

# Els reptes socials i educatius

**Manuel Castells**

**Imma Tubella**

**Manuel Castells** és professor de la UOC i professor emèrit de la Universitat de Califòrnia (Berkeley). Autor de la famosa trilogia *The Information Age: Economy, Society and Culture*, ha codirigit el Projecte Internet Catalunya (PIC) a l'IN3 de la UOC.

**Imma Tubella** és professora de la UOC, vicerectora de Recerca i codirectora del Projecte Internet Catalunya a l'IN3 de la UOC.

*Starting from the hypothesis that the network society is not the result of the impact of the information and communication technologies (TIC), but rather a new social form resulting from the interaction of social evolution with technological evolution, this article attempts to analyze the social, cultural and educational challenges which the Catalan society is facing. This paper is based on the presentation of the most significant results of an in-depth empirical study on Catalonia as a network society, a society on the Internet, considered both as a communication medium and as a factor of transformation. The Internet has a significant influence on the redefinition and cohesion of the community, of identity, of democracy and other forms of social organization and at the same time makes sense of the emergence of a society which experiences the global/local dynamic with complete normality.*



Al principi de l'any 2002, un equip d'investigadors de l'IN3, l'institut de recerca de la UOC, codirigit pels professors Manuel Castells i Imma Tubella, vam iniciar un ambiciós programa de recerca anomenat Projecte Internet Catalunya (PIC): un programa de recerca interdisciplinària sobre com es desenvolupa i manifesta la societat de la informació a Catalunya. El PIC consta, de moment, de set projectes autònoms, però interrelacionats, centrats en les transformacions produïdes per l'ús d'Internet a la societat, a les escoles, a les empreses, a la universitat, a l'administració local i autonòmica, i al món sanitari. Els tres primers projectes estan basats en àmplies enquestes representatives i els quatre darrers són estudis de cas, amb una metodologia més qualitativa, amb l'objectiu de construir marcs metodològics per a futures anàlisis més àmplies.

Per aquest article ens centrem en el primer dels informes, que analitza les transformacions de la societat catalana en el seu conjunt i fa atenció especial al desenvolupament d'Internet com a instrument indicador d'aquestes transformacions. L'anàlisi de les dades intenta establir la relació entre l'estructura social, la cultura —àmpliament entesa—, les pràctiques socials i els usos d'Internet, a partir d'una enquesta que es va passar a 3.005 persones. Partíem de la idea que la societat xarxa no és el resultat de l'impacte de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) sinó una forma social nova resultant de la interacció de l'evolució social amb l'evolució tecnològica, amb Internet com a instrument indispensable de l'organització en xarxa en tots els àmbits de la vida. Internet és, doncs, l'instrument indispensable de la xarxa i, al mateix temps, un mitjà de comunicació interactiu. És una eina i al mateix temps és un factor de transformació. Curiosament, com a factor de transformació, Internet s'ha estudiat més des de la sociologia que des de la teoria de la comunicació, que encara ara és reticent a admetre'l com a mitjà de comunicació. La majoria dels teòrics de la comunicació el contemplen com un sistema de comunicació, però en cap cas com un mitjà de comunicació i encara menys com un mitjà de comunicació de masses.

Segurament, la manca de recerca sobre l'impacte social del telèfon i les transformacions que ha produït en la vida de les persones és deguda a la dificultat de considerar-lo un mitjà de comunicació. De l'escassa literatura sobre el tema cal esmentar un llibre de Lana Rakow<sup>1</sup> que en destaca el paper que ha tingut per vèncer la soledat de la dona.

---

<sup>1</sup> RAKOW, Lana. *Gender on the line: Women, the telephone and community life*. Urbana: University of Illinois, 1992.

Internet no és, doncs, una simple tecnologia, és també un mitjà organitzatiu, i aquest darrer aspecte és el principal factor de canvi.

## LA SOCIETAT CATALANA A L'ALBADA DE LA SOCIETAT XARXA I L'ECONOMIA DEL CONEIXEMENT

Alhora que hem estudiat la interacció entre estructura social, pràctiques socials i ús d'Internet hem analitzat l'estructura i les pràctiques socials i culturals de la societat catalana, hem mostrat el desenvolupament diferencial de la societat xarxa segons els grups socials i els grups d'edat, i hem trobat forts contrastos educatius, culturals i tecnològics.

Una de les dades que ens va sobtar més en començar a analitzar les dades de la nostra enquesta va ser el baix nivell de formació de la població de Catalunya: el 62,3% de més de 15 anys no ha anat més enllà dels estudis primaris. Aquest percentatge és lleugerament inferior al d'Espanya (64%) però molt superior al de França (24%) o al dels Estats Units (21%). Encara hi ha analfabetisme (1,9%) i només un 12% té estudis superiors acabats, dada que contrasta amb el 13,1% d'Espanya, però sobretot amb el 18% de França o el 28% dels Estats Units.

Una primera observació, d'altra banda fonamental per afrontar els reptes de la societat xarxa, és que la societat de la informació a Catalunya es caracteritza, justament, pel baix nivell d'informació i formació. Aquest resultat ens va portar, des del primer moment, a segmentar la població per edats, i el criteri que vàrem aplicar va ser establir l'any 1973 com a punt divisor entre la Catalunya jove i la Catalunya vella, ja que els nascuts a partir d'aquesta data tenien el valor afegit d'haver fet els estudis en el marc de la Catalunya autònoma.

Aquest tall ens va demostrar que l'endarreriment educatiu és una de les herències del franquisme. Entre els que avui tenen de 25 a 35 anys, el percentatge dels que només tenen estudis primaris es redueix a un 42%, lluny encara de França o dels Estats Units, però en clara millora. D'altra banda, quan els actuals estudiants universitaris acabin la carrera, Catalunya tindrà un 16% de persones amb estudis superiors, no gaire lluny del 18% de França.

Aquesta fractura generacional es manifesta en tots els aspectes de la societat de la informació, inclòs l'ús d'Internet. La població nascuda després del 1973, és a dir, els menors de 30 anys, tenen més capacitat tecnològica, millor formació i més projectes professionals o personals que els més grans de 30 anys; en canvi, aquests darrers són

els que ocupen els llocs de més responsabilitat i tenen més estabilitat laboral, malgrat la formació inferior. També són els que tenen més accés a Internet, però són els que l'usen menys.

Quan vam passar l'enquesta, un 33,5% de la població de Catalunya era usuària d'Internet. Si analitzem aquest percentatge per edats, veurem que entre els joves de 15 a 19 anys l'ús puja a un 72,8%; entre 20 i 24 anys l'ús és d'un 61,6%, i entre 25 i 29 anys d'un 59,9%. En canvi, entre 50 i 54 anys aquest ús disminueix fins a un 20,3%; entre 55 i 59, a un 17,2%; entre 60 i 70 anys, a un 5,2%, i en els majors de 70 anys disminueix fins a l'1,9%.

En l'ús, també és molt significatiu el nivell de formació. Entre la població amb estudis superiors hi ha un 77,4% d'usuaris; entre els estudiants aquest percentatge puja al 93%; però entre els que només tenen estudis primaris els usuaris d'Internet només són un 17%.

Internet s'utilitza en funció dels projectes de cadascú. La gent fa a l'espai virtual el que fa a l'espai físic: estudiar, treballar, entretenir-se, relacionar-se o badar.

## CATALUNYA I LA DINÀMICA GLOBAL/LOCAL

---

14

La societat catalana és una societat amb un gran arrelament territorial. Del total de la població, un 66,9% hi ha nascut, el percentatge és molt superior en els menors de 30 anys, que s'eleva a un 92,6%.

En els darrers deu anys només ha arribat un 2,8% d'immigració. En canvi, el 10% de la població que actualment viu a Catalunya va arribar en les migracions dels anys seixanta.

Aquest arrelament territorial també s'expressa en una feble mobilitat residencial. El 87% no ha canviat de residència en els darrers cinc anys, i quan ho ha fet generalment no s'ha mogut del mateix municipi i molt sovint del mateix barri.

Potser per això, les relacions socials són fonamentalment locals. El 33,3% es veu amb el seu pare cada dia, i un 35,3% amb la seva mare. Més de dos terços dels entrevistats es troben amb els seus pares almenys un cop per setmana. Aquestes dades són extraordinàriament altes i excepcionals, mirades des de la perspectiva nord-americana.

Més de la meitat dels pares que no viuen en la mateixa llar viuen en el mateix municipi (55,5%). El 90% té almenys un amic en el mateix municipi; un 81% hi té almenys un familiar diferent dels pares. El 40% visita o rep els veïns cada dia. Aquest fort arrelament territorial i aquesta feble mobilitat residencial es reflecteixen en el

sentiment de pertinença territorial: el 31,6% s'identifica amb Catalunya; el 19,5%, amb la ciutat o poble on viu (també a Catalunya); el 21,9%, amb el seu lloc d'origen; només un 14,1%, amb Espanya; un 6,5%, amb el món; l'1,9%, amb Europa, i un 4,5%, amb res. Els catalans són, doncs, altament sociables, i Internet augmenta aquest grau de sociabilitat, en cap cas el disminueix. Internet no ha modificat activitats com les converses domèstiques o la relació amb els nens; al contrari, el 18,6% dels usuaris afirmen que Internet ha augmentat les seves activitats amb els nens. Finalment, l'ús d'Internet s'associa positivament amb el fet de tenir més amics que viuen a la resta de Catalunya, a Espanya o a l'estranger.

## PRÀCTIQUES COMUNICATIVES I ÚS D'INTERNET

Tot i entendre el concepte "pràctica comunicativa" de manera molt àmplia, un 90,8% de la gent mira cada dia la televisió, que, per tant, continua essent el mitjà de comunicació de referència. L'ús diari de la televisió augmenta amb l'edat fins a arribar a un 99,7% entre els més grans. Per copsar quina era la cadena més vista vam preguntar on veien les notícies, ja que vam considerar que els informatius són els programes de referència de les cadenes i els que més fidelitzen les audiències. El 45,5% de la nostra mostra veu els informatius a TV3, i la segueix de lluny TVE1 amb un 18,1%. L'única pràctica comunicativa que ha patit la implantació d'Internet és la televisió. Un 16,6% de la gent diu que l'ha deixat de veure per navegar, i d'aquest 16,6% el 61,7% són joves de menys de 30 anys. Aquesta tendència a la llarga preocuparà als directius de la televisió, que des de fa anys viuen d'esquenes al fenomen Internet o que en tot cas només l'utilitzen de manera complementària.

El fet de xerrar amb la gent de casa, jugar amb els nens o activitats similars ho vam considerar una pràctica comunicativa. Així considerada, ocupa el segon lloc, amb un 80,8% que augmenta fins a un 85% entre els joves de 15 a 24 anys.

Ja una mica més allunyat, el tercer lloc l'ocupa la ràdio, amb un 64,8% que l'escolta cada dia i un percentatge més elevat en els dos extrems de les franges d'edat. Després ve escoltar música (57,6% en general però puja fins a un 82,4% en el cas dels joves, entre 15 i 24 anys) i llegir la premsa (45,7%). El diari més llegit, si sumem l'edició catalana (9,3%) i la castellana (11,5%) és *El Periódico*, seguit de *La Vanguardia* (17,4%). *El País* queda molt enrere, amb un 4,2%. El 72,5% no llegeix mai el diari a Internet i un 36,7% no llegeix mai el diari. Llegir llibres queda molt enrere, i

sobta el 41,8% que no llegeix mai. També queda enrere anar al cinema. Un 20% hi va cada setmana, però el grup més elevat és el que hi va esporàdicament.

## PRÀCTIQUES COMUNICATIVES I CONFIANÇA

Com hem vist, tothom veu la televisió cada dia, però la ràdio és el mitjà de comunicació que mereix més confiança. El 29,6% de la gent té molta confiança en la ràdio, el 25,8% en la premsa, el 20,8% en la televisió i el 18,1% en Internet.

Quan hi ha un esdeveniment internacional, la gent se n'informa majoritàriament per la televisió (75,1%); quan l'esdeveniment és local, també, però en un percentatge menor (35,8%) i amb un segon lloc sorprenent: el boca-orella (26,1%).

## PRÀCTIQUES COMUNICATIVES I ÚS DE LA LLENGUA

La majoria de la població de Catalunya llegeix premsa catalana en castellà (51,9% dels lectors de diaris). Un 38,1% llegeix premsa catalana en català i un 9,7% llegeix premsa espanyola. És a dir, un 61,6% llegeix premsa en castellà i un 38,1% la llegeix en català. La resta llegeix premsa en altres idiomes. La premsa que es llegeix més a Internet és la catalana en castellà.

Les dades sobre llengua i televisió, almenys pel que fa als informatius, ens mostren que el 47,6% consumeix televisió en català. Els més grans consumeixen més televisió en català que els més joves. El 81,9% dels catalanoparlants consumeixen televisió en català i el 83,4% de castellanoparlants la miren en castellà, o sigui que hi ha al voltant d'un 20% en ambdós grups que opten per la fidelitat a la cadena per sobre de la llengua.

L'ús d'Internet en relació amb la llengua dóna, com en el cas dels diaris, una preponderància important al castellà. El 67,8% navega per planes en castellà i xateja en aquesta llengua. El 24,5% ho fa en català i un 1,5% en anglès. El 53,7% mai navega per Internet o es relaciona amb altres internautes en català i un 89% mai utilitza l'anglès. Aquest darrer percentatge es podria arribar a entendre en el correu electrònic o en els xats, però és difícil d'entendre en la navegació per planes i webs. Aquest tipus de resultat és coherent, per exemple, amb la plana de Renfe, on només es poden comprar bitllets en hores d'oficina. Un exemple semblant és el de la gent que, en els primers temps de la televisió, quan l'endollava es mudava i es comportava perquè tenia por que la pantalla tingués una visió bidireccional.

## LA LLENGUA DE LA POBLACIÓ DE CATALUNYA A LA SOCIETAT XARXA

Hem parlat de la llengua en relació amb les pràctiques comunicatives, però quina és la situació de la llengua en general? O, dit d'una altra manera: quina és la llengua de la població de Catalunya avui?

Al qüestionari vam situar diferents preguntes per tenir diferents percepcions d'aquest tema tan important per Catalunya. D'una banda preguntàvem en quina llengua volien contestar les quasi dues-centes preguntes, havent entrenat abans els enquestadors perquè en la mesura del possible no condicionessin la gent sobre aquesta qüestió i li deixessin el màxim marge de llibertat. Teníem una altra pregunta més directa sobre quina consideraven que era la seva llengua i una tercera bateria de preguntes sobre usos lingüístics a casa, amb els amics o a la feina. El resultat final va ser que el 44,3% va dir que la seva llengua era el castellà enfront del 41,1% que va dir que era el català i el 14,6% que va contestar que considera ambdues llengües com a pròpies. En l'ús s'incrementa el percentatge del castellà a casa (50,4%) i de les dues llengües amb el amics (21,8%), tot i que en aquest darrer cas el castellà també és predominant.

A casa, l'ús del castellà és predominant en totes les franges d'edat excepte en arribar als 64 anys, que canvia al català. En canvi, el grup més jove és el que fa servir més el castellà (58,6%).

En el cas dels amics, els joves també tenen més tendència a fer servir el castellà (45,3%) que els més grans (39,2%).

L'àmbit de la feina és l'únic on predomina el català (39,5%), enfront del castellà (31,1%) o d'ambdues llengües (27,7%).

En relació amb les pràctiques lingüístiques vàrem construir un índex per mesurar el bilingüisme, que ens va donar un clar predomini del bilingüisme que avançava cap al monolingüisme castellà. El 79,1% de la població és bilingüe tendint cap al castellà, mentre que el 19,9% és bilingüe tendint cap el monolingüisme català. Un 8,9% són monolingües castellans i un 14,2% són monolingües catalans.

Pel que fa a la immigració, no s'adapta a la llengua d'acollida i continua parlant en castellà. El 84,7% dels arribats entre 1953 i 1972 continua parlant en castellà i també ho fa el 88,2% dels arribats a partir del 1973. S'observa una lleugera millora en els arribats abans del 1952, on els que continuen parlant en castellà són el 63,8%.

Entre els nascuts fora de Catalunya, els d'origen estranger passen més ràpidament al bilingüisme que els nascuts a Espanya, la

majoria dels quals —el 81,9%— continua utilitzant només el castellà.

Aquestes dades no tenen res a veure amb el coneixement, ja que es pot dir que en el cas de les dues llengües, a Catalunya, és universal, almenys pel que fa a la comprensió.

El 97,6% entén el català i en els menors de 30 anys aquest percentatge és del 99,1%. Però recordem que a casa el parla el 40,7% i amb els amics el 36,1%. En el cas dels menors de 30 anys la situació és més negativa ja que a casa el parla el 37,8% i amb els amics el 37,5%.

## LA CONSTRUCCIÓ DE LA IDENTITAT A LA SOCIETAT XARXA

Com se senten els catalans en aquest moment de transició de la societat industrial —en la qual van reformular la seva identitat política paral·lelament a la constitució d'uns estats moderns que li negaven l'existència— a la societat de la informació —on, per la seva estructura de societat xarxa, aquests mateixos estats han entrat en una certa crisi no solament estructural sinó també de legitimitat?

A Catalunya, el concepte d'identitat, juntament amb el de democràcia, són eixos vertebradors del debat social. Des d'una òptica internacional, aquest debat enllaça amb el de la globalització i amb el de la crisi i necessària redefinició de les estructures de poder que el fenomen globalitzador provoca. Estructures de poder centralitzades que tenen enormes dificultats per adaptar-se a la societat xarxa i on la identitat ja no pot ser únicament una llista de característiques inamovibles sinó més aviat una xarxa d'interaccions, on ser és almenys tan important com esdevenir i on la flexibilitat i l'adaptabilitat ha d'imperar per sobre de la rigidesa.

Per entendre quins són els elements de construcció de la identitat a Catalunya vàrem preparar quatre conjunts de variables: variables d'identificació, sentiment de pertinença, variables de pràctica lingüística i una variable de pràctica identitària catalana per intentar mesurar el pes de la voluntat.

La gent s'identifica per sobre de tot amb la família, tant els joves com els més grans (56%). El següent element d'identificació, a molta distància, és un mateix (8,7%); el tercer, no res (7,8% en els joves), i després ve la feina (5,1%). Els elements d'identificació clàssics, com són la llengua (1,7%), la cultura (4,7%) o el país (2,5%), sumen un 8,9%, i són més ambigus perquè no se sap a quina llengua, cultura o país es refereixen.

La variable d'identificació històrica queda molt influïda pels esdeveniments de l'11 de setembre als Estats Units, en el moment que es va passar l'enquesta molt recents. La màxima identificació

és amb la història internacional (22,3%), seguida de la història espanyola (16,5%), història personal (15,8%), la religiosa (15,6%), cap identificació històrica (14,1%) i, en darrer lloc, amb la història de Catalunya (9,3%).

De la identitat territorial, ja n'hem parlat més amunt i hem vist que és important en un moment en què justament el territori, l'espai físic, va perdent importància i el concepte de xarxa va substituint el concepte de frontera. En tot cas, recordem que la identificació territorial és una identificació de proximitat, sobretot amb Catalunya, amb la localitat d'origen i amb la de residència, i molt poc amb Espanya, el món i, en darrer lloc, amb Europa.

Però quan es pregunta directament per la pertinença, un 37,5% dels enquestats se senten principalment catalans, un 36,2% se senten tan catalans com espanyols, un 19,7% se senten tan espanyols com catalans, i un 6,6% no se senten ni catalans ni espanyols.

El grup que se sent espanyol és majoritàriament el dels majors de 50 anys, nascuts fora de Catalunya (70,1%), o de pares de fora de Catalunya (88,8%).

La variable que vàrem anomenar d'identitat catalana, amb la qual volíem mesurar el poder de la voluntat, la vam construir a partir de variables de pràctiques lingüístiques i de pràctiques comunicatives i després vàrem creuar els resultats amb variables de projectes d'autonomia personal. El resultat va ser que només un 23,7% tenia unes característiques identitàries fortes dominades per la voluntat, no tant pel fet d'haver nascut en un determinat indret i haver heretat unes característiques determinades. Aquest 23,7% té un nivell educatiu alt, una categoria professional alta, ingressos mitjans o alts i, curiosament, és més rural que urbana, amb l'excepció de Barcelona. Amb aquestes característiques no és estrany que el segment de població que té una identitat catalana forta utilitzi Internet quatre punts per sobre de la mitjana.

En resum, els referents clàssics de construcció de la identitat no funcionen, o, millor dit, canvien. En la societat xarxa aquests elements són més horitzontals, heretats però també adquirits i en la línia de la identitat com a plebiscit quotidià, en el qual la voluntat, però també idees com solidaritat o el bé comú, tenen un paper central.

El factor normalitzador a Catalunya ha difuminat la identitat de resistència i ha posat de manifest la manca d'una identitat de projecte construïda no a partir del conreu de la diferència sinó a partir de creences i valors compartits. En la construcció d'aquesta identitat de projecte, els mitjans de comunicació hi juguen un paper fonamental.

Aquests, i alguns altres menors però no menys importants, són alguns dels reptes que afronta Catalunya com a societat xarxa. Una societat on Internet, entès com a mitjà de comunicació i com a factor de transformació, d'una banda, té una influència significativa en la redefinició i la cohesió de la comunitat, de la identitat, de la democràcia i d'altres formes d'organització social, i, d'altra banda, dóna sentit a l'emergència de la societat civil global, construïda a partir de societats civils interconnectades i amb forta personalitat local, indispensable, per ser reconegudes per la resta de la xarxa.