

## ELS HISTORIADORS I ELS REPTES DE LA SOCIETAT DEL CONEIXEMENT

Miquel Soler i Sanabra

*El coneixement, ara més que mai, és un factor clau per fer front als nous reptes que se'ns plantegen diàriament. Vivim immersos en una societat en la qual els canvis tecnològics, econòmics i socials es produeixen a una velocitat vertiginosa i a escala mundial. En aquest nou context, els professionals, els historiadors i els geògrafs no són una excepció, s'han de saber posicionar per continuar sent competitius en un entorn laboral canviant, que cada dia exigeix estar més ben preparats.*

El coneixement té data de caducitat. Si en el passat una formació universitària garantia uns deu anys de saber vàlid, avui els continguts conceptuals no superen, en el millor dels casos, un període de cinc anys. La formació contínua és l'únic antídoto contra el caràcter caduc dels nostres coneixements i habilitats. En la societat del coneixement, allò que no admet cap mena de dubte és que el nostre saber acumulatiu i les destreses essencials que necessitarem el dia de demà no són les que utilitzem avui. Només una minoria de persones, justament les més curioses i obertes mentalment, seran capaces d'adonar-se que els seus coneixements estan obsolets ja al cap d'uns mesos d'haver assolit la titulació universitària.

Si hi ha un col·lectiu professional que hauria d'entendre millor que ningú el concepte de canvi i, per tant, entendre aquesta nova era en la història de la humanitat, aquest és, sens dubte, el dels historiadors. La nova era de la societat del coneixement és en realitat la tercera gran revolució de la humanitat.

La primera va ser la neolítica. Aquesta va constituir el pas d'una societat que tenia les seves bases econòmiques en la cacera i la recol·lecció cap a una altra en què els



fonaments econòmics se centraven en l'agricultura estacional, la cria de bestiar, la ceràmica i el comerç, com també en l'aparició de la vida sedentària i de formes polítiques de govern que controlaven una part de la producció. Aquests canvis es van produir al Pròxim Orient entre el novè el vuitè mil·lenni aC, i es van estendre a la resta del món fins al cinquè mil·lenni.

La segona revolució va ser la industrial, un conjunt de canvis produïts a Anglaterra entre els anys 1750 i 1850 que van provocar la desaparició de l'antic règim econòmic i la implantació del capitalisme. Es va tractar de revolucions paral·leles: *a)* revolució demogràfica, que comportà el creixement i l'urbanisme; *b)* revolució agrícola, que possibilità l'augment de la producció d'aliments; *c)* revolució tecnològica, que suposà la utilització de fonts d'energia noves i de màquines; *d)* revolució en el transport i el comerç, que donà pas a la creació de mercats nacionals i internacionals, i *e)* el desenvolupament d'un sistema industrial de producció que es concretà en els sectors tèxtil i siderúrgic.

L'autèntica revolució en aquest moment, la tercera, és apostar pel coneixement, perquè aquest s'ha d'entendre com a motor de progrés col·lectiu i individual, en la mesura que facilita el desenvolupament de l'esperit crític de la població, l'augment de la cultura i l'accés generalitzat a les noves xarxes de la informació.

La societat de la informació és un estadi de desenvolupament caracteritzat per la capacitat dels seus membres (ciutadans, empreses i Administració pública) per a obtenir i compartir qualsevol informació, instantàniament, des de qualsevol lloc i de la manera que es desitgi. De fet, es podria argumentar que aquesta no es produeix justament a les darreres dècades, sinó que té uns antecedents. La difusió del coneixement va registrar un salt qualitatiu significatiu el 1455, quan Gutenberg va inventar la impremta i, amb ella, va posar el coneixement a l'abast de moltes més persones. En aquesta mateixa línia, també es podria afirmar que la invenció de la



ràdio i la televisió van significar un salt qualitatiu d'una magnitud superior per a la humanitat, a l'hora d'accedir a nous coneixements i a un volum superior d'informació. Res, però, no és comparable en velocitat i globalitat a la revolució generada per les noves tecnologies de la informació i la comunicació (TIC). L'exemple més clar d'aquesta nova realitat s'exemplifica amb el creixement de la xarxa (la xarxa mundial o *world wide web*). Ara, el problema no és pas la informació, sinó la sobreinformació. Ara més que mai, el coneixement és poder.

Cada estadi de l'evolució de la humanitat ha comportat canvis en la manera d'organitzar la producció, una nova estructura social i una nova forma de pensament (valors i institucions). Si, en temps passats, les diferències entre les persones i els països derivaven de la posició que ocupaven en el sistema productiu o en el control de la tecnoeconomia, avui dia són en funció de la capacitat de ser diferent.

La diferència no es pot assolir sense innovació, i aquesta està directament relacionada amb el coneixement, amb el "saber fer diferent". En aquests moments, com assenyala Jonas Ridderstråle, "hi ha una paritat tecnoeconòmica, és a dir, hi ha molt poques matèries primeres, tecnologies, productes, serveis, teories, àrees de coneixement o processos a l'abast dels professionals de Londres, París, Nova York, Milà i Madrid que no estiguin també a l'abast dels nostres amics, germans, de Bangalore, Gdansk, Buenos Aires i Kuala Lumpur".<sup>1</sup>

La competència, a escala planetària, ara és per als millors cervells, per als coneixements, és a dir, per a aquelles persones que tenen "talent", perquè seran les que marcaran la diferència en la capacitat de les organitzacions (empreses, institucions) per a continuar vives en una economia global. Hi ha un principi que no es pot alterar: el coneixement canvia i el temps no es pot aturar. Qui no entengui aquest fonament, quedarà fora de joc. No hi ha segona oportunitat, ni repetició de la jugada per a entendre la velocitat i la magnitud dels canvis.

En aquest context, els professionals amb responsabilitats directives es formulen sovint una munió de preguntes. Què s'ha de fer per estar en condicions de fer front als reptes que es plantegen al segle XXI? Estaré preparat per triar a cada moment les millors alternatives per dirigir persones i fer avançar l'organització?

En el context descrit, la diferenciació entre les empreses i les institucions no derivarà, com hem apuntat, justament del factor tecnològic, sinó del talent dels seus professionals. És a dir, de la capacitat que tinguin d'innovar ràpidament, de relacionar-se adequadament amb l'entorn i de crear valor per al client. Les empreses i les institucions necessiten, doncs, professionals amb talent innovador que puguin provocar el canvi en les organitzacions i que siguin capaços d'assolir resultats superiors. Com diu Juan Carlos Cubeiro, "si un líder no planta vents, no recull innovacions".<sup>2</sup> Ara bé, els líders amb talent han de ser capaços de crear el talent organitzat. Han de ser capaços d'influir en les organitzacions en què tenen responsabilitats directives,

perquè les persones amb les quals col·laboren desenvolupin les idees de negoci que aportin valor productiu. En definitiva, com diu Peter Drucker, “el lideratge s’ha d’aprendre i es pot aprendre”.<sup>3</sup>

Els historiadors, són professionals capacitats per fer front a aquesta nova era del coneixement? L’historiador s’ha de plantejar d’altres perspectives professionals que no siguin les tradicionals de la investigació i la docència. La seva capacitat per a analitzar fets, establir relacions, comprendre les nocions de canvi, contextualitzar normes, valors i conductes de col·lectius diversos, com també entendre la diversitat cultural, el converteixen en un individu capacitat per a incidir amb garanties en la configuració de propostes culturals, gestionar empreses i institucions. En definitiva, l’historiador ofereix el perfil adequat per a esdevenir “enginyer cultural”, motiu pel qual ha de reclamar el seu espai de treball, competint amb altres professionals, en la demanda que generen les entitats que actuen sobretot en el camp de la creativitat i la cultura.<sup>4</sup>

Els historiadors, per a assolir l’èxit en aquests nous camps, necessiten només una formació que complementi i/o amplii els seus coneixements. En aquest sentit, l’Escola Universitària Caixa Terrassa (EUNCET) pot ser un espai formatiu de referència per a aquest col·lectiu. L’EUNCET és un centre universitari que té com a objectiu impartir una formació innovadora, personalitzada i de qualitat, que esdevingui garantia de desenvolupament humà i professional per a les persones, d’eficiència i productivitat per a les empreses, i que contribueixi a la creació de valor social.

Per aquest motiu l’MBA, el MIBA i els seus postgraus estan plantejats com una opció per a actualitzar i aprofundir en els coneixements i, alhora, com un mitjà que permet desenvolupar les competències que tot professional requereix per a assegurar el seu creixement personal i la seva capacitat de direcció executiva.

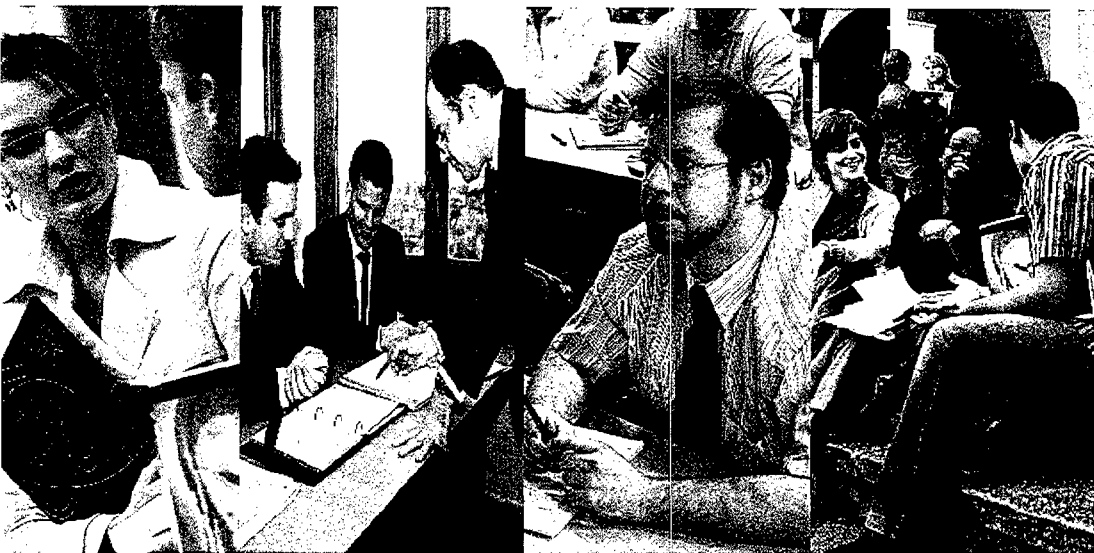
Els programes d’MBA, MIBA i els postgraus de l’Escola Universitària Caixa Terrassa es desenvolupen en un entorn facilitador de l’aprenentatge: professorat amb una àmplia experiència en l’àmbit docent i/o empresarial, instal·lacions i recursos tecnològics al servei de la formació i una dimensió que facilita una interacció contínua entre l’alumnat i el professorat. En definitiva, els programes són rigorosos i proporcionen les eines perquè els participants puguin traslladar al seu entorn professional els coneixements, les habilitats i els valors adquirits, que els capaciten per a assolir l’objectiu de gestionar projectes amb èxit.

## Notes

1. Jonas Ridderstråle; Kjell Nordström. *Funky business*. Madrid: Pearson Alhambra, 2000. pàg. 36.
2. Carlos López Combarro; Juan Carlos Cubeiro. *Entrevista personal: vivències de un cazador de talento*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, 2004, pàg. 67.
3. Peter Drucker. “No murieron bastantes generales”. Dins: F. Hasselbein i d’altres. *El líder del futuro*. Bilbao: Ediciones Deusto/The Drucker Foundation, 2004.
4. Miquel Solé. “L’espai en la història local i alternatives professionals”. *I Congrés Internacional d’Història Local de Catalunya*. Barcelona: Ed. L’Avenç, 1993, p. 54.



# euncet



**garantia de desenvolupament humà i professional**

## **Màsters**

MBA - Direcció i Administració d'Empreses

MIBA - Direcció Internacional de l'Empresa

## **Postgraus**

Direcció d'Operacions

Direcció de Màrqueting i Vendes

Direcció Estratègica de RR.HH.

Direcció Financera

Administració i Direcció d'Empreses

Anàlisi i Experiències Reals en Mercats Internacionals

Fundació 

 **\*escola universitària  
caixaterrassa**

Carretera de Terrassa a Talamanca, km 3

08225 Terrassa

93 730 19 00

[www.euncet.es](http://www.euncet.es)

**ct fundació caixaterrassa**