

El valor digital

Published by [Interacció](#) [1] on 19/06/2019 - 13:31 | Last modification: 19/06/2019 - 14:03



Internet és una valuosa font d'informació que conté torrents de continguts, però alhora i per moltes variables, no tots poden ser considerats de qualitat. Per aquesta raó, localitzar informació rellevant a Internet no sempre és una tasca senzilla. Aquest context fa que sorgeixi la importància d'estudiar la qualitat de la informació en l'entorn digital. És així com neix **ComRigor: un projecte multisectorial que persegueix abordar aquesta problemàtica per tal de proposar vies que millorin l'avaluació i, per tant, la qualitat i el rigor científic dels continguts digitals.**

Fruit d'aquest treball de la Fundació General del Consell Superior d'instigacions Científiques ([CSIC](#) [2]) en col·laboració amb el [Ministerio de Cultura y Deporte](#) [3], es publica l'informe [ComRigor](#) [4] (Compromís amb el rigor i la qualitat científica en les indústries culturals digitals), publiquen l'informe "[La calidad y el rigor en los contenidos culturales digitales](#) [5]", al voltant de la problemàtica, amb les reflexions i aportacions dels experts, així com les conclusions individuals i línies d'actuació proposades **per seguir treballant en l'avaluació i millora de la qualitat i el rigor del contingut cultural en línia.**

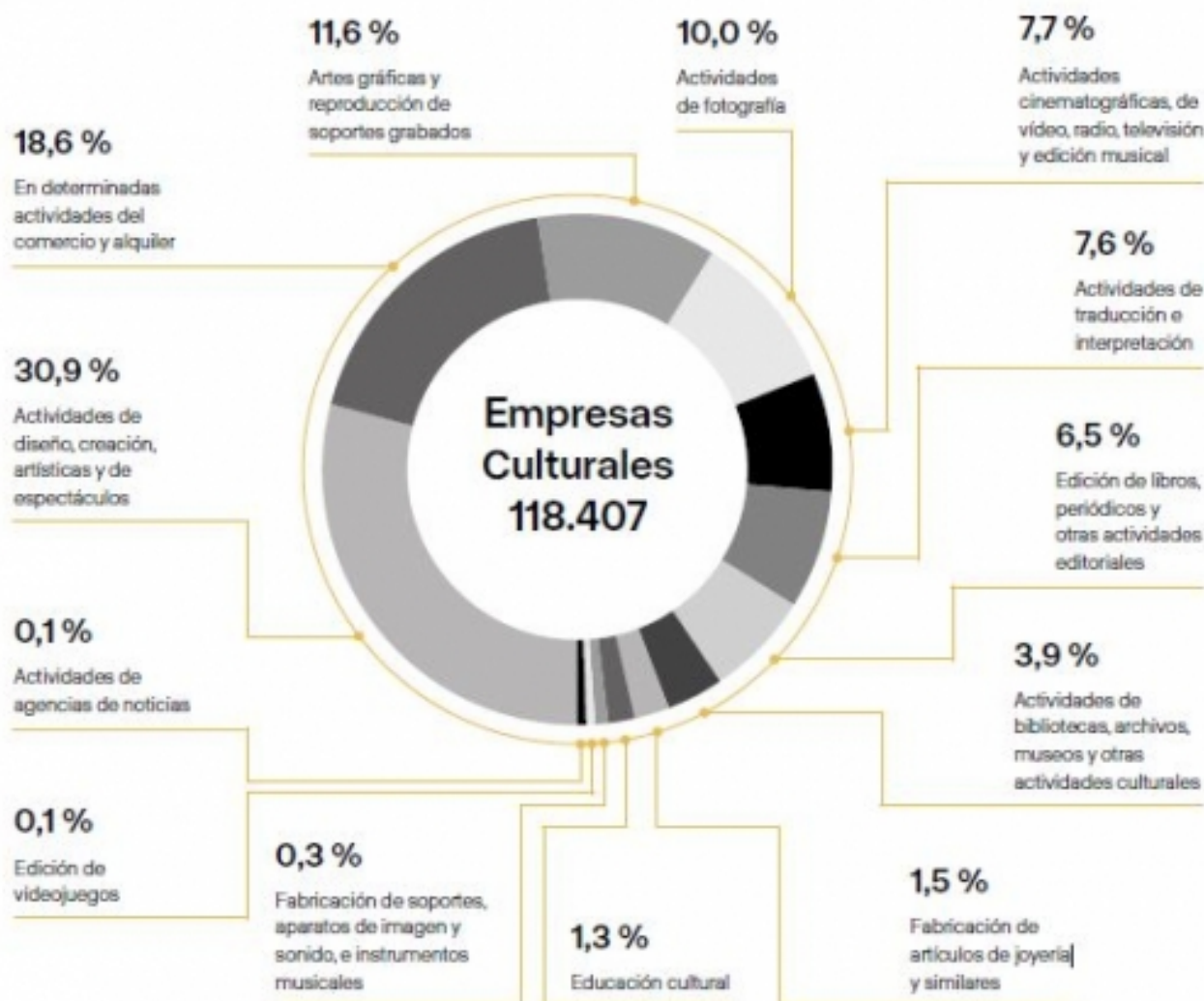
Per què és necessari assegurar la qualitat del contingut cultural en línia?

La [Fundació General CSIC](#) [2] ha volgut obrir aquest debat per investigar i reflexionar sobre fórmules i processos d'avaluació existents i, d'aquesta manera, desenvolupar accions per millorar el control de la qualitat i el rigor científic dels continguts culturals digitals. Tots els elements i propostes generades al voltant d'aquest estudi han estat reunits en l'Informe ComRigor.

Segons la definició de la UNESCO: "La cultura pot considerar actualment com el conjunt de trets distintius, espirituals i materials, intel·lectuals i afectius que caracteritza una societat o un grup social ". Però els seus marges solen ser més ambigus i depenen de qui analitza, en aquest cas, les indústries culturals, com és el cas de l'[INE](#) [6] per l'[Anuario de Estadísticas culturales](#) [7]:

Clasificación según el Instituto Nacional de Estadística (INE)

Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales 2018



Els algoritmes i la rellevància dels continguts culturals

El projecte [ComRigor](#) [8], a més de definir què és la "cultura", identificar aquests continguts culturals i analitzar les tendències de producció i consum, considera els criteris existents per a la mesura de la qualitat i el rigor. En l'actualitat les indústries culturals i creatives representen més del 3% del PIB i de l'ocupació a la Unió Europea. Segons dades de l'Eurostat publicades al febrer de 2018 corresponents a l'any 2016, hi ha 8,4 milions de llocs de treball en el sector cultural, fet que suposa una tendència a l'alça. Pel que fa al 2011, les dades s'han incrementat un 7%.

Datos sobre las ICC en España

Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales 2018

Empleo medio
anual cultural

2,4 %

3,2 %

si se considera el conjunto de
actividades económicas vinculadas
con la propiedad intelectual

Empleo
cultural
2017

584.300
personas

3,1 %
empeo global

+7,3 %
[cambio sobre 2015]

Tamaño de las
empresas culturales

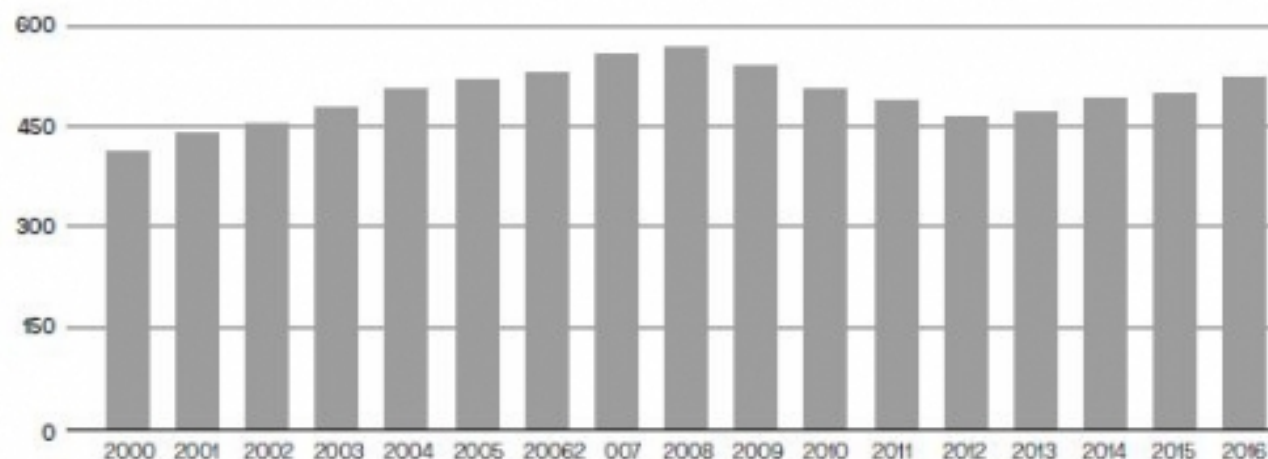


Concentración
en Comunidades
Autónomas



Empleo medio anual cultural

Evolución 200-2016 (medias anuales en miles)



Fuentes: Cuenta Saldite de la Cultura, Anuario de Estadísticas Culturales 2017, Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2014-2015, Anuario de las Industrias del Videojuego 2016 (AEVI), TIC de Hogares 2017 (INE).

Però no tot és el valor econòmic. El valor identitari que experimenta qualsevol tipus de consumidor de continguts culturals, "ja sigui un grup particular o una subcultura, un grup ampli com la cultura de masses, o un segment de la població que comparteix un conjunt de característiques socioeconòmiques o ideològiques que els identifica".

La manera de consumir els continguts culturals ve definida, principalment, pel caràcter transfronterer i la

immediatesa promoguts per l'entorn digital actual. Internet ha propulsat l'horitzontalitat i la descentralització de l'accés i el control sobre el que consumim, impulsant el desig d'una major obertura.

Principales usos de Internet relacionados con el consumo de contenidos digitales en la UE-28 en 2016

Fuente: Eurostat



Entre el coneixement i l'entreteniment?

Després d'una primera reflexió entorn de l'objecte d'estudi, els experts proposen línies d'actuació basades en eines i models innovadores per al control de la qualitat dels continguts digitals. Com per exemple el desenvolupament d'algoritmes per a mesurar la rellevància dels continguts culturals, basats en les valoracions i comentaris dels usuaris i, per tant, els consumidors finals dels continguts.

Davant l'exercici de **diferenciació entre cultura per al coneixement i cultura per l'entreteniment**, els experts s'enfronten a certes qüestions de subjectivitat sobre els límits que distingeixen els **productes culturals creats tant amb una finalitat informatiu com els creats amb una finalitat lúdica**. Els continguts que m'informen no m'entretenen? No és possible aprendre d'un contingut dissenyat per a l'entreteniment? Importa tal diferenciació?

Quan el debat s'endinsa en les possibles dimensions que pot oferir el concepte de qualitat-formal, metodològica i perceptiva- s'alcen algunes veus indicant la necessitat d'introduir una quarta dimensió: la de la manera i el context. **Tenir en compte el moment, el lloc i els actors implicats** es converteix en un element indispensable a l'hora d'establir un possible anàlisi de la qualitat en els continguts culturals.

Amb tot, segons els participants a ComRigor, aquestes **dimensions no són directament proporcionals entre si**, la qual cosa fa més complicada la mesura global dels seus paràmetres. Així que altres veus coincideixen en que **cal examinar per separat el contingut i el continent dels productes culturals**, però destaquen el risc que comporta imposar un possible judici acadèmicista que s'allunyi de la valoració i l'opinió de la majoria dels consumidors. Davant aquest "perill", els experts plantegen la possibilitat d'establir unes pautes d'avaluació a manera de requisits mínims: **unes directrius bàsiques que ajudin el consumidor a identificar la qualitat de un producte, com si d'una norma ISO es tractés**. En línia amb aquesta possible iniciativa, el comitè fa referència al "semàfor de colors" en els aliments que el Ministeri de Sanitat està promovent per informar els ciutadans de la seva qualitat nutricional. També es va esmentar la utilitat de manuals de "bones pràctiques", específics per a cada sector cultural, o la introducció del sistema de "revisió per parells" utilitzat en les publicacions científiques com un mètode d'avaluació més exhaustiu que també podria ser emprat en altres continguts culturals. Posteriorment es va afegir la idea d'utilitzar models com els oferts pels "diagrames d'aranya", els quals permeten crear mapes visuals a partir del mesurament de múltiples indicadors, així seria el consumidor qui escolliria en funció de la gràfica.



Per a més informació, podeu consultar el document complet:

PDF [La calidad y el rigor en los contenidos culturales digitales](#) [5]

[Inicieu sessió](#) [9]o [registreu-vos](#) [10]per a enviar comentari

Tags: cultura digital

Tags: recerca cultural

- [11]

Source URL: <https://interaccio.diba.cat/en/CIDOC/blogs/2019/valor-digital>

Links:

[1] <https://interaccio.diba.cat/en/members/interaccio>

[2] <http://www.fgcsic.es/>

[3] <http://www.culturaydeporte.gob.es/portada.html>

[4] <https://reno.fgcsic.es/actos/comrigor/>

[5] http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/fgcsic_informe_2d.pdf

[6] <https://www.ine.es/>

[7] <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2018/anuari-estadistiques-culturals2018>

[8] <https://www.youtube.com/watch?v=mC2BVIWC8a4>

[9] <http://interaccio.diba.cat/>

[10] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[11] <https://interaccio.diba.cat/node/8004>