

## **UOC: Comunicar en xarxa a la xarxa**

Quan els catalans, i mig món, encara estàvem meravellats pel potent servidor instantani de resultats dels Jocs Olímpics de Barcelona, l'anomenat programa Amic, un grup de visionaris, liderats per l'aleshores President Jordi Pujol, l'exconseller i rector Josep Laporte i qui seria el primer rector de la UOC, Gabriel Ferraté, van gosar proposar que l'ensenyament a distància a Catalunya es fes íntegrament a la xarxa d'internet. Una aposta arriscada, perquè amb prou feines hi havia dos milions de servidors al món (avui són més de 625 milions), pocs estudiants tenien connexió a casa i tot just s'acabava de llançar el navegador Netscape.

Ara fa 15 anys, el primer curs de la Universitat Oberta de Catalunya va reunir 206 estudiants en un Campus Virtual al 100% només accessible a internet. En aquest temps, aprofitant el vertiginós desenvolupament de les eines d'aprenentatge en línia i l'expansió de la xarxa com a node i autopista de la informació, el coneixement i l'oci, la UOC ha pogut obrir 3.333 aules virtuals, oferir un miler d'assignatures en línia i donar accés a l'ensenyament superior a una comunitat de 100.000 estudiants, graduats, professors i col·laboradors que per motius de feina, família, accessibilitat o disponibilitat horària no podien adaptar-se a la universitat presencial.

La singularitat del projecte, la potència de la presència de la Universitat a la xarxa, l'expertesa acumulada en eLearning i, sobre tot, el desafiament de generar complicitats amb una universitat pràcticament intangible, però complementària del sistema universitari públic català, amb una comunitat virtual dispersa a 70 països del món, està sent un repte comunicatiu excitant. Especialment ara, en un context de crisi econòmica i financera, on la formació a mida i al llarg de tota la vida, ha convertit les universitats en una mena de pastera cap a Eldorado de la seguretat laboral.

Deia recentment la Rectora de la UOC, Imma Tubella, durant la inauguració del curs acadèmic d'enguany, que "la universitat ha de respondre a les demandes de la societat, que no és el mateix que respondre a les demandes del mercat". És en aquest marc que cal situar l'estratègia del primer Pla de Comunicació de la UOC en els seus quinze anys d'història i que ha merescut el reconeixement del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Es tracta d'un document que, a banda d'orientar i alinear tots els departaments de la Universitat darrera dels objectius estratègics dels propers anys, fa inventari dels canals de comunicació i continguts *online* i *offline*, segmenta els públics, ordena els missatges i es dota d'una política de comunicació i d'un pla d'acció que acompanyarà la UOC en la seva decisiva fase d'expansió internacional.

Per primera vegada, un pla de comunicació aborda de forma holística totes les accions de difusió, promoció, premsa, participació, relació, motivació, marca i producte de la universitat, amb la premisa de que qualsevol acció d'intercanvi suposa comunicar i, per tant, comunicar també és la responsabilitat de cadascú dels membres de la comunitat UOC, especialment en un entorn virtual on qualsevol ciutadà pot ser productor i consumidor d'informació.

Per tal d'assolir una certa sostenibilitat comunicativa, la visió integral del missatge es combina amb una gestió descentralitzada de la producció de continguts, aprofitant les eines col·laboratives, els canals multimèdia i una aposta clara per la mobilitat i un posicionament estratègic a internet, que és l'entorn natural on viuen els usuaris de la

comunitat "uoc.edu".

Després de 15 anys d'existència la UOC ja no té la necessitat de seguir explicant-se a sí mateixa. És el moment d'extreure de les seves aules tot el coneixement i expertesa que ha generat a la xarxa i posar-los a l'abast de tots els ciutadans, apostant pels continguts oberts, els programari lliure i, fins i tot, les eines 2.0 com Facebook per oferir cursos a l'abast de tothom.

I si internet és l'hàbitat de la UOC, els nadius o immigrants digitals els seus estudiants naturals; la cooperació en xarxa és l'estratègia per teixir una comunitat que està fent de la formació continuada en línia tant una afició com una necessitat de formació professional. El Pla de Comunicació de la UOC vol ser una eina per a que els gestors i professors de la UOC puguin adreçar-se amb eficàcia a una comunitat tant exigent i, a l'hora, la societat catalana descobreixi el servei que la Universitat Oberta de Catalunya fa al desenvolupament i difusió del coneixement al nostre país.