



Ens de la Comunicació Associativa

“Internet com a espai de comunicació, agitació i relació social” Sant Joan Despí, 5 d’octubre del 2010

1. Context d’incertesa

- Dues crisis en una (crisi econòmica global i crisi del sector).
 - Pèrdua de vendes al quiosc (la gratuïtat; primer en paper, ara digital)
 - Pèrdua de la publicitat.

 - La fi de l’era de la premsa (res ja no serà el que era. *Bye-bye Gutenberg*).

 - De la informació vertical a la horitzontal.
 - *Passa-ho* 11-M (SMS), vaga general (Twitter).
 - *Exemple: Nevada 2.0* (#neucat).

 - Democratització de la informació (tots hi accedim, i tots comuniquem).
 - No hi ha barreres a Internet (excepte l’esclatxa digital).
 - De font a mitjà (ciudadà, entitats, administracions, empreses, etc).
 - *Exemple 1: Rodalia.info* (#rod1, #rod2,...).
 - *Exemple 2: Portal de la Generalitat creat com a resposta a Rodalia.info.*

 - Nous usos i consums.
 - La televisió ja no és la reina entre els joves.
 - Punt d’inflexió: 12,14 hores setmanals Internet, 11,7 de TV.
 - Nous suports (mòbil, missatgeria, xat, fòrums, blocs, xarxes socials).
 - Perfils diferents: dels immigrants als nadius digitals.
- Què “es porta”, segons un estudi de Morgan Stanley:
- Qualsevol cosa amb pantalla tàctil.



- Els mòbils amb alta capacitat d'emmagatzemar música.
 - Els aparells portàtils que es poden connectar a la xarxa i la bateria dels quals dura moltes hores.
 - Els televisors enormes.
 - Allò que no es paga i que té poca publicitat.
 - L'ús de diferents plataformes.
 - Allò audiovisual (i per tant el que no és escrit).
- Malgrat tenim la Internet més cara i més lenta d'Europa.

2. Consumidor actiu, no passiu

- Disputa periodista-ciudadà (els professionals, en evidència).
 - *Exemple: Riu Hudson.*
 - Altres exemples:
 - Neda Soltani (Iran).
 - Tortures (Irak).
 - Estació de Sants (Barcelona).
- “Periodisme ciudadà” ≠ Periodisme. Millor parlar de “periodisme col·laboratiu”

A què es deu l'èxit del “periodisme col·laboratiu”, segons Meso i Díaz Noci:

- Insatisfacció i desconfiança amb els mitjans tradicionals.
- Cerca de mitjans no convencionals i dinàmics, que coincideixin amb els seus gustos.
- Les noves tecnologies faciliten no només l'accés més ràpid i àgil a la informació, sinó el cobrir la mateixa informació des del lloc dels fets, convertint l'espectador en periodista.
- Preponderància de l'autor. La gent vol entrar a formar part en els mitjans, participar en la realització de cadascun dels continguts.
- Superació de les barreres de caràcter econòmic i de distribució que impossibiliten l'accés del gran públic a aquest tipus de continguts.



- Eines independents de l'espai i del temps. Sembla que s'està començant a complir la tan desitjada descentralització.
- Aquests nous formats, oberts a qualsevol tipus d'emissor, fan que avui es converteixin en una eficaç alternativa a l'extens monopoli mediàtic.

Reptes del periodista:

- Polivalència (s'explica més endavant).
- Destriar el gra de la palla en l'era de la sobreinformació.
- Interpretar la realitat.
- Reinventar-se.

3. Entitats 1.0.

- Entitats allunyades.
 - Comunicativament (lentes, distants, oficialistes, no dominen web 2.0).
 - Massa burocràcia, llenguatge poc entenedor, poc audiovisuals, Internet poc explotat.
- Conflictes.
 - Bases 2.0 amb una comunicació de les entitats 1.0
 - Bases ràpides (bloc), gabinets lents (ndp, web).
 - Bases properes i fresques, gabinets formals i oficialistes.
 - Bases multimèdia, gabinets hostatges de web 1.0.
 - Bases que usen l'hipertext, gabinets rígids en el llenguatge.
 - Bases accessibles (Skype, Yahoo) gabinets de 8 a 3 h i mòbils fora de cobertura.
 - Descoordinació (cadascú a la seva).
 - Les eines 2.0 estan fora dels plans de comunicació, que són antics.
 - Les bases van per una banda, el cap de premsa per l'altra.
- Oportunitats



- Estalvi (2.0 gratis).
- Suplència (si no hi ha prou estructura, i estem en temps de crisi!).
- Font com a mitjà (ho fa tothom, per què no les associacions).
- Diversificar discurs.
- Resoldre difícil terreny entitat-activista-ciudadà.

- Les autèntiques 2.0.

- Bloc (ràpid, fàcil, personal, proper, flexible públic-privat).
- YouTube (directe, autèntic, fresc audiovisual, compartible).
- Flickr (repositori, galeria, aparador, ràpid, banc d'imatges).
- Twitter (temps real, fàcil, mòbil, personal, conversa, comunitat).
- Facebook (comunitat, xarxa, despolititzat, personal, fresc, riscos).
- Altres eines: Plurk, Twitxr, MySpace, hi5, Tuenti, Viquipèdia...

- Consells de ciberactivisme

1. Les anotacions, comentaris, fotografies i vídeos que es pengen a Internet deixen rastre.
2. Distingeix entre els missatges curts i els apunts d'un bloc.
3. Sigues conscient que tot allò que fas o dius a les xarxes socials és públic i pot ser utilitzat en contra teva.
4. En la mesura que aquestes són eines que permeten fer un relat de la teva activitat i personalitat, sigues conscient què traslades al públic.
5. El context teu i de l'entitat en què milites.
6. No siguis sectari.
7. Parla i escolta. No parlis només tu.
8. Sigues d'eixe món, que diria Raimon.
9. Sigues educat.
10. No posis en perill la teva pròpia seguretat.
11. No maregis la gent amb la teva imatge.
12. No posis publicitat ni bàners a les teves pàgines.
13. Pensa en el telèfon mòbil.
14. No facis cas dels consells.



4. Model ACN

- Superperiodistes (multiformat, polivalència, descentralització = treball de camp).
- Plataformes 2.0 a l'ACN.

5. Les TIC, oportunitat de país

- Ciberactivisme, la clau de l'èxit blocaires en un país que no para de reivindicar.
 - Militància històrica a la xarxa (Wiccac, Softcalà, Viquipèdia).
 - Dels "memes" a les cibercampanyes.
 - El bloc, pal de paller o punt de partida de les eines socials (web 2.0).
 - El bloc ja no és un element d'exclusió digital (èxit de Facebook, Twitter, Plurk).
- El territori .cat.
 - Els catalans som els primers.
 - Sobirania plena a Internet, independència virtual.
 - El domini .cat, aprovat el 16 de setembre de 2005, amb èpica.
 - Un triomf col·lectiu, orgull de la comunitat internauta catalana.
 - En sis anys, més de 44.000 dominis (creixement 35% el segon any, el 2007). També Microsoft, Google o Decatlhon.
 - Domini de referència de la Internet de parla catalana: .cat identifica.
 - Territori .cat són els Països Catalans 2.0, la comunitat catalana virtual i global.
- Un territori en xarxa.
 - Més de 70 agregadors de blocs en català, temàtics i territorials.
 - Capitalitats pels mercats, deia Pau Vila, ara capitalitat per agregadors i "esferes".
 - País digital en construcció (mitjans i blocs es retroalimenten).
 - Líders i "hubbs" de blocs.
 - Blocs de MésVilaweb, la defriquitització dels blocs.



- Jornades de la Catosfera, llibres (Mireia i Catosfera Literària).
- Necessitat de desvirtualització: blogs&beers, sopars, actes,...

Sou lliure de:



copiar, distribuir i comunicar públicament l'obra



fer-ne obres derivades

Amb les condicions següents:



Reconeixement — Heu de reconèixer els crèdits de l'obra de la manera especificada per l'autor o el licenciadador (però no d'una manera que suggereixi que us donen suport o rebeu suport per l'ús que feu l'obra).



No comercial — No podeu utilitzar aquesta obra per a finalitats comercials.



Compartir Igual — Si altereu o transformeu aquesta obra, o en genereu obres derivades, només podeu distribuir l'obra generada amb una llicència idèntica a aquesta.

Entenent que:

Renuncia — Es pot **renunciar** a alguna d'aquestes condicions si obteniu el permís del titular dels drets d'autor.

Altres drets — Els drets següents no queden afectats de cap manera per la llicència:

- Els vostres drets de repartiment just o **ús just**;
- Els drets **morals** de l'autor;
- Drets que altres persones poden ostentar sobre l'obra o sobre l'ús que se'n fa, com per exemple drets **de publicitat** o privacitat.

Notice — Quan reutilitzeu o distribuïu l'obra, heu de deixar ben clar els termes de la llicència de l'obra.