

Resums elaborats per Belén Monclús

*Departament de Comunicació Audiovisual
i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona*

possibilitats que ofereixen les noves tecnologies de la informació i de la comunicació s'erigeixen com un factor indispensable per a vertebrar l'activitat productiva i comercial de les indústries culturals al proper mil·lenni. Els mitjans de comunicació de masses tradicionals, el sector editorial, la música o el teatre, entre d'altres, són sectors dels quals, gràcies a les tecnologies com ara Internet o el DVD-ROM, podem ampliar els horitzons empresarials oferint serveis interactius de qualitat. Les indústries culturals han d'integrar-se plenament en l'ecosistema comunicatiu emergent si volen ser competitives a l'era digital. Representants de distintes indústries culturals van ser convidats en el segon panel d'experts del primer congrés internacional *Comunicar en l'era digital* per a discutir el tema *Consum i producció de serveis interactius*. Es presenta un breu resum de cada exposició.

Alfons Cornella

Editor d'Extra!Net i professor del Departament de Sistemes d'Informació d'ESADE

Alfons Cornella edita des de fa quatre anys *Extra!Net*, l'objectiu de la qual és explicar el que succeeix en el món de la informació des del punt de vista empresarial. L'objectiu d'*Extra!Net* és mostrar com la informació es transforma en un motor de canvi de les organitzacions en el nou context tecnològic emergent. Però l'aspecte més destacable d'aquesta publicació és, segons Cornella, que «ha passat de ser un butlletí d'informació a intentar construir un vehicle d'idees». Idees que pretenen facilitar la presa de decisions que les empreses es veuen obligades a prendre en l'actual ecosistema comunicatiu.

En una línia de treball més experimental, Cornella ha desenvolupat projectes com és ara *Icono*, el qual «consisteix a mesclar dos conceptes molt rars: la impredictibilitat de les coses i els estímuls de coneixement en qualsevol

moment del dia». Es tracta de saber si som capaços d'aprendre en qualsevol etapa de la nostra vida i a partir d'impulsos que no es poden predir.

Per a Alfons Cornella, el panorama comunicatiu actual ha d'afrontar un greu problema que anomena *infoxicació*, que respon a l'excessiva generació d'informació que permeten les noves tecnologies. «La *infoxicació* té conseqüències importants en el món professional ja que crea la síndrome de fatiga informacional, que es correspon amb problemes de pressió arterial, estrès, etc. i que tenen aquelles persones que creuen que per a estar informades han de llegir molt», manifestà el panelista. Per a resoldre aquesta situació, Cornella proposa la creativitat com a solució: «L'accent no l'hauríem de posar en què posem a la pantalla, sinó en com ho posem. Com introduïm la informació de manera que redueixi aquesta sobrecàrrega i ens deixi viure millor».

Però, per tal que la creativitat pugui dur a terme la seva comesa, reduir la intoxicació informativa, és necessari que «la informació estigui cada vegada més concentrada i més localitzada en determinats col·lectius de persones», segons el panelista. I la clau d'aquesta condició es troba en el fet de saber què és prescindible i què és imprescindible en l'oferta d'Internet.

Alfons Cornella va concloure la seva intervenció definint el futur que ens espera amb les paraules següents: «És un futur en el qual podem fer molt; hem d'esprémer al màxim la nostra creativitat, però per a això és fonamental un canvi d'orientació. Què podem fer per a respondre a una necessitat? Donar una solució a un col·lectiu i, a més, ajudar-los a reduir aquella *infoxicació* que, en el fons, els amargarà la vida».

Joaquim Gil

Periodista. Membre de Puput

Joaquim Gil inicià la seva exposició manifestant l'orgull que sent per ser un dels components de Puput, la primera cooperativa catalana els membres de la qual s'han guanyat, i es guanyen, el sou íntegrament creant continguts digitals. Per a Gil, l'aparició de la societat de la informació, amb la xarxa com a màxim baluard, significa deixar enrere la societat postindustrial i la comunicació de masses. «Jo em vaig creure i em vaig crear la utopia del que jo pensava que seria necessari per a Internet, aquesta comunicació que podia realitzar-se entre individus sense la mediació de sectors industrials potents», manifestà Gil.

«Les estructures comunicatives són el principi de la comunicació interactiva i el final de la comunicació de masses», segons el panelista. El disseny i la producció de continguts passen a un segon pla per a deixar pas a les estructures que vehiculen aquests continguts. «El meu objectiu és pensar estructures o mecanismes que siguin ja posthipertextuals i postinteractius.