

## INTRODUCCIÓ

Quan el colega Gabriel Barragan, company meu a la XAL i company de tots com a membre actiu de l'Associació de la Comunicació Pública, em va proposar participar avui aquí en aquest seminari, vam estar comentant quins podrien ser els focus d'interès d'aquesta intervenció...

De seguida va sorgir un dels elements que, el Gabi -com a director d'acció local de la XAL i com home que prové del món municipal i, per tant perfecte coneixedor de la realitat que es dona en l'àmbit local em va apuntar. En els temps que córren, d'ajustos i de retallades, una de les coses que preocupa a la gent que es dedica a la comunicació pública en l'ambit local -em va dir el Gabi- és com fer-ho per a ser eficaços amb el mínim cost possible.

Quina podria ser una estratègia eficient a l'hora de mantenir uns serveis d'informació públics locals. Quines mitjans? Quines eines? quins models? Què podem fer?

Naturalment, cada lloc, cada municipi, cada entitat local és un món. Qui més qui menys tothom té organitzada la seva estructura, la seva infraestructura i cadascú té els condicionants que té... per això no es tracta tant d'aportar aquí fórmules màgiques... però sí aportar alguns apunts sobre allò que ens podem atrevir a qualificar de “bones pràctiques”, tal i com diu l'epígraf d'aquesta part de la jornada.

Nosaltres, en els propers minuts parlarem d'INFORMACIÓ, PROXIMITAT I XARXES, perquè a això és al que ens dediquem a **lamalla.cat** i a la **Xarxa Audiovisual Local** i també, entenc, que bona part o lamajoria dels que estem aquí: ja sigui des d'un ajuntament, des d'un servei de comunicació de qualsevol entitat o organisme local, des d'una ràdio o una tele local, des d'una empresa pública etc.

Definició: Què hi ha al darrere d'aquests termes?

- INFORMACIÓ
- PROXIMITAT
- XARXES

## INFORMACIÓ:

Òbviament no ens detindrem aquí a definir el que és informació, concepte que tots els que estem aquí tenim molt clar.

**“Difusió pública d'un fet o d'unes idees d'actualitat, en forma de missatge prèviament elaborat per un periodista, a través d'un mitjà de comunicació de massa.”**

### **difusió pública / mitjà de comunicació de massa**

... aquestes expressions ens estan marcant clarament un dels objectius que busquem tots els que fem informació: que les nostres notícies tinguin ressò, que tinguin **“rellevància social”**.

---

## PROXIMITAT:

Hem utilitzat normalment i tradicionalment l'**expressió “informació de proximitat”**, per referir-nos a aquelles notícies o comunicacions que – nosaltres, els **emissors**, produïm al voltant de fets, esdeveniments o serveis que toquen o poden tocar molt directament els altres, els **receptors**, els ciutadans en el seu àmbit geogràfic més proper.

Ja veurem més endavant que aquesta distinció entre “nosaltres” -els emissors- i “els altres” -els receptors- està bastant en crisi, però de moment ens quedem amb què...

El concepte de la informació de proximitat està plenament vigent i és, de fet, **la nostra arma més poderosa** a l'hora d'establir una estratègia de comunicació des dels nostres mitjans o des dels nostres departaments.

**“Parlem de coses que interessin a la gent i que la gent necessita saber”.**

Si ens arreglen o no la carretera comarcal

Si funciona bé o malament el metro o el servei de rodalies

Quina remodelació de la plaça del nostre barri ha aprovat l'Ajuntament. Quina seria l'alternativa, és a dir: què hi diu l'oposició?

A quina hora obre el centre cívic, o la biblioteca, quines activitats s'hi fan.

És bo que retinguem la idea que **qui fa informació de proximitat fa informació útil, que té una demanda social important**. El repte és, en tot cas, ser tant hàbils i intel·ligents com siguem capaços per arribar al major nombre de ciutadans possible en mig de tot un mar immens de mitjans i de xarxes (mutiplicitat de canals de televisió i de ràdio, tot el món a l'abast a través d'internet, una oferta generalista de continguts molt potents...)

En mig de tot aquest oceà, el repte dels que fan informació de proximitat és el de fer visibles les seves informacions i buscar la manera d'arribar a un usuari al qual li arriben a cada moment milers de propostes d'informació i de contingut.

El resum seria: **“Nosaltres tenim contingut que interessa, però hem de treballar especialment l'objectiu de la rellevància social”**

---

**XARXES:**

El que sí està en revisió ara mateix són els rols que tradicionalment hem marcat com a “emissor” i “receptor” de la informació.

Atenció perquè aquest és probablement el desafiament més important del periodisme i dels periodistes des dels seus antecedents més llunyans... des de les Actes diurnes que Juli Cesar feia col·locar al Fòrum de Roma.

...El nostre repte és el d'oferir informació d'interès públic, veraç i contrastada, com sempre, però el de fer-ho en un món on qualsevol ciutadà pot aportar una notícia temps real des del lloc on es trobi i aquesta notícia, sense passar per cap intermediari, sense passar per nosaltres, arribi a altres milers de ciutadans.

Els exemples més clars d'això els estem trobant darrerament a Twitter.

**El periodisme i els periodistes** -també i crec que especialment els professionals que fan informació de proximitat- **han d'integrar i integrar-se en aquesta manera de socialitzar la informació**.

Així és com arribem a la tercera part del nostre títol d'avui, **XARXES**.

Xarxa és probablement la paraula que millor serveix per a dibuixar el que podria ser un full de ruta a seguir per a qualsevol operador de comunicació, especialment per als operadors de comunicació local.

Xarxes en plural vol dir multiplicitat de pantalles, de canals diversos per arribar de diversa manera al nostre usuari final, al ciutadà, a aquell per a qui -com hem dit abans- tenim informació que li és necessària, que li resultarà útil i interessant i a qui hem d'arribar pel canal o per la fórmula que sigui, aquella que sigui més eficaç en cada moment o per totes les que puguem a la vegada: ja sigui twitter, la web, la publicació municipal, la ràdio local, la TDT o la nostra televisió per internet.

En alguns casos hi ha un canal de TDT local i d'altres no. Hi ha municipis que ténen ràdio municipal i n'hi ha que no en tenen. La majoria publiquen un butlletí mensual en paper però n'hi ha que editen un diari.

Cada operador, cada municipi, cada entitat pot tenir el seu propi model de xarxes, en funció de les seves circumstàncies o dels seus recursos, però sempre **hem de parlar de Xarxes i no ja de mitjans.**

Xarxes no vol dir únicament estar al twitter o tenir una pàgina al facebook. Xarxa és tot. És el conjunt de la nostra activitat de comunicació, és treballar de manera interrelacionada entre les diferents finestres, pantalles o canals que utilitzem per difondre les nostres informacions.

No és la simple suma d'una ràdio municipal, un butlletí, una web i un canal de twitter. És la interactuació de tot això per aconseguir arribar l'usuari final de la nostra informació de proximitat

**És assumir que el aquest ciutadà/usuari final de la nostra informació- ens pot respondre, ens pot preguntar coses, ens pot criticar o pot aportar informacions que tinguin valor per a la resta de la comunitat.**

XIP/TV

Una eina que ha nascut directament amb aquest concepte de Xarxa és XIP/TV.

Xip/TV és la plataforma de televisió per IP que la Xarxa Audiovisual Local ha creat per a posar a disposició d'operadors públics locals de comunicació i donar-los la possibilitat de difondre els seus continguts audiovisuals de forma asincrònica, a la carta, a gust i conveniència del consumidor, en funció dels seus interessos de cada moment o dels seus propis horaris.

Utilitzar l'eina xip/tv és independent de l'operador té o no té un canal propi de televisió convencional en TDT o de si es disposa d'una gran quantitat de continguts o d'una producció més modesta.

xip/tv ja és el sistema de televisió local a la carta de més de 70 municipis que tenen el seu propi canal local, ja sigui directament o a través d'un dels consorcis públics de televisió local.

En poc més d'un any de funcionament, des de desembre de 2009, **xip/tv** superat els 800.000 vídeos vistos amb una mitjana de 62.000 vídeos cada mes. Actualment hi ha 16 entitats adherides a la **XAL** (televvisions, consorcis o municipis) que utilitzen la plataforma que és l'única televisió per internet centrada en els canals de proximitat que existeix a tot Espanya.

## FESMALLA.CAT

Una altra eina que hem impulsat des de la XAL, en aquest cas, en concret vinculada al diari digital LAMALLA.CAT és FESMALLA.

FESMALLA.CAT, que acabem de posar en línia aquest hivern, és una evolució natural del que havien estat els espais de participació de lamalla, un dels mitjans pioners en això de no conformar-se amb la relació tradicional “jo emissor / tu receptor “ sinó buscar vies d'interacció 2.0 amb els usuaris.

FESMALLA.CAT és la nostra pròpia xarxa social, feta i pensada en clau local, amb vocació de poder crear comunitats per tots i cadascun dels municipis de Catalunya.

Els objectius de FESMALLA són:

**Connectar el fenòmen de les xarxes socials al fet local**

**Oferir a ajuntaments, administracions locals o entitats de comunicació (televvisions i ràdios locals, per exemple) un espai d'interacció amb els seus conciutadans o usuaris**

.

**fesmall** és una eina absolutament gratuïta que pensem que pot ser una part útil per a municipis i entitats locals que vulguin fomentar i potenciar la creació de comunitats en xarxa a nivell local.

L'ús de **fesmall**, conviat amb el de les grans xarxes socials universals i més conegudes (Facebook, Twitter, flickr, etc) pot resultar postiu a l'hora d'afrontar aquest repte que comentàvem al començament: el món de la comunicació de proximitat s'ha d'esforçar per arribar a l'usuari combinant intel·ligentment totes les vies possibles.

IVOOX.COM

TWITTER #cornellà