



COMUNICACIÓN Y PODER

MANUEL CASTELLS

Índice

Obertura

1. El poder en la sociedad red.- 2. La comunicación en la era digital.- 3. Redes de mente y poder.- 4. Programando las redes de comunicación: política mediática, política del escándalo y crisis de la democracia.- 5. Reprogramando las redes de comunicación: movimientos sociales, política insurgente y el nuevo espacio público.

Conclusión: Hacia una teoría de la comunicación y el poder.

Apéndices. Bibliografía. Índice analítico.

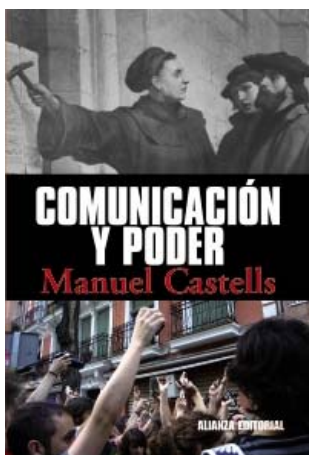
Listas de figuras y cuadros.

Contenido

El presente libro constituye una exploración apasionante y rigurosa de las vías de cambio social abiertas por una nueva relación entre la comunicación y poder. Los medios de comunicación se han convertido en el ámbito en el que se despliegan las estrategias de poder, pero, en el actual contexto tecnológico, la comunicación de masas va más allá de los medios tradicionales: gracias a Internet y a los dispositivos móviles ha surgido un nuevo entorno comunicativo, la autocomunicación de masas, que ha modificado profundamente las relaciones de poder. Manuel Castells analiza las transformaciones que se han producido en la industria global de los medios de comunicación y, basándose en una diversidad de enfoques sociales y psicológicos, ofrece una investigación original de procesos políticos y movimientos sociales —los acontecimientos que siguieron al atentado del 11 de marzo en Madrid, la desinformación del público estadounidense sobre la guerra de Irak, el movimiento ecologista global contra el cambio climático, el control de la información en Rusia y China y el papel de Internet en las campañas electorales, como la de Obama— que ilustran la relación entre comunicación y poder del siglo XXI.

Autor

Manuel Castells es titular de la cátedra Wallis Annenberg de Tecnología de la Comunicación y Sociedad en la Universidad de California del Sur en Los Ángeles, así como catedrático de Sociología en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). También es profesor visitante de Ciencia, Tecnología y Sociedad del MIT y profesor visitante de Estudios de Internet en la Universidad de Oxford. Ha publicado veintitrés libros, entre los que se encuentra la trilogía *La era de la información*, traducida a veintidós idiomas. Es académico de la Academia Europea, de la Academia Británica y de la Real Academia Española de Ciencias Económicas y Financieras. El CIS le concedió en 2008 el Premio Nacional de Sociología y Ciencia Política.



15,5 x 23 cm

680 páginas

Tapa dura

ISBN: 978-84-206-8499-4

Código: 3492399

PVP: 30,00 euros

Colección: Ensayo
