

# Les xarxes revolucionen la comunicació

El juliol de 2009, Facebook arribava a 250 milions d'usuaris a tot el món i es convertia en l'exemple més clar de la influència de les xarxes socials, un fenomen que ha provocat que els mitjans tradicionals perdin el monopoli dels suports informàtics.

■ Elena Domingo Fotos: Sergio Ruiz

Nascut l'any 2004, Facebook va ser ideat com una eina de comunicació entre estudiants de la Universitat de Harvard. La iniciativa, obra de Mark Zuckerberg,

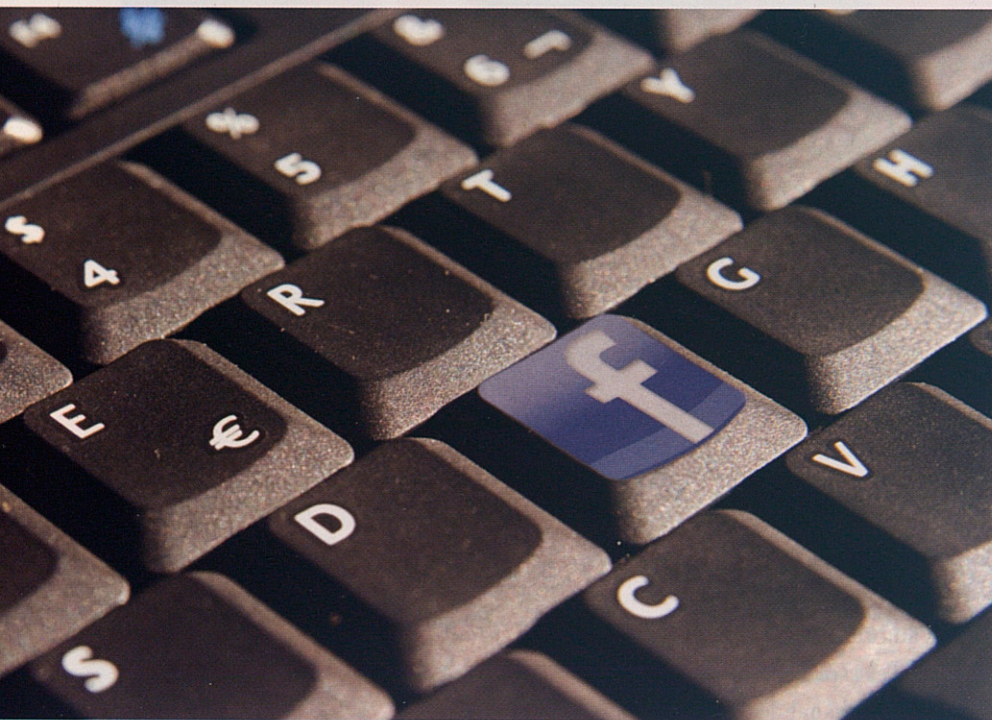
van anar guanyant terreny, amb objectius i funcionaments diferents. És el cas de Twitter, que ja arriba a 200 milions d'usuaris mundials, LinkedIn, Tuenti,

lliure dels ciutadans. Al mateix temps, han provocat grans canvis en la manera d'entendre la comunicació i s'han convertit en motors de la protesta social.

L'any 2009, les mobilitzacions per la desaparició de Marta del Castillo o les protestes contra la corrupció del govern valencià van començar a demostrar el poder mobilitzador de les xarxes. Només era el principi d'una tendència creixent. Dos anys després, Facebook, Twitter i Youtube van contribuir de manera important en les revoltes àrabs. El 15-M espanyol tampoc es pot entendre sense els més de 200 grups de suport que van sorgir a Facebook. Alguns van aconseguir més de 300.000 seguidors en pocs dies. Davant d'aquesta realitat, els mitjans tradicionals s'han vist obligats a admetre que han perdut el monopoli dels suports informàtics.

## FONT I DIFUSORS

Ara mateix, tots els diaris, revistes, emissores de ràdio o cadenes de televisió han començat a participar a les xarxes. Ara bé, de què els serveix, als mitjans, tenir vida a Facebook o a Twitter? Segons Lluís Micó, professor del Departament de Periodisme de la Facultat de Comunicació Blanquerna, l'ús de les xarxes socials per part dels mitjans s'explica des de punts de vista complementaris. En si mateixes, les xarxes són un tema que omple milers d'articles cada dia arreu del món. "Al mateix temps, s'han con-



Facebook es va convertir en molt poc temps en una eina massivament utilitzada.

es va obrir a tots els usuaris d'Internet dos anys després. Des de llavors, el creixement exponencial de Facebook ha estat imparable. Avui en dia, té més de 800 milions d'usuaris i està traduït a més de 70 llengües.

Actualment, un 85% dels internautes a Espanya són usuaris d'alguna xarxa social. Facebook és la més utilitzada, però no l'única. Poc a poc, altres plataformes

Vuit anys després de la creació, Facebook té més de 800 milions d'usuaris i està traduït a més de 70 llengües

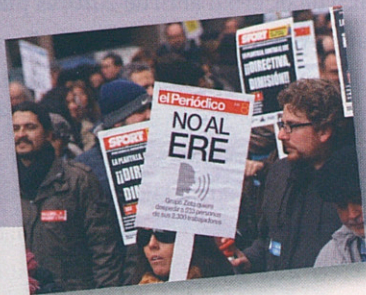
Hi5, MySpace o l'aposta més recent, Google Plus.

Tot i les polèmiques sobre privacitat, les xarxes socials han irromput amb força en les relacions interpersonals i el temps



## Plantilles retallades

La crisi econòmica i la caiguda dels ingressos publicitaris van sacsejar molts mitjans el 2009. Alguns grups empresarials, sobretot de premsa escrita, van reduir personal i van apostar per prejubilador treballadors. Un cas controvertit va ser l'ERO de RTVE, que va afectar 4.150 empleats. Davant el conjunt d'acomiadaments, el Col·legi de Periodistes va fer un manifest en què es deia que la reducció de capital humà suposaria "un empobriment de la qualitat dels mitjans de comunicació".



vertit en una font d'informació de primera magnitud, perquè tothom hi té un espai, des de gent anònima fins a personatges de gran rellevància pública", explica aquest professor, membre del grup d'investigació Digilab, Laboratori de Comunicació Digital.

Les xarxes també són una via complementària per expressar els continguts. "Hi ha mitjans que les aprofiten per ocupar-se de temes més lleugers o immediats, que no solen tractar als suports habituals", assegura Micó. Amb les plataformes socials, també es busca interactuar amb el públic i fidelitzar-lo: "La gent difon la feina que fan els periodistes i participa d'allò que escriuen. És un mecanisme molt eficient de màrqueting".

Un dels dubtes sobre les xarxes socials és com afecten al rol dels periodistes. "Allò que es diu a les xarxes neix al carrer, encara que no podem agafar les bones his-

tòries directament d'Internet, sense fer el pas de sortir a buscar-les", argumenta Micó. Tot i guanyar en immediatesa, en participació i en difusió de continguts, el periodisme continua sent una professió


**"La gent difon la feina dels periodistes. És un mecanisme molt eficient de màrqueting" (Josep Lluís Micó)**

"que parla de fets rellevants i que els explica amb unes tècniques determinades". No és estrany que, amb xifres tan altes d'usuaris arreu del món, més de la meitat de les empreses espanyoles s'hagi fet un lloc a les xarxes socials en els últims anys. Gestionar els perfils és una tasca clau. Per fer-ho, ha aparegut una nova sortida professional com és el gestor de comunitats (*community manager*).

**Un dels dubtes sobre les xarxes socials és com aquestes afecten al rol dels periodistes**

Aquesta nova figura és un expert que comunica les accions i els valors de l'empresa a través de les xarxes, fidelitzant els usuaris. Segons Marc Vidal, director del postgrau sobre Community Manager & Social Media de l'IL3 de la Universitat de Barcelona, el gestor de comunitats les construeix, les estimula i les dinamitza per aconseguir alguna cosa més que ven-

**Per tal de gestionar els perfils de les empreses, ha aparegut la figura del *community manager***

dre. "Quan es gestionen de manera eficient i sofisticada les comunitats, apareix un nou valor: la intel·ligència col·lectiva. Quan una institució o empresa l'aprofita aconseguix un avantatge incalculable", assegura. 

## També va passar...

- El 20 de gener, *El País* va anunciar la creació d'una redacció integrada per a l'edició en paper i els continguts digitals.

- Un article de *Time* del 16 de febrer tornar a encetar el debat sobre el pagament per accedir a les pàgines web dels diaris.



- El 18 de març, fotògrafs i periodistes van ser agredits pels Mossos d'Esquadra durant el desallotjament dels anti-Bolonya a la Universitat de Barcelona.

- El 14 de juliol, TVE-Catalunya va complir cinquanta anys d'emissions.

- L'1 de setembre, va entrar en vigor la Llei de Finançament de RTVE, que suprimia la publicitat de les cadenes públiques espanyoles.

- El 16 de setembre, va sortir al carrer el número tres mil de *Lecturas*, revista degana de la premsa del cor a Espanya.

- Durant el curs 2009/2010, es van posar en marxa els estudis de Comunicació de la Universitat de Lleida i la UOC.

- El 2 de novembre, la Comissió de Gabinet de Comunicació va presentar el *Manual de bones pràctiques* per aclarir la tasca dels "periodistes de fonts".

- El 26 de novembre, dotze diaris catalans van publicar l'editorial conjunt "La dignitat de Catalunya", en defensa del nou Estatut.

- El 27 de novembre, l'empresa editorial d'*El Punt*, Hermes Comunicacions, va formalitzar la compra del diari *Avui*.