, Internet atrau bona part de l'esforç comunicatiu de les organitzacions, tant per a la difusió de les seues campanyes publicitàries, com per a la distribució de documentació i informació multimèdia, o la gestió de la seua pròpia imatge de marca. El menor cost de la comunicació a través de la Xarxa permet fer arribar abundant informació a un major nombre de destinataris, però emmagatzemar-la en contenidors fàcilment accessibles perquè siga trobada pels propis usuaris. Els efectes dels missatges es perllonguen en el temps en romandre arxivats els documents per temps indefinit i comptar amb el suport de la redistribució viral. Les limitacions relatives al volum d'informació multimèdia publicable són molt menors gràcies a les tecnologies de compressió, mentre sorgeixen noves formes de col·laboració com el "microvoluntariat" (col·laboració duta a terme exclusivament a través d'Internet).

Un indicador del desenvolupament aconseguit per les ONG en aquest sentit és l'existència de diverses seus web que els proporcionen assessorament, plataformes, programari, guies d'ús, etcètera. Alguns exemples poden ser Oxfam Oxfam International Youth Partnership (OIYP) o NTEN (Non Profit Technology Network; també Introducción al activismo en Facebook o Guía para el uso de Twitter con fines de activismo, publicades totes dues per DigiActive. Entre les xarxes socials de temàtica solidària estretament vinculades a l'audiovisual pot citar-se a MediaRights.org, que facilita l'accés a produccions audiovisuals (documentals i curtmetratges) compromesos amb causes solidàries o l'educació per al desenvolupament. Youth Media Exchange (ymex) és una xarxa social col·laborativa dirigida a joves interessats a usar tecnologies multimèdia per difondre temes d'interès global i a fer comprendre com els joves usen actualment aquestes tecnologies per al dit fi.

Internet i la web social també faciliten l'establiment de xarxes eficaces entre les pròpies organitzacions solidàries, la qual cosa incrementa notablement la seua força i, per tant, la seua capacitat d'influència. La ràpida distribució de missatges a través de diferents canals, plataformes i dispositius resulta ser una estratègia comunicativa tan eficaç per les ONGD com per a les grans corporacions de la indústria audiovisual, encara que els seus objectius de rendibilitat siguen ben diferents. La mobilització de milers de persones contra la reunió de la XV Conferència sobre Canvi Climàtic organitzada per Nacions Unides a Copenhaguen en 2009, que va comptar amb 34.000 representants acreditats però va convocar prop de 100.000 manifestants en contra seu (entre els quals més de 900 van ser detinguts[11]) és un bon exemple de la capacitat de convocatòria que poden arribar a tenir. Desafortunadament, el poder d'influència sobre les decisions polítiques no sempre es correspon amb el grau de respatller social que certes iniciatives puguen tenir, ni eviten la duresa de represàlies. Així sembla suggerir-ho la greu denúncia llançada contra els quatre activistes empresonats i acusats de violació del domicili real suec (amb l'agreujant de la presència de la reina en el seu interior), entre ells Juantxo López de Uralde, exdirector executiu de Greenpeace a Espanya[12]. Del que no hi ha cap dubte és del perjudici que la situació està causant, en termes

[11] *El País*, 13/09/2009, http://www.elpais.com/articulo/sociedad/900/detenidos/intentar/reventar/marcha/pacifica/elpepusoc/20091212elpepusoc_5/Tes.

[12] Encara no s'ha dictat sentència en el moment en què s'escriu aquest text.

d'imatge pública, a les institucions públiques noruegues, gràcies al suport mediàtic que rep, dins i fora d'Internet.

L'efervescència de les TIC en Internet i permanent necessitat de generar millores atractives per fidelitzar públics a la Xarxa afavoreix l'experimentació contínua de noves eines i serveis, alguns concebuts expressament per al gran nínxol de mercat que constitueixen les organitzacions per al desenvolupament. Una cridanera aplicació *hipermèdia* que encaixa en aquesta categoria és Google Earth Solidari (Google Earth Outreach), concebuda per visualitzar en un mapamundi conflictes detectats en qualsevol punt del planeta per una determinada ONG i, de pas, promocionar Google Earth i Google Maps en el sector. Quantum Shift TV és una xarxa social de vídeos que promou valors solidaris a través de l'ús d'aplicacions noves i l'exercici del periodisme ciutadà.

Les ONGD, d'altra banda, no estan exemptes d'experimentar els desavantatges que també comporta alguns aspectes d'Internet. L'acumulació d'informació que faciliten actualment les TIC té l'inconvenient de provocar una oferta excessiva d'informació. El fenomen no és nou, ja que ja es donava en l'opulència mediàtica de la segona meitat del segle passat (Gubern, 1987). La sobreinformació porta aparellat un risc elevat de desinformació. Promou en el receptor la idea que és impossible estar informat perquè se sent desbordat davant el devessall informatiu que rep diàriament des dels diferents mitjans (Ramonet, 1998). Els portals, els motors automàtics de recerca o les notícies personalitzades ajuden a pal·liar la sensació de caos i sobreabundància en Internet, com també ho fan les seus web de coordinació de la informació que gira al voltant de les ONGD, com a Guía ONG de Canalsolidario.org o ONGinfo.com (directori de ONGD en Internet). Humania TV, el projecte llançat per la Fundación Mundo 21, és un cas paradigmàtic de web especialitzada a difondre informació audiovisual —i textual— relacionada amb l'educació per al desenvolupament. La base de dades dels seus arxius, denominada Globoteca, conté una valuosa recopilació de la informació relacionada amb diferents ONGD. MediaRights.org, per la seua banda, facilita l'accés a produccions audiovisuals (documentals i curtmetratges) compromesos amb causes solidàries o l'educació per al desenvolupament.

No obstant això, la fiabilitat d'aquests "punts de trobada" ha de ser sempre relativitzada, com ocorre amb qualsevol altre filtre d'informació, institucionalitzat (mitjans de comunicació de masses, posem per cas) o no

institucionalitzat (organitzacions solidàries, per exemple). La selecció de continguts no sempre respon a criteris de qualitat. El criteri del nombre de visites a les URL d'Internet que maneja Google pot resultar tan esbiaixat com la subjectivitat amb que els editors seleccionen la informació que publiquen en el seu directori o la aleatorietat amb que els arriba la informació elaborada per les pròpies fonts. Aprendre a manejar criteris de qualitat relativa en les fonts d'informació, en Internet o en una biblioteca de suports analògics, és un dels pilars bàsics de la transformació de la informació en coneixement.

Un altre assumpte sobre el qual ha de mantenir-se una actitud crítica té a veure amb els nivells de participació i col·laboració real de les persones que entren en contacte amb les organitzacions solidàries a través de les TIC. Com apuntàvem en pàgines anteriors, la veritable alfabetització digital té molt a veure amb usos crítics, participatius, democratitzadors, creatius i enriquidors de les TIC. I el seu abast s'estén molt més allà la mera navegació per Internet, l'intercanvi d'arxius de vídeo o el fer clic en una icona per incrementar la llista d'adhesions a una causa, per molt solidària que aquesta siga. Des del punt de vista de les estratègies de persuasió, és perfectament legítim eixir a la trobada de la ciutadania a través de xarxes socials, wikis o blogs, però la dimensió quantitativa de visites, aportacions, comentaris o "amics" no pot confondre's amb la qualitativa. Tampoc s'ha de substituir les finalitats pels mitjans. En les campanyes de les ONGD, tant si es tracta de captar voluntariat o fons, com si el que es pretén és educar en determinats valors, la perspectiva predominant ha de ser la del llarg recorregut. De poc serveix acumular la interacció sensibilitzadora en el ciberespai (triar una causa i un patrocinador moltes vegades, per exemple) si aquesta no es tradueix després en compromís i acció positiva al món real. Això no significa que la primera siga totalment estèril. Allò arriscat seria conformar-se amb el miratge de les estadístiques i oblidar el caràcter instrumental d'aquest tipus de col·laboracions interactives.

Finalment, una breu reflexió sobre el poder persuasiu de les imatges en qualsevol suport. L'experiència dels mitjans de comunicació que tradicionalment han treballat amb imatges (cinema, televisió, premsa escrita) ha demostrat la impressionant capacitat persuasiva que les imatges poden arribar a tenir. Tant la imatge fotogràfica com l'audiovisual, per la seua condició de signe icònic (Ressò, 1968), estan associades a un plus de realisme que es fonamenta en l'aparent absència de codificació i subjectivitat que embolica el seu procediment constructiu. Però cap imatge

és un duplicat fidel o neutre de la realitat referencial. La imatge (dibuix, fotografia, audiovisual) és representació, es construeix a través de convencions gràfiques i es percep mitjançant codis de reconeixement, igual que ocorre amb el llenguatge verbal. La pressió de l'isomorfisme sovint ens fa oblidar els seus fonaments semiòtics, per la qual cosa tendim a interpretar-les com *la realitat*, sense mediació, sense subjectivitat, sense elaboració discursiva...

Aquest efecte de realitat les converteix en instruments persuasius altament eficaços, especialment quan del que es tracta és de suggerir emocions en el receptor amb imatges de catàstrofes, desastres naturals... Les imatges-veritat (González Requena, 1989) presenten la peculiaritat d'atrapar la nostra mirada i segrestar la nostra capacitat de raciocini, atès que apel·len directament a les emocions, a la irracionalitat dels sentiments, i solen generar reaccions impulsives (ràbia, repulsió, compassió, tendresa...). Encara que la quantitat real d'informació racional i abstracta que transmeten siga molt escassa, la seua capacitat d'impacte és tal, que fàcilment es converteixen en notícia per si mateixes. Més que parlar, criden; xisclen molt, però diuen poc (Mestre, 2002). Això les converteix en imatges molt productives en contextos mediàtics informatius, publicitaris o de sensibilització social. Que el suport siga analògic o digital no altera la seua lògica de funcionament ni l'eventual responsabilitat ètica d'aquells que rendibilitzen aquest tipus d'imatges.

Un exemple recent de l'agenciament *solidari* de poderoses imatges-veritat és la popular campanya llançada per Greenpeace contra el Kit-Kat de Nestlé, al març de 2010. Amb ella es denunciava l'ús d'un oli de palmell que s'extreu dels boscos tropicals que conformen l'hàbitat natural de diverses espècies a Sumatra, entre elles la d'un orangutan. La tala indiscriminada d'aquests arbres amenaçava l'equilibri ecològic del Sud-est Asiàtic i l'organització ecologista va aconseguir mobilitzar a nombroses persones a través de la xarxa social Facebook. Nombrosos internautes van fer arribar el seu malestar a Nestlé, sol·licitant la substitució de la substància conflictiva per una altra innòcua. La primera reacció de Nestlé va ser sol·licitar a YouTube la retirada del vídeo, però finalment va ser l'empresa suïssa qui va acabar suprimint l'ingredient i demanant disculpes públiques als consumidors del seu producte. El detonant de la sobtada preocupació per l'orangutan, més que per qualsevol altra espècie animal o vegetal, va ser un impactant vídeo replicat viralment a través de YouTube que s'ha convertit en emblema de l'èxit d'aquestes campanyes.

Segurament més d'un recordarà encara avui la desagradable ficció recreada en les seues imatges, encara que potser no tants recorden de quina substància es tractava, quan va succeir, quins eren les espècies tropicals amenaçades —a part de l'orangutan— o en quina àrea geogràfica residia el conflicte ecològic. L'apel·lació a l'emotivitat dels públics va ser un gran èxit, encara que fora a costa de sacrificar la dimensió racional del conflicte.

Bibliografia

ÁLVAREZ MONZONCILLO, José María (2010): "Los contenidos audiovisuales en Internet", *III Jornadas ConTD*, Valencia, Universitat de València, http://tauimagen.uv.es/contd/multimedia3/.

BAUERLEIN, Mark (2008): *The Dubest Generation: How the Digital Age Stupefies Americans and Jeopardizes our Future (Or, Don't Trust Anyone under 30)*. New York, Penguin Group.

BERNERS-LEE, Mark (2000): *Tejiendo la Red*. Madrid, Siglo Editores.

CAMPOS FREIRE, Francisco (2008): "Las redes sociales trastocan el modelo de negocio de los medios de comunicación tradicionales", *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 11, nº 33, http://www.pdfdownload.org/pdf2html/view_online.php?url=http%3A%2F%2Fredalyc.uaemex.mx%2Fpdf%2F819%2F81912006023.pdf.

CASACUBERTA, David (2003): *Creación colectiva. En Internet el creador es el público*. Barcelona, Gedisa.

CERVERA, José (2003): "216 segundos de mirada: la justificación económica del *copyleft*", Copyleft. Jornadas sobre Propiedad Intelectual, http://www.versvs.net/anotacion/216-segundos-mirada-justificacion-economica-del-copyleft-por-pepe-cervera.

COBO ROMANÍ, Cristóbal y PARDO KUKLINSKI, Hugo (2007): *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios 'fast food.'* Universitat de Vic-Flacso México, Barcelona-México D.F.

ECO, Umberto (1968): "Los códigos visuales", *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Barcelona, Lumen.

GONZÁLEZ REQUENA, J. (1989): *El espectáculo informativo*. Madrid, Akal.

GRUPO CORPORATIVO DE INDIAS (2010): "El efecto cultural del modelo FbT", *El correo de las Indias*, 04/08/2010, http://lasindias.coop/el-efecto-cultural-del-modelo-fbt/.

GUBERN, R. (1987): *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona, Gustavo Gili.

MIGUEL, J. C (2000): "Industrial culturales, gratuidad y precios en Internet" en Zer. Revista de estudios de comunicación, nº 9, http://www.ehu.es/zer/zer9/9demiguel.html.

ROMEO, Alfredo y GARCÍA, Juantomás (2003): *La pastilla roja*. *Software libre y revolución digital*. Madrid, Open:Service.

ROMERO, P. G. (1998): "Escafoides de la mano izquierda. Comentarios a Ni en la vida ni en la muerte, sobre Original y Plagio", *Encuentros Vídeo/Altermedia*. Pamplona, Gobierno de Navarra, pp. 93-94.

GUTIÉRREZ MARÍN, Milagros (2003): *Alfabetización digital Algo más que ratones y teclas.* Gedisa, Barcelona.

HIMANEN, Pekka (2002): *La ética hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona, Destino.

LÉVY, Pierre (1997): *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*, http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/channel.php?lang=es&channel=8.

MESTRE, Rosanna (2002): "Ver, oír y no callar: relaciones verboicónicas en los telediarios", J. A. Hernández Guerrero et al. (eds.), *La recepción de los discursos: el oyente, el lector y el espectador*. Cádiz, Universidad de Cádiz.

MONTERO SIMÓ, María José (2003): *El marketing en las ONGD. La gestión del cambio social*. Bilbao, Desclée de Brouwer.

PIETRO, Giorgio di (2000): "Las ONG e Internet: utilización y repercusiones", *The IPTS Report*, nº 48, octubre, http://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/ong-internet-utilizacion-repercusiones-111238#.

PRENSKY, Mark (2001): "Nativos digitales, inmigrantes digitales", *On the Horizon*, vol. 9, nº 5, octubre, MCB University Press, http://www.pdfdownload.org/pdf2html/view_online.php?url=http%3A%2F%2Frecursos.aprenderapensar.net%2Ffiles%2F2009%2F04%2Fnativos-digitales-parte1.pdf.

RAMONET, Ignacio 1998): *La tiranía de la comunicación*. Madrid, Debate.

RHEINGOLD, Howard (2002): *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge, MA, Perseus Publishing.

SUÁREZ, Andrés y TERCEIRO, José B. (2001): *Digitalismos*. Madrid, Taurus.

UGARTE, D. (2007): *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*. Barcelona: Cobre Ediciones.

http://deugarte.com/gomi/el_poder_de_las_redes.pdf.

Les tecnologies de la informació i les comunicacions (TIC) i els canvis socials

Cristóbal Torres Albero
Departament de Sociologia
Universidad Autónoma de Madrid

Per respondre a la indicació dels organitzadors d'aquest seminari[13] *de preparar un text (i la seua corresponent intervenció) sobre els canvis socials que porten amb ells les TIC en general, i la problemàtica específica que generen en la joventut, d'un costat, i en les qüestions de la desigualtat i la solidaritat, d'un altre, el present document s'organitza en tres epígrafs principals: (1) el primer dedicat a exposar el marc general d'aparició, estructuració i desenvolupament del que s'ha etiquetat com societat de la informació i del coneixement; (2) el segon dedicat al que he anomenat l'afinitat electiva entre els joves i les TIC; (3) el tercer ocupat dels riscos que aquesta novetat tecnològica suposa per a la desigualtat social. La qüestió és aquesta a la qual habitualment es refereix com la Bretxa Digital. No obstant els aspectes de perills i amenaces, acabaré per destacar el paper que aquestes mateixes TIC tenen per lluitar contra l'exclusió social i desenvolupar l'activitat solidària.*

[13] Agraïsc als professors Julio Montero i Jorge Sebastián Lozano la seua amable invitació per a participar en el mateix. Per a mi suposa una significativa oportunitat de conèixer com el desenvolupament de la societat de la informació i del coneixement (a l'anàlisi del qual des de la sociologia em dedique des de fa temps) aconsegueix a la problemàtica específica dels usos de la comunicació audiovisual i el treball de les ONGD.

TIC i Canvis Socials: Societat de la Informació i del Coneixement

En la dècada dels vuitanta del segle passat van emergir als països industrialitzats més avançats el que, aleshores, es va cridar com les noves tecnologies de la informació i les comunicacions. En l'actualitat se'ls ha eliminat tan nova qualificació i, habitualment, simplement es refereix a elles pel seu acrònim, TIC. Sobre aquest significatiu fenomen tecnològic engega la configuració d'una nova estructura social i, en termes generals, un nou tipus de societat a la qual se li denomina amb l'etiqueta de societat de la informació i del coneixement.

Sens dubte, el conjunt d'innovacions tecnològiques agrupades sota el rètol de les TIC no emergeixen de manera espontània i sobtada. De fet, poden trobar-se precedents científics i industrials de les TIC, com el tub de buit, en les primeres dècades del segle XX. Però és a partir de la Segona Guerra Mundial, i el període subsegüent, quan van tenir lloc els principals avanços tecnològics en l'electrònica: el primer ordinador programable i el transistor, font de la microelectrònica i veritable nucli de les TIC. I és en la dècada dels setanta quan comença a accelerar-se el desenvolupament i la innovació tecnològica en les TIC i, més concretament, en les seues tres principals camps: microelectrònica, ordinadors i telecomunicacions. Entorn d'aquest nucli de tecnologies i camps s'ha constituït una constel·lació d'importants descobriments en materials avançats, fonts d'energia, tècniques de fabricació (com la nanotecnologia), televisió i ràdio, optoelectrònica, i un molt ampli conjunt de desenvolupaments i aplicacions (Castells, 2005).

Amb la denominació de societat de la informació i del coneixement, o amb etiquetes similars com societat informacional o digital, que expressen solament lleugeres divergències que ometem per col·laterals a l'objecte principal que ací ens ocupa, vol assenyalar-se que el procés de canvi no es redueix únicament a l'àmbit econòmic o tecnològic sinó que s'expandeix en el conjunt de dimensions socials, culturals i polítiques que conformen la societat com un tot sencer. Així doncs, la societat de la informació i del coneixement constitueix una nova manera de desenvolupament i d'estructuració social basada en la nova matriu tecnològica que constitueixen les TIC.

D'aquest conjunt d'innovacions tècniques poden deduir-se tot un conjunt de trets que conformen el nucli central d'aquest paradigma tecnològic: En

primer lloc, cal ressaltar que la informació i el coneixement és la seua matèria primera atès que són tecnologies per actuar sobre la informació i el coneixement, no solament informació i coneixement per actuar sobre la tecnologia com era el cas en les revolucions tecnològiques prèvies. En segon lloc, cal ressenyar l'enorme capacitat de penetració dels efectes de les noves tecnologies en el conjunt de la societat. En tercer lloc, destaca la lògica de la interconnexió de tot sistema o conjunt de relacions que utilitzen aquestes noves tecnologies de la informació. D'aquí es dedueix la centralitat que les TIC concedeixen a la morfologia social en xarxa, ja que aquesta configuració social sembla estar ben adaptada per a una complexitat d'interacció creixent i per a pautes de desenvolupament impredictibles que sorgeixen del poder creatiu d'aquesta interacció. En quart lloc, el paradigma de les TIC es basa en la flexibilitat. Això significa que no només els processos tècnics són reversibles, sinó que en l'àmbit social poden modificar-se les organitzacions i les institucions i fins i tot alterar-se de forma fonamental mitjançant la reordenació dels seus components. I en cinquè i últim lloc, s'aprecia una convergència creixent de totes les tecnologies de la informació i les comunicacions en un sistema altament integrat.

En aquesta nova manera de desenvolupament econòmic, social, i també polític, la font de la productivitat i de l'estructuració social consisteix en la tecnologia de la generació, processament i comunicació d'informació i coneixement. És cert que tot procés de producció sempre s'ha basat sobre cert grau de coneixement i en el processament de la informació però, no obstant això, el que és específic de la manera de desenvolupament de la societat de la informació i del coneixement és l'acció de la informació i coneixement sobre sí mateixes com a principal font de productivitat i d'estructuració social. L'acció de la informació i coneixement és, alhora, *input* i *output* del procés productiu i de l'estructura social.

És a dir, el que fa singular a la revolució tecnològica actual no és el caràcter central del coneixement i la informació, sinó l'aplicació d'aquest coneixement a la generació de coneixement i processament de la informació/comunicació, en un cercle de retroalimentació qualitatiu entre la innovació i els seus usos.

Donat l'impressionant cabal d'innovacions tècniques generades al voltant de la tríade de la microelectrònica, la informàtica i les telecomunicacions, que el resultat haja estat una completa revolució en el conjunt de la

societat. Com ha assenyalat el professor Castells (2005), l'aparició de la societat de la informació significa un canvi de magnitud similar al que en el seu moment va desencadenar la Revolució Industrial.

Quins són els principals aspectes o dimensions concretes d'aquesta profunda mutació social que han generat les tecnologies de la informació i les comunicacions?

(1) Un dels trets més rellevants radica en el ritme exponencial d'expansió. Alguna cosa que té a veure amb el fet que el factor multiplicador de la tecnologia, això és el nombre de vegades que la tecnologia en qüestió és capaç de millorar la funció o l'objectiu que se li ha assignat, és de l'ordre del milió enfront del factor multiplicador de, per exemple, la revolució industrial que va ser tan sol d'1.000 (Barceló, 2000). Aquesta qualitat té la seua base en el canvi de la base material d'aquesta revolució tecnològica. És a dir, el pas dels àtoms als bits que permet una efectivitat d'incomparable magnitud en la possibilitat d'emmagatzemar i processar la informació (Negroponte, 2000). El resultat és que enfront de les anteriors revolucions econòmiques i socials més lentes, l'actual és molt dinàmica. Alguna cosa que també es deu al fet que els nombrosos camps afectats per aquesta innovació tecnològica han aconseguit crear un llenguatge digital comú que permet la transferència de les diferents i diverses innovacions.

(2) Però el procés no solament és ràpid sinó que també és universal, és a dir, que afecta a totes les parts del món i que permet que aquestes estiguen connectades de forma simultània i permanent. Aquesta és la base del que s'ha anomenat el fenomen de la globalització (Beck, 1998). Tot i que, com ha assenyalat Wallerstein (1979-1999), els orígens de l'economia-món pot remuntar-se al segle XVI i ja està assentada al segle XIX, no cal confondre l'expansió econòmica mundial amb el fenomen de la globalització ja que aquesta última no solament implica la consumació d'un llunyà i lent procés sinó que, sobretot, significa que a escala planetària la societat, la política i l'economia tenen la capacitat de funcionar com una unitat en temps real. Amén que és a aquesta escala global on té lloc la producció estratègica i les activitats comercials, l'acumulació de capital, les decisions polítiques més rellevants, la generació i gestió del coneixement i la informació, etcètera.

(3) La base tecnològica que constitueixen les TIC ha portat al fet que les xarxes constituïsquen les formes organitzatives per antonomàsia de la nova societat informacional. Com a forma d'organització social, les xarxes

compten amb un passat dilatat. No obstant això, sempre havien obtingut un lloc secundari ateses les seues dificultats per coordinar les seues funcions, concentrar els seus recursos en objectius concrets i dur a terme una determinada tasca a partir de cert grau de complexitat i dimensió. Però la nova tecnologia ha possibilitat i manifestat els avantatges de les xarxes com a formes socials caracteritzades pel seu alt grau de flexibilitat, adaptació, coordinació i gestió de la complexitat. Quelcom necessari per sobreviure i acomodar-se a un entorn subjecte a un permanent i dinàmic canvi que exigeix preses de decisions i execució de tasques descentralitzades i que al mateix temps requereix una comunicació horitzontal però global.

(4) Les materialitzacions més populars de la societat de la informació, i de les TIC, són la tríade que formen l'ordinador personal, Internet i la telefonia mòbil. El creixement en el nombre d'ordinadors ha estat vertiginós i si en 1945 existia un sol ordinador, l'any 2010 s'aconseguien els 1.000 milions d'ordinadors, i s'espera duplicar aquesta xifra en menys de 10 anys. L'any de naixement d'Internet per a la societat (finals de 1995), comptava ja amb uns 16 milions d'usuaris. A la fi de 2006 existien més d'1.000 milions d'usuaris, i les prediccions més fiables calculen que cap a l'any 2010 es va aconseguir la xifra de 2.000 milions. Pel que fa a la telefonia mòbil cal dir que en amb prou feines deu anys va superar el nombre de línies de la telefonia tradicional que compta amb més d'un segle d'història. I que en 2010 poden existir uns 4.800 milions d'usuaris mòbils al món sobre una població d'al voltant de 6.900 milions de persones. És a dir, el 70% de la població mundial. A Espanya i altres països desenvolupats s'aconsegueix un percentatge d'usuaris del 95% de la població total.

D'aquesta tríade tecnològica, i a tenor de la globalització i la prevalença que han aconseguit les xarxes socials, pot afirmar-se que Internet és la novetat més característica d'aquest nou tipus de societat. Internet és una xarxa material de comunicacions a través dels ordinadors amb una arquitectura descentralitzada que impedeix l'existència de control absolut des d'algun punt central. Així doncs, Internet no és sinó la plasmació de les possibilitats potencials que ofereix l'ordinador personal, alguna cosa que exigeix una disposició organitzativa en xarxa sota els criteris de flexibilitat, l'absència d'un centre de poder i l'autonomia de cadascun dels nodes que constitueix la xarxa.

El professor Castells (2001) ha arribat a assenyalar que la tecnologia d'informació és l'equivalent històric del que va suposar l'electricitat en l'era industrial. Així, podem comparar a Internet amb la xarxa elèctrica i el motor elèctric, donada la seua capacitat per distribuir el poder de la informació i el coneixement per tots els àmbits de l'activitat humana. És més, igual que les noves tecnologies de generació i distribució de l'energia van permetre que la fàbrica i la gran empresa s'establisquen com les bases organitzatives de la societat industrial, Internet constitueix actualment la base tecnològica de la forma organitzativa que caracteritza a la nova societat.

En efecte, Internet és un mitjà de comunicació que permet, per primera vegada, la comunicació de molts a molts en temps triat i a una escala global. De la mateixa manera que la difusió de la impremta a Occident va donar lloc al que McLuhan va denominar la Galàxia Gutenberg, la Galàxia Internet representa l'arribada d'un nou món de la comunicació. Un món que transcendeix el nombre concret d'usuaris com que l'essencial són els seus usos. De fet, ja actualment les principals activitats econòmiques, socials, polítiques i culturals del món s'estan estructurant per mitjà d'Internet.
Com és ben conegut Internet, com a sistema de comunicacions i com a forma organitzativa, va aparèixer a partir de l'any 1995. Si ben la seua història es remunta uns quants anys enrere, als començaments dels setanta quan ja s'havia constituït una xarxa de comunicació entre ordinadors de diverses institucions i universitats, el que va permetre que es convertisca en una xarxa planetària va ser el desenvolupament de l'hipertext, una idea que integrava el sentit gràfic amb la possibilitat de crear i integrar textos distribuïts que no estigueren directament en el text però als quals es poguera accedir de manera immediata amb un senzill vincle. Aquesta va ser la base de l'aparició de la World Wide Web (WWW), és a dir, de la xarxa i dels programes per "navegar" per ella (Berners-Lee, 2000).

(5) Donada la ressenyada transcendència social d'aquesta revolució tecnològica, cal examinar les seues repercussions en els diversos àmbits de la societat en general. Així en l'àmbit de la producció, a més de les ja citats impactes com la globalització de les activitats econòmiques i el canvi en la manera de producció, cal destacar també la flexibilització en

l'organització del treball, l'aparició de mercats emergents, de nous continguts i perfils ocupacionals, etcètera.

Pel costat de l'àmbit social pròpiament dit, cal destacar (a) el reforçament del procés d'individualització de les societats modernes, un procés iniciat de manera independent als països desenvolupats a partir de canvis en l'estructura familiar i al mercat de treball; (b) la introducció d'uns nous fonaments en els paràmetres de l'espai i el temps que ha generat una nova dinàmica espacial i temporal i que es projecta en dimensions tals com la vida quotidiana, el teixit urbà, etcètera; (c) l'aparició d'un nou tipus de cultura virtual generada a partir de la interconnexió dels *mass media* amb els nous i impactants suports comunicatius i de gestió com a Internet; (d) la possibilitat de concebre i desenvolupar una nova lògica de gestió i administració ciutadana, participació política, atenció sanitària, etcètera; (i) l'aparició de les anomenades comunitats virtuals (Rheingold, 1996), és a dir, la creació gràcies a Internet com a suport tecnològic d'una sociabilitat basada en una nova font de valors que sorgeixen de gents que a la xarxa interactuen entorn d'un tema comú i que generen llaços interpersonals de confiança, suport, sentiment de pertinença, identitat social, etcètera; (f) i, finalment, destaca especialment la centralitat aconseguida per l'aprenentatge i l'educació en aquesta nova societat informacional, atès que el seu suport crucial és la informació i el coneixement.

En efecte, si la informació i el coneixement són els eixos centrals de la societat emergent, no hi ha dubte que el sustento que els alimenta i manté és la tríade que formen els vectors de l'aprenentatge, la instrucció i l'educació. Si existeix una idea compartida sobre les conseqüències socials del nou tipus de societat és que l'educació i l'aprenentatge al llarg de la vida de les persones constitueixen eines essencials per a l'èxit en el treball i el desenvolupament personal. Així, l'adquisició de la capacitat intel·lectual necessària per aprendre a aprendre durant tota la vida, obtenint informació digitalment emmagatzemada, combinant-la i utilitzant-la per produir coneixements és un referent obligatori que introdueix la nova societat de la informació i del coneixement.

En un altre ordre de coses, cal ressenyar que un de les principals troballes que s'ha assenyalat pel que fa a l'aparició i impuls de les TIC en general, és el paper que l'Estat en general i les diferents institucions governamentals en particular han de jugar. Sobre aquest tema, s'ha posat de manifest que tots els avanços tecnològics clau que van donar lloc a Internet no es van

crear al món empresarial sinó que van ser una conjunció del suport i oportunitats que van proporcionar les grans universitats, els centres d'investigació i les organitzacions governamentals de diferent signe (incloses les militars) que van sembrar diners, suport i idees en un terreny verge on florien nombrosos grups d'entusiastes hackers (Castells, 2005).

És per això pel que existeix un consens generalitzat a sostenir que la Societat de la Informació i del Coneixement només pot prosperar si compta amb unes institucions econòmiques, polítiques i socials que generin les condicions propícies per aprofitar les oportunitats que ofereixen les TIC. I que no cal dubte que l'Estat ha d'assumir sobre aquesta necessitat un paper de primer ordre, almenys com a mentor i dinamitzador d'iniciatives, donant suport a la resta d'institucions socials i al conjunt de la societat civil.

(6) A la vista de l'enorme impacte que aquest cas històric de les TIC ha tingut per al sorgiment d'un nou tipus de societat que anomenem societat de la informació i del coneixement, no és d'estranyar que molts analistes han avaluat que els canvis socials i les noves estructures socioeconòmiques responen mimèticament a les innovacions tècniques. I d'aquí han extrapolat la reducció de la complexitat social al canvi i innovació tecnològica, amb el que han acabat caient en la fal·làcia d'un determinisme tecnològic bast.

En realitat aquesta afirmació ens retrotrau a la història, i més concretament al sorgiment de la Il·lustració amb la qual va començar a dibuixar-se una perspectiva il·lustrada del progrés i la linealitat històrica, atribuïda en gran mesura a la ciència i tecnologia que per aquests mateixos anys començava a irrompre amb força en la història. Però, al meu judici, si bé la tecnologia incideix de manera important en la configuració de la nova estructura social, econòmica i política que caracteritza a la modernitat, no és menys cert que la tecnologia no és autònoma de les mateixes condicions socials que l'han generat.

Alguna cosa que pot exemplificar-se en el cas de l'impacte de les TIC i el sorgiment i caracterització de la societat de la informació i del coneixement que ens ha ocupat fins a aquí. Així, si les TIC han tingut l'impacte social ressenyat també ha estat com a efecte d'un doble procés de base social: d'un costat, a partir de que les economies de les societats occidentals avançades exigien, des de les crisis dels anys setanta, una completa

flexibilització dels seus processos productius i la globalització de les seues activitats. I d'un altre, perquè aquestes societats estan presidides per valors de llibertat i de cultura de masses que demanden l'increment de majors cotes de comunicació oberta (Torres, 2005).

Al meu entendre aquesta ha de ser la conclusió principal, és a dir, entendre que des de la modernitat, i molt especialment des dels últims cinquanta anys amb el sorgiment de la societat postindustrial i la recent irrupció de les TIC i el sorgiment de la societat de la informació i del coneixement, el complex ciència-tecnologia (la tecnociència) és la font principal de riquesa, el factor productiu primordial, l'ocupació tendencialment majoritària, i un dels problemes polítics i de pensament centrals, i que tot això pot recollir-se sota l'expressió de societats d'informació, coneixement o de ciència (Llepo d'Espinosa, 1996). Però que aquesta línia no implica dissoldre en aquest tàndem, que conforma la ciència i la tecnologia actual, la resta de diferents factors de base social que afecten, també significativament, a les formes d'estructurar les relacions socials. Així doncs, identificar el destacat paper que la invenció de l'escriptura, la creació de la impremta, el sorgiment del laboratori o la construcció de l'ordinador personal i l'establiment d'Internet han tingut per a l'esdevenir històric, i que constitueixen quatre fites de les societats de coneixement, no suposa fer desaparèixer la resta de forces motrius, d'índole social, cultural, polític, etcètera, que també han estat una constant en la nostra història, almenys des de la modernitat.

Els Joves i les TIC

Una de les qüestions més cridaneres de l'emergència de la societat de la informació i del coneixement és la rapidíssima difusió, en comparació de la resta de segments poblacionals, que les TIC han tingut entre la joventut. Per exemple, en el cas d'Espanya i segons les dades de l'Institut Nacional d'Estadística per a l'any 2009, el 59,8% de la població espanyola havien accedit alguna vegada a Internet en els últims tres mesos. No obstant això, aquestes dades difereixen molt notablement segons l'edat. Així, en la cohort de 16 a 24 anys els usuaris aconsegueixen a la pràctica totalitat (92,3%), mentre que descendeix en més de gairebé vint-i-cinc punts en el segment poblacional de 35 a 44 anys (68,2%), i la diferència supera els 50 punts per al grup de 55 a 64 anys (39,1%).

Vàries són les causes que expliquen aquesta diferència i expliquen per què els joves, en termes generals, conformen una categoria social molt associada al desenvolupament i extensió de la societat de la informació i del coneixement. En efecte, com és ben conegut la societat de la informació ha arrencat en els últims trenta anys, per la qual cosa pot dir-se que els joves són l'únic grup social del qual la socialització s'ha produït sencerament en presència de les TIC. L'adquisició de les pautes d'ús de les TIC, com de qualsevol altre artefacte vinculat a l'acció social, suposa una combinació de coneixement i aprenentatge formal d'un costat, i d'habilitats i perícies d'un altre. En aquest procés fonamental que es desenvolupa en la socialització primària i, especialment, en la secundària. I, sobre aquest tema, ha de tenir-se en compte que la socialització funciona com un encunyat que actua sobre les disposicions físiques i culturals de l'ésser humà. Per això com més edat té una persona més difícil és eliminar el modelat que ens ha generat la socialització primària i secundària. I per aquesta mateixa lògica, els xiquets i joves disposen de més avantatge, en termes comparatius pel que fa a la resta de cohorts poblacionals, en l'aprenentatge i interiorització de qualsevol pauta o artefacte nou. En aquesta línia és possible entendre perquè l'ús diferencial de les TIC no solament és privatiu dels joves sinó també, i cada vegada més, dels xiquets mentre que el seu ús s'aprèn en la família i el col·legi.

A més, el diferencial impacte que suposa l'edat a favor de les TIC queda reforçat per l'empremta d'altres variables sociodemogràfiques que s'associen a l'edat, com aconseguir un nivell educatiu superior o exercir determinats perfils ocupacionals vinculats a l'ús de l'ordinador. Addicionalment l'escola o l'institut, que actua com d'un dels agents de socialització, ha adoptat també de manera progressiva un major vincle amb les TIC mentre que, encara lentament, han dotat d'ordinadors les seues aules i han introduït en els currícula formatius els continguts formatius específics de les TIC en general, i de la informàtica en particular. Al que també cal sumar l'actiu paper que les demandes educatives de les famílies juguen com "activador precipitant" en l'arribada a la llar de l'ordinador i de la connexió a internet.

Mitjançant tots aquests processos els joves augmenten, enfront de la resta de grups poblacionals, el seu diferencial a favor de la interiorització de la lògica que impliquen l'ús de les TIC. Diferencial que es tradueix en un creixement de les probabilitats d'ocupar els nous jaciments d'ocupació que

l'economia informacional ha anat creant a partir d'intervinguts dels anys noranta. El que, al seu torn, reforça tot el procés d'immersió dels joves en les TIC.

En definitiva, mitjançant aquesta suma de processos socials els joves com a categoria social, en la qual poden incloure's als adolescents, han definit les seues rutines, la seua identitat i, en suma, el conjunt de les seues cosmovisions generacionals com un estret i profund vincle amb les TIC. Els joves són conscients que el seu futur està associat a les noves tecnologies, a la seua capacitat per manejar-les i integrar-les en les seues vides, en les seues ocupacions, en el seu oci i àmbit privat. Les TIC es combinen, sense solució de continuïtat, entre el treball escolar, l'ocupació laboral, el consum d'oci, les relacions interpersonals, etcètera. És a dir, el seu vincle amb les TIC no és solament per un component pràctic o instrumental, sinó també per uns elements expressius i substantius. Així doncs, el seu vincle conforma una identitat específica, el que Turkle (1997) ja havia avançat en bona mesura en assenyalar, des de mitjan noranta, que el desenvolupament d'ordinador i internet, i les atapides xarxes d'interconnexió que estaven generant, anava a suposar l'emergència de noves formes d'identitat basades en les pròpies pautes que el món informàtic (nosaltres preferim parlar de les TIC en general) estava generant.

I per això pot afirmar-se que els joves com a categoria social constitueixen, en les societats contemporànies avançades, el paradigma del trànsit entre el que pot cridar-se la galàxia Gutenberg (pròpia de les societats industrials) i la galàxia TIC (pròpia de les societats de la informació i del coneixement). Així la galàxia Gutenberg suposa un text escrit, una divulgació que comença en la impremta i que finalitza, després d'un període més o menys llarg de transmissió, en els llibres, periòdics, etcètera, així com la pràctica absència de qualsevol relació de retroalimentació entre l'emissor i la seua audiència. Enfront d'aquest univers cultural i social, la galàxia TIC implica, per contra, el canvi del text per la imatge, la grafia per la icona, la impremta per internet o el mòbil, la pausa en la distribució per la instantaneïtat, i el caràcter passiu de la recepció per la interacció continua. Al meu judici, en aquest procés de canvi sociocultural, els joves de les nostres societats constitueixen la categoria social que encapçala i exemplifica la referida transició.

Fins a tal punt arriba la força d'aquest vincle identitari entre els joves, que conjumina unes representacions socials i unes actituds cap a les TIC

d'índole expressiva i substantiva enfront de raons instrumentals, que aquest grup social conforma en bona part les, ja referides, comunitats virtuals (Rheingold 1994). És a dir, aquells grups humans creats gràcies al suport tecnològic que suposa Internet i que impliquen una nova forma de sociabilitat generada, entorn d'uns temes comuns, a partir de la interacció virtual que es gesta, i genera al seu torn, llaços interpersonals de confiança, suport, sentiments de pertinença a una identitat social diferenciada, etcètera.

En bona mesura aquest procés que identifica TIC i joves s'aferma mentre que les societats de la informació i del coneixement són societats en les quals l'oci i els valors postmaterialistes s'han constituït com un referent important del conjunt de la vida quotidiana. Per això, he sostingut (Torres, 2009) l'existència del que anomeno una afinitat electiva entre la categoria social que conforma la joventut i les TIC. Amb aquest argument sociològic, que Weber va expressar magistralment en el seu conegut assaig, "L'ètica protestant i l'esperit del capitalisme", vull posar de manifest la interpenetració mútua entre els valors i identitat (l'esperit en termes weberians) dels joves en les societats de la informació i del coneixement, i la dinàmica i trets tècnics (l'ètica) del paradigma que suposen les TIC.

En concret aquesta interpenetració entre ambdues categories, entre l'esperit d'una i l'ètica de l'altra, es concreta en els següents elements: (a) En primer lloc, en el fet que la informació i la comunicació es conceben com a vincles globals en temps real, és a dir, que són instantanis, permanents i universals. Novetat que solament un grup social socialitzat a priori en els mateixos, en la fase primària i secundària de la mateixa, pot interioritzar de manera natural i incorporar a la seua identitat cognitiva i a les seues pràctiques rutinàries. (b) En segon lloc, en la convergència i integració de les diferents TIC en un sistema comunicatiu únic i complet, la qual cosa permet establir un vincle, sense solució de continuïtat entre oci i ocupació. El que permet als joves potenciar la seua natural inclinació cap al temps lliure i l'oci, així com flexibilitzar el seu trànsit cap al món laboral i la condició social que defineix l'adultesa. (c) En tercer lloc, pel caràcter retroalimentatiu d'aquestes tecnologies que permeten la interacció de manera continua i l'alimentació sense fi d'un procés creixent d'informació, comunicació, consum cultural i llibertat. Això que demanden les societats de la informació i del coneixement en general, mentre que societats democràtiques i economies de mercat, i molt especialment el grup social

dels joves mentre que avantguarda dels referits valors de la comunicació, consum cultural i llibertat. (d) Finalment, la possibilitat que presenten les TIC de generar mons nous, diferents del món físic. És a dir, la generació d'una realitat virtual que permet afirmar que, almenys en un sentit sociològic, no solament els mons físics són reals i que no totes les comunitats suposen relacions interpersonals situades en un espai físic concret. De nou, solament el grup social que ha interioritzat *exnovo* aquests nous trets del món real són els que són capaços d'assumir aquesta lògica i de projectar les seues expectatives, inquietuds i praxis en aquests espais verges que es presenten com a llocs d'oportunitat no controlats pel poder dels adults, en el qual pot expressar-se una identitat pròpia i diferenciada.

A la meua manera de veure aquesta afinitat electiva entre joves i TIC és el que permet la corroborada tendència inclusiva que, enfront d'altres grups socials, la joventut mostra en el desenvolupament actual de la societat de la informació i del coneixement.

La Desigualtat Social en la Societat de la Informació i del Coneixement: la Bretxa Digital

En el seu sentit original, el concepte de Bretxa digital feia referència a les diferències relacionades amb l'accés a Internet. Així, s'identificaven les oportunitats per accedir a les TIC en general, i a Internet en particular, com la font de les desigualtats tecnològiques. Aquesta concepció ha estat mantinguda per diferents Administracions Públiques i Institucions Internacionals (OCDE, UNESCO, PNUD) però també ha tingut gran presència en el terreny acadèmic.

Des d'aquest punt de vista, una de les línies d'investigació més fructíferes s'ha centrat en l'estudi de les diferències en l'accés a Internet entre regions, països o comunitats pobres i riques. Heretat d'aquest enfocament, aquesta primera concepció de la Bretxa digital ha prevalgut, fonamentalment, l'estudi de la influència de les variables geogràfic-polítiques (província, regió o nació) sobre l'accés i ús de les TIC en general i d'Internet en particular.

No obstant això, la concepció de la Bretxa digital com la diferència entre els quals accedeixen i no accedeixen a Internet ha estat subjecta a diferents crítiques i revisions. Una de les crítiques més rellevants es va produir com a

resultat de la constatació empírica que l'extensió de les infraestructures i serveis per a l'accés a Internet no garantia la disminució de la Bretxa digital (Dimaggio et al., 2001). Aquesta circumstància va provocar que l'interès acadèmic es lliscara de les desigualtats entre aquells ciutadans que tenen i no tenen accés a Internet cap a les diferències entre aquells que usen i no usen aquesta tecnologia. És al que s'ha anomenat segona Bretxa Digital. Aquesta nova dimensió de la Bretxa digital va posar en evidència que les diferències en l'ús de les TIC estan determinades per variables socials, ja siguen racials, gènere, edat o definides a partir del nivell educatiu.

Més recentment, l'estudi sobre la Bretxa digital ha girat la seua atenció cap a aspectes més substantius relacionats amb les desigualtats socials i amb els efectes de la Bretxa digital. Autors com Van Dijk (2005) han introduït una perspectiva relacional de la Bretxa digital per posar de manifest que les desigualtats digitals són un subconjunt de les desigualtats socials. Des d'aquest punt de vista, la Bretxa digital està determinada pels mateixos factors que altres formes de desigualtat, és a dir, per variables com l'educació, el sexe, els recursos econòmics, etcètera. Però, a més, la Bretxa digital té la capacitat de reforçar la distància que separa als més i menys afavorits. És a dir, l'ús desigual d'Internet porta amb si una desigual participació en la societat. Aquesta circumstància té com a conseqüència un reforçament de les desigualtats clàssiques, així com una dissímil distribució dels recursos existents. Així, aquesta perspectiva privilegia l'angle de les conseqüències de la Bretxa digital sobre la justícia, la igualtat i la inclusió social, així com la qüestió de les repercussions ètiques que té aquest tipus de desigualtat. Norris (2001) porta aquest mateix argument al terreny polític. Segons aquesta autora, donada la desigualtat en l'accés i ús d'Internet que existeixen en la societat de la informació i del coneixement, els recursos polítics accessibles a través d'aquesta tecnologia donaran suport a aquells ciutadans amb motivació i capacitat per prendre avantatge d'ells, deixant enrere als quals no fan ús d'aquests recursos. Hem denominat a aquesta forma d'enfocar l'estudi de les desigualtats digitals com a tercera dimensió de la Bretxa digital (Robles, Torres i Molina, 2010). Així, hem definit tercera bretxa digital com els efectes que la desigual distribució de l'ús d'Internet té en les relacions socioeconòmiques i polítiques que defineixen l'estructura social d'un país. D'aquesta forma, la desigualtat digital és el resultat de l'avantatge que prenen els ciutadans més formats, més joves o amb més recursos econòmics sobre els ciutadans menys formats, menys joves o amb menys recursos econòmics

en utilitzar Internet per millorar les seues possibilitats, i dels efectes d'aquesta circumstància sobre les desigualtats existents en una determinada comunitat social. Des d'aquest angle, Internet és considerat com un recurs que permet maximitzar les oportunitats dels ciutadans per participar i optar als recursos socialment valuosos.

Els resultats obtinguts en un recent estudi empíric que hem desenvolupat (Robles, Torres i Molina, 2010) sobre la Bretxa digital a Espanya confirmen aquesta tercera dimensió en corroborar que la Bretxa digital és un tipus de desigualtat de naturalesa tecnològica que els seus determinants coincideixen amb el de la resta de tipus de desigualtat. És a dir, la Bretxa digital està determinada per les mateixes causes que les desigualtats clàssiques. En concret, el fet que en el nostre estudi la variable que major pes té sobre l'ús d'Internet és el nivell educatiu dels ciutadans, permet recolzar la tesi d'autors com Bonfadelli (2002) que apunten al nivell de formació com a factor fonamental per explicar les diferències en l'ús d'Internet.

Això ens ha permès definir la tercera bretxa digital, front les concepcions clàssiques d'entendre la bretxa com les diferències entre accés o no accés (primera bretxa digital), o de quedar-nos exclusivament en la distinció entre ús o no ús (segona bretxa digital). Així la tercera bretxa digital és una forma d'exclusió social en el sentit de separació d'un individu o grup respecte a les possibilitats laborals, econòmiques, polítiques i culturals a les quals uns altres sí tenen accés i gaudeixen (Castel, 2002). Com s'ha indicat, per a l'aplicació de tots aquests conceptes es parteix de la premissa que Internet és un recurs valuós que permet als seus usuaris l'accés a un major volum d'informació, una xarxa de relacions socials més àmplia, oportunitats per optar a recursos competitius o de millorar les vies de comunicació amb els representants polítics. En definitiva, considerem que Internet és un recurs que augmenta les possibilitats reals dels ciutadans. D'aquesta forma, l'ús de les TIC no és una causa directa de la desigualtat. El fet que uns ciutadans i no uns altres utilitzen Internet, no causa per si mateix asimetria social. El que fa d'Internet una tecnologia potencialment desigualitària són les conseqüències associades al seu ús, la conjunció d'aquest fet amb la desigual distribució del seu accés, i les implicacions de tot això sobre el reforçament de les desigualtats socials que defineixen l'estructura social d'un territori. En definitiva, els riscos desigualitaris de les TIC estan associats als avantatges competitius que genera el seu ús i amb les característiques particulars dels grups que es beneficien d'ells.

Prenent com a referència a Van Dijk (2005) podria afirmar-se: (i) les desigualtats socials que afecten a una determinada societat produeixen una distribució desigual dels recursos; (ii) una desigual distribució dels recursos produeix un accés desigual de les TIC; (iii) l'accés i ús desigual a les TIC produeix una diferent participació i implicació social dels ciutadans afectats; (iv) i, finalment, una participació i una implicació desigual en la societat suposa que es reforcen, sinó s'accentuen, les desigualtats en la distribució i ús dels recursos, així com s'amplien o es reprodueixen les diferències socials. Així, el problema social de la Bretxa digital té la seua causa en l'efecte de l'ús d'Internet sobre les possibilitats i avantatges de determinats grups socials i, de forma inversa, sobre la limitació de les possibilitats d'altres grups.

En aquesta línia pot argumentar-se que el risc fonamental de la Bretxa digital està relacionat amb la conjunció entre el desenvolupament cada vegada més freqüent de serveis i eines on-line que permeten optar a determinades avantatges competitius i la persistència de desigualtats socials clàssiques que, com el nivell educatiu, afecten a l'ús d'Internet. Aquest fet és especialment problemàtic, ja que cada vegada més existeixen serveis on-line que no compten amb equivalents off-line. Això suposa que els ciutadans no usuaris d'Internet o amb coneixements digitals insuficients no poden optar a ells. Aquest tipus de serveis abasten àmbits tan importants com l'ocupació (p. ex. ofertes d'ocupació on-line), l'habitatge (p. ex. lloguers més econòmics), la participació política (p. ex. democràcia digital) o l'oci (p. ex. ofertes de vols on-line). Per tant, la combinació entre el desenvolupament d'Internet i les desigualtats socials existents en un determinat territori és, des del punt de vista de la justícia social, perillosa.

En l'estudi de cas referit aquestes limitacions afecten fonamentalment als ciutadans amb menys nivell educatiu i, en menor mesura, als ciutadans majors de 45 anys. Això implica que la Bretxa digital pot suposar que augmenten de manera significativa les desigualtats fonamentals que afecten a aquests grups socials a Espanya.

No obstant això, i per concloure, volguera assenyalar que les TIC, com a tecnologies específiques, també poden contribuir a reduir els espais d'exclusió social dels joves. Sens dubte no són la panacea, ni el remei universal a tots els problemes socials, ja que la tecnociència és un saber de mitjans i no de finalitats. Però diversos estudis han mostrat les possibilitats i potencial de les TIC en l'estratègia a favor de la inclusió social a Espanya,

tant en l'eix interpersonal i relacional com en la dimensió laboral (Cabrera et al., 2005). Pot afirmar-se que l'ús de les TIC no provoca de forma immediata la reducció de la vulnerabilitat social lloc que, d'un costat, es necessita a priori una sèrie de capacitats cognitives i actitudinals per poder usar-les de manera efectiva; i, d'un altre, que molts d'aquests processos de vulnerabilitat responen a dinàmiques abusives d'una economia informacional cada vegada més pautada exclusivament per la lògica de la globalització financera i especulativa. Però també s'ha constatat que l'establiment d'un vincle regular amb les TIC permet a les persones en situació de clara exclusió social potenciar els processos d'aprendre a aprendre, desenvolupar actituds proactives, construir una identitat alternativa que incremente la seua motivació i sentit vital, prendre decisions compartides que afecten a l'interès propi i comú, fer créixer el seu capital social, desenvolupar capacitats d'adaptació a les mutacions ocupacionals i als canvis de l'entorn, augmentar la seua ocupabilitat, etcètera.

Bibliografia

BARCELÓ, M., (2000): Introducción al libro *El mundo digital* de N. Negroponte, Op. cit.

BECK, U., (1998): *¿Qué es la globalización?* Barcelona, Paidós.

BERNERS-LEE, T., (2000): *Tejiendo la red*, Madrid, Siglo XXI.

BONFADELLI, H., (2002): "The Internet and knowledge gaps. A theoretical and empirical investigation", *EuropeanJournal of Communication* 17: 65–84.

BUCKINGHAM, D., (2002): *Crecer en la era de los medios electrónicos,* Madrid, Morata.

CABRERA CABRERA, P.J. et al., (2005): *Nuevas tecnologías y exclusión social. Un estudio sobre las posibilidades de las TIC en la lucha por la inclusión social en España*, Madrid, Fundación Telefónica.

CASTEL, R., (2002): *La metamorfosis de la cuestión social*, Barcelona, Paidos.

CASTELLS, M., (2001): *La galaxia Internet*, Barcelona, Areté.

CASTELLS, M., (2005): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Madrid, Alianza Editorial, 3 vols. Especialmente el volumen I. 3ª Edicion.

DIMAGGIO, P., HARGITTAI, E., NEUMAN, W.R. y ROBINSON, J.P., (2001): "Social implications of the Internet", *Annual Review of Sociology* 27: 307–336.

LAMO DE ESPINOSA, (1996): *Sociedades de cultura, sociedades de ciencia*, Oviedo, Ediciones Nóbel.

NEGROPONTE, N., (2000): *El mundo digital*, Barcelona, Suma de Letras.

NORRIS, P., (2001): *Digital divide? Civic engagement, information poverty and the Internet worldwide*, Cambridge: Cambridge University Press.

RHEINGOLD, H., (1994): *La comunidad virtual*, Barcelona, Gedisa.

ROBLES, J.M., TORRES ALBERO, C. y MOLINA, O., (2010): "Las fuentes de las desigualdades tecnológicas en España: un estudio sobre las nuevas formas de desigualdad social". Sistema 218: 3-22.

TORRES ALBERO, C., (2005): "El cambio de las sociedades y el papel de la tecnociencia: un cauto balance de vinculación". En Antonio Ariño (Editor), *Las encrucijadas de la diversidad cultural*, Madrid, CIS.

TORRES ALBERO, C., (2009): "Jóvenes y TIC: una afinidad electiva". En J.F. Tezanos (editor), X Foro sobre Tendencias Sociales. Ed. Sistema.

TURKLE, S. (1997): *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona, Paidós.

VAN DIJK, J., (2005): *The deepening divide. Inequality in the Information Society*, California, Sage Publications.

WALLERSTEIN, I., (1979-1999): *El moderno sistema mundial*, México, Siglo XXI. 3 vols.

Videojocs: els seus usos per a la conscienciació social

Salvador Gómez García
(CES Felipe II-Universidad Complutense de Madrid)

Els videojocs: nouvinguts a la família dels mitjans de comunicació

El segle XX, des de la perspectiva de la història dels mitjans audiovisuals, ha estat marcat per l'aparició d'un ampli grup de nous mitjans que, molt ràpidament, van adquirir l'apel·latiu "de masses". Especialment el cinema, la ràdio, la televisió o la xarxa de xarxes. Es pot assenyalar com a significativa l'aparició d'un grup de nous mitjans associats a nous codis expressius i noves pràctiques mediàtiques (Roig, San Cornelio, Ardèvol i Pagès, 2009).

Al llarg d'aquest procés, i dins d'aquest grup de nous mitjans, els videojocs s'han consolidat com una indústria cultural des del seu naixement en la dècada dels setanta com a primer mitjà de masses de l'era electrònica (Lafrance, 2003). La indústria dels videojocs es va popularitzar —a partir de la dècada dels vuitanta— al costat de la generalització de la informàtica de consum i la gradual informatització dels entorns de treball. Els propis jocs ja havien estat assenyalats per Marshall MacLuhan (1996) com a mitjans de comunicació i extensions del ser social (p. 253). Una idea que ha desenvolupat el ludòleg Gonzalo Frasca (2009) en plantejar el paper dels videojocs com a eina fonamental de l'ésser humà "per entendre el món" (p. 37-44).

La legitimació dels videojocs com a mitjà de comunicació social prové, en essència, de diversos fronts possibles. En primer lloc, la seua rellevància econòmica com a indústria de l'oci amb uns ingressos aproximats, l'any 2010, de 1245 milions d'euros (Adese, 2011); segon, per la seua

popularització en nous grups no associats tradicionalment amb aquesta activitat (Juul, 2009); en tercer lloc, el seu paper com a indústria cultural i de l'oci en la creació d'icones i tendències socials (Rodríguez, 2011) al costat d'unes particularitats narratives pròpies (Planells, 2010: 119-122); i, en últim lloc, la retroalimentació tecnològica d'aquesta indústria (Fernández, 2010: 90-102).

Aquesta rellevància en diferents fronts ha suposat un progressiu interès de la comunitat científica entorn del potencial comunicatiu dels videojocs. No obstant això, igual que va succeir amb altres mitjans o expressions culturals de caràcter popular en els seus inicis, inicialment només es perceben els efectes més "negatius" del mitjà. Això és, la seua influència en comportaments agressius, delictius o de permissibilitat sexual. No hi ha dubte que —des de l'àmbit de la història de la comunicació social— es pot establir una correspondència entre, per exemple, els primers anys del cinema i la percepció entorn dels videojocs en la dècada dels vuitanta, noranta o, fins i tot, l'actualitat:

"El canvi en la consideració acadèmica del cinema està lligat a dos processos paral·lels: el primer es refereix al món de la comunicació. L'aparició de la televisió i les crítiques que va rebre el nou mitjà —a les quals no va ser aliè el cinema ni moltíssim menys—, que va ser qualificat de grosser als seus programes d'entreteniment des de molt prompte, va fer que, en comparació, el cinema es convertira automàticament en una manifestació cultural d'altura. En bona part els perjudicis sobre la televisió van rentar la imatge del cinema.

El segon canvi que va facilitar l'inici de les investigacions rigoroses sobre cinema —i la seua història naturalment— va ser el que es va produir en les concepcions clàssiques sobre quin era el contingut de la cultura. En aquest sentit, per no entrar a qüestions que s'allunyarien de l'objecte d'aquest treball, cal recordar que els termes cultura i popular fins als anys cinquanta del segle XX, es consideraven contradictoris i excloents. Només quan es va obrir el concepte de cultura va cabre el cinema entre les seues manifestacions. A la fi, el cinema va entrar a les universitats de la mà de la novel·la negra, del folksong, del còmic..." (Montero i Rueda, 2001, p. 79).

En un ordre similar de coses, els videojocs es presenten com un mitjà en el qual la gran importància de la seua dimensió d'entreteniment ha provocat judicis despectius. La dimensió acadèmica es va abordar, a principis de segle, amb el que es va denominar de forma entusiasta com "el primer any

dels estudis sobre videojocs" (Aarseth, 2001). No obstant això, com s'ha assenyalat, les primeres aproximacions responien a dues alternatives teòriques principals (una relacionada amb la narrativa i una altra amb la ludologia) que van conformar, de forma majoritària, aquest àrea dels "Game Studies" però no plantejava reflexions concretes sobre els videojocs considerats estrictament com a processos comunicatius (Gómez, 2007: 74). Posteriorment, la percepció acadèmica també ha evolucionat entorn del fenomen dels videojocs en l'àmbit de la comunicació social (Lister & Dovey, 2006: 84-103).

El repte dels videojocs més enllà de l'entreteniment

Un dels punts de trobada més comuns en l'àmbit de les tecnologies i mitjans de comunicació emergents és la predisposició i l'optimisme cap al potencial educatiu d'aquest nou mitjà. De forma habitual, aquest grup d'idees van paral·leles a una noció vaga i confusa sobre la seua naturalesa, ja que no responen ni a la comprensió intrínseca dels seus codis narratius o a l'enjudiciament raonable de les seues funcions. En aquesta etapa també s'han situat els videojocs com a mitjà.

La categoria més àmplia a la qual responen els videojocs no vinculats amb l'entreteniment són els "serious games". Un terme emprat actualment per als videojocs però encunyat a la fi dels seixanta per Clark Abt (Abt, 1968). Les seues idees inicials han romàs vigents en les definicions contemporànies que han inclòs als videojocs. D'aquesta forma, se'ls defineix com a "jocs lúdics que no responen a objectius d'entreteniment" (Social Impact Games, 2008).

El desenvolupament teòric més exhaustiu sobre els usos seriosos dels videojocs prové de l'àmbit educatiu en el seu esforç per comprendre el potencial formatiu dels videojocs. El treball pioner de James Paul Gee (2004) en la seua obra *El que ens ensenyen els videojocs* sobre l'aprenentatge i el alfabetisme recuperava les teories clàssiques del joc en la cultura (Huizinga, 2002) i el seu paper com a mitjà (Frasca, 2009) per insistir en el potencial dels videojocs per, a través de les regles, la simulació i la interactivitat, explorar aspectes abstractes de la realitat (p. 17-62). Una línia d'investigació que s'ha desenvolupat, de forma àmplia, posteriorment (Egenfeldt-Nielsen, 2005; McGonigal, 2010).

L'objectiu d'aquesta investigació no és incidir en aquesta àrea sinó plantejar, en primer lloc, els aspectes més representatius d'aquesta nova narrativa i, en segon lloc, analitzar el paper dels videojocs en contextos d'ajuda humanitària des d'una triple perspectiva: informativa, persuasiva i lúdica.

Una nova forma d'explicar: la retòrica de processos

Els plantejaments entorn dels videojocs com a forma narrativa han estat complexos. La pròpia definició de què s'ha de considerar un videojoc o els seus components ha suposat agres disputes (Aarseth, 2003: 2) i fins i tot proposades d'elaboració de terminologies més afinades per donar compte d'aquest nou mitjà. Un aspecte que es reconeix és que la principal debilitat del terme prové de la seua amplitud.

Ian Bogost (2007), professor de la universitat Georgia Tech, ha plantejat un model per descriure aquesta particular forma narrativa: *procedural rethoric* o "retòrica de processos". Es parteix del concepte clàssic de retòrica que fa referència a una disciplina transversal a diferents camps del coneixement que descriu els procediments d'utilització del llenguatge (escrit, visual, etcètera) amb una finalitat persuasiva o estètica. Dins d'aquesta lògica d'actuació, la retòrica de processos és la tècnica de construcció d'arguments a partir de, per exemple, els processos vinculats a la tecnologia inherent a la computació o als videojocs.

Un exemple del seu ús es troba en *Mac Donald's Video Game* (Molleindustria, 2006). Aquest joc ens situa com a directius d'una multinacional del denominat "fast food" i gestors de la seua producció. Per a això, empra quatre entorns diferents que hem de gestionar a través de la interfície de la pantalla. El primer d'ells se situa en una espècie de selva amazònica. Aquí gestionem la producció de materials primaris: soia i bestiar boví. En la segona ens encarreguem de l'alimentació d'aquest bestiar, quan ja ha aconseguit una edat adulta, de cara a la seua posterior utilització com a matèria primera de les hamburgueses. En la tercera dirigim la sucursal d'alimentació (el local de venda al públic) i, finalment, en la quarta pantalla coordinem les activitats de l'equip publicitari, de relacions públiques i a l'alta direcció.

Imatge 1. Pantalles de gestió en *Mac Donald's Video Game*

L'objectiu del joc és molt simple encara que no està explicitat en les pròpies instruccions del joc: generar el major nombre de beneficis possibles. Per a això, el videojoc ofereix dos grans grups d'opcions: el grup més ampli són les de caràcter deshonest i les altres, que tenen més a veure amb la no acció, poden ser qualificades de "honestes". La pròpia interpretació, a nivell narratiu, i les condicions creades per les pròpies les regles del joc, suposen acceptar un pressupost realment simple: és difícil —segons el joc gairebé impossible— obtenir beneficis sense prendre decisions poc ètiques. En fi, el videojoc no planteja cap crítica que no estiga, a dia d'avui, en les notícies entorn d'aquests grans grups corporatius. Per exemple, en documentals com *Super Size Me* o *Fast Food Nation* o les crítiques que es realitzen des d'associacions de consumidors, grups ecologistes o organismes de salut pública. No obstant això, l'aspecte rellevant és la forma de plantejar el missatge. El fet que siga un videojoc —amb una implicació personal de l'usuari que és l'encarregat de prendre les decisions— i l'existència de quatre unitats de gestió diferents —que funcionen de forma coordinada— permeten a l'usuari, a través d'un sistema d'assaig i error, percebre un punt de vista més complet sobre les formes d'aconseguir objectius d'una gran corporació.

Els videojocs com a navalla suïssa: *docugames, militainment*, i un llarg etcètera.

En aquest procés d'adquisició de noves dimensions comunicatives per part dels videojocs, s'ha desenvolupat tota una nova terminologia que neix de l'etiqueta dels *serious games* però que tracta d'aprofundir en aspectes més significatius.

El terme "docujoc" va ser un dels quals va adquirir una major repercussió per fer referència a un gènere enfocat en la recreació interactiva de successos reals o històrics. Més enllà de simulacions de caràcter bèl·lic, entroncades amb els *wargames*, fa referència a videojocs que, a través de la simulació, la interactivitat i la retòrica de processos tracta de plantejar enunciats vàlids al voltant de la realitat. La popularitat d'aquest plantejament va adquirir un cert protagonisme mediàtic amb l'aparició d'un dels seus representants més polèmics: *JFK Reloaded* (Traffic Software, 2004). En aquest videojoc es recrea l'assassinat del president nord-americà John F. Kennedy en Dallas des del punt de vista del seu presumpte assassí: Lee Harvey Oswald. L'objectiu del joc és recrear, amb la major fidelitat possible, la seqüència de trets que va tenir lloc el 22 de novembre de 1963. Posteriorment el jugador té l'opció de veure una repetició dels esdeveniments en diferents velocitats i punts de vista. Evidentment aquest joc va generar una forta controvèrsia entre els detractors d'emprar l'assassinat d'un ésser humà com a tema d'un videojoc enfront dels quals ho van valorar com una revaloració de les teories de la conspiració entorn d'aquest controvertit succés.

Aquesta línia de videojocs basada en fets històrics va ser, molt ràpidament, ampliada per uns altres com *Paris Riots* sobre els disturbis de París o *Escape from Woomera*, una crítica als centres penitenciaris australians. Arran dels atemptats de l'11 de Setembre a Estats Units es va difondre *9/11 survivor*. A mig camí entre l'art, la denúncia i l'opinió, el videojoc planteja les opcions del jugador per escapar del World Trade Center en flames després de l'atemptat terrorista. Les opcions possibles es redueixen a dues: ser consumit per les flames o llançar-se al buit. La idea subjacent en la creació d'aquest joc, tal com van declarar els autors, era plasmar com els mitjans de comunicació de masses modifiquen la nostra percepció de la realitat. Aquest tipus d'experiències s'entronca amb la reflexió teòrica sobre el potencial persuasiu dels mitjans i, per tant, també dels videojocs (Bogost, 2007:1-64). Més enllà de l'elaboració teòrica, el Departament de

Defensa nord-americà també va decidir apostar per aquesta modalitat de promoció. El resultat va ser *America's Army* (US Army, 2002). Un projecte al que es van destinar un gran nombre de recursos per fomentar l'allistament en un context de descens continu de reclutes en l'exèrcit nord-americà.

L'emergència d'aquests models de videojocs persuasius vinculats al que s'ha denominat *military entertainment complex* (Lenoir, 2002), ha estat investigat des d'una àmplia varietat de perspectives (Chaplin & Ruby, 2005). La difusió de *America´s Army* (el 4 de juliol de 2002) va coincidir amb el clima prebèl·lic de l'estiu del 2002 en el context de la pre-invasió i posterior ocupació de l'Iraq per part dels Estats Units. Els seus objectius eren clars: "educar al poble americà sobre l'exèrcit dels Estats Units i les oportunitats, desenvolupament tecnològic, valors i treball en equip que ofereix" (Army Game Project, 2002, p.1). L'opció que oferia era prou suggestiva: entreteniment i socialització posat que, a més de ser un joc, oferia un entorn online. L'aposta econòmica de l'Exèrcit va superar les perspectives inicials (Halter, 2006: 160) ja que va tenir una àmplia difusió i un gran nombre de descàrregues en el seu primer mes de vigència; era un dels millors jocs del moment que s'oferia de forma gratuïta i des dels servidors oficials de l'Exèrcit dels Estats Units.

La dinàmica del joc respon a un *First Person Shooter* (Joc de trets en primera persona) en el qual el jugador adopta el rol d'un soldat nord-americà enfront d'altres jugadors (que adopten el mateix rol) en una sèrie d'escenaris amb objectius determinats. No obstant això, un pas previ a "entrar en combat" serà realitzar un entrenament basat als programes oficials de l'exèrcit nord-americà per als seus reclutes. Els propis jugadors necessitaran -per especialitzar als seus avatars virtuals- anar als centres de formació del joc per poder adoptar rols de franctirador, paracaigudista, metge, soldat de forces especials, etcètera. Aquest videojoc s'ha definit dins la lògica del *militainment* (Stahl, 2009) que planteja els usos dels elements de la cultura popular a Estats Units per afavorir una lògica bèl·lica. En qualsevol cas, es tracta d'un videojoc —d'un mitjà més— orientat a donar una visió clara d'una institució i els seus components.

L'anàlisi d'aquest tipus de jocs ha estat especialment fructífer des del punt de vista acadèmic. No obstant això, per als objectius d'aquesta investigació simplement es tracta de mostrar com els videojocs s'han configurat com a apostes vàlides per generar un discurs persuasiu. En aquest cas, orientats a una transmissió de valors de caràcter corporatiu i bèl·lic.

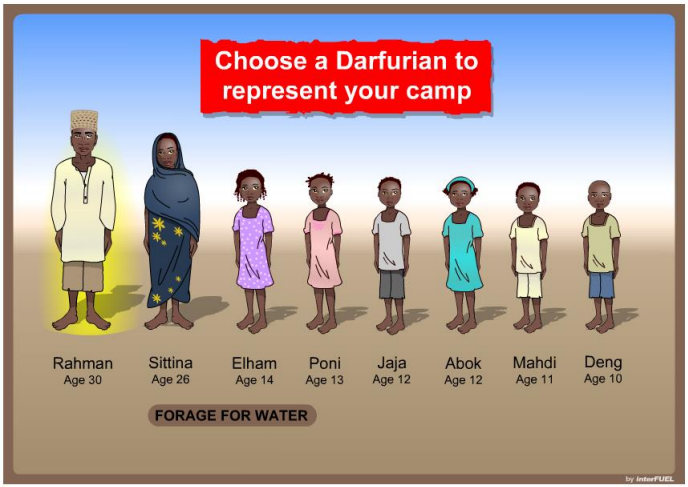
Ara sí: videojocs per a un món millor

L'ús de l'exèrcit americà dels videojocs va estimular a altres institucions per emprar també aquest mitjà encara que amb finalitats diferents als proposats per l'exèrcit nord-americà. En aquest cas, anem a parlar de les possibilitats que ofereixen els videojocs per promoure un discurs solidari i en quines mesures. Més que un desenvolupament teòric, es planteja un estudi de casos:

Videojocs per a la conscienciació social.

Una de les funcions que s'ha tractat de transmetre a través dels videojocs és la possibilitat que aquests ofereixen d'arribar a un públic jove. Els motius són clars: el consum audiovisual de mitjans que actualment realitza s'entronca molt amb els videojocs.

Darfur is Dying (Take Action Games, 2006) pertany a aquesta primera modalitat de jocs. Es tracta d'un videojoc que presenta una denúncia clara contra la situació que s'estava vivint a Darfur, una regió a l'oest de Sudan. Aquesta zona era assolada per una guerra civil que suposava assassinats, tortures, violacions, èxodes de població, etcètera. Per això, *Darfur is Dying* es configura com un videojoc de supervivència. El nostre objectiu és aconseguir amb un dels refugiats el pou d'aigua per portar-la al nostre campament. El procés d'elecció del refugiat per a tal tasca es pot apreciar en la imatge 2.



Imatge 2. Selecció de personatge en *Darfur is Dying*.

El procés de selecció natural per a una tasca física tan penosa seria l'elecció d'un home adult. En tractar de seleccionar-li, el joc ens dóna una explicació molt senzilla per impedir-nos jugar amb aquest personatge: "És molt infreqüent que la recerca d'aigua la realitze un home adult perquè té més possibilitats de ser assassinat per la milícia janjaweed. Has de triar un altre membre del campament per anar a la recerca d'aigua". Les pròpies regles del joc, per tant, formen part del discurs de qui ha de dur a terme aquesta tortuosa tasca.

Després de triar un personatge, comença l'autèntic repte: en el nostre camí, hem d'esquivar a la guerrilla que patrulla la zona i que és la gran amenaça per al nostre personatge. Una vegada aconseguit el primer objectiu —aconseguir el pou i omplir el bidó d'aigua— hem de tornar al campament amb la dificultat afegida d'implicar un bidó ple d'aigua. La lectura del joc és senzilla: no es tracta d'un joc d'acció, sinó més aviat d'un joc de supervivència. Amb el propòsit clar de servir de trucada a la conscienciació a través d'un discurs poc habitual: el videojoc.

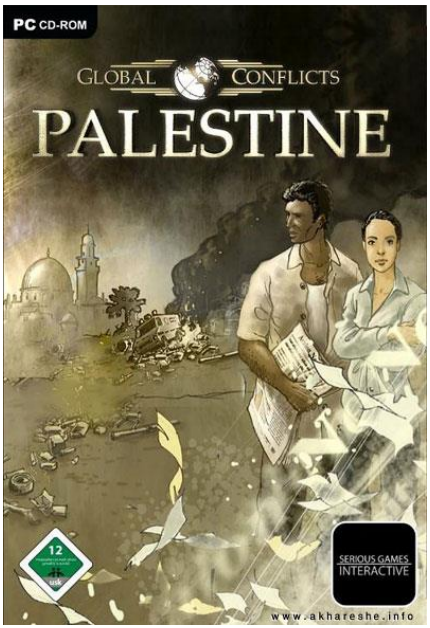
Imatge 3. La cerca d'aigua en *Darfur is Dying*.

Gestió i comprensió de Conflictes

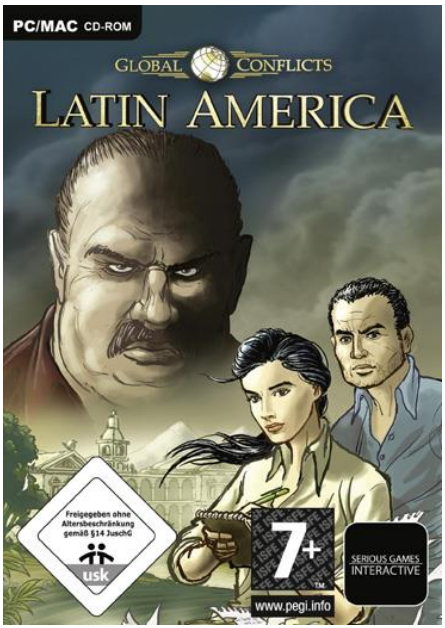
Més enllà de la denúncia social explícita, els videojocs també han intentat servir d'eines per comprendre millor alguns conflictes contemporanis de certa complexitat. La possibilitat d'introduir —de forma interactiva— a un usuari en una experiència virtual i demanar-li la recerca de solucions, s'ha plantejat com una via eficaç per a l'empatia.

Aquesta línia de treball s'ha vinculat, sobretot, a propostes educatives. Una de les experiències en aquest terreny la va plantejar la companyia *Serious Games Interactive* en *Global Conflict*: *Palestine.* L'objectiu era emprar-ho com a eina educativa per ajudar a un públic juvenil a entendre la complexa realitat del conflicte palestí-israelià i els molts matisos i ramificacions que presenta. Els jugadors adopten el paper d'un periodista traslladat a la zona per escriure una sèrie de reportatges sobre el conflicte. La seua interacció, comportament i accions configuren les seues relacions amb la resta de personatges del joc i les zones que se li aniran obrint i tancant a mesura que aquest transcorre. L'objectiu final —i avaluable— és la lectura dels diferents reportatges que els estudiants haurien preparat i enviat a través de la plataforma del joc i veure, en què mesura, han evolucionat des de les seues opinions inicials. El plantejament educatiu és clar quan el joc inclou

una enciclopèdia, fonts primàries i fins i tot un manual per a educadors. La pròpia empresa ha expandit els objectius inicials d'aquests jocs amb *Global Conflict: Latin America* (2008).



Imatge 4. Global Conflict: Palestine



Imatge 5. Global Conflict: Latin America

En una línia similar de productes podem trobar *Peacemaker* (Impact Games, 2007). Un simulador en la línia dels jocs com *Sim City* de gestió de recursos i entorns. En aquest tipus de jocs, l'usuari ha d'adoptar el paper d'un líder israelià o palestí amb l'objectiu d'aconseguir la pau entre ambdues faccions, resoldre l'històric conflicte i, a més, guanyar el premi Nobel de la Pau. En permetre l'existència d'una doble perspectiva (palestina i israeliana) es permet un doble recorregut en la dinàmica del joc. S'estableix així una primera prerrogativa: la possibilitat de conèixer a tots dos bàndols (imatge 6).

Imatge 6. L'elecció de rol en *Peacemaker*

Encara que no es perceben diferències significatives en funció del rol que adoptem, hem de fer front a una sèrie de crisi i negociacions diplomàtiques (en funció del bàndol al que representem) que sorgeixen com a conseqüència d'esdeveniments aleatoris (un atac militar, una manifestació, un atemptat suïcida, etcètera). El fet que el joc empre imatges i seqüències de video reals li aporta un inusitat realisme. El joc s'enriqueix amb la participació (virtualitzada) d'una sèrie d'actors externs, no controlables pel jugador però que influeixen en la seua activitat com Hamas, els ciutadans israelians i palestins, els Estats Units, l'ONU i altres potències del món àrab. Cada decisió que va prenent afectarà als indicadors d'opinió de cadascun d'aquests grups, la qual cosa influirà en la nostra capacitat de control sobre ells. D'aquesta forma, aquests grups estaran més o menys disposats a afavorir-nos o perjudicar-nos. L'objectiu final és clar: mostrar al jugador la dificultat d'obtenir un tènue equilibri entre totes les parts en lliça.

Imatge 7. Pantalla de joc

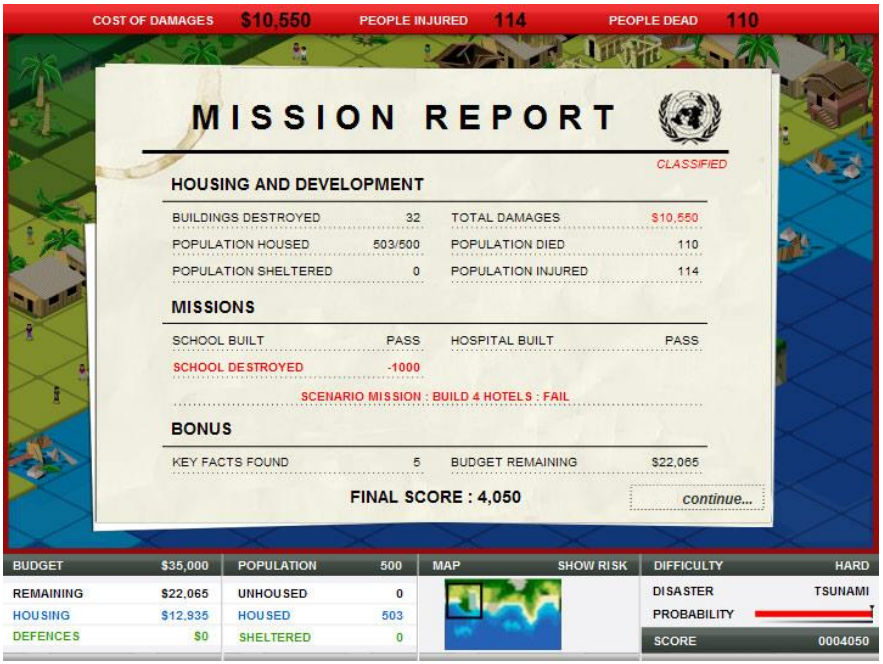
Imatge 8. Esdeveniment aleatori de *Peacemaker*

Què fer? Les catàstrofes humanitàries.

Encara que *Peacemaker* se situa dins el grup de jocs que ofereix la possibilitat d'aprendre sobre la gestió de conflictes, existeixen un altre tipus de jocs que accentuen la dificultat de gestionar catàstrofes humanitàries, per exemple degudes a desastres meteorològics. Dins d'aquesta línia se situa *Stop Disaster* (Playerthree, 2008), desenvolupat sota els auspicis de la ISDR (International Strategy for Disaster Reduction) que planteja la dificultat per gestionar recursos limitats enfront de desastres naturals (tsunamis, inundacions, incendis, terratrèmols, etcètera). L'objectiu —tal com ho planteja aquesta organització— és educar a la infància, "un dels grups més vulnerables quan ocorren desastres", per evitar riscos i ensenyar-los com l'elecció dels materials de construcció d'una casa, la seua localització, conèixer les formes d'evacuació, etcètera, poden significar una important diferència de vides en aquest tipus de circumstàncies. Es parteix de la idea que "els nens són els futurs arquitectes, alcaldes, metges i pares del món de matí, si ells saben què fer, es redueix l'impacte dels desastres i contribuïm a crear un món millor" (ISDR, 2008).

El funcionament de *Stop Disaster* és molt similar al de qualsevol joc de simulació de control de recursos. Es tria un escenari i s'utilitza el pressupost econòmic disponible per organitzar la ciutat o zona de manera que quan es produïsca el desastre natural, els danys personals i materials

siguen els menors possibles. El joc indica el mínim de vides que hem de salvar per obtenir una puntuació i orienta al jugador sobre les mesures i actuacions que ha de realitzar per aconseguir-ho: tipus de construccions i la seua ubicació, defenses artificials, activació d'alertes d'evacuació, simulacres de salvament amb la població civil, etcètera. Cada escenari és sensible a un tipus de catàstrofe natural (tsunami, inundació, incendi, huracà o terratrèmol) i les possibilitats que ocórrega, van creixent a mesura que passa el temps. Una vegada aquesta catàstrofe ocorre, es genera un informe detallat sobre les conseqüències que ha tingut sobre el teu escenari (vides salvades, infraestructura no danyada, danyada lleument, destruïda, etcètera) com es pot apreciar en la següent imatge.



Imatge 9. Informe de danys en *Stop Disaster*

L'actuació en catàstrofes humanitàries també ha estat plantejada per les Nacions Unides en clau de videojoc. En aquest cas, el videojoc *Food Force* (Depend & Playthree, 2005), qualificat com el primer videojoc humanitari,

ha tractat de conscienciar i explicar el funcionament dels dispositius de logística d'ajuda internacional en moments de crisi. Aquest videojoc respon a les directrius educatives que el PMA (Programa Mundial d'Aliments) volia dirigir a un públic jove. En aquest cas, se'ns situa en un context versemblant de ficció —una illa del Oceà Índic després d'un desastre natural— i se'ns van planejant diferents mini jocs amb l'objectiu d'ajudar a una població afectada per la fam. En primer lloc, identificar els grups de refugiats, aconseguir 10.000 tones d'arròs, preparar els paquets d'aliments amb les quantitats recomanades per a la subsistència d'una persona, enviar-les, etcètera. El que s'ofereix, en definitiva, és una visió completa del procés d'aquest tipus d'organismes. A més es van intercalant vídeos que ens ofereixen abundant informació sobre la gana al món i les activitats de la PMA per eradicar-la.

Imatge 10. Diferents missions de *Food Force*

Noves formes d'expressió i protesta

Un últim aspecte d'interès és l'opció del videojoc per situar-se com a nova eina d'expressió i protesta per part d'alguns col·lectius. Aquest aspecte del seu missatge està relacionat amb les possibilitats del mitjà des d'un punt de vista expressiu. Evidentment, encara no ens trobem enfront d'un mitjà madur o amb les cotes de qualitat d'altres mitjans clàssics, no obstant això, ja han aparegut algunes mostres del potencial d'aquest jove mitjà.

September 12th (Powerful Robots, 2003) és, per la seua qualitat, l'exemple més rellevant. El seu objectiu és analitzar un aspecte de la guerra contra el terror. Per a això se'ns presenta una ciutat àrab amb dos tipus de personatges: civils, vestits de blau, i terroristes, en verd.

Imatge 11. *September 12th*

El joc ens permet llançar míssils sobre la ciutat per acabar amb els terroristes; no obstant això, la principal limitació per al jugador és que els míssils —una vegada llançats— són molt lents i es demoren a marcar el blanc que els hem marcat. En aquest temps, el terrorista s'ha mogut i, habitualment, el míssil sol impactar sobre edificis i població civil. La reacció dels civils propers davant la mort d'altres civils passa pel dolor, comencen a plorar i, a continuació, es converteixen en terroristes. D'aquesta manera és impossible arribar a una situació de millora pel que fa al punt de partida,

ja que sempre decreix el nombre de civils i edificis mentre s'incrementa el de terroristes.

La lliçó que amaga el joc és tan nítida com a tràgica i explora, com plantejava el seu desenvolupador, Gonzalo Frasca, que "la violència només engendra violència". Sens dubte, una de les aplicacions més precises del videojoc com a metàfora per mostrar el que es denomina "efectes col·laterals".

Bibliografia

AARSETH, E., (2003): "Playing research: Methodological approaches to game analisis" en *5th International Digital Arts and Culture Conference*. Melbourne.

ABT, C., (1968): Games for Learning, en E.O. Schild (ed) *Simulation Games in Learning*. London, Sage publications.

ADESE., (2010): *Resultados anuales 2009*. Madrid.

BOGOST, I., (2007): *Persuasive games. The expressive power of videogames*. MIT, Cambridge.

CHAPLIN Heather & Ruby, Aaron, (2005): *Smartbomb: the quest for art, Entertainment, and big bucks in the videogames revolution*. Chapel Hill, NC: algonquin Books.

EGENFELDT-NIELSEN, S., (2005): *Beyond edutainment: exploring the educational potencial of Computer Games*. PhD Tesis, IT University of Copenhaguen, Copenhaguen.

FERNÁNDEZ DAY, D., (2011): "La evolución de los videojuegos en la implementación de las nuevas tecnologías". En *TecCom Studies*, diciembre 2010-marzo 2011, nº1, pp. 90-102.

FRASCA, G., (2009): "Juego, videojuego y creación de sentido. Una introducción". En *Comunicación*, nº7, pp. 37-44.

GÓMEZ, S. (2007): "Videojuegos: el desafio de un nuevo medio a la comunicación social", *Historia y Comunicación Social*, 12, pp. 71-82.

HALTER, E., (2006): *From Sun Tzu to Xbox. War and Video Games*. Thunder´s Mouth Press, New York.

HUIZINGA, J., (2007): *Homo Ludens*. Madrid, Alianza.

JUUL, J., (2009): *A casual revolution: reinventing video games and their players.* New York: Mit Press.

LAFRANCE, J.P. y Verville, D., (2003): "El joc interactiu, el primer mitja de masses de l'era electronica", *Quaderns del CAC, Produccio multimedia i aplicacions digitals*, núm. 15, Barcelona.

LENOIR, T., (2000): “All but war is simulation: the military-entertainment complex”. En: *Configurations*, nº8, 289-335.

LISTER, M., Dovey, J. *Et. Al.,* (2003): New media: A critical introduction. Londrés: Routledge.

MCGONIGAL, J., (2011): *Reality is broken: why games make us better and how they can change the World*. Penguin Press.

MCLUHAN, M., (1996): *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Madrid, Paidos.

MONTERO, J. & Rueda, J. C., (2001) *Introducción a la Historia de la Comunicación Social*. Ariel, Madrid.

PLANELLS DE LA MAZA, A.J., (2010): “La evolución narrativa en los videojuegos de aventuras (1975-1998)”. En: *ZER*, noviembre 2010, nº29, pp. 115-136.

ROIG, A.; San Cornelio, G.; Ardèvol, E.; Alsina, P.; Pagès, R., (2009): “Videogame as Media Practice: An Exploration of the Intersections Between Play and Audiovisual Culture”. En: *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Febrero, 2009, nº15, pp. 89-103.

STAHL, R., (2009): *Militainment Inc: War, media and popular culture*. Routledge, London.

Participació. La societat civil i els reptes del segle XXI

Manuel Herrera Gómez
Departamento de Sociología III (Tendencias Sociales)
Universidad Nacional de Educación a Distancia

Introducció

Aquestes pàgines pretenen traçar un mapa que ajude a comprendre el significat de les noves manifestacions de la societat civil en el context de la societat post-moderna, post-industrial, post-capitalista. Certament, no existeix un únic terme per al·ludir a la societat hodierna. I la varietat terminològica en bona mesura està lligada al punt d'observació des del qual la hi contempla. Però deixem a un costat les batalles conceptuals, i presentem el nucli dur d'aquesta aportació. Tractarem de donar resposta al següent interrogant: quin és la transcendència de la societat civil i de les seues organitzacions en el naixent tercer mil·lenni?

El nostre punt de partida és aquest: la societat contemporània s'ha caracteritzat per la mobilització de recursos i forces productives, per augmentar la productivitat en el treball, per dipositar la seua confiança en els poders públics, per la creació dels estats nacionals, per l'ampliació dels drets de participació política i la secularització dels valors. Aquest model sociopolític ha evolucionat cap al que alguns autors han denominat la crisi radical de la modernitat[14], és a dir, de la construcció històrica, econòmica,

[14] El terme crisi radical de la modernitat ho podem trobar en autors com Ferrera (1998) o De Leonardis (1998). Per al primer, la crisi de la modernitat significa l'aparició de cercles viciosos que erosionen internament les bases econòmiques i socials de la pròpia modernitat i de les seues institucions per a la creació de benestar. De Leonardis fa un pas més. Planteja directament la qüestió de la sociabilitat, de la qualitat social que la mateixa modernitat genera i regenera –o distorsiona i destrueix-.

social i ideològica que neix amb la Il·lustració i les Revolucions dels segles XVIII i XIX.

Amb la caiguda dels règims comunistes i el desplomi del marxisme com a doctrina política (però no com a filosofia), assistim al declivi d'un dels dos eixos de la modernitat: el jacobí-il·lustrat, eix que veia en l'Estat al garant i instrument d'emancipació de la humanitat. Aparentment s'ha revaloritzat el seu altre eix, el liberal o burgès il·lustrat, basat en l'individualisme (Llano, 1999).

Però les coses no són així de senzilles. La crisi de la modernitat afecta també al pensament liberal, almenys el caracteritzat per posseir una arrel estrictament individualista i utilitarista. Més concretament, el liberalisme està en crisi no tant com a filosofia de la llibertat, sinó com a doctrina política que fa del binomi individu-Estat el fonament de la societat moderna i de la seua ciutadania.

Al cor de la modernitat, cor en el qual se situen tant el marxisme com el liberalisme, les esferes organitzatives nascudes de la societat civil -entre unes altres les ONG, les associacions de solidaritat, les cooperatives socials, les associacions de voluntariat- tenen, d'una banda, drets civils però, d'una altra, manquen de ciutadania pròpia ja que aquests actors no són ni els portadors, ni els partícips de la societat en l'esfera pública[15]. En el liberalisme modern els drets de les associacions estaven limitats a l'esfera privada i, per tant, són una extensió de drets per naturalesa individuals. En aquesta línia Víctor Pérez Díaz (1997) defensa que s'ha de dissenyar un nou projecte social on el govern no siga l'únic motor de la integració social, sinó que els individus solidaris i les xarxes socials hagen d'exercir també aquesta tasca.

Aquest aspecte històric, és a dir, limitar els drets de les associacions a l'esfera privada, és precisament el que entra en una profunda crisi. La societat com a relació s'encarrega de qüestionar l'edifici de la modernitat.

[15] Sobre aquest tema, el sociòleg italià Donati (1996) assenyala que perquè la societat civil i les seues organitzacions tinguen una acció estable i puguen enfilar amb les grans estructures –per més que alleugerides, descentralitzades i flexibilitzades- de l'Estat de Benestar, resulta necessari anar creant una nova regulació que els conferisca cert caràcter estatutari, perquè no es desvien de la seua finalitat i estiguen en condicions d'aconseguir els mitjans imprescindibles per a la realització de les seues tasques específiques. No es tracta –a hores d'ara- que la burocràcia arribe fins als patis de veïnatge: les regulacions hauran de ser autònomes, però emparats i protegits per l'Administració pública, la missió de la qual no és substituir a la societat civil i a les seues organitzacions, sinó ordenar els marcs generals de la convivència, segons la funció de coordinació i configuració que li competeix.

Ara bé, no en el sentit de retrocedir cap a un terrè pre-modern, sinó en l'adreça de produir una nova societat en la qual les associacions són els actors protagonistes del canvi social. Un bon exemple poden ser els nous moviments socials, que erosionen a les associacions tradicionals amb poder com els partits polítics, els sindicats o les organitzacions religioses.

La crisi de la modernitat no és passatgera o contingent, estem davant una crisi dels seus pilars fonamentals. El motiu és ben senzill: canvia el principi organitzatiu fonamental de la societat, és a dir el seu eix portador que, fins ara, ha estat dominat pel binomi Estat-Mercat. Altres actors entren en joc i, amb ells, una nova forma del que significa fer societat.

La meua hipòtesi és que les esferes organitzades de la societat civil són precisament aquests actors. El procés reflecteix una tendència més general o, si es vol, una nova fase de la modernització que implica una creixent autonomia de les associacions en gairebé totes les àrees de la societat (Berger, 1992).

Tenint en compte aquestes premisses, aquestes pàgines s'articularan entorn dels següents punts:

- Explicar el context on s'emmarca està nova societat civil, o siga, sintetitzar quins són els desafiaments que hem d'afrontar al voltant de la societat del segle XXI.
- Una breu exposició sobre la força econòmica i social de les organitzacions que emergeixen de la societat civil.
- Esbossar quin és la cultura d'aquesta nova societat civil i de les organitzacions que neixen d'ella.
- Descriure què funcions pot exercir la nova societat civil.
- Exposar les diferents valoracions internacionals sobre les formes organitzades de la societat civil i les condicions per al seu desenvolupament.

Els desafiaments del segle XXI

Per entendre el sentit i la transcendència de la nova societat civil i les seues organitzacions és necessari emmarcar-la en el context dels grans desafiaments de començaments del segle XXI. Ens trobem davant:

• Una creixent desestructuració (disgregació) del teixit social: els individus es troben situats en escenaris molt més complexos; el principal repte que ha d'afrontar Occident és donar una resposta a aquesta complexitat, és a dir, les societats post-modernes han d'oferir respostes als desequilibris demogràfics (Donati, 1992 i Iglesias de Ussel, 1998), els canvis derivats del desenvolupament econòmic i les conseqüents modificacions en l'estratificació social (Renaut, 1989), les noves patologies de la modernitat (Ardigo, 1980), l'individualisme i el privativisme (Manconi, 1990, Tezanos 2008) i les noves migracions.

• Una saturació del model d'Estat Social com a sistema basat en el compromís neo-corporatiu, per tant, en sistemes de seguretat centralitzats i amb base fiscal. Dir saturació no significa, òbviament, dir que els sistemes centralitzats de benestar per via fiscal no siguen útils, tan sols que el seu ràdio d'actuació troba dificultats creixents (Bulmer, 1989; Herrera 2003, Herrera i Jaime, 2005). Emergeixen nous problemes als quals l'Estat difícilment pot fer front, ja que no estan relacionats amb el mercat de treball i la producció, com la solitud dels ancians, les noves tòxico-dependències o les situacions de risc derivades de la desestructuració familiar (la pobresa en les famílies monoparentals, violència domèstica, etcètera). Aquests problemes tenen el seu origen en una desestructuració de les relacions que afecten a les persones, per tant, la seua solució cal buscar-la no només en les tradicionals ajudes econòmiques, sinó que es deuen buscar solucions en clau relacional[16].

• La crisi de l'Estat-nació que comporta, entre altres coses, d'una banda, tendències cap a la regionalització, per una altra, creixent internacionalització dels problemes socials (Barcelona, 1990). Exemple d'això són alguns fenòmens que tenen repercussions globals com les crisis econòmiques, el problema de la seguretat o la deterioració mediambiental (Martínez Oses, 2010).

• Les societats desenvolupades es caracteritzen per la convivència de diferents ètnies, religions i cultures que estan donant lloc a un veritable pluralisme social (Sánchez Cámara, 1999, Herrera, 2010).

[16] Per exemple, davant la solitud de moltes persones majors, els instruments públics es limiten a la creació de llars de la tercera edat o a l'augment de les prestacions econòmiques i socials. Açò, que deu mantenir-se i fins i tot incrementar-se, ha d'anar acompanyat d'altres accions que promoguen la relacionalitat del subjecte, vegeu a través d'associacions o dels propis grups primaris. Vegeu Herrera i Ayuso (2009).

• És evident un creixement generalitzat dels riscos socials de tipus post-modern, és a dir, essencialment relacionals. Així, als països avançats augmenten els estats de malestar psico-físics, les toxicomanies, les noves epidèmies com la SIDA, és a dir, la societat es torna cada vegada més arriscada per factors aliens al mercat de treball (Di Nicola, 1986 i Ardigo, 1980).

• Finalment, emergeix la sol·licitud d'humanització dels àmbits de vida i de les organitzacions de treball i servei, amb la demanda de nous drets socials lligats als estils de vida quotidiana i, en concret, a l'assistència de les persones (Fargion, 1997). A més, la societat demanda cada vegada més serveis menys uniformes, estandarditzats o massificats.

Encara que semblen desconnectats, és necessari veure la trama, els fils, d'una complexa xarxa. Precisament, les funcions de la nova societat civil i les seues organitzacions es presenten com una possible resposta per afrontar els desafiaments amb prou feines enunciats.

Dir per què i com la societat civil organitzada constitueix una resposta a aquests dilemes de la societat complexa és un objectiu que no es pot tractar de manera detallada en aquestes pàgines. Bastarà amb recordar que, en funció d'una sèrie d'investigacions[17], les noves iniciatives nascudes de la societat civil són vistes:

• Com una manera per construir un ambient governable a escala humana.

• Com una manera de garantir l'accés, l'exigència i el control de drets i interessos legítims i difosos per part de les comunitats (menors i/o perifèriques) que no estan representades en les tradicionals estructures dels sistemes fiscals i de seguretat social.

• Com una manera per a re-equilibrar els desnivells territorials dels drets dels ciutadans, actuant com a organitzacions de pressió, de defensa (*advocacy*) i també de promoció.

• Com una forma per gestionar les ciutadanies en relació a les diverses pertinences comunitàries, en concret ètniques, culturals i religioses.

• Com una manera per gestionar els riscos socials, entesos com a abisme entre els desafiaments que els individus han d'afrontar i els recursos dels que disposen.

[17] Vegeu entre altres Colozzi (1995), Salamon (1997), Herrera (1998) i Llano (2000).

• Com una manera d'elaborar una cultura dels nous drets de vida quotidiana amb finalitats d'humanització del treball i dels serveis a les persones, en concret, de les relacions entre temps/llocs de treball i temps/llocs de família.

La nova societat civil i les seues organitzacions se situen en una posició estratègica per oferir respostes davant aquells aspectes socials que Occident ha d'afrontar.

En efecte, les noves iniciatives de la societat civil signifiquen: un tipus de relacions socials a les quals la societat del segle XXI ha de recórrer de manera creixent i difosa, en tant que una àmplia gamma d'àmbits de vida, de treball i de relació ha de ser organitzada amb dimensions humanes, abans que in-humanes.

La força econòmica i social de les organitzacions de la societat civil

Les organitzacions nascudes de la societat civil s'estan convertint en una de les principals forces econòmiques i socials. En bona mesura, això està vinculat amb una àmplia i interessant participació en l'ocupació nacional i en els llocs laborals de recent creació. D'aquesta manera, no resulta arriscat dir que les organitzacions nascudes de la societat civil es presenten com un mecanisme a través del qual els individus i les societats persegueixen un ampli radi de propòsits públics i privats.

Això es evidencia a través d'un important estudi sobre el sector no lucratiu al món realitzat per la Universitat Johns Hopkins, sota l'adreça del professor Lester Salamon. Aquest treball ha investigat l'estructura i fonts d'ingressos dels agents d'aquest sector, els factors que poden fomentar o retardar el seu desenvolupament, així com les seues contribucions econòmiques i humanes al benestar social. Per complir aquest ambiciós objectiu l'equip d'investigació ha seleccionat 42 països pertanyents a Europa Occidental, Europa Central, Àsia, Llatinoamèrica i Amèrica del Nord. Mereixen destacar-se alguns resultats per als primers 22 països analitzats i els referits a Espanya.

El tercer sector, a banda de la seua importància social i política, presenta unes dades econòmiques molt rellevants. Dels 22 països analitzats en

2008 aquest sector mou 1,9 bilions de dòlars, la qual cosa fa que tinguen una aportació mitjana del 4,6% del PIB d'aquests països. Per la seua banda, a Espanya aquest sector gestiona gairebé 22.600 milions de dòlars, la qual cosa suposa un 4% del PIB. Alguns de les dades més significatives a nivell nacional i internacional són els següents:

Ocupació. Als vint-i-dos països objecto d'aquest estudi[18], les organitzacions de la societat civil van emprar en 2008 l'equivalent a 22 milions de treballadors a jornada completa. Dit en altres termes, si aquest sector formara una economia nacional independent seria l'octava major del món. Si dividim les dades per regions geogràfiques, observem que a Europa Occidental representa el 7% de l'ocupació total, el 2,2% a Llatinoamèrica, l'1,1% a Europa Central i el 6,9% els altres països desenvolupats -EE.UU, Austràlia, Japó i Israel-. A aquestes dades caldria sumar-li el percentatge d'ocupació voluntària, la qual cosa donaria lloc a xifres que oscil·larien entre el 10% i l'1,7%.

Aquest sector dóna ocupació a més persones que moltes de les empreses privades de cada país, superant en treballadors a alguns sectors. Per exemple, els serveis públics en aquests països generen 3,4 milions d'empleats remunerats, la indústria manufacturera tèxtil 4,3 milions i el sector químic 5,5 milions. Dues terceres parts de l'ocupació del sector no lucratiu es troben en els tres àmbits tradicionals del servei social: educació (30%), sanitat (20%), i serveis socials (18%). La quarta àrea que segueix és la que configura les activitats recreatives i culturals (14%), la resta es divideixen en activitats mediambientals, de desenvolupament, associacions professionals, etcètera. No obstant això si tenim en compte l'ocupació voluntària les xifres canvien, ja que, aproximadament, el 55% de les activitats es concentren en les activitats recreatives i en els serveis socials.

Una altra qüestió a tenir en compte quan s'estudia el tercer sector és la participació voluntària, indicador molt relacionat amb la vitalitat de la societat civil. Una mitjana del 28% de la població d'aquests països aporta part del seu temps a les organitzacions no lucratives. Això significa un treball equivalent a 10,6 milions d'empleats a temps complet, la qual cosa eleva el nombre total de llocs a temps complet equivalents de les organitzacions del sector no lucratiu a 29,6 milions (Salamon, 2009).

[18] Estats Units, Bèlgica, Finlàndia, França, Alemanya, Irlanda, Països Baixos, Espanya, Regne Unit, Austràlia, Israel, Japó, República Txeca, Hongria, Polònia, Romania, Eslovàquia, Argentina, Brasil, Colòmbia, Perú i Mèxic.

A Espanya el sector no lucratiu va donar treball en 2009 a 475.179 treballadors a jornada completa, la qual cosa va suposar un 4,55% del total dels treballadors. Si a això li vam sumar l'ocupació voluntària (2,19%) obtenim una xifra total de 6,29% de la població adulta espanyola, xifra lleugerament per sota de la mitjana obtinguda en l'estudi realitzat per Johns Hopkins. D'altra banda, la presència d'aquest sector és molt significativa en el camp dels serveis socials, ja que assoleix el 31,8% de l'ocupació no lucrativa[19], seguit de l'educació (25,1%) i de la salut (12,2%).

Ingressos. Una altra de les qüestions que reflecteix la creixent importància d'aquest sector és les seues fonts de finançament. En general, les donacions privades procedents de persones, empreses i fundacions només aconsegueixen un 11% de mitjana en els ingressos del sector. D'altra banda, les quotes de socis o afiliats ascendeixen a gairebé la meitat dels ingressos del sector no lucratiu (49%). Finalment, es manté una important presència del sector públic, que suposa el 40% dels ingressos (Salamon, 2009).

Referent a això, els països analitzats poden ser dividits en dos grans grups. Aquells on les aportacions procedents dels socis o afiliats és major, per exemple Mèxic (85%), Austràlia (63%) o EUA (57%). Enfront d'uns altres on predominen les aportacions procedents del sector públic com Irlanda (77%), Alemanya (64%) o França (58%).

L'estructura financera del sector lucratiu espanyol difereix de la dels països d'Europa Occidental. Les donacions privades procedents de persones, empreses i fundacions superen el 19%, i el finançament públic està molt per sota dels països del nostre entorn (32%).

Aportacions a la creació i creixement de l'ocupació. El dinamisme de les organitzacions de la societat civil en aquests països no només està vinculat a l'econòmic, també li podríem afegir un altre matís: es tracta d'una vitalitat creixent. En realitat, representen la font més potent de creixement d'ocupació si prenem com a referent altres segments de l'economia. Per

[19] El recent informe de la Fundació Luis Vives sobre la presència de les ONG d'acció social a Espanya mostra aproximadament que la meitat de les entitats d'acció social actuals han nascut en els anys 90 (47%), el 75% d'aquestes organitzacions tenen un àmbit autonòmic d'actuació, el 82,5% mantenen acords de gestió de serveis amb algun organisme públic, el 50% de les associacions tenen un pressupost igual o inferior a 9 milions i menys de 20 treballadors, els sectors de dones, joves i drogodependències depenen en major mesura de les subvencions i es detecta una certa tendència cap a la diversificació de fonts de finançament en la qual les activitats mercantils guanyen pes.

exemple, a Alemanya, França i els Estats Units, el sector de les organitzacions de la societat civil, que abasta el 6% de l'ocupació total, al llarg de la dècada dels 90 va experimentar un creixement del 13% en la parcel·la d'ocupacions de nova creació.

Activitats. El que posa de manifest la vitalitat real de les organitzacions de la societat civil no són els ingressos, ni l'ocupació que produeixen. Són les activitats en les quals estan compromeses el que evidencia la seua existència real. Citarem algunes dades que mostren la fortalesa considerable de les organitzacions de la societat civil que gestionen:

- Un terç de la cura diària dels xiquets i un 55% de l'atenció residencial a França.
- Més de la meitat dels llits d'hospitals i la meitat de les universitats a Estats Units.
- Més del 75% de les universitats a Japó.
- Més del 20% de l'educació primària i secundària en el Regne Unit.
- Més del 40% de l'atenció residencial a Itàlia.
- Més del 40% de tots els habitatges familiars construïdes o rehabilitades a Suècia (Salamon, 2009)

El sector de les organitzacions de la societat civil no només constitueix una gran força en aquests països, al mateix temps la seua existència es troba més difosa i extensiva del que tradicionalment s'assumeix.

La manifestació extensiva de la societat civil no és un fenomen exclusivament nord-americà, segons mostren els resultats de l'estudi dirigit per Salamon. Segons l'estudi alguns països com Holanda, Irlanda, Bèlgica o Israel presenten percentatges d'ocupació remunerada total superiors al 7,8% d'EUA. La mitjana dels països estudiats se situa entorn del 4,8% i per sota d'ella es troben països com Espanya i Àustria (4,5%), Perú i Colòmbia (2,4%) o Mèxic o Romania amb 0,4% i 0,6% respectivament. Encara més, el nombre d'associacions s'ha incrementat progressivament en l'última dècada. A França es van crear més de 60,000 organitzacions en 2007. Xifra molt significativa si tenim en compte que en 1961 no arribaven a les 18,000. Igualment, a Alemanya el nombre d'associacions per cada 100,000 habitants s'ha triplicat entre 1960-2010, passant de 160,000 a 475,000. A Hongria, dos anys després de la caiguda del règim comunista,

ja existien més de 13,000 associacions. A Suècia, paradigma del Welfare State, ens trobem amb les tendències més elevades de participació ciutadana en organitzacions sense finalitats de lucre: la major part de la població sueca pertany a una o més associacions de les 200,000 existents al país. En conseqüència, ens trobem amb la següent dada: 2,300 associacions per cada 100,000 habitants.

La cultura de la nova societat civil

Les motivacions i els valors culturals de la nova societat civil són, en general, aquells que fan anar a la trobada de les necessitats dels altres a través d'ajudes que siguen concretes i humanes. L'altruisme, el do, la solidaritat, la confiança i la reciprocitat són -per regla general- les motivacions i els valors en què s'inspira l'acció (Page, 1991; Ranci, 1990; Godbout, 1993).

La modernitat ha significat la consolidació definitiva de dues esferes: l'Estat i el Mercat. La primera caracteritzada per l'ús del poder polític per establir les obligacions forçoses dels ciutadans i la redistribució dels recursos. La segona guiada pel codi del benefici i de l'interès. Ambdues coincideixen amb l'espai públic en sentit modern.

A través d'aquestes dues esferes la persona s'ha anat alliberant de lligams i vincles de caràcter adscriptiu. L'objectiu de fons era ser més lliures i més iguals. Amb el pas del temps, la igualtat s'ha anat convertint en uniformitat davant de l'Estat i la llibertat com a pura expressió de subjectivisme.

Els espais socials nascuts de l'esperit del do, de l'actuar veient en les persones que ens envolten éssers humans i no categories administratiu-econòmiques, han estat progressivament reduïts a l'esfera del privat (Recchi, 1993). Encara més, les accions de solidaritat han estat interpretades com a meres construccions socials i culturals, pertinences, elements arcaics d'una tradició judeocristiana. Amb això s'ha oblidat un principi fonamental: és en aquests espais on emergeix la identitat, el ser persona que amaga després de si la biografia de la seua pròpia existència (Melucci, 2001).

En les noves expressions de la societat civil s'intenta superar culturalment aquesta dicotomia entre públic i privat, entre ambient de l'economia i la política i ambient de l'ètica i de la solidaritat.

La nova cultura de la societat civil ha d'interpretar-se com a àmbit de gestió autònoma en el qual es treballa, participa i controla els propis recursos i els esdeveniments socials segons criteris establerts com ben comú en el moment públic universal. Dit d'una altra manera, estem davant una cultura que indueix als individus, famílies i grups socials a relacionar-se de forma solidària amb els altres. Enrere queden les motivacions i les metes purament econòmiques i de poder.

Per tant, la cultura que sembla apuntar en l'horitzó de la nova societat civil i les seues organitzacions assembla al que solem denominar cultura de la ciutadania. No són simples actes de compassió, de beneficència o d'assistència al necessitat[20], sinó l'acceptació ferma de compromisos i, en conseqüència, d'un complex suficientment estable i regulat de drets i deures.

Les funcions de la nova societat civil

Les funcions que pot realitzar aquesta nova societat civil és possible contemplar-les des d'una triple òptica:

- Els béns que produeix.
- Els intercanvis que realitza amb altres institucions de la societat.
- Les seues aportacions per al naixement d'una nova societat.

Què produeix la societat civil? Dit en poques paraules, les organitzacions de la societat civil produeixen un nou tipus de béns, béns que anomenem relacionals (Donati, 1991) Què són els béns relacionals? Es tracta d'un tipus de béns que només poden ser produïts i gaudits conjuntament pels quals són al mateix temps productors i usuaris, per exemple la solidaritat i l'intercanvi simbòlic. En bona mesura, presenten certa semblança amb els béns relacionals primaris, que tenen el seu significat fonamental a les xarxes de solidaritat primària (família, xarxes de parentiu i amistat).

Aquest tipus de béns és totalment diferent als produïts per l'Estat i els produïts pel Mercat. El primer produeix béns públics que, en principi, no

[20] Qui exalta la naturalesa desinteressada, de puro don i de gratuïtat total, deu també tenir en compte que: a) les organitzacions de la societat civil són un camp d'activitats que serveixen per a entrar en el món professional; b) tenen necessitat d'una certa calculabilitat (molt més com que usen els diners i altres mitjans de mercat); c) necessiten adequar-se a normes legals (condicions que imposa l'Estat).

són relacionals en tant que impliquen formes de govern i agregacions de caràcter impersonal, formal i abstracte. El segon produeix béns privats, que no són relacionals per definició perquè no impliquen necessàriament compartir.

Quins són els intercanvis que realitza amb la resta d'institucions de la societat? Per entendre aquest punt cal tenir en compte que les organitzacions que neixen de la societat civil són espais que intervenen entre l'individu i la col·lectivitat en general.

Què intercanvien les organitzacions de la societat civil amb l'Estat, amb el Mercat i amb la família? La resposta a aquest interrogant és àmplia: tot allò que fa referència a les seues funcions socials, que no són, en principi, innombrables. Inclouen des de funcions educatives i formatives a funcions de suport i assistència, des de funcions relacionades amb el temps lliure a funcions d'ajuda per a la integració professional, la recuperació de persones desviades, marginades, en situacions de desavantatge. Pensem, per exemple, en aquelles organitzacions creades per al desenvolupament de zones agrícoles marginals, per promocionar un ambient i uns col·legis humans, per desenvolupar la cultura, la ciència i l'art, per organitzar serveis socials i sanitaris, resoldre una àmplia sèrie de problemes familiars (l'adopció i la seguretat, la promoció de la igualtat jurídica entre els sexes, la defensa dels drets del treball domèstic, els drets relatius a l'educació dels fills, els serveis apropiats per a les famílies amb ancians no acte-suficients, amb malalts...).

Cadascuna d'aquestes organitzacions ajuda al compliment i desenvolupament dels drets de ciutadania i les obligacions que aquests comporten. Ara bé, es comprèn millor el significat d'aquesta nova societat civil si tenim present que dóna vida a una nova societat que podria estar caracteritzada per:

• Una nova visió de l'eficiència, vista en termes de *calculabilitat* social més que en termes de *calculabilitat* econòmica (Ambrosini, 1994).

• Una nova concepció del consens polític, que no es presenta com una simple estratègia per mantenir el poder, sinó com un terreny que amaga després de si una visió ètica (Cattarinussi, 1994).

• Una nova cultura basada en un sentit humà pròpiament dit, i no en un sentit tècnic (Mansbridge, 1998).

Valoracions i condicions per al desenvolupament de la nova societat civil

La societat actual està basada en la contingència de les relacions socials i en la seua contínua desestructuració i reestructuració: individus i famílies apareixen en aquest marc, i no podrem mantenir una societat tan fluctuant si no comptem amb una manera d'organitzar xarxes de defensa, manteniment i promoció humana.

Les valoracions sobre la nova societat civil són diverses. Poden agrupar-se en tres tipus: negatives, ambivalents i positives.

• Valoracions negatives: Contemplen a la societat civil amb recel. Creuen, temen que la nova societat civil afebleix la lleialtat política a l'Estat i disminueix l'interès per les burocràcies públiques, i, en general, temen que es produïsca un allunyament de la gent respecte a les institucions (civils i polítiques) o, per contra, que les noves organitzacions de la societat civil serveixen a l'Estat Social i a altres institucions com a instruments per delegar les seues responsabilitats en uns altres. Per què l'actuació de la societat civil si hi ha serveis públics que són eficients? Per què realitzar accions col·lectives de defensa i promoció dels interessos dels ciutadans i les famílies si para això estan els partits polítics i els sindicats? Per què crear escoles gestionades per associacions de pares si ja existeixen les estatals? Aquesta postura no ha comprès la novetat del fenomen i essencialment segueix reflexionant en el marc d'un determinat model de societat, avui en declivi: el model modern industrial en sentit clàssic.

• Valoracions ambivalents: Uns altres veuen aspectes positius i negatius en el creixement de la societat civil. D'un costat es reconeix que les organitzacions de la societat civil realitzen tasques no desenvolupades per altres actors com l'Estat o el Mercat. Però, d'un altre, es manté que aquestes tasques han de quedar limitades a un radi el més xicotet possible perquè se sospita que estan orientades cap a la consecució d'interessos particulars, potencialment tancats i no igualitaris. Aquestes crítiques tenen una justificació real i han de ser tingudes en compte.

• Valoracions positives: Finalment estan els qui consideren que el creixement de les noves organitzacions de la societat civil representa el naixement d'una societat més acte-organitzada i responsable. Per a qui adopta aquesta visió, aquestes noves iniciatives no només són una manera

d'anar a la trobada de demandes no satisfetes i d'impossible satisfacció per part d'altres actors, sinó també d'augmentar el sentit d'autonomia i civisme, la llibertat i responsabilitat personal, familiar i comunal, que és essencial en una societat cada vegada més insegura i exposada.

La tercera valoració, la positiva, és la més apropiada sempre que s'adopte de forma prudent, és a dir, que vaja acompanyada d'una clara consciència que el fenomen de creixement de les organitzacions de la societat civil pot contenir ambivalències i, si no és conduït adequadament (dins de les organitzacions mateixes), produir efectes negatius. Per això, sembla crucial investigar les condicions concretes de desenvolupament de les organitzacions de la societat civil, perquè són aquestes condicions les que decideixen la manera en què es configuren les organitzacions i determinen els seus efectes. Certament, com assenyala Heran (1988), el món associatiu és un món selectiu. Però és precisament a través d'aquestes seleccions com la societat es fa a si mateixa.

Quins són les condicions de creixement de la societat civil i les seues organitzacions, valorades com a positives en el seu significat social, en les seues funcions i en els seus efectes?

D'una banda estarien les condicions sistèmiques, és a dir, aquelles que se situen fora del control de les persones, de les famílies. Es tracta de factors que depenen de la dinàmica *macro-sistèmica* de la societat en el seu conjunt i que sobrepassen, per així dir, el món vital; aquests factors juguen a favor i en contra del desenvolupament de la societat civil. Les societats complexes són, des d'aquesta perspectiva, profundament ambivalents perquè, d'un costat, necessiten de la comunitat del món vital, però, d'un altre, es basen en un ordre social d'individualisme institucionalitzat que opera contra elles.

Obstaculitzen el desenvolupament d'una autèntica societat civil tota legislació o mesures de política social i cultural que adopten una orientació de tipus individualista o col·lectivista. No obstant això, afavoreixen el creixement de la nova societat civil tots aquells processos i mesures que contemplen i afavoreixen l'actuació solidària en les relacions conjugals i entre les generacions.

Per un altre estarien les condicions del món vital, és a dir, aquelles que depenen del directe control de les persones. Que la societat civil puga ser promoguda, guiada, afavorida o orientada en una adreça o una altra, depèn

dels propis ciutadans i de les seues específiques relacions de lleialtat i reciprocitat al món vital.

Obstaculitzen el desenvolupament de la nova societat civil aquells factors que tendeixen a tancar als individus i a les famílies en si mateixes, afavorint el privativisme, el narcisisme, l'autarquia, l'auto-referencialitat del singular. Per contra, els factors que ajuden a la societat civil són tots aquells que afavoreixen, acceleren i respecten el creixement de l'autonomia dels individus i de les famílies, orientant la solidaritat cap a l'exterior, a la col·laboració, a la capacitat de veure problemes comuns i d'actuar conjuntament per a la seua solució.

No s'ha de cometre l'error de pensar que la societat civil només és el producte de factors externs (les ajudes de l'Estat, el suport dels partits polítics, etcètera), o només de factors interns (la generositat personal, el sentit d'obertura als altres, l'empatia intersubjectiva, etcètera). És necessari veure la correspondència entre factors externs i interns.

Conclusions

La societat actual té la necessitat de modificar la brúixola que fins ara havia guiat la creació del benestar social. Aquesta brúixola ha tingut com a rumb la neta separació entre Estat i societat civil. Les polítiques socials i culturals s'han regit pel següent plantejament: el ben està en l'Estat (*welfare*) mentre que el mal està inserit en la societat civil (*warfare*). Quina serà la brúixola de les polítiques socials i culturals al segle XXI?

L'eix dominant en la societat post-moderna va a ser la distinció entre societat de l'humà (en la qual el benestar és treball intens a partir de relacions interpersonals d'assistència i cura) i societat de la tècnica (que inclou les grans estructures de *welfare* sistèmic, gestionat per les burocràcies impersonals).

La societat post-moderna contemplarà una dialèctica entre dues formes de *welfare*: el benestar humà i el benestar tècnic-administratiu. Són diferents, però no estan radicalment separades i ambdues, així com les seues relacions, són impredictibles.

En els últims anys, en els moviments socials (ecologistes, voluntariat, cooperació social, associacions familiars...) que han introduït el debat sobre el concepte i les pràctiques socials del benestar, reclamant una relació més

equilibrada amb la naturalesa interna i externa de l'home i estils menys materials (post-fordistes) emergeix la reivindicació d'una dimensió humana anàloga amb una tornada a la societat civil.

La tornada a la societat civil té un sentit. Ara bé, s'ha de tenir present que la societat civil de la qual parlem no és la del passat. No és l'aristotèlica que coincideix amb la sencera polis, construïda per distinció amb els bàrbars. No és la moderna, bé en la versió dels il·lustrats escocesos (com a mercat), bé en la versió de la tradició europea-continental (com a Estat jacobí i, posteriorment, hegelià, amb totes les seues derivacions). La seua semblança és major a la societat tocquevilliana que correspon a l'art de l'associacionisme. És una societat civil que neix del prendre de debò les relacions socials. A aquestes les hi veu diferenciades en una dimensió humana i en una dimensió tècnica, allí on el benestar tècnic-artificial deu i pot ser reconduït a una dimensió humana, que és tal quan significant i intencional.

S'obre el nou escenari de la societat post-moderna. Ella va a estar caracteritzada per una específica dialèctica entre la societat del jo (la societat dels individus), i la societat de les formacions socials. La política i ètica del segle XXI estaran marcades per aquesta dialèctica. Ella ve a ocupar el lloc de la dialèctica moderna entre Estat/societat civil.

El segle XX ens deixa una gran herència: l'Estat de Benestar (*Welfare State*), la construcció política, econòmica, social i cultural més important dels últims cent anys. No obstant això, hem de seguir avançant per afrontar els nous reptes i desafiaments que desplega el naixent tercer mil·lenni davant les societats avançades. Unes societats que exigeixen viure una vida bona en comú, respectant les diferències i les pluralitats de la forma de ser humans. Aquesta és la principal demanda que la societat civil llança a l'Estat de Benestar per al segle XXI.

Bibliografia.

ARDIGO, A (1980): *Crisi di gobenrvilità e mondi vitali*, Cappelli, Bolonia.

BERGER, J. (1992): "The Future of Capitalism", en H. Horferkarmpy N. J. Smelser (eds.), *Social Change and Modernity*, Universidad de California, Berkeley, pp. 237-255.

BULMER, M. (1989): *The Goals of Social Policy,* Unwin Hyman, Londres.

COLOZZI, I. (1995): *Una solidarietá eficiente*, NIS, Roma.

DI NICCOLA, P. (1986): *L'uomo no é un'insola*, Angeli, Milán.

DONATI, P. (1991): *Teoria relazionale della societá*, Angeli, Milán.

DONATI, P. (1996): *Sociologia del terzo settore*, NIS, Roma.

DONATI, P. (1999): *La ciudadanía societaria*, Universidad de Granada, Granada

FERRERA, M. (1998): *La trappole del welfare. Uno Stato sociale sostenible per l'Europa del XXI secolo*, Il Mulino, Bolonia.

FUNDACIÓN Tomillo (2000): *Empleo y trabajo voluntario en las ONG de acción social*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.

GODBOUT, J. T. (1993): *L'esprit du don*, La Decouverte, París.

HERAN, F. (1988): "Un monde selectif: les associations", en *Economie et Stadistique*, n. 208, marzo, pp. 17-31.

HERRERA, M. (1998): *El Tercer sector en los sistemas de bienestar*, Tirant lo Blanch, Valencia.

HERRERA, M., y Castón, P. (2003): *Las políticas sociales en las sociedades complejas*, Ariel, Barcelona.

HERRERA, M., y Jaime, A. (2005): "Desafíos del servicio social en el marco de las nuevas políticas sociales", en Papers. Revista de Sociología, n. 78, pp. 169-194

HERRERA, M. y Ayuso, L. (2009): "Las asociaciones sociales: una realidad a la búsqueda de conceptuación y visualización", en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, n. 126, pp. 39-70

HERRERA, M. (2010): "La Integración de los inmigrantes: el modelo intercultural"; en *Nueva Revista*, n. 127, pp. 29-34

IGLESIAS DE USSEL, J (1998): *Familia y cambio político en España*, Tecnos, Madrid.

LLANO, A. (1999): *Humanismo Cívico*, Ariel, Madrid.

MELUCCI, A. (2001): *Vivencia y convivencia*, Trotta, Madrid.

MANSBRIDGE, J. J. (1998): *Beyond Self-Interest*, Universidad de Chicago, Chicago.

MARTÍNEZ OSES, P. J. (2010): "ONGD y ciudadanía del siglo XXI: incidencia política para el desarrollo mundial", en *La lucha contra el hambre y la pobreza*, de Alfonso Guerra y otros, Editorial Sistema, Madrid, pp. 415-454

PAGE, R. (1991): *Altruism and Social Policy*, Alderhott, Avebury.

PÉREZ-DÍAZ, V. (1997): *La esfera pública y la sociedad civil*, Taurus, Madrid.

PÉREZ-DÍAZ, V., López Novo, J. P. (2003): *El Tercer Sector Social en España*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.

RANCI, C. (1990): "Doni senza reciprocitá", en *Rasegna Italiana di Sociologia*, Vol XXXI, n. 3, pp. 363-387.

RECCHI, E. (1993): "Reciprocitá", en *Stato e Mercato*, n. 39, pp. 467-500.

RENAUT, A. (1989): *L´ère de l`individu. Contribution à una historie de la subjectivitè*, Gallimard, París.

RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. (1999): *El sector no lucrativo en España*, Fundación BBVA, Madrid.

SALAMON, L., Anheier, H. (1997): "El sector de la sociedad civil", en *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, n. 5, pp 37-48.

SALAMON, L., Anheier, H. (2009): *La sociedad civil global. Las dimensiones del sector no lucrativo,* Fundación BBVA, Madrid.

TEZANOS, J. F. (2008): *La sociedad dividida*, Biblioteca Nueva, Madrid.