



Article

Nous mitjans, nous usos, noves competències: reptes formatius en l'àmbit de la informació i la comunicació

<http://www.uoc.edu/dt/cat/roig1204.pdf>

Antoni Roig



Article

Nous mitjans, nous usos, noves competències: reptes formatius en l'àmbit de la informació i la comunicació*

<http://www.uoc.edu/dt/cat/roig1204.pdf>

Antoni Roig

Resum

Una de les conseqüències principals de l'ús social de les tecnologies de la informació i la comunicació és la intensificació de les transformacions dels mitjans de comunicació tradicionals i l'aparició de nous *media*. Aquest procés es correspon amb la necessitat d'analitzar amb deteniment termes com *informació* o *comunicació*, més quotidians que mai, però també més complexos.

Ara bé, hi ha més correspondències: s'esdevé una dissolució de les barreres entre els productors culturals i els públics –com ja s'ha pogut observar en el camp de l'entreteniment– fins al punt que aquests darrers adquireixen la capacitat no tan sols d'influir en la producció, sinó també de convertir-se ells mateixos en productors. Amb molta prudència, podem afirmar que actualment s'obren camins cap a una «desinstitucionalització» de la informació i la comunicació. Internet, les comunicacions mòbils i les eines de producció digital deixen al nostre abast noves i efectives vies de creació i difusió, però alhora posen sobre la taula la necessitat de comprendre adequadament una nova realitat i les competències dels nous professionals.

Mitjançant aquest article vull exposar algunes reflexions sobre l'evolució dels perfils dels professionals de la informació, com també la vinculació d'aquests nous perfils i la societat de la qual s'erigeixen en element fonamental.

Paraules clau

informació, dades, coneixement, Ciències de la Informació i de la Comunicació, World Wide Web, perfils i competències professionals, mitjans de comunicació

«En los albores de un nuevo siglo ante cuya perspectiva la angustia se enfrenta con la esperanza, es imperativo que todos los que estén investidos de alguna responsabilidad presten atención a los objetivos y a los medios de la educación. Las políticas educativas son un proceso permanente de enriquecimiento de los conocimientos y de la capacidad técnica pero, sobre todo, una estructuración privilegiada de la persona».

Jacques Delors¹

*Comunicació presentada el maig del 2004 dins el diàleg «Informació. Poder i ètica en el s. XXI», en el marc del Fòrum Universal de les Cultures Barcelona 2004

¹ Citat a Goula, 2004.



Introducció: sobre els usos socials de la tecnologia

Estem acostumats a sentir a parlar del paper de les tecnologies de la informació i la comunicació en tots els àmbits de la vida quotidiana i a seguir intenses discussions sobre les causes i les conseqüències dels canvis, o les continuïtats i les transformacions radicals que tenen lloc entorn del que ja familiarment anomenem TIC. En alguns cercles ha fet fortuna el punt de vista que defensa i sovint dona per fet que les tecnologies, per la seva pròpia naturalesa, donen forma als processos socials d'interacció i els dirigeixen. Això ens podria fer arribar a creure que és la mateixa dinàmica tecnològica la que dicta les normes i que la missió dels investigadors és comprendre adequadament de quina manera aquestes tecnologies ens «impacten», ens «transformen», de quina manera «inevitablement milloren» i substitueixen les anteriors formes d'interacció social tradicionals o «inevitablement empitjoren» i destrueixen les anteriors formes d'interacció social tradicionals. Tant se val, la recerca sistemàtica –i tot s'ha de dir, l'experiència del dia a dia– ens demostra que la manera en què s'accepta, s'adopta i s'empra una tecnologia concreta no és determinada per la seva dinàmica intrínseca, sinó que és fruit d'un procés de negociació, que és, en definitiva, un procés d'intercanvi social, un diàleg entre la societat i els agents tècnics i econòmics.² Es tracta d'un diàleg desigual, un diàleg ple de soroll, condicionat per factors mercantilistes, però un diàleg al cap i a la fi. Tan sols posaré dos exemples prou eloqüents que continuen essent objecte de debat intens en els darrers mesos: d'una banda, Internet com a eina de creació i comunicació en xarxa, i, de l'altra, la telefonia mòbil i els missatges SMS.

Internet i els mitjans de comunicació: espectadors, usuaris, productors... tot alhora

L'aportació principal d'Internet en el panorama dels *media* no ha estat només donar a llum noves extensions dels mitjans tradicionals (cadena de televisió, ràdio o grans empreses de producció i distribució que promocionen i ofereixen continguts i serveis per mitjà de la Xarxa), per molt que aquestes extensions puguin transformar, fins i tot de manera radical, els mitjans d'origen. La gran aportació és el canvi en la relació entre dos agents que en general podem anomenar *productors* i *usuaris*, fins al punt que

aquests darrers poden esdevenir *productors*. No sense dificultats, Internet ha estimulat la imaginació dels emprenedors que han volgut obrir canals de difusió alternatius sense restar sotmesos a suportar els ingents costos d'entrada necessaris per a establir una institució mediàtica tradicional. Tots coneixem exemples de pàgines web personals, *fanzines* electrònics (*e-zines*) i revistes electròniques, *fansites* o *weblogs* (diaris interactius personals). Precisament aquests últims han tingut darrerament un ressò especial entre els estudiosos dels mitjans. Javier Candeira explica en un excel·lent article a la *Revista de Occidente* com funciona un dels més reconeguts *weblogs*, Slashdot.com (que ha servit d'inspiració per a Barra-punto.com, del qual el mateix Candeira és un dels impulsors). Aquest *weblog* es fonamenta en els comentaris dels usuaris sobre un tema o notícia proposat, estructurat segons el sistema següent: proposta de notícies, selecció i redacció de notícies, comentaris de les notícies, valoració dels comentaris (moderació) i valoració de les mateixes moderacions. Aquesta sofisticada estructura, en què participen de manera diferent editors, usuaris anònims i usuaris registrats, constitueix un autèntic model de participació democràtica on es desdibuixen (no desapareixen) els límits entre productors i usuaris de la informació.³

En el camp de l'audiovisual també trobem diversos casos en què els espectadors/usuaris⁴ adquireixen un protagonisme creixent. És el cas de les comunitats de fans, que més enllà dels fòrums de discussió arriben a crear i distribuir paròdies, còmics, nous guions o versions alternatives –a vegades molt apreciades– de films i sèries d'impacte popular (com és el cas de *Star Wars*⁵ o *Matrix*) o també poden influir en el desenvolupament de productes seriatos (com en el cas de la sèrie d'animació *The Simpsons*⁶). Tot això sense tenir en compte la simbiosi que s'estableix en el camp dels videojocs entre corporacions i jugadors: aquests no tan sols desenvolupen i distribueixen noves aparences de personatges (*skins*), sinó també nous nivells i escenaris (*mods*).⁷ En tot aquest procés es manté una tensió constant entre els interessos corporatius d'oficialitzar –i, per tant, de mantenir un *target captiu* per a accions de màrqueting o fidelització i protegir tant com es pugui la propietat intel·lectual dels productes– i de fer evident que és impossible evitar que els usuaris disposin d'una veu pròpia en els assumptes que, segons el parer dels qui els impulsen, són importants. D'altra banda, l'accés a les tecnologies de creació, producció i distribució audiovisual és quelcom més comú, i també es normalitzen iniciatives basades en el *webcasting* (emissions de vídeo en directe per mitjà del web) o els projectes de televisió i ràdio pensats específicament per a Internet.⁸

² Un treball de recerca dens sobre les implicacions socials de l'ús de les tecnologies el podeu trobar a Mansell, 2002.

³ Vegeu Candeira, 2001. Podeu accedir a una versió electrònica a http://jamillan.com/para_can.htm.

⁴ Dan Harries adopta el terme *viewer* per a definir aquest perfil i *viewsing* per a la seva activitat. Vegeu Harries, 2002.

⁵ Alguns exemples són *George Lucas in love*, paròdia que es fonamenta indistintament en la saga galàctica i el film *Shakespeare in love* o *The phantom edit*, remuntatge de l'episodi I de la saga *Star Wars*, que molts afeccionats consideren millor que l'original.

⁶ En aquest cas, la pressió dels fans pel que fa al nivell de qualitat a la baixa d'una de les seves darreres temporades va arribar a provocar un capítol resposta als fans titulat *The worst episode ever* («El pitjor episodi de la història»).

⁷ Vegeu com a referència sobre aquest tema King i Krzywinska, 2002.

⁸ Vaig tenir l'oportunitat d'estudiar un cas de projecte híbrid entre art i televisió al Regne Unit, TV Swansong (<http://www.swansong.tv/>), que exposo amb un cert detall a Roig, 2003.



Sovint els polítics encara s'estimen més pensar que la informació és un bé restringit a unes corporacions determinades –afins o no–, però al cap i a la fi «regulades». No té gaire sentit pensar si el web, el correu electrònic o els SMS poden ser «controlats» o continguts en una mena de fase de transició a l'espera que s'evolucioni cap a formes de comunicació més estables, «civilitzades» i institucionalitzades.⁹ De tot el que hem vist fins ara podem arribar a una conclusió important: mentre s'amplia l'horitzó de la creació col·lectiva,¹⁰ s'obren vies cap a una desinstitucionalització, encara que sigui parcial, dels mitjans de comunicació.

Dades, informació i coneixement: els professionals de la informació, les dietes i les tecnologies de la quotidianitat

Estem acostumats que ens diguin que vivim en la societat de la informació i el coneixement. Altres consideren que hi som a les portes. Alguns només gosen afirmar que vivim en la societat de les dades, i que encara tenim camí per fer abans d'entrar realment en una societat informacional, i no cal dir del coneixement. Sigui com sigui, és clar que mai com ara no hem tingut tantes dades a la nostra disposició, ni tantes eines per a gestionar-les (capturar-les, estructurar-les, quantificar-les i transferir-les). És cert que mai no hem tingut tantes oportunitats d'extreure significat (estrictament hauríem de parlar d'extreure «contingut semàntic») d'una sèrie de dades determinades, o sia *informació*, i que ara com mai abans podem representar aquesta informació de les formes més variades per mitjà de documents en tota mena de suports. També és cert que el major potencial d'aquest panorama social i tecnològic, el desig últim de ciutadans, acadèmics i autoritats és que tot plegat faciliti la millor assimilació d'una informació més bona, i que d'aquesta manera s'estimulin els estats mentals determinats que podem identificar com a «guies per a l'acció»: el *coneixement*.¹¹

És clar que he presentat una descripció esquemàtica i que cada pas en aquest camí de les dades al coneixement és més i més complex, però em resulta especialment aclaridora en diversos aspectes. Els professionals de la informació podem adoptar diferents actituds davant aquest panorama intens quant a dades i informació, el paradigma del qual és Internet. Si em permeteu la metàfora, els professionals i acadèmics de la informació ens podem acostar

a Internet com si fos un gegantí *fast food* d'informació i els seus usuaris –ho diguem o no, pensariem en usuaris «passius»– com a ingeridors d'informació nutritivament desequilibrada. Certament hi podem trobar informació energètica, proteínica, vitamínica, fibrosa, greixosa (fins i tot directament informació escombraria); davant aquesta situació ens podem sentir temptats d'erigir-nos en *dietistes* de la informació. Ara bé, aleshores hauríem oblidat un fet cabdal: els usuaris d'Internet i d'altres tecnologies de la informació i la comunicació han desenvolupat sovint de manera autodidacta habilitats a fi d'extreure significats de les dades, per identificar i contrastar fonts d'informació que els semblen vàlides per a formar-se una opinió pròpia, en definitiva per mirar d'adquirir nous coneixements.

Independentment de l'adquisició d'aquestes habilitats, aquests usuaris continuaran esperant dels mitjans i dels seus professionals una tasca intensa a fi d'estructurar, explicar i narrar els esdeveniments del que anomenem «actualitat» i ajudar a donar-hi sentit, segons el grau d'interès i el temps disponible dedicat a la tasca d'adquisició d'informació. De la mateixa manera, també esdevenen igualment imprescindibles els professionals especialistes a recollir i organitzar dades i informació rellevant per a un determinat perfil d'usuaris. En el primer cas, faig referència als professionals de la comunicació, bàsicament (però no exclusivament) periodistes,¹² i en el segon cas, als documentalistes. No és casual que, en aquesta causa comuna de la informació, la línia que els separa sigui cada cop més fina.¹³ En tot cas, considero que qualsevol aproximació que vulguem fer al fenomen de la informació ha de tenir molt present que l'adquisició i el processament de la informació és una activitat més en la nostra vida quotidiana.

Les competències dels nous professionals: la complexitat, els mapes i el territori

Quin és el paper dels nous professionals de la informació en aquest context? Primer de tot, cal abandonar alguns prejudicis procedents de tradicions ja superades.

El primer prejudici és que la informació és un territori en propietat. No podem afirmar que un periodista sigui l'agent privilegiat en la narració d'esdeveniments. Segons les paraules d'un periodista tan prestigiós com heterodox, Vicent Partal, director del diari electrònic *Vilaweb*,^[www1] hem de ser conscients de la neces-

⁹ Un terrible exemple de les implicacions sociopolítiques d'aquesta qüestió el trobem en la difusió d'imatges de violència per mitjà d'Internet relacionades amb la guerra de l'Iraq, com també en la de les morts d'ostatges per part de grups terroristes enregistrades en vídeo o les sagnants incursions dels soldats occidentals a Fal-luja (aquestes difoses per tots els mitjans de comunicació convencionals).

¹⁰ Sense anar més lluny, vegeu Castells, 2002.

¹¹ Per a una exposició més completa, acurada i sistemàtica, vegeu Pérez-Montoro, 2003.

¹² Aquí caldria entrar a fons en una discussió molt més profunda que afecta els mateixos conceptes de *comunicació*, *mitjans* i *actualitat*, i que excedeix els propòsits d'aquest article. A manera tan sols il·lustrativa, voldria recalcar la importància de la publicitat i la ficció mediàtica en la configuració de l'esfera pública contemporània o el ressorgiment popular del llargmetratge documental com a forma de representació i reflexió sobre l'actualitat, on es qüestionen sovint els límits entre realitat i ficció.

¹³ Per a una explicació més detallada i un xic provocadora de la dissolució de fronteres entre ambdós camps professionals, la gestió de la complexitat i els nous reptes per a la professió periodística, vegeu Partal, 2002.

[www1]: <http://www.vilaweb.com>



sitat de gestionar la complexitat. Això implica que els periodistes han d'assumir un nou paper: el de «cartògrafs de la informació» o «situadors», més que no pas el de narradors.¹⁴ El periodista té les competències necessàries per aspirar a no donar explicacions tancades, sinó a ajudar a esquivar la complexitat i la incertesa, navegar-hi i conèixer-hi,¹⁵ perquè ens interessa tant el mapa com el territori (sense confondre una cosa amb l'altra).

El segon prejudici és pensar que els documentalistes només són experts en documents –per extensió «estàtics»– o, cosa que és el mateix, experts en els suports que representen la informació. Les barreres entre dades, informació, coneixement i document són cada cop més complexes i dinàmiques, i el documentalista adquireix un paper més actiu i executiu –no merament tècnic– a l'hora de prendre decisions sobre les necessitats d'informació en un context professional.

Si considerem les competències professionals, en primer lloc, com la conjunció entre el «saber»,¹⁶ el «saber fer»¹⁷ i el «voler fer»,¹⁸ podem afirmar que, a partir de tot el que s'ha exposat fins ara, apareixen noves competències que afecten directament el que considerarem en el futur amb l'etiqueta de «periodista», «documentalista» i, en general, «comunicador».¹⁹ Algunes d'elles, sens dubte, mantenen intensos punts de contacte: fonamentalment un compromís amb la informació i la comunicació en un sentit extens, no patrimonialitzat i, per tant, amb un profund compromís ètic.

Permeteu-me un petit joc de paraules: un dels àmbits emergents en el camp de la Documentació és l'anomenada «auditoria de la informació». Aquesta s'entén com l'estudi de les necessitats d'informació que tenen els membres d'una organització i la identificació de les fonts que es poden fer servir a fi de millorar-ne l'activitat. Traslladat a un context més general, imagino els professionals de la informació i la comunicació del futur com a *auditors de la informació social* i considero que aquesta és una de les seves principals responsabilitats de futur envers la societat.

Els reptes per a la formació universitària: algunes propostes mirant a Europa

Ens trobem actualment en ple procés de redefinició de perfils, competències i plans d'estudi amb vista a la transició cap a l'espai europeu d'educació superior (EEES).²⁰ És, per tant, un moment molt

oportú perquè els agents socials reflexionin sobre com haurien de ser els professionals de la informació i la comunicació del futur.

Davant una situació com la que he mirat de descriure superficialment en aquest article, em sembla essencial que els futurs plans d'estudi tinguin molt present l'aparició de noves necessitats, noves competències i nous perfils, de la mateixa manera que no podem considerar –ni en la forma ni en el fons– alguns perfils tradicionals com a immutables. Internet implica més que una «ampliació» de funcions de determinats perfils professionals, és més que un canvi de canals i suports. Els canvis són molt més profunds i es retroalimenten. A partir d'això, s'exposen unes breus propostes i reflexions:

- Cal tenir molt present la dimensió multidisciplinària de les Ciències de la Informació i de la Comunicació.
- És *necessari* –de fet, imprescindible– però no *suficient* aprofundir en la dimensió tecnològica.
- Així mateix, s'ha de fomentar la capacitat d'adaptació i, encara més, la capacitat de situar-se enmig d'aquesta complexitat amb comoditat, saber distingir els canvis i les continuïtats, i també els agents implicats.
- Cal equilibrar l'especialització amb la capacitat de treball autònom: aspirar a formar part d'un teixit corporatiu és una opció professional, però no és «l'única opció». Cada cop és més possible aplicar els propis coneixements fora de les institucions mediàtiques tradicionals, sense que això impliqui necessàriament una limitació.
- Cal formar les capacitats de treball per projectes en el camp de la comunicació digital: el professional de la informació i de la comunicació té al seu abast eines cada cop més accessibles per a dissenyar, produir i distribuir. Pot ser, en definitiva, cada cop més responsable (no necessàriament especialista) de tot el procés. És per això que la mentalitat de treball per projectes i la capacitat de gestió en equip es fa imprescindible.
- I, sens dubte, cal emfasitzar la importància dels compromisos ètics dins aquest «voler fer». Un compromís ètic que afecta tant el tractament i la gestió de dades i informació com més directament el treball des dels mitjans de comunicació.

He volgut començar aquest article citant Jacques Delors, responsable de la comissió internacional sobre l'educació per al segle XXI. Voldria acabar-lo recordant el títol del seu conegut informe publicat l'any 1996 amb el patrocini de la UNESCO: «Educació: hi ha un tresor amagat a dins».²¹ Des de la universitat i, per tant,

¹⁴ Vegeu Partal, 2002.

¹⁵ Vegeu Ellis, 2000, per a una anàlisi interessant del paper de la informació en la televisió en el que anomena «era de la incertesa».

¹⁶ Cal tenir coneixements específics sobre una matèria o disciplina (Bertran, 2002, citat a Ortoll, 2003).

¹⁷ *Saber fer* o tenir unes determinades habilitats i tècniques, i saber actualitzar-les (Bertran, 2002, citat a Ortoll, 2003).

¹⁸ Demostrant una actitud d'implicació en relació amb els objectius de l'organització; *ètica professional i compromís* respecte a les normes de l'organització (Bertran, 2002, citat a Ortoll, 2003).

¹⁹ Una descripció detallada de les qüestions relacionades amb les competències professionals a les organitzacions i, en particular, l'anomenada «competència informacional» la podeu trobar a Ortoll, 2003.

²⁰ A l'hora d'escriure aquestes línies ja s'ha enllestit la redacció del projecte de definició dels títols de grau de Comunicació, procés en el qual he tingut l'oportunitat de participar. Es preveu la publicació del corresponent llibre blanc al llarg de l'any 2005.

²¹ Podeu consultar aquest informe a Delors, 1996.



com a responsables en el procés de formació de milers de ciutadans, hem d'ajudar a orientar en la cerca d'aquest tresor. I, com tots sabem, no hi ha tresor sense mapes. I per això volem esdevenir especialistes en els mapes del tresor de la informació.

Bibliografia

CANDEIRA, J. (2001, març). «La web como memoria organizada: el hipocampo colectivo de la red». *Revista de Occidente*. Madrid.

CASTELLS, M. (2002). *La galàxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés.

DELORS, J. [et al.] (1996). *Educació: hi ha un tresor amagat a dins*. Barcelona: Centre UNESCO de Catalunya.

ELLIS, J. (2000). *Seeing things, television in the age of uncertainty*. Londres: I.B. Tauris Publishers.

GOULA, J. (2004, 7 de març). «Toda una vida para aprender: el camino a la sociedad del conocimiento». *La Vanguardia*. Barcelona: Grupo Godó. Pàg. 26.

HARRIES, D. (ed.) (2002). *The new media book*. Londres: British Film Institute Publishing.

KING, G.; KRZYWINSKA, T. (2002). *Screenplay: cinema/videogames/interfaces*. Londres; Nova York: Wallflower Press. ISBN: 1-903363-54-X

MANSELL, R. (ed.) (2002). *La revolución de la comunicación. Modelos de interacción social y técnica*. Madrid: Alianza Editorial.

ORTOLL, E. (2003). *Gestió del coneixement i competència informacional al lloc de treball* [article en línia]. UOC. [Data de consulta: 12 de maig de 2004].

<<http://www.uoc.edu/dt/20345/index.html>>

PARTAL, V. (2002). *Periodistes i documentalistes: on és la frontera?* [article en línia]. UOC. [Data de consulta: 12 de maig de 2004].

<<http://www.uoc.edu/web/cat/art/uoc/partal0402/partal0402.html>>

PÉREZ-MONTORO, M. (2003, novembre). «El documento como dato, conocimiento e información». *Revista Tradumática*. [Data de consulta: 11 de maig de 2004].

<<http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista>>

ISSN: 1578-7559

ROIG, A. (2003). *¿El canto del cisne de la televisión? Televisión e Internet: Swansong TV* [treball de doctorat en línia]. UOC («Treballs de Doctorat», TD03-009). [Data de consulta: 7 de maig de 2004].

<<http://www.uoc.edu/in3/dt/20278/index.html>>

↔ Si vols citar aquest document, pots fer servir la següent referència:

ROIG, Antoni (2004). *Nous mitjans, nous usos, noves competències: reptes formatius en l'àmbit de la informació i la comunicació* [article en línia]. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa].

<<http://www.uoc.edu/dt/cat/roig1204.pdf>>



Antoni Roig

Director del programa de Comunicació Audiovisual de la UOC

aroigt@uoc.edu

Antoni Roig és enginyer tècnic de Telecomunicacions i llicenciat en Comunicació audiovisual per la Universitat Ramon Llull. Ha obtingut, també, el postgrau de Direcció de projectes audiovisuals per la Universitat Politècnica de Catalunya.

Des de l'any 1999 és professor dels Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació de la UOC i director del programa de Comunicació Audiovisual des de l'any 2002, any en què també obté el Diploma d'Estudis Avançats dins el programa de doctorat sobre la Societat de la Informació i el Coneixement de la UOC. A banda d'això, també coordina l'Àrea de Projectes i Producció Audiovisual.

Ha orientat la recerca cap a l'àmbit dels *new media*, després d'haver obtingut el DEA l'any 2002, arran d'un estudi de cas de televisió per Internet al Regne Unit. Actualment, porta a terme la tesi doctoral *Cinema, expansió i fragmentació: estudi interdisciplinari sobre les transformacions del cinema en l'era digital (1999-2004)*. S'ha interessat pels temes següents:

- La interacció entre els processos de creació, producció i consum audiovisual.
- La interrelació entre els *media* tradicionals i els *media* emergents.
- L'estudi de les audiències cinematogràfiques i, en general, el «consum actiu» de ficció audiovisual.
- Els reptes teòrics sorgits arran dels canvis en la creació i el consum de ficcions audiovisuals.
- La formació audiovisual en entorns virtuals d'aprenentatge.

Recentment ha publicat l'article «Programari lliure audiovisual. Eines i recursos lliures per a la creació i la producció audiovisual en entorns virtuals» (<http://www.uoc.edu/dt/20410/20410.pdf>), en col·laboració amb Jordi Alberich i David Megías, i la ressenya en línia *The New Media Book* (<http://www.uoc.edu/dt/20404/index.html>).