

XARXES DE TELECOMUNICACIÓ I SOCIETAT

Is setanta milions d'ordinadors que hi ha avui als Estats Units connectats a la xarxa suposen un 35 % de la població nord-americana. El 50 % dels nord-americans menors de trenta-cinc anys són usuaris d'Internet i són la mostra que les xarxes de comunicació no són només un potencial tecnològic sinó un autèntic entramat de comunicació social.

A Espanya, la xifra és de gairebé 2,5 milions d'internautes; el 5,1 % dels espanyols més grans de catorze anys hi naveguen habitualment. Catalunya és la comunitat autònoma que té més internautes, amb 684.000 de connectats, i suposa el 28,3 % del total de navegants de l'Estat. Un 12,7 % dels ciutadans catalans accedeix a la xarxa.

La diferència és encara abismal, tant entre continents com al mateix territori espanyol, si observem que les dades de Catalunya contrasten notablement amb les de comunitats com és ara Castella-la Manxa (2 %). Però la lectura evolutiva de les dades, a més de les diferències, ens permet veure que es tracta d'una realitat comunica-

tiva cada vegada més propera. I, malgrat la caducitat de les dades, avui constitueixen un referent que serà històric.

A les xarxes, la informació és un article polisèmic. És una mercaderia, un bé comercial. És un luxe que es democratitza progressivament. És un gran potencial d'adquisició de coneixement, innovació, dinamisme i creativitat. És una plataforma de talents, sovint anònims, que troben un espai de comunicació pluridireccional en el nou espai social. Internet comença a estar farcit de projectes que aprofiten la tecnologia per a fer propostes de tot tipus, propostes que contribueixen a crear un nou model d'esfera pública. Però, sobretot, les xarxes són un eix de transformació profunda de l'actual mode de concebre la societat, la seva organització i la seva estructura. Són les que han procurat la denominació de *societat de la informació*, en el seu sentit més ample, a l'actual escenari social.

La condició essencial per al funcionament de la societat de la informació és que grans quantitats de dades puguin ser transmeses a gran velocitat entre punts distants del planeta, a través de telefonia, ràdio, cable i satèl·lit. És també l'existència d'una multiplicitat d'emissors enfront d'una multiplicitat de receptors entre els quals es practica la comunicació bidireccional.

La bidireccionalitat n'és un bé bàsic. Dóna la garantia de rèplica, afavoreix la interactivitat i atorga a l'usuari la possibilitat del doble rol: receptor i emissor.

L'usuari pot accedir a la informació emmagatzemada a tot el món i tenir la possibilitat de combinar i analitzar grans quantitats de dades. Això permet la creació de noves formes de coneixement. Aquest és un dels valors afegits més clars d'aquesta mercaderia.

Hi ha altres valors afegits: el dubte i el risc. El dubte davant de diverses qüestions que fan emergir interrogants com ara els següents:

- Sota quins criteris bàsics s'han d'articular els models legislatius a la societat de la informació?
- Com es donarà el paper prioritari elemental a l'educació, la formació i la promoció per a preparar la societat?
- Com es tendirà cap al necessari reequilibri social si a l'actual situació de desajust s'afegeix el provocat per l'augment de distància entre aquells que tenen accés i protagonisme a la xarxa i aquells que gairebé no saben que existeix?
- Què prevaldrà: ser usuari o ser client?
- Com es modificaran els problemes de seguretat, per exemple, que avui presenta Internet sense que la seguretat suposi control?
- Com es preservaran les identitats culturals a la xarxa? El nou escenari, les xarxes, els pot suposar una conjuntura de privilegi?

Els discursos dominants que n'aborden l'impacte actual i n'intenten dissenyar les línies de futur, l'economicista i el tecnòcrata, són insuficients per a prendre les mesures al canvi que estem vivint. Les repercussions socials no

poden estar sotmeses tan sols als resultats de la competència mundial entre els qui subministren i transporten informació o els qui volen ser preeminents en el nou ordre mundial. Els actors principals d'aquesta lluita són Estats Units, Japó i Europa, així com altres països de recent industrialització (Àsia), que veuen grans possibilitats comercials en la societat de la informació.

La societat de la informació no és gens abstracta, és molt concreta. És un munt de parcel·les clarament determinades: continents, estats, regions... ja siguin territoris físics o comunitats virtuals, que hauran de trobar la fórmula pròpia de participació en la forçosa reordenació social i econòmica.

En tot cas, el futur social estarà determinat, en bona mesura, per la inversió que es realitzi en innovació, recerca i desenvolupament. Les xarxes de telecomunicació necessiten aquesta inversió però sobretot la reflexió i les idees, per tal de no permetre que les noves formes de configuració que emergeixin i l'ús que se'n faci siguin fruit de respostes donades amb pressa i, per tant, poc mesurades.

Rosa Franquet i Gemma Larrègola