

# NOVES TECNOLOGIES I USOS SOCIALS DE LA INFORMACIÓ. REPORT DE RECERCA\*

MIQUEL DE MORAGAS I SPÀ

L'objectiu d'aquesta comunicació és presentar alguns resultats d'una recerca realitzada amb alguns companys de la Societat Catalana de Comunicació i de la Facultat de Ciències de la Informació, i que ha estat finançada per la CICIT, sobre demanda social d'informació en matèria de noves tecnologies. Presentaré aquí alguns dels resultats més generals de l'estudi.

La recerca es va dur a terme durant l'estiu de 1990 a partir d'una enquesta realitzada telefònicament a mil persones, seguida d'unes taules rodones amb diversos sectors socials i professionals. Tota aquesta població corresponia a l'àrea metropolitana de Barcelona.

La implantació dels nous sistemes de comunicació, molt especialment el videotext, són dependents de factors aliens a la comunicació social (els satèl·lits ho són de la estratègia militar, la televisió per cable ho és de la indústria de les telecomunicacions i dels serveis privats de comunicacions, etcètera).

En conseqüència, els estudis sobre telecomunicacions i noves tecnologies són determinats per exigències de l'oferta més que no pas per necessitats de la demanda.

El que hem procurat fer en el nostre estudi es centrar-nos en la demanda social d'informació, posant atenció en els problemes de la demanda més que en els problemes —ja més estudiats— de l'oferta.

Aquesta «actitud» de recerca ha posat de manifest algunes contradiccions amb els resultats oferts pels estudis de màrketing. És cert, per exemple, que hi ha poca audiència en els programes

---

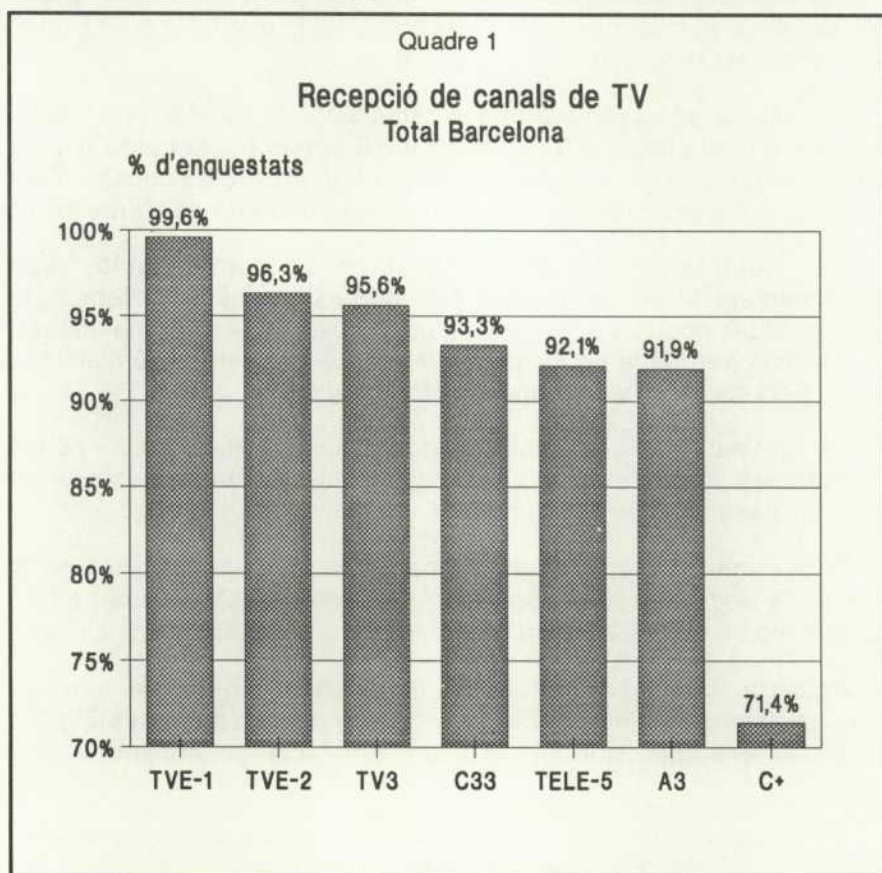
\* Es tracta d'un treball de col·laboració en què han participat Emili Prado, Monserrat Llinés, Nicolás Lorite, Maria Corominas i Miquel de Moragas.

educatius, però també és cert que la principal demanda d'informació «sentida» és, precisament, la d'informació educativa.

Això pot explicar-se pel fet que la informació educativa és insuficient o inadequada, però també pel fet mateix del moment en què aquesta informació s'ofereix als consumidors i que els obliga a un esforç de temps, d'economia o fins i tot mental que resulten excessius.

### **Nova etapa de fragmentació i d'heterogeneïtat**

La recerca posa de manifest, en primer lloc, que ja ha finalitzat l'etapa d'homogeneïtzació de la informació àudio-visual dels anys seixanta i setanta. És significatiu observar que la televisió ja arriba a la pràctica totalitat de la població, però que, al mateix temps, assistim a una fractura, a una segmentació de les audiències que ja es reparteixen entre les diverses noves cadenes televisives (quadre 1).

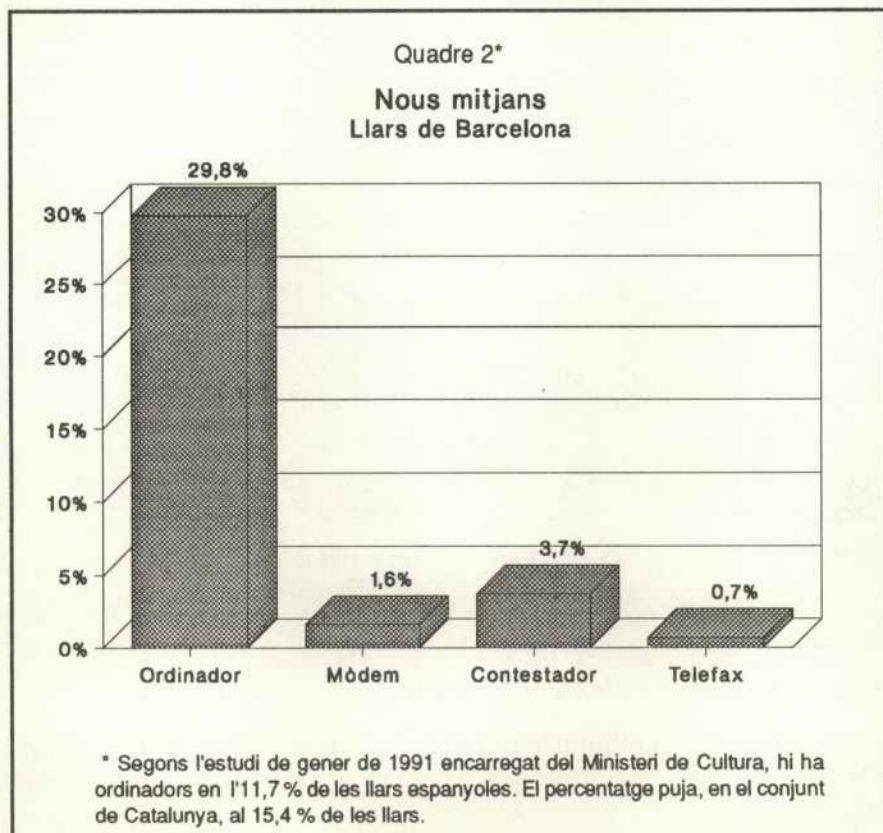


La implantació de les noves tecnologies aprofundeix en la ruptura d'aquesta homogeneïtzació creant nous mitjans, però sobretot creant noves utilitzacions de la informació disponible.

Els factors socials són determinants en la selecció de la informació.

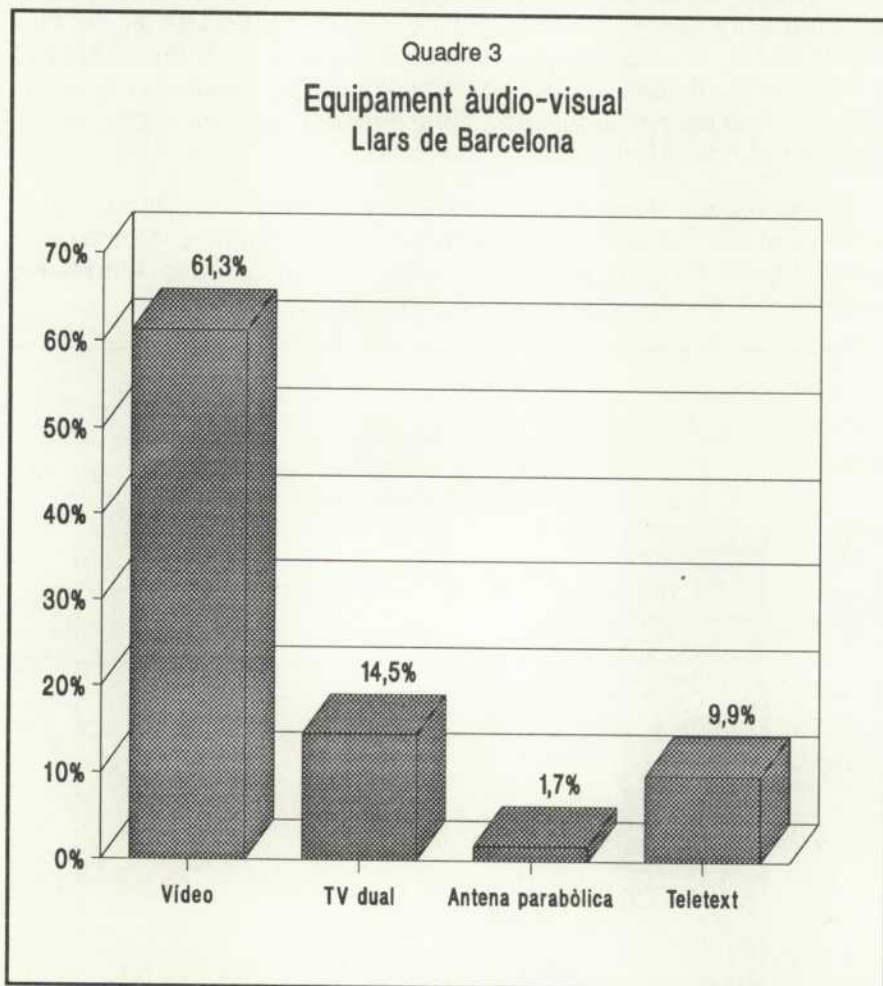
Així, per exemple, ara ja no podem dir, simplificant, que les classes altes i mitjanes-altes presentin un nivell de consum comunicatiu superior a les classes baixes i mitjanes-baixes. Ara ha de dir-se, més precisament, que les classes altes consumeixen un determinat tipus d'informació al qual no accedeixen les altres classes, i que les classes baixes consumeixen, més que les classes altes, algun determinat tipus d'informació de masses.

Observeu en el quadre 2 les llars que disposen d'ordinador, amb impressora o sense impressora, de mòdem per a connexions telemàtiques, de contestador automàtic o de telefax. Les diferències socials són, en aquests aspectes, espectaculars.



Un desequilibri molt similar s'observa en el quadre 3 respecte a la televisió dual, de l'antena parabòlica o del teletext, amb un nivell de penetració de vídeo molt important, però encara no generalitzat.

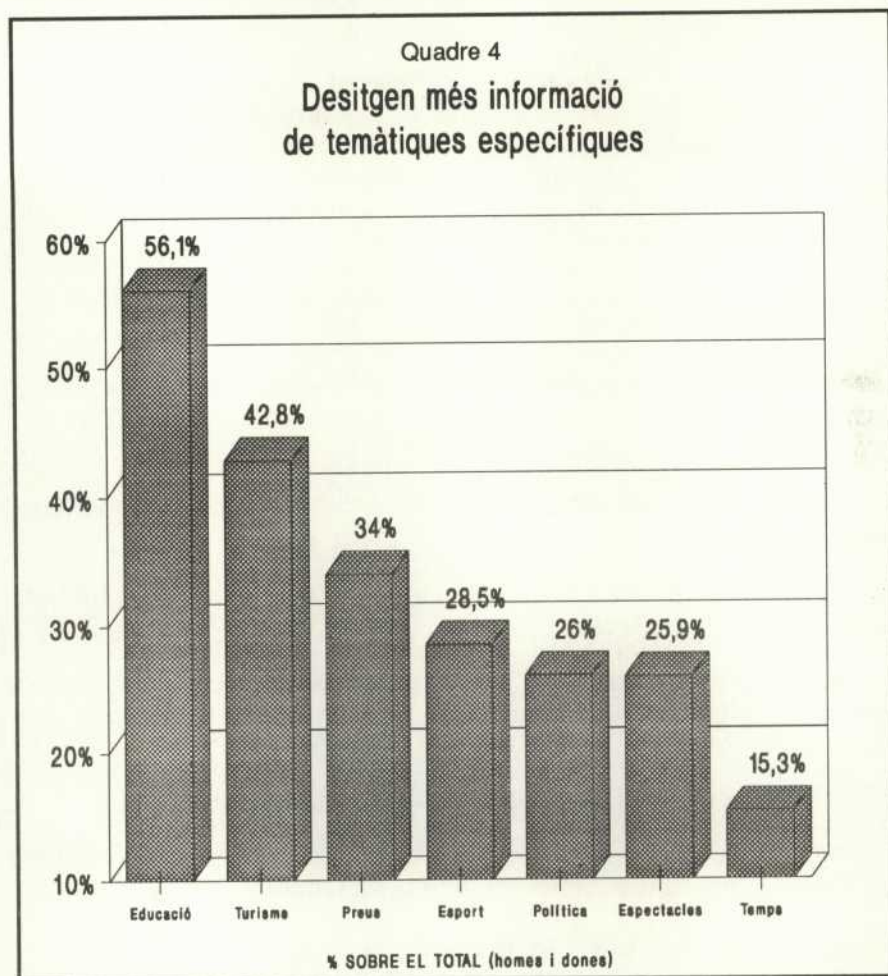
Referint-nos concretament al videotext, es posen de manifest uns resultats prou significatius. La seva implantació és important, però molt selectiva, clarament adaptada a utilitzacions socials.



### Insatisfacció per l'oferta informativa

Tot i la gran quantitat d'informació disponible a la nostra societat, s'observen importants llacunes o «desil·lusions» per la informació rebuda.

Molt especialment, destaca la insatisfacció per la recepció d'informació educativa (quadre 4).



També pot observar-se, i aquest resultat és ben significatiu, que existeix una gran demanda d'informacions de caràcter pràctic per a la vida quotidiana, molt especialment pel que fa al turisme, però també una gran insatisfacció per algunes de les informacions que són subministrades àmpliament pels mitjans de comunicació actualment, molt especialment per la televisió: esports, política, espectacles, meteorologia.

Aquesta insatisfacció obre les portes al futur de la televisió per cable i a la seva possible oferta de canals monotemàtics.

## **El rebuig a les noves tecnologies**

La interpretació sobre les aplicacions de les noves tecnologies de la informació tampoc pot fer-se considerant únicament els continguts tramesos pels nous mitjans.

Una de les parts més importants de les noves tecnologies és la seva possibilitat de realitzar accions: comprar, transferir, encarregar, etcètera. Per això la nostra recerca ha inclòs unes consideracions sobre quins són els motius que impulsen a usar-les o que determinen que siguin rebutjades.

Els principals motius de rebuig descobert resulten de la llista següent d'actituds:

- Transgressió d'esquemes culturals convencionals; per exemple, la invasió de pràctiques assimilades com a pròpies del treball en l'àmbit de la vida domèstica o privada.
- Absència de contacte comunicacional directe (interpersonal); per exemple, la compra per ordinador.
- Manca de pràctica a l'hora d'usar-lo molt evident en les diferents actituds segons les edats.
- Raons econòmiques, molt especialment entre les persones amb menys possibilitats, que consideren aquesta informació com una nova forma de lleure.
- Desconeixement de la tecnologia informàtica.
- Manca d'una oferta adequada de les informacions especialitzades en l'actual fase introductòria de les noves tecnologies.

## **Noves condicions per a la democràcia**

Finalment, una consideració important. Tota aquesta expansió planteja un nou problema a les democràcies modernes: la del usos socials de la informació.

El videotext va multiplicant l'heterogeneïtat dels usuaris de la informació i de les seves pràctiques. Això planteja una nova problemàtica per a la democràcia en la informació: la disponibilitat o la indisponibilitat de la informació d'interès social, i no únicament la disponibilitat d'informació d'interès comercial o del consum del lleure.