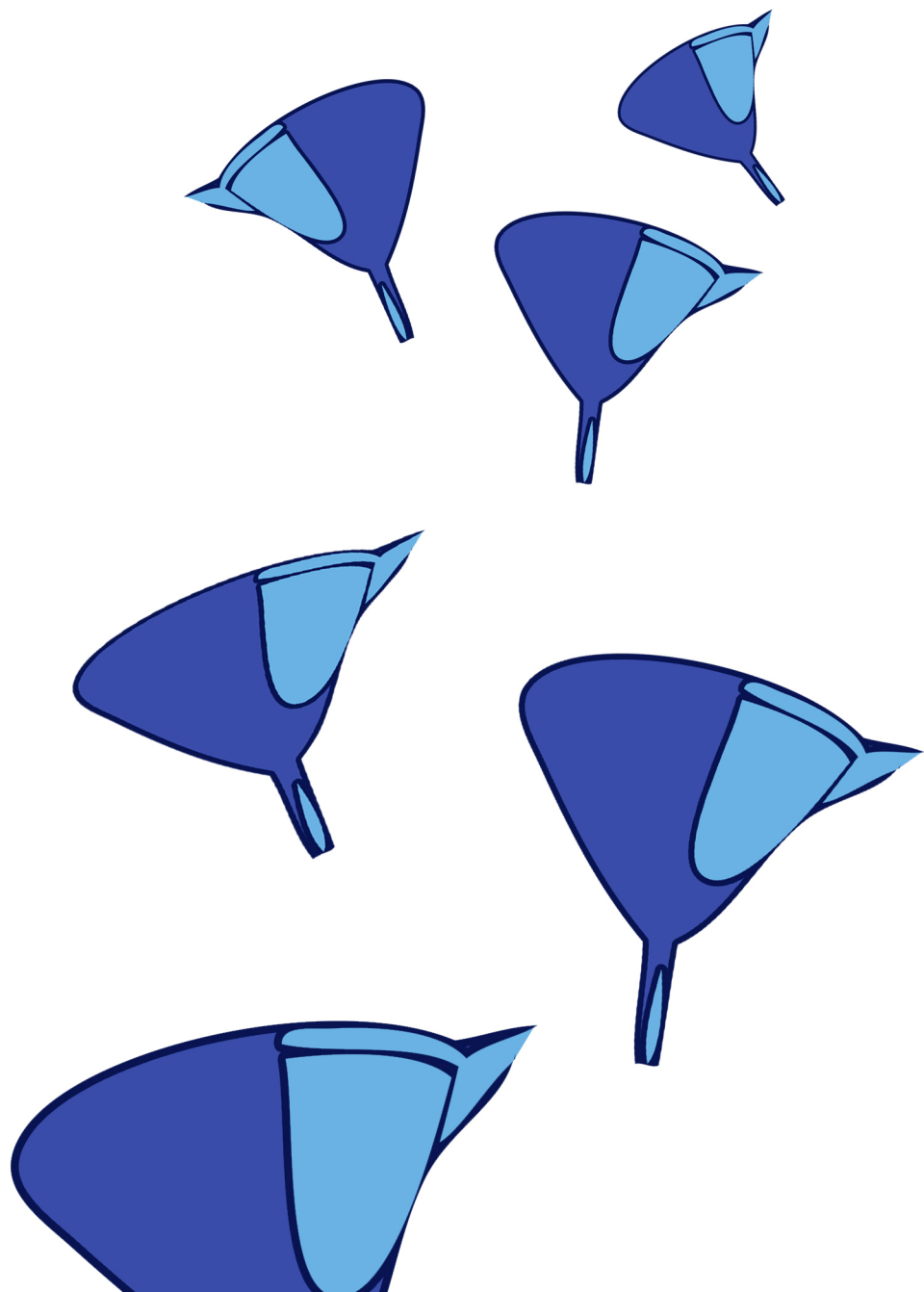


SENSEEMBUS

TREBALL FINAL DE GRAU

XAVIER FREIXA NILLÁZARO IVETTE BALLESTEROS

UNIVERSITAT DE VIC
TUTOR GERARD COLL



Índex

1. Plantejament del treball	1
1.1. Motivacions	1
1.2. Objectius	3
2. Marc teòric	5
2.1. Nova era digital	5
2.1.1. Les TIC i l'accés a la informació	6
2.1.2. Les TIC i la comunicació	6
2.1.3. Les TIC i les relacions personals	7
2.1.4. Les TIC i el consum	8
2.2. Les TIC i el debat públic: e-democràcia	8
2.2.1. Crisi de la democràcia representativa	8
2.2.2. Demanda de participació i possibilitats de les TIC	10
2.2.3. Concepte d'e-democràcia	12
2.3. Aplicacions del món digital als mitjans de comunicació	13
2.3.1. Característiques del periodisme digital	14
2.3.2. Format, arquitectura i disseny de la informació	19
2.3.3. Els internautes en el discurs periodístic	21
2.4. Recapitulació	23

3. Benchmarking	25
3.1. Conclusions del benchmarking	32
4. Disseny del projecte	34
4.1. Introducció	34
4.2. Justificació del tema	35
4.3. El nom	35
4.4. Estètica	36
4.4.1. Disseny del logo	36
4.4.2. Llibre d'estil	37
4.5. Arquitectura de la pàgina	39
4.6. Vídeos	44
4.7. Mapa interactiu	45
4.8. Participació	47
4.8.1. Target	47
4.8.2. Comentaris	48
4.8.3. Formes de difusió	49
4.8.4. Usuaris de prova	49
4.9. Altres elements	50
5. Projecte pilot	52

6. Conclusions	56
7. Annex	60
7.1. Diari	60
8. Bibliografia	69

1. Plantejament del treball

1.1. Motivacions

En el moment de decidir el tema d'aquest treball de final de grau, vam pensar en l'actualitat catalana, concretament en els enormes passos que Catalunya ha fet cap a l'autodeterminació. El detonant va ser la manifestació de l'11 de setembre de 2012 a Barcelona, que portava per títol "Catalunya, nou estat d'Europa" i que va reunir un milió i mig de persones. Considerem, igual que molts experts, que aquesta manifestació organitzada per l'Assemblea Nacional Catalana (ANC) va marcar un abans i un després.

En un primer moment, vam tenir la idea d'escriure un llibre sobre l'ANC i la seva feina en el canvi de panorama d'un independentisme minoritari a un independentisme ampli i obert a tothom. Tots tres estàvem d'acord en què l'ANC ha estat un dels condicionants d'aquest canvi tan notori, sobretot en la societat catalana.

No obstant això, dues setmanes més tard, a la primera reunió amb el nostre tutor, Gerard Coll-Planas, el tema va canviar per complet. Vam creure que seria millor parlar de l'essència d'aquest canvi social: l'anhel d'independència i la seva evolució, és a dir, com es gestionaria en un futur.

Vam adoptar aquest nou enfocament perquè considerem que és un tema que està en ebullició, és a dir, està en constant moviment; cada dia se'n parla, es viuen situacions noves per part dels polítics i tenen lloc diverses reaccions que aixequen polseguera. Ens vam acabar de convèncer després que el president de la Generalitat, Artur Mas, anticipés les eleccions pel 25 de novembre de 2012 per poder fer possible un referèndum vinculant i saber si els catalans volien o no l'autodeterminació.

Aleshores, va sorgir la idea de crear una sèrie de documentals breus amb declaracions de diversos experts. Des de sempre, hem tingut clar que parlariem com si ja tinguéssim la independència, com en una situació hipotètica. Què passaria en aspectes com la llengua, l'economia, la defensa, l'educació, la política i la cultura si Catalunya fos

independent? Parlaríem, doncs, del futur i no del passat, de manera que els reportatges no quedessin desfasats. L'objectiu era que aquestes càpsules o documentals es poguessin emetre a la televisió a través de mitjans com Canal Català Televisió o la Xarxa de Televisions Locals.

Però vam anar madurant la idea i vam veure que no teníem recursos materials i temporals suficients per preparar i gravar tantes càpsules, que el tema era molt ampli i que podria perdre un punt d'actualitat quan s'emetés. I, finalment, vam decidir crear un suport diferent i molt més interactiu, també sobre la independència de Catalunya: un projecte web anomenat SENSE EMBUTS, que hem experimentat al pilot <senseembuts1.wordpress.com>. Es tracta d'un mitjà que tindrà forma de portal digital amb vídeos de diversos experts i gent del carrer responent a preguntes plantejades per nosaltres o bé amb vídeos que donen resposta a la resta de gravacions.

La nostra web tindrà dos nivells de lectura. D'una banda, hi haurà usuaris que proposaran temes i contestaran la resta de vídeos. Que hi participaran activament, doncs. En canvi, d'altra banda, hi haurà usuaris més passius que només visualitzaran les gravacions i gràcies a aquestes, podran acabar-se de convèncer o bé descobrir l'altra cara de la moneda. Pels lectors que ho prefereixin, des de la nostra web, proposarem uns recorreguts de lectura, que els teòrics anomenen itineraris de sentit o *content curating*.

Persegüim l'objectiu que SENSE EMBUTS s'albergui dins el web general d'una fundació, un mitjà de comunicació o d'altres, gestionat per la institució o empresa que hi ha al darrere. Havíem pensat, per exemple, en la web del diari *El Punt Avui*, que té la secció *Catalunya vol viure en llibertat* o en les webs de les gairebé 100 fundacions relacionades amb el catalanisme que existeixen.

1.2. Objectius

- Generals

Principal formal: Investigar i crear nous gèneres i formats de comunicació a través d'una plataforma digital ideada per nosaltres.

Principal de contingut: Aportar noves idees, sobretot matisos, a la qüestió del procés sobiranista català, ja que només en sabem les visions radicals a favor o en contra.

- Específics:

Formals:

- Innovar en el món del periodisme digital pel que fa als contenidors dels gèneres periodístics, és a dir, les noves plataformes que permeten difondre'ls, en el nostre cas una pàgina web.
- Aprendre a organitzar formalment els continguts d'una pàgina web perquè arribin més bé als lectors.
- Generar debat entorn al tema que hem escollit a través del món hipertextual que planteja Internet.
- Innovar en el món del periodisme digital pel que fa a gèneres periodístics: com canvien amb el 2.0.

- De contingut:

- Aprofundir sobre un tema d'actualitat que està en moviment, la independència de Catalunya, en aspectes com les relacions internacionals, la llengua, la política...

- Del nostre projecte digital:

Contingut:

- Crear debat entorn la independència de Catalunya, des de com hauria de ser una Catalunya independent en els diversos àmbits fins a comentaris de fets rellevants sobre aquest tema.

- Oferir continguts digitals creats expressament per ser llegits a Internet, que no siguin una mera còpia dels diaris en paper.

- Formals:

- La idea és que cada usuari pugui gravar un vídeo de pocs minuts i penjar-lo al Youtube tot creant xarxa i debat. Després *l'incrustaríem* a la nostra web.

2. Marc teòric

2.1. Nova era digital

Segons l'Enciclopèdia Catalana¹, les Tecnologies de la Informació i de la Comunicació, més conegudes com les TIC, són "un conjunt de tecnologies utilitzades per a processar i transmetre informació en format digital". Les TIC neixen als anys noranta amb l'explosió d'Internet. En aquells moments, la Xarxa de l'Agència de Projectes d'Investigació Avançada (ARPANET), creada pel Departament de Defensa dels Estats Units, s'estén a les llars d'arreu del món. D'aquesta manera deixa de ser simplement un projecte militar i arriba a l'abast dels ciutadans. Internet comença essent principalment una eina de recerca però de mica en mica es transforma en un aparell per compartir informació i per comunicar-se amb persones d'arreu del món.

Amb el temps, arriben el correu electrònic, els serveis de missatgeria instantània i les pàgines web, que més endavant escalen a la versió 2.0 i permeten que els internautes puguin interactuar entre ells. Es creen els blocs i les xarxes socials i les TIC es van introduint a diversos aspectes de la societat, com l'educació, el món laboral i evidentment, la comunicació. Al discurs inaugural de la Cimera Mundial de la Societat de la Informació feta a Ginebra, Suïssa, l'any 2003, Kofi Annan, secretari general de l'Organització de les Nacions Unides, va definir així l'aportació social de les TIC:

"Les tecnologies de la informació i la comunicació no són cap panacea ni fórmula màgica, però poden millorar la vida de tots els habitants del planeta. Disposem d'eines per a arribar als Objectius de Desenvolupament del Mil·lenni, d'instruments que faran avançar la causa de la llibertat i la democràcia, i dels mitjans necessaris per a propagar els coneixements i facilitar la comprensió mútua".

A continuació, desgranarem alguns dels aspectes en què les TIC han incidit amb més força i que tenen a veure amb el nostre treball de final de grau.

¹ Enciclopèdia.cat [en línia]. Barcelona: Enciclopèdia Catalana. <<http://www.enciclopedia.cat/>>. [Consulta: 20 maig 2013]

2.1.1. Les TIC i l'accés a la informació

Fins fa 20 anys, la informació estava concentrada. Es trobava a llocs com les escoles o les universitats. Tot va canviar amb l'aparició d'Internet. Avui en dia tenim qualsevol informació al nostre abast amb un sol clic a una pantalla, ja sigui del telèfon intel·ligent, d'un ordinador o d'una tauleta digital.

Internet permet que aquesta informació que està penjada a la xarxa tingui un valor afegit: està en constant moviment, en constant actualització. Un diari imprès, per exemple, quan surt al quiosc ja ha quedat antiquat. Des de la xarxa, els usuaris poden ampliar més a fons la notícia.

2.1.2. Les TIC i la comunicació

És evident que la forma de comunicar-nos també ha canviat per sempre. I ho ha fet en menys d'una generació. La majoria de la població, per exemple, ha passat d'enviar documents per fax a fer-ho a través de correu electrònic. D'altra banda, han aparegut les xarxes socials, com el Facebook i el Twitter, una forma de comunicació interactiva que constitueix un dels elements clau del periodisme digital. En apartats posteriors veurem per quin motiu. També s'ha creat el Whatsapp, la missatgeria instantània gratuïta, que ha desbancat els missatges de pagament, els ja no tant populars SMS. I no només són els joves els que es comuniquen mitjançant aquestes eines amb familiars, amics o companys de feina. Aquests sistemes de comunicació s'han estès per gran part de la població.

D'altra banda, també ha aparegut l'Skype, que permet trucar un destinatari, sigui on sigui, sense haver de pagar res. Només tenint connexió a Internet. I hi ha hagut una explosió dels blocs, uns espais que han estat molt útils sobretot per periodistes, empreses petites i polítics. A Espanya n'hi ha més de dos milions. El professor de periodisme de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, Santiago Tejedor Calvo, alerta que el contingut no ha avançat al mateix

temps que la tecnologia², un aspecte que tractarem de manera més àmplia en apartats posteriors:

“Ahora hay que llevar información dónde hay mucha información. Desde que la red de redes acogiera a principios de la década de los noventa las primeras iniciativas de un periodismo concebido desde y para la pantalla de un ordenador parecía evidente que se asistía al nacimiento de una verdadera revolución en el ámbito comunicativo. No obstante, más de un autor ha esgrimido, con un notable acierto, una frase tan cierta como preocupante en el escenario de la comunicación digital: «La tecnología ha ido por delante de los contenidos»”.

2.1.3. Les TIC i les relacions personals

En relació amb l'apartat anterior, les TIC també han jugat un paper important en les relacions entre les persones. Com hem dit, abans per comunicar-se es feien servir les trucades telefòniques. Ara, el més habitual és fer-ho a través de les xarxes socials o per missatges de Whatsapp i les trucades han passat a ser una via per temes més urgents o importants. Estem en contacte amb la resta de persones durant les 24 hores del dia. Això no vol dir, però, que siguem més sociables que abans. Evidentment, tot això no ha canviat per a tothom ni de manera radical però sí que les formes de comunicació estan variant.

Manuel Castells és sociòleg i professor universitari espanyol, catedràtic de sociologia i urbanisme de la Universitat de Califòrnia, Berkeley, i de l'Internet Interdisciplinary Institute (IN3) de la Universitat Oberta de Catalunya. En la documentació per a la conferència inaugural del programa de doctorat sobre la societat de la informació i el coneixement de la Universitat Oberta de Catalunya, el 2001, Castells deia que si bé s'ha parlat molt sobre el suposat aïllament social que Internet provoca als que l'utilitzen, la majoria d'estudis seriosos sobre el tema conclouen que només potencia determinats comportaments, més que no pas canviar-los. És a dir, si una persona és sociable, amb Internet ho serà encara més i si no ho és, Internet no l'ajudarà a ser-ho; com a molt, Internet trencarà el seu aïllament només de forma momentània.

² TEJEDOR, Santiago. *Periodismo “mashup”. Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.

2.1.4. Les TIC i el consum

Amb Internet, s'han obert noves línies de negoci i noves maneres de fer-ne. Fins fa poc, s'havia d'estar al cas de les hores de tancament de les botigues. Ara ja no. Els usuaris poden comprar durant les 24 hores que té el dia sense sortir de casa, des de vols d'avió fins a productes alimentaris. Aquest és un hàbit que creix any rere any. Per exemple, la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions apunta que durant l'any 2011 el negoci del comerç electrònic va arribar als 9.201 milions d'euros, un 25,7% més que l'any 2010 i un 60% més que el 2009³.

Pel que fa el comerç a Internet, cal dir que hi ha aspectes que encara no s'han sabut potenciar prou. Un d'aquests aspectes és el de la publicitat. Els *banners* no resulten com ho fa la publicitat als mitjans impresos. Un altre exemple és els dels mitjans de comunicació digitals. Els diaris impresos són de pagament, però a Internet la majoria de portals digitals tenen la informació en obert, és a dir, que es poden llegir sense pagar. Mitjans de comunicació, com el diari *Ara*, fa pagar una part de les seves notícies. Però tot això està a les beceroles. Aquestes són unes vies encara per descobrir.

Com hem vist, les TIC han representat un gran canvi en la societat. Dos dels sectors que han modificat són el món dels mitjans de comunicació, és a dir, del periodisme en general, i el del debat públic i polític. A continuació posarem de relleu i mirarem amb lupa els canvis que les TIC han ocasionat en aquests dos aspectes.

2.2. Les TIC i el debat públic: e-democràcia

2.2.1. Crisi de la democràcia representativa

All llarg de la història, les societats occidentals han experimentat formes de govern de tot tipus fins a arribar a un model que, a dia d'avui, és el més comú: la democràcia

³ "El comerç electrònic espanyol creix més d'un 25%" [en línia]. A: *Más Voz*, 17 d'agost de 2012 [Consulta: 20 octubre de 2013]

representativa. Aquesta democràcia, segons Marc Parés⁴, està fonamentada en "la protecció individual dels ciutadans enfront l'estat i pretén garantir la no intrusió de l'Estat en la vida privada". A més, té com a principi bàsic "el reconeixement de la sobirania popular, expressat per la necessitat de legitimar el Govern i limitar el poder dels governants". Així doncs, la teoria diu que el Govern depèn en bona mesura dels ciutadans:

"[...] los gobernantes necesitan el consentimiento de los gobernados para administrar las instituciones públicas, y como efecto, los ciudadanos tienen algún grado de control sobre las actuaciones de sus representantes". (Parés, 2009)

Per tant, el ciutadà participa de la vida política d'una manera directa, encara que al final cedeix el timó als representants polítics. A la democràcia, aquestes formes de participació són dues, segons Clèlia Colombo⁵:

"[...] Els ciutadans participen en l'esfera pública a través de dues vies: la participació política, que es dona a través del seu vot [...] i la participació en el procés de decisió a través de l'emissió de la seva opinió amb instruments d'expressió d'opinió directes, com el referèndum o la consulta popular". (Colombo, 2007)

Vot i instruments d'opinió directes. Aquests són els dos pilars de la democràcia representativa. Cal preguntar-se, però, si és realment efectiva. Hi ha la percepció, per part d'alguns autors com Agustí Bosch i Lluís Orriols⁶, que existeix una desafecció política i un distanciament clar de molts ciutadans vers els polítics i els seus partits i fan que cerquin altres vies de participació:

"Actualment, la gent se sent menys vinculada emocionalment als partits, considera que aquests s'han allunyat dels interessos de la societat i busca canals

⁴ PARÉS, Marc (coord.). *Participación y calidad democrática: evaluando las nuevas formas de democracia participativa*. Barcelona: Ariel, 2009.

⁵ COLOMBO, Clèlia. *e-Participación. Las TIC al servicio de la innovación democrática*. Barcelona: Editorial UOC, 2007.

⁶ BOSCH, Agustí ; Orriols, Lluís. *Ciència política per a principiants*. Barcelona: Editorial UOC, 2011.

de participació alternatius als que ofereixen els partits polítics". (Bosch i Orriols, 2011)

Els índex de participació a les eleccions són més baixos del que els polítics voldrien i els instruments d'expressió d'opinió no funcionen per igual a tots els països que tenen aquest sistema democràtic. Una de les causes pot ser que no s'espera que els ciutadans "tinguin interès d'involucrar-se en la política més enllà d'escollir periòdicament els seus representants". Tampoc se'ls exigeix ni s'espera que tinguin "capacitats de discernir el que els convé a cada moment i encara menys per planificar a llarg termini" (Parés, 2009). Es critica aquest sistema democràtic per les mancances dels ciutadans en la seva execució:

"Per si sola, la representació és incapaç de proveir representació i atenció a tota la diversitat de demanda de la societat, sobre tot per l'alineació que els compromisos parlamentaris provoquen en els representants respecte dels problemes i preocupacions col·lectius de la vida quotidiana dels seus representats". (Parés, 2009)

Tots aquests factors, provoquen que s'augmenti la distància entre representants i representats. Part d'aquests últims reclamen més presència al sistema democràtic, deixant palès que alguna cosa no funciona i potser s'ha de replantejar:

"Com a resultat, aquesta visió menyspreadora de la saviesa popular és una de les principals causes de la desafecció democràtica, deixant patent la necessitat de combinar mètodes representatius amb mètodes participatius". (Parés, 2009)

2.2.2. Demanda de participació i possibilitats de les TIC

Així doncs, es podria pensar que la participació pot esdevenir una de les claus per canviar el rumb del distanciament entre el ciutadà i el polític. La democràcia participativa s'ha plantejat en més d'una ocasió com a substituta de la democràcia representativa:

"Mentre uns defensen un model de democràcia (lliberal-representatiu) basat en les garanties de llibertat individual i atorgant un paper passiu al ciutadà en la vida pública, altres es posicionen a favor de models de democràcia en els que la ciutadania jugui un paper actiu, ja sigui mitjançant formes de participació

institucionalitzades (democràcia participativa) o mitjançant formes de participació més autònomes (democràcia radical)". (Parés, 2009)

Però, com també admeten els autors d'aquesta afirmació, aquesta democràcia no comportaria necessàriament una solució a l'actual situació de desafecció. És precisament en aquesta desafecció on rau el principal límit de la participació ciutadana. Aquestes formes de governar més racionals, des del diàleg i la proximitat podrien contribuir, això sí, a generar més confiança entre l'administració i la ciutadania i ajudar a promoure la cultura política de la participació" (Parés, 2009)

Aquí és on entren en joc les TIC, descrites en l'apartat anterior, que avui dia podrien ser la clau de la participació ciutadana en la política: "La facilitat d'accés als mitjans de comunicació i les possibilitats que existeixen de seleccionar-ne els continguts han augmentat de manera dràstica amb la generalització de l'ús de les noves tecnologies de la informació i la comunicació. Aquesta expansió de les possibilitats d'elecció de continguts pot tenir un impacte sobre el coneixement polític de la població". (Eva Anduiza et al.)⁷.

Però no tothom consumeix informació a la xarxa en la mateixa mesura i en el cas de la política no hi hauria excepció. Els teòrics parlen d'una "polarització de coneixement" dels ciutadans, produïda per l'interès que aquests posen en el seu entorn polític:

"Mentre que algunes persones poden consumir quantitats ingents d'informació política, d'altres prefereixen altres tipus de continguts i poden viure normalment sense ensopegar amb gairebé cap notícia d'actualitat. Aquest fet produiria una polarització en el coneixement polític de la població". (Eva Anduiza et al., 2009)

Internet permet una relació d'horitzontalitat entre els usuaris i els polítics que podria ser utilitzada en favor d'aquesta participació ciutadana de la política. Les característiques d'interacció i horitzontalitat, que són especialment rellevants en la xarxa 2.0, podrien alimentar els sentiments d'eficàcia política i fer augmentar el desig de més formes directes de participació política.

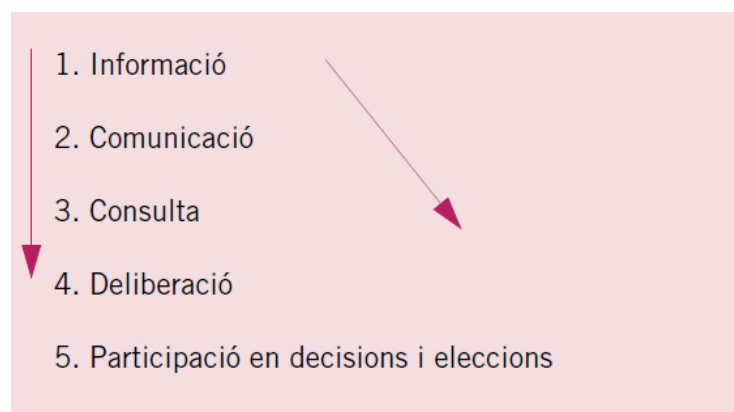
⁷ ANDUIZA, Eva, et al. *Internet, participació, mobilització: la implicació política de la ciutadania en un nou entorn comunicatiu*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació, 2009.

2.2.3. Concepte d'e-democràcia

A la via de participació política a través de la xarxa, ja sigui en forma de debat o de més implicació del ciutadà en els processos polítics, se l'anomena e-democràcia (o e-participació). Rosa Borge⁸ la defineix d'aquesta manera:

" [...] tota activitat voluntària dels ciutadans encaminada a influenciar en la selecció dels governants o en la presa de decisions públiques, que es canalitza o es produeix per mitjà de mitjans electrònics o telemàtics".

Tanmateix, com reconeix la mateixa Borge, hi ha diferents graus de participació electrònica fins a arribar al punt d'escollir autoritats i prendre decisions. Són aquests (de menys a més intensitat de participació): informació, comunicació, consulta, deliberació i participació en decisions i eleccions.



Cada nivell d'aquest esquema que hem manllevat d'un article digital de Rosa Borge comporta més implicació del ciutadà i més impacte directe en les eleccions o decisions polítiques. Però, tot i aquesta escala, tots els graus són necessaris perquè tinguin lloc els nivells superiors de participació. Un dels punts que defineix Borge és transcendental en el projecte que ens ocupa, ja que s'hi fonamenta: la deliberació, definida per ella com "processos d'examen, avaluació, reflexió, debat i discussió sobre les decisions, opcions i valors que impregnen qualsevol tema o problema sociopolític."

⁸ BORGE, Rosa. *La participació electrònica: estat de la qüestió i aproximació a la seva classificació* [en línia]. A: *Revista d'Internet, Dret i Política (IDP)*, 2005, núm. 1, p. 1-14.
<<http://www.uoc.edu/idp/1/dt/cat/borge.pdf>>. [Consulta: 24 abr. 2013]

Es pot portar a terme mitjançant fòrums, xats espais de debat... Un d'aquests espais de debat serà el projecte web que estem construint.

2.3. Aplicació del món digital als mitjans de comunicació

Com hem vist als apartats anteriors, les TIC i la irrupció de l'era digital han canviat la manera de comunicar-nos i de participar en la democràcia. Doncs bé, els mitjans de comunicació no en queden exclosos; un exemple en seria el fet que la immensa majoria de diaris han creat la seva corresponent versió en digital. En aquest apartat, incidirem en elements com l'hipertext, la comunicació interactiva i els continguts multimèdia. Són elements als quals alguns ciberdiaris encara no paren atenció però que han propiciat, segons autors com Josep Lluís Micó⁹ i Mark Briggs¹⁰, que el periodisme a la xarxa exigeixi un nou llenguatge.

La majoria d'autors són del parer que aquests canvis i nou llenguatge no modifiquen l'essència de la professió periodística, com ara els valors tradicionals de veracitat i noticiabilitat. L'únic que canvia són les plataformes comunicatives. Es tracta de fer el mateix periodisme de sempre però en un nou canal, com va passar quan la ràdio es va afegir a la premsa o bé amb l'arribada de la televisió. Ara bé, el periodisme no s'ha acabat d'adaptar al món digital i els diaris en línia són còpies dels periòdics en paper.

En aquest apartat aprofundirem en els canvis en el discurs periodístic, és a dir, els continguts i els valors del periodisme, però també en l'arquitectura i disseny de la informació i les noves relacions participatives amb els lectors. Això ens permetrà, en l'aparat següent, dissenyar el nostre projecte a mida de la plataforma que l'ha d'encabir, la web.

⁹ MICÓ, J.LL. *Periodisme a la Xarxa*. Eumo Editorial: Vic, 2006.

¹⁰ BRIGGS, M. *Journalism 2.0: how to survive and thrive*. J-Lab, 2007.

2.3.1. Característiques del periodisme digital

Discurs periodístic:

“La forma escollida per tractar el periodisme a internet és justament la mateixa que haurien de fer servir els diaris electrònics. És a dir, el llenguatge emprat és senzill i concret, i l’estil, clar i concís, de frase curta i directa. L’estructura permet llegir el llibre de forma lineal, successivament, però també consultar-ne capítols aïllats, sense dependre de la resta d’apartats. Les llistes de conceptes i les enumeracions d’exemples potencien un consum ràpid i fluid. La informació apareix fragmentada, amb l’objectiu que el lector accedeixi en cada moment al contingut exacte que desitja. Igualment reproduïm abundants imatges procedents d’internet”. (Micó, 2006)

Aquesta cita resumeix amb molt encert les modificacions que ha sofert el periodisme a causa de l’era digital. Ara bé, els autors remarquen que aquests canvis no afecten l’essència de la professió. Continuen, doncs, els criteris periodístics de noticiabilitat de sempre: la rellevància dels implicats, la transcendència social, el nombre d’afectats, la proximitat, les conseqüències, l’espectacularitat, la raresa... Ara bé, s’hi afegixen la immediatesa i la simultaneïtat, que de fet ja formaven part del dia a dia de la ràdio i la televisió però, en l’era digital, s’intensifiquen. Altres trets del periodisme que continuen són l’exactitud, la claredat, la concisió, la precisió, la senzillesa, la naturalitat, la originalitat, el vocabulari ric en sinònims, la neutralitat, la imparcialitat... Uns valors que s’hauran de seguir aplicant a la narrativa en línia, que té els següents elements clau:

“La narració ha deixat de ser lineal i aquest factor exigeix una nova manera de pensar. El nou llenguatge neix de la combinació de l’hipertext, la capacitat multimèdia i la intercomunicació entre emissors i receptors”. (Micó, 2006)

L’hipertext, un d’aquests elements clau, és el sistema d’organització de dades digital que permet navegar per altres textos relacionats. Ted Nelson va ser qui en va encunyar el concepte el 1965. El definia com *"un cuerpo de material escrito o pictórico interconectado en una forma compleja que no puede ser representado en forma*

conveniente haciendo uso de papel" (Bianchini, 1999)¹¹. L'hipertext és rellevant per dos motius, ambdós lligats amb els lectors (de qui parlarem a l'apartat 3.2). D'entrada, perquè els dota d'un paper actiu a l'hora de llegir un ciberdiari, els permet triar els enllaços o la forma de navegació que més els convé. I, en segon lloc, perquè s'assembla a la manera d'organitzar al món que té la nostra ment; els humansensem creant vincles entorn d'un eix (com els mitjans digitals) i no de manera lineal (com els de paper). Això fa variar la forma del discurs periodístic:

"El texto escrito sigue siendo la parte más importante de una página web, y el discurso multimedia que se transmite a través de internet. No obstante, se trata, de un texto que no sea estrictamente secuencial o unilineal". (Díaz i Salaverría, 2003)¹²

I com queda representada aquesta no linealitat dels textos als ciberdiaris? Doncs bé, en notícies que complementen la informació amb links interns (que poden ser un enllaç cap a peces complementaries o bé peces d'arxiu); o externs (una sentència judicial, per exemple); o bé en pàgines que ofereixen itineraris de sentit o *content curating* en què, per exemple, els periodistes organitzen els vídeos, els comentaris dels lectors a Twitter, les notícies complementaries... Aquest és un aspecte que, com veurem a les conclusions del marc teòric, ens pot ajudar a organitzar els continguts de la nostra plataforma web. Cal remarcar que en tots aquests exemples citats són els lectors els que decidiran a quins enllaços entren, quins obvien i per quin ordre els llegeixen. Lligat a l'hipertext, al periodisme en línia, al *content curating* i a la cooperació i horitzontalitat amb els lectors, hi trobem el concepte de periodisme mashup:

"El denominado «periodismo mashup» estaría inspirado en esta construcción de engranajes que articulan en un solo producto (en este caso, con finalidad estrictamente informativa) diferentes servicios de la red, otorgándoles de este modo un nuevo sentido y una nueva utilidad. En este caso, el periodista no genera contenidos, sino que su tarea se centra en la construcción de itinerarios o de «rutas» de naturaleza hipertextual

¹¹ BIANCHINI, Adelaide. *Conceptos y definiciones de hipertexto*. Caracas: Universidad Simón Bolívar, 1999.

¹² DIAZ, Javier ; SALAVERRIA, Ramón. *Manual de redacción ciberperiodística*. Ed. Ariel, Barcelona, 2003.

que conducen a contenidos online ya existentes en otras plataformas colaborativas”.
(Tejedor, 2006)

Aquesta nova forma no lineal d'organitzar els continguts també queda reflectida en el concepte de documental interactiu. La diferencia amb els documentals tradicionals rau en la manera en què els usuaris naveguen i interactuen amb els continguts i no pas en com el documentalista presenta la realitat. Una altra característica del documental interactiu és el fet que l'autor no pot acotar un únic camí narratiu i tancar-lo i, per tant, n'acaba perdent el control. Com veurem després, aquest serà un dels avantatges (i alhora inconvenients) de la nostra web: nosaltres hi proposarem continguts però les respostes de l'audiència i les seves propostes de vídeo són el que marcarà el debat fins al punt que potser se'ns escapa de les mans:

“El interactor se configura como emisor y contribuidor de los contenidos creados por el autor: el nuevo género y las nuevas modalidades de navegación y de interacción resultantes incluyen características generativas por parte del usuario. Estos nuevos parámetros permiten que el interactor forme parte del sistema, e incluso que lo modifique, como si se tratara de un sistema vivo y cambiante (el interactor se configura como co-creador de la obra)”. (Arnau Gifreu, 2012)¹³

Altres modificacions de la forma del discurs periodístic a internet tenen a veure amb la densitat, la brevetat, l'atracció, els detalls, el ritme i el multimèdia. Cal tenir sempre present l'actualització de dades i el fet de donar continuïtat a les informacions, ja que el suport digital permet que vagin creixent. D'altra banda, la informació passa a ser universal, es podrà veure des de tot el món i, per tant, la cobertura no té uns límits tan marcats. Apareix també el concepte d'*operative words*, que és la manera com Mark Briggs (2007) es refereix a les paraules que cal remarcar, en negreta, per exemple. Cal fixar-se que des de la irrupció dels diaris digitals, alguns diaris en paper han començat a fer servir aquestes fórmules.

Val a dir, també, que a través dels hipervincles i el llenguatge multimèdia es poden donar detalls que no tindrien cabuda als mitjans tradicionals. En aquest sentit, els

¹³ GIFREU, Arnau. *El documental interactivo*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2009-2010.

elements multimèdia són l'altre element clau i avantatge del periodisme a la xarxa. De fet, els autors coincideixen que és bàsic que el periodisme en línia sigui multimèdia. Per multimèdia ens referim a:

“La combinació harmònica i intencionada dels textos escrits i llegits pels periodistes o bé explicats pels personatges i els experts, el so ambient, els efectes, les fotografies, els gràfics, les il·lustracions, les imatges en moviment, les animacions...” (Micó, 2006)

Pel que fa al llenguatge que cal emprar a la xarxa, els autors proposen que sigui eficient, simple, sense floritures, amb verbs forts i substantius aguts. Els títols, en tant que venedors de la història i una de les poques parts de la notícia que seran llegides, han de ser com un esquelet dels fets. Per exemple: *“5 Children Killed in Highway Bus Accident”*. Cal potenciar un estil segur, ferm, variat i gens dubitatiu o avorrit, per tal de lluitar contra l'àmplia competència. I és que l'audiència digital sembla preferir estils periodístics més aviat poc convencionals, com ara notícies amb una forma més conversacional, més popular, més d'estar per casa.

Com dèiem, cal marcar un estil d'escriptura propi per diferenciar-lo del de la resta de webs i fer que els lectors tinguin curiositat per saber més coses, per clicar. Això es pot observar avui, sis anys després que autors com Mark Briggs (2007) ho comentessin: aquest punt de cridar l'atenció al lector es nota, per exemple, als tuits de *La Vanguardia* i *l'Ara*, que guien cap a notícies de l'edició digital tan cridaneres com: *“Director de 'La Razón' defensa la portada: ‘M'alegro que us pugueu desfogar amb els tuits. Us estalvieu el psiquiatre’”*; *“Les cinc drogues més adulterades l'any 2011”*; *“Els elefants que trobaran a faltar el rei a la final de la Copa”*; *“Una empresa anuncia un curs per ser prostituta professional”*. Aquest tipus de titulars cridaners s'estan tornant habituals; els anunciants als ciberdiaris paguen a tan per clic o consulta i aquestes informacions són prou cridaneres com per entrar-hi.

Modificacions en els gèneres:

De la mateixa manera que el llenguatge i les tècniques narratives sols han sofert modificacions de forma i presentació, els gèneres periodístics tan sols s'han redefinit.

Tot i això, hi ha autors que creuen que en el futur apareixeran formats desconeguts fins ara. Ara bé, si una cosa ha potenciat i exagerat el ciberperiodisme és la hibridació de gèneres, que ja existia als diaris impresos:

“La hipertextualidad, al fin y al cabo, acentúa la permeabilidad de los textos entre sí, con lo que las barreras entre géneros, antaño supuestamente estancas, se intuyen hoy día cada vez más frágiles y diluidas”. (Díaz i Salaverría, 2003)

Acotar i definir els gèneres periodístics és complicat i cada autor mostra una postura diferent. Com a norma general, funciona prou bé la visió de Micó (2006), que els acota a aquells escrits elaborats pels professionals de la comunicació. Per tant, no considera gèneres, a diferència d'altres autors, un fòrum, un link o un xat, però sí les infografies. És important destacar, com diuen altres definicions, que els gèneres impliquen pactes de lectura entre periodistes i lectors, és a dir, que els lectors sempre s'han de tenir presents:

“Los géneros periodísticos son modelos textuales, caracterizados por ciertas convenciones estilísticas y retóricas, cuya observancia permite establecer pactos de lectura entre escritores y lectores”. (Díaz i Salaverría, 2003)

Exemplificarem els petits canvis que han sofert els gèneres periodístics a través de la notícia, el gènere per excel·lència. Els canvis tenen a veure amb la immediatesa i amb el fet que les notícies deixen de ser una peça tancada i finalitzada en què no es poden introduir canvis:

“Les notícies a internet haurien d'aspirar a presentar els fets d'interès mentre es desenvolupen o just quan han acabat de produir-se, amb els seus valors d'imatge i so. (...) Una notícia en línia és la combinació harmònica d'imatges en moviment i estàtiques, text oral i escrit, gràfics i, si escau, efectes visuals, que es matisen mútuament, s'enriqueixen i es complementen. (...) En un sentit lax del terme, la notícia digital es pot concebre igualment com el discurs multimèdia perfeccionat a partir de la reelaboració o la reconstrucció del material procedent de les agències, dels intercanvis amb altres mitjans o d'arxius extrets del servei de documentació”. (Micó, 2006)

A banda d'aquestes modificacions, les notícies continuen regint-se per la piràmide invertida i l'estructura formada per titular, *lead* o entradeta curta amb els conceptes

principals, i cos amb les 6ws. Ara bé, hi ha d'haver encara més concentració de la informació, ja que s'ha de considerar els lectors mandrosos per llegir-se tot un article.

Mark Briggs (2007), al seu torn, és del parer que cal enfocar diferent el desenvolupament d'una notícia en cada àmbit: igual que deia Micó, les peces digitals es basaran en l'última hora i la rapidesa com fan les agències de notícies o com en les notícies de TV i seran alternatives a l'edició impresa. En canvi, una notícia en paper tirarà més cap a les cròniques de color, l'opinió, la reflexió i l'exhaustivitat. Altres recomanacions són complementar els textos amb mapes o galeries; bifurcar notícies a través de l'hipertext, emprar etiquetes i *linkar* peces pròpies o contingut relacionat; desglossar la història en una fitxa tècnica amb apartats tipus "què ha passat" o cada paràgraf obert amb l'hora (d'això Briggs en diu *charticle*). Diaris com és *The Oregonian*, de Portland, han sabut explotar les possibilitats dels *charticles* però són pocs els que ho empren.

Finalment cal parar atenció, tal com diu Micó, als diaris per encàrrec, aquells que els usuaris es poden descarregar de la xarxa per imprimir a casa seva o llegir-los des de la pantalla. Normalment solen ser els *pdf* de les versions impreses, però ja s'ha estudiat la manera de crear un diari que reuneixi els continguts que més li interessin a un lector, marginant-ne d'altres. Les noves plataformes com les *tablets* encara accentuen més aquest tipus de pràctiques.

2.3.2. Format, arquitectura i disseny de la informació

"Elements desconeguts fins al present com els botons, les eines de cerca i els formularis enriqueixen la proposta [dels ciberdiaris]. La seva finalitat és innegociable: el lector ha d'entendre clarament relats informatius i ha de tenir la possibilitat de triar la forma visual que prefereix per a cada notícia". (Micó, 2006)

D'aquesta cita se'n desprèn una idea important: el format i el disseny de la informació ha de ser un suport per entendre els relats, els continguts. Per tant, són els textos i la seva jerarquització els que acabaran determinant l'estructura d'una pàgina i no les noves eines com els botons o formularis. En parlar de les estructures de les pàgines,

autors com Micó destaquen que la informació periodística a internet s'organitza per capes. Aquesta forma de presentar les dades s'anomena *layering*. El lector es troba primer la capa del titular, després, si fa un clic, l'entradeta, una fotografia, i les últimes capes normalment són links que el porten a altres pantalles.

A l'hora de crear l'arquitectura de la informació cal tenir en compte dos conceptes: l'arbre de navegació i el *lay out*. L'arbre de navegació fa referència a l'estructura de navegació, les pàgines que la integren i els enllaços que hi trobem, mentre que per *lay out* entenem l'esquema de presentació (per capes) de tots els elements de cada pàgina: encapçalament, textos, fotografies, enllaços, cercador...

Més que lineal o seqüencial, la navegació hauria de ser jeràrquica. El seu aspecte hauria de ser senzill i simple però hauria de propiciar l'eficàcia a l'hora de trobar les dades. En aquest sentit, el disseny hauria de ser sempre intuïtiu i útil per tal que l'audiència localitzi la informació que li interessa perdent el mínim temps possible. Els cossos de lletra de pal sec (sans serif) ajuden a fer més passadora la lectura, per exemple. D'altra banda, hi ha llocs web que inclouen gestors de lectura per si l'usuari no visualitza prou bé la informació a la seva pantalla i vol fer la lletra més gran, per exemple.

Pel que fa a l'edició de vídeos, fotografies i la creació d'infografies, cal crear un estil propi i unificat. A més, cal evitar, tal com diu Micó, "moviments imprevistos o accelerats de rètols i titulars, combinacions inapropiades de colors i la falta de contrast entre les lletres i el fons". Val a dir que l'ordre de les notícies ha canviat a internet:

"L'ordre de rellevància s'explicita per l'espai que s'adjudica inicialment a cada notícia; per la seva extensió total i pels recursos que la poden enriquir; per la manera de destacar-la tipogràficament". (Micó, 2006)

La nova arquitectura de la informació ha d'anar lligada, d'altra banda, a explorar noves formes publicitàries i promocionals, ja que es poden acotar més als públics i, per tant, anunciar-se amb major eficàcia.

2.3.3. Els internautes en el discurs periodístic

Amb el que hem explicat al llarg del marc teòric, ja sabem que el ciberperiodisme ha de ser un procés interactiu. El motiu: els lectors han passat de ser només consumidors d'informació a poder-la crear en comentaris, blocs, fòrums... Són, doncs, prosumidors, és a dir, receptors però també emissors de la informació. I, quan llegeixen un diari digital, els periodistes els han de donar la possibilitat de dissenyar el seu propi itinerari informatiu:

“Els lectors dels diaris electrònics han perdut el caràcter passiu de les audiències dels mitjans tradicionals, que es limiten a buscar el canal de televisió o l'emissora de ràdio que satisfaci les seves necessitats i desitjos, o que simplement apaguen el receptor si no en troben cap. La tecnologia digital ha impulsat un periodisme interactiu que, de totes maneres, encara ha de millorar. El públic pot participar-hi, disposa d'espais específics per les seves aportacions (fòrums, xats, entrevistes en línia, etc.) i els mitjans li ho demanen expressament. Les trucades i els missatges de telèfon mòbil en els programes de l'àmbit audiovisual, o les cartes al director i les queixes al defensor del lector en els diaris, ja ens permetien parlar de “participació”. Però les intervencions directes de l'audiència digital, i la facultat de què gaudeix per accedir als continguts del web amb una llibertat quasi plena, superen aquest estadi. I tot això, en diaris transnacionals, sense fronteres físiques”. (Micó, 2006)

Aquestes entrevistes en línia de les que parla Micó són un “imant” pel públic i el tornen un actor actiu. Es refereix a converses amb un personatge famós a través de la xarxa, com sol fer TV3. Ara bé, perquè el text resultant sigui periodístic un cop publicat, els periodistes han de gestionar les respostes de l'entrevistat i no pas basar-se en els criteris dels preguntadors.

De la mateixa manera que Micó, Mark Briggs creu que les notícies són una conversa, no una lectura i que, per tant, hem d'ajudar els lectors a participar-hi. En aquest sentit, el periodisme *on line*, diu, va sobre gent i no tecnologies. Una gent que espera que els *news sites* els permetin tenir el paper actiu que tenen en altres pàgines d'internet per les quals naveguen.

De fet Dan Gillmor¹⁴, que molts consideren el pare del periodisme ciutadà, deia al primer Congrés Internacional de Periodisme Digital a Osca:

“Mis lectores saben mucho más que yo. Al principio me molestó, lo reconozco, pero llegué a la conclusión de que si me ayudan con lo que saben, mejoraré en mi profesión”.

Ara bé, Gillmor també afirma que és necessari el paper d’uns líders que ho gestionin, element en què Briggs no incideix tant. Ell se centra en descriure dos nous mètodes d’informar: el *crowdsourcing* (que es podria traduir per “abastar la multitud”) i el *distributed, collaboratibe, open-source reporting*. Són mètodes que no sacrificuen els valors periodístics sinó que encara aporten més transparència i facilitat a l’hora de compartir la informació, tot i que els gats vells del periodisme se’ls mirin recelosos. Fan el mateix, diu Briggs, que en temps d’inicis del telèfon i, després, dels correus electrònics; els periodistes discutien si era lícit prendre-hi declaracions.

Els nous mètodes que Briggs descriu consisteixen en permetre que els lectors assisteixin a la construcció i elaboració de les històries. Són mètodes inaudits i que avui en dia les publicacions digitals encara obvien. TV3, per posar un exemple, ho relega bastant a l’espai obert “El meu 324”, encara que sí que en fa un ús molt útil en els espais meteorològics. Briggs explica els casos de crides ciutadanes per part dels mitjans de comunicació nord americans l’any 2006 a comprovar quins bars d’Ohio complien la llei del tabac i a investigar sobre l’augment de les factures al servei públic a Fort Myers, entre d’altres. L’audiència va respondre massivament. El *feedback* és bàsic i infalible. Ja ho apuntava Norbert Wiener amb la seva teoria cibernètica. De fet, *feedback* és el que es cultiva als blocs, tal com afirma Briggs al capítol 5. A més els blocs depenen de “l’habilitat de publicar informació fora del cicle noticiós i el format d’història tradicionals” (Briggs, 2007).

¹⁴ "Dan Gillmor pide a los periodistas una nueva alfabetización para adaptarse a la realidad de Internet" [en línia]. A: *La Vanguardia*, 19 d'octubre de 2006 <<http://goo.gl/nHOAZ>> [Consulta: 23 maig 2013]

2.4. Recapitulació

Un cop creat el marc teòric, destaquem els elements clau de participació en el debat públic i periodisme digital que poden ser útils a l'hora d'idear la nostra plataforma web sobre el procés independentista. Són els següents:

- Hi ha part de la societat que sent una desafecció i distanciament respecte el sistema actual de democràcia representativa i reclama més participació. Una via per possibilitar aquesta participació és la opinió, instrumentalitzada a través del debat i les TIC. Per tant, la nostra plataforma comunicativa no només s'haurà de concebre amb l'objectiu generar debat sinó també de possibilitar una nova via als ciutadans que tinguin coses a dir.

- La combinació de la deliberació i les TIC forma part de la e-democràcia. La e-democràcia justifica l'èxit d'un espai web com el nostre que proporcioni la possibilitat de deliberar sobre política, en aquest cas la independència del poble català, mitjançant les Tecnologies de la Informació i la Comunicació.

- Com que la majoria d'autors són del parer que els canvis digitals no modifiquen l'essència de la professió periodística, com la veracitat i la noticiabilitat, el nostre projecte ha d'estar construït d'acord amb uns criteris periodístics bàsics recollits al codi deontològic de la professió. L'únic que canvia són les plataformes comunicatives i, en el nostre cas, es tracta igualment de fer periodisme però mitjançant un nou canal i format. Serem, doncs, curosos amb les fonts, distingirem el que és informació de les opinions o interpretacions dels usuaris, definirem una línia editorial visible per ser transparents, presentarem les diverses visions del conflicte (des dels independentistes, fins els moderats o els que hi estan totalment en contra...)

- El periodisme en línia passa pel multimèdia, l'hipertext i la comunicació digital interactiva. Així doncs, la nostra pàgina ha de contenir text però també vídeos, infografies, àudios, enllaços interns o externs i formes de participació dels lectors.

- Com afirma Josep Lluís Micó, l'estructura del periodisme digital ens permet llegir la informació de forma lineal però alhora consultar-ne capítols aïllats a través de l'hipertext, sense dependre de la resta d'apartats. Aquest serà un dels objectius del

portal web: facilitar el consum dels vídeos de manera lineal amb les successives respostes, però també permetre la navegació independent segons el gust del lector.

- Tenim en compte també que hi ha lectors que no estan acostumats a navegar de manera hipertextual i que prefereixen reportatges en què se'ls guï més. En aquest sentit, la nostra web preveu itineraris de sentit (o *content curating*) a través d'un periodisme *mashup*, és a dir, aquell periodisme en línia que aglutina diversos continguts en una pàgina i els ordena.

- La informació en un mitjà digital apareix fragmentada, amb l'objectiu que el lector accedeixi en cada moment al contingut exacte que desitja. Aquesta és una característica clara que ha de tenir el nostre web: fragmentació de les temàtiques per donar llibertat al lector o consumidor d'informació.

- Neix un nou llenguatge de la combinació de l'hipertext, la capacitat multimèdia i la intercomunicació entre emissors i receptors. En conseqüència de l'hipertext, l'usuari adopta un paper actiu com a consumidor. En aquest projecte, l'ordre de tria de vídeos i, per tant, la navegació a través del lloc web serà dirigit pel propi usuari a partir dels continguts que hi estaran penjats. Alhora, ells mateixos poden generar continguts i passaran a ser el que s'anomena prosumidors. Ho ratifica, també, la idea de documental interactiu, un documental que es diferencia dels tradicionals en què l'audiència el llegeix de manera lliure i el periodista no el pot tancar, ja que l'audiència hi intervé i acaba decidint cap a on es desenvolupa.

3. Benchmarking

A través del marc teòric, ens fem una idea de com funciona el món del periodisme digital. En aquest apartat, fem una recerca de diverses pàgines web que compleixen o no els requisits del periodisme online.

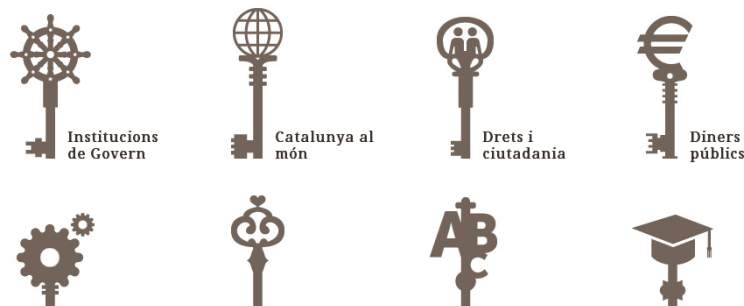
El clauer: <http://elclauer.cat/>

Ens agrada la metàfora del nom i la manera com concorda amb el contingut i el disseny de la web: el clauer amb claus en forma de diners, estudis... perquè són les claus sobre una Catalunya independent. La presentació i els elements visuals del nostre projecte hauria d'anar per aquí: simples visualment parlant, però ahora entenedors.

Pel que fa a la comunicació interactiva, cada setmana proposen una pregunta i les respostes es presenten en forma de vídeos, com ho volem fer nosaltres. Però en aquest cas qui edita els vídeos són els propietaris d'*El Clauer*. Nosaltres voldríem que els propis usuaris es gravin i s'editin ells mateixos. El nostre lloc web oferiria vídeos muntats, però només per introduir temàtiques de debat.



CLAUS I ARGUMENTS



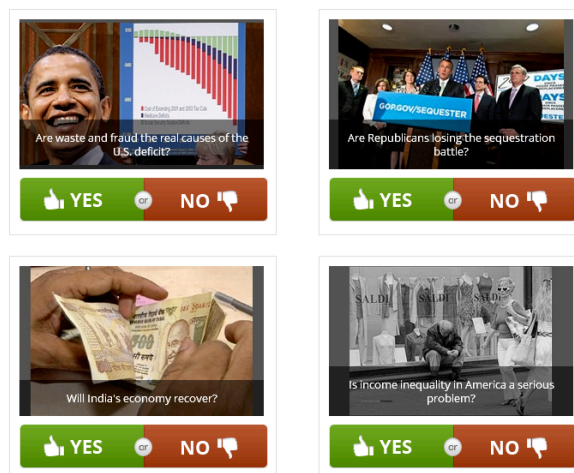
És una xarxa hipertextual però senzilla i que s'entén molt bé. Les respostes de cada clau són simples i curtes, però ahora entenedores. Tenen, a més, el mateix objectiu que nosaltres: "Una eina que respongui totes les preguntes que el debat sobre la

possibilitat d'un Estat propi per a Catalunya ha generat al nostre país. Aquest és el motiu principal d'ElClauer.cat. Un espai on trobar i difondre la informació que molts hem debatut, preguntat i qüestionat en converses de cafè, dinars familiars o diàlegs mentre esperàvem l'autobús”.

Debate: <http://www.debate.org/>

És una de les primeres webs de debat però no contempla vídeos, cosa que fa que no quedi tan atractiva. La classificació del menú per àrees temàtiques és útil.

S'hi fan unes preguntes de sí i no acompanyades amb una foto que donarien força de si per un apartat a la nostra web. El tan per cent de respostes queda molt clar i, pels que vulguin ampliar-ho, poden entrar als comentaris del debat, que són en text. A sota del menú de sí i no, hi ha les justificacions en forma de comentari escrit que s'han penjat últimament.



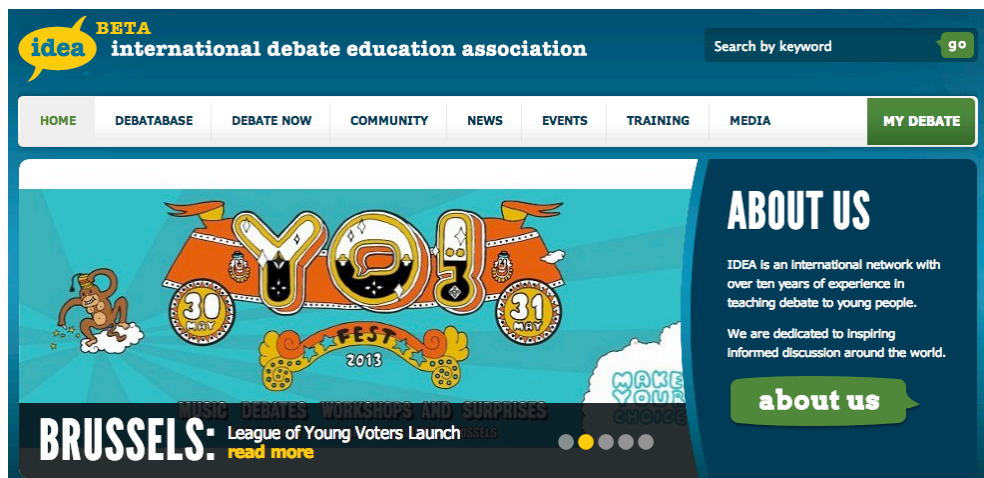
Els fòrums estan organitzats per temes més concrets després de les grans àrees però d'una manera poc atractiva, sense fotos. També dóna la opció a l'usuari de començar un nou debat. Evidentment, per fer-ho, t'has de registrar.

Idebates: <http://idebate.org/content/about-vbates>

Aquí insten a debatre amb qualsevol persona del món a través de la webcam.

Hi ha la foto i el perfil de qui debat (menys que un vídeo, però atractiu) i el que diu i les rèpliques que rep (escrit): <http://idebate.org/discussions/foreign-policy-and-international-aid/no-positive-changes>

Abans aquest blog era així: <http://flynn.debating.net/>



Fòrum de debat ciutadà: <http://www.forodebateciudadano.es/>

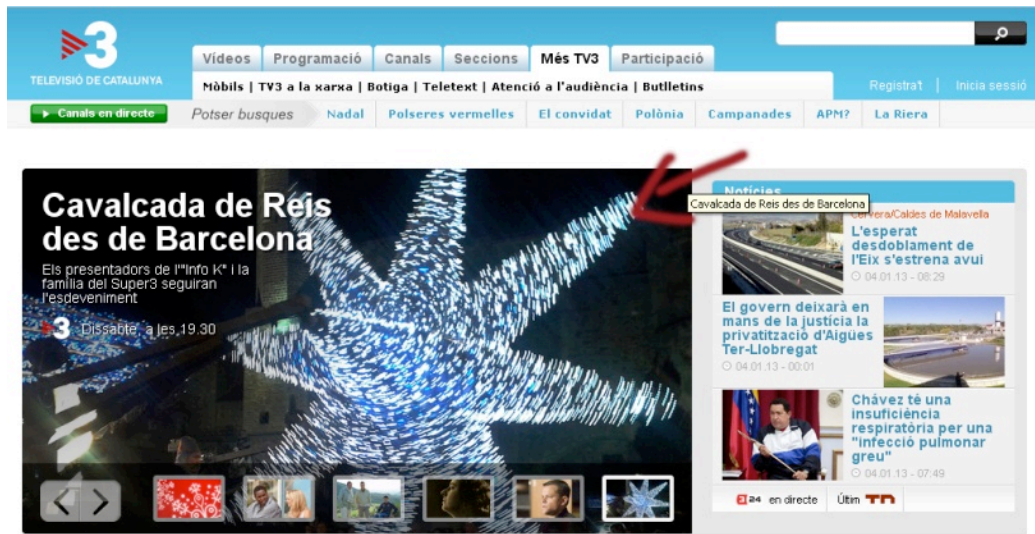
No hi ha cap feedback amb els usuaris.



Televisió de Catalunya: <https://www.tv3.cat/>

Aquest lloc web ha estat seleccionat pel seu disseny i no pas pel seu contingut. A la pàgina principal hi figuren els continguts més destacats que van passant en forma d'imatge com una presentació.

Aquest és un element que es vol aplicar a la pàgina principal del projecte. Serà on hi apareixeran els últims vídeos penjats o bé els més destacats.



La part esquerra de la nostra pàgina podria tenir el visor de vídeos i la part dreta un apartat semblant al de Notícies de la web de TV3, en què penjaríem les pàgines en forma de reportatge on creem un itinerari de sentit per l'audiència amb un recull dels comentaris i vídeos més destacats.

Dóna la cara per la independència: <http://www.donalacara.cat/>

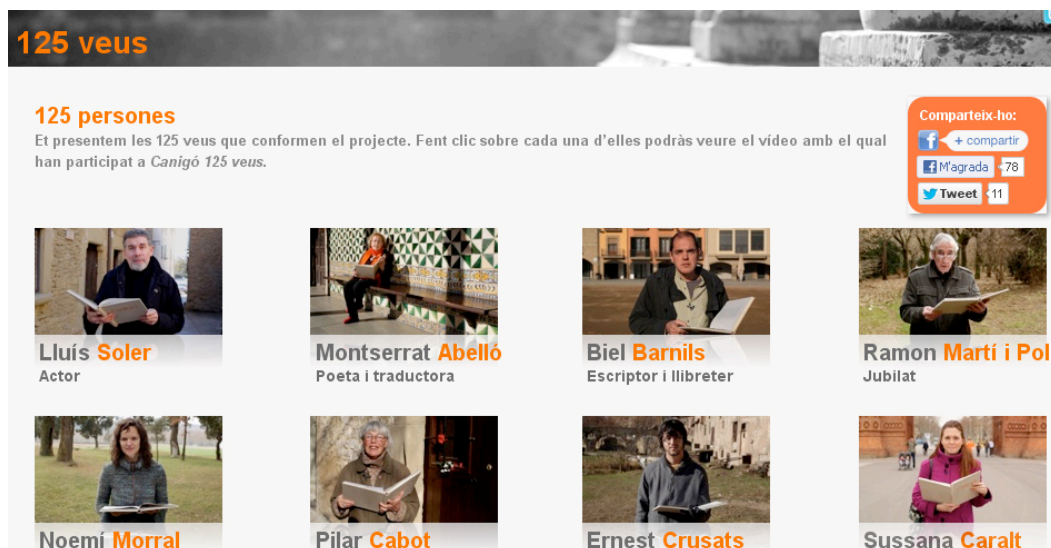
Aquest és un lloc web de participació ciutadana, tot i que aquesta es limita a penjar una fotografia per donar la cara per la causa de la independència. En el cas del nostre projecte va més enllà, però hi ha un element que es vol incorporar: un mapa de les poblacions.



D'aquesta manera els usuaris podran tenir coneixement de manera gràfica la procedència dels ciutadans que participen; és l'al·licient de veure què pensen els del teu poble. Una altra via per ordenar els vídeos seria per cerca de paraules clau, que també pot ser possible mitjançant etiquetes. Però el mapa és un element que es considera important i visual. Es pot crear a través de Google Maps.

Canigó 125 veus: http://www.canigo125.cat/veus/125_veus.html

Apartat 125 veus d'aquest projecte en què 125 persones llegeixen una part del poema *Canigó* de Verdaguer. El format que utilitzen per presentar els vídeos amb una icona, nom i càrrec és molt atractiu visualment i pot ser útil per la presentació dels vídeos del projecte, sobretot els d'experts, aquells amb les opinions més destacades o els més populars i destacats.



Assamblea Nacional Catalana: <http://www.assemblea.cat/>

El menú de dalt amb submenús desplegable és una idea aplicable a la nostra pàgina. També veiem que potenciar cares conegudes com la de l'actriu Montserrat Carulla, al costat d'una cita seva, pot resultar molt. La pàgina, però, no potencia massa les notícies d'última hora en un lloc destacat.



Associació de municipis per la independència: www.municipisindependencia.cat

Tot i que apartats com el de Facebook, Twitter i Pàgines recomanades al menú de la dreta són interessants, la pàgina té un look massa de bloc i poc adient per una capçalera digital. El menú negre de sota la capçalera és ideal i dóna una imatge molt moderna. També tenen un apartat de mapes, cosa que nosaltres volem incloure a SENSE EMBUTS. El gestionen a través de Google Maps. En els seus textos fan servir hipervincles, fet que es considera una molt bona pràctica en periodisme digital, com ja hem vist a l'apartat de marc teòric.



Web de Solidaritat Catalana per la Independència: www.solidaritatcatalana.cat

El menú fotogràfic de dalt anunciant diverses coses és semblant al visor de vídeos que podria tenir la nostra web. És un menú molt exhaustiu i que ofereix molta informació. L'apartat amb l'agenda també ens sembla interessant. A més, tenen una secció amb un vídeo destacat, que anomenen 'Solidaritat Media'. Vigilar de no agafar els colors (el vermell i el blanc) d'aquest partit. És una web molt gràfica.



The screenshot shows the website layout with three main columns:

- Notícies:** A yellow banner for 'Necessitem la Declaració d'Independència 2013' with the text 'Donem suport a la iniciativa ciutadana independència 2013: CONCENTRACIÓ Dissabte 11 de maig 18h Plaça de Sant Jaume (Barcelona)'. Logos for 'SI solidaritatcatalana per la independència' and 'Joves per la independència' are visible. Below the banner, it says 'Solidaritat fa una crida a la ciutadania a mobilitzar-se aquest dissabte per la Declaració d'Independència' and '08-05-2013'.
- Agenda:** A list of events:
 - MAI 11: Constitució del Consell Nacional de Solidaritat
 - MAI 11: Concentració: el 2013 Referèndum i Declaració d'Independència
 - MAI 18: Estelada Humana a Igualada
 A link 'Veure tots els actes' is provided.
- Solidaritat Media:** A video player showing a crowd at a 'Mobilització 11 de maig de 2013 Referèndum'. Below the video, it says 'Mobilització 11 de maig Necessitem la Declaració d'Independència 2013' and 'Veure tots els vídeos'.

At the bottom of the 'Solidaritat Media' section, there is a sub-section 'Si als mitjans' with the text: 'Manifestació per la declaració unilateral d'independència 09-05-2013 Vilaweb Si demana a Mas que "es plantegi la Declaració Unilateral d'Independència"'.

Canal de participació ciutadana d'El Punt Avui: www.elpuntavui.cat/participacio

El diari *El Punt Avui* té un espai de participació ciutadana en què es demana als usuaris que envïin notes per la redacció, cartes al director, fotos del temps, de les seves celebracions, temes que els preocupen sobre els ajuntaments...

Aquest apartat d'*El Punt Avui* ens pot servir no només per agafar idees de com han de participar els ciutadans, sinó també per veure com el diari explica què pretén amb aquesta secció i què s'hi pot penjar, que ho fa de manera molt gràfica.

Participa



FEU PREGUNTES AL VOSTRE AJUNTAMENT

Aquest és un espai obert conjuntament per El Punt Avui i cadascun dels ajuntaments que hi participen perquè els ciutadans preguntin tot allò que els preocupa sobre la gestió del municipi i perquè els integrants dels consistoris els responguin.

Preguntes a l'ajuntament de Torelló

Si el vostre ajuntament encara no s'ha afegit a aquesta iniciativa i voleu demanar-li que ho faci [premeu aquí](#).

Si sou membres d'ajuntament i el voleu afegir a la llista, [premeu aquí](#).



ENVIEU-NOS FOTOGRAFIES DE LES VOSTRES CELEBRACIONS

Envieu-nos les fotos de naixements, casaments, aniversaris, trobades d'amics i familiars o la inauguració de nous establiments i compartiu la celebració amb els usuaris del web.

NAIXEMENTS

MATARÓ
C/ ARGENTONA Nº 100
11/10/2012



CASAMENTS

SANTA EULÀLIA DE RIUPRIMER
EN MATEU I LA IRENE ES CASEN
00/00/0000



ANIVERSARIS

RODA DE TER
EN MARC SABATÉS I LAPORTA I LA SILVIA SOM ES CASEN!!!!
05/10/2010



INAUGURACIONS

BARCELONA
LA CABARETADA DE LA PASSIÓ
30/03/2013



CELEBRACIONS

SANTA EUGÈNIA DE BERGA
TROBADA FAMÍLIA ROVIRA



3.1. Conclusions del benchmarking

Després del benchmarking, no hem trobat cap pàgina que potencii el debat catalanista a través de vídeos i, més concretament, d'una xarxa de vídeos d'usuaris que es contestin entre ells tot creant xarxa. A més, la tècnica de crear itineraris de sentit està molt desaproveitada: no s'ofereix una recapitulació o resum o mostra dels vídeos més destacats per a aquells usuaris que no vulguin navegar sols per la web i necessitin que els guiïn.

D'altra banda, tampoc hem trobat cap pàgina que agrupi els comentaris i vídeos a través de mapes; n'hi ha però a un nivell molt simple i també sense la intenció de crear xarxa. Els elements més positius dels llocs web que hem inclòs al benchmarking són els que fan referència a l'apartat tècnic i de disseny, a banda de les metàfores que donen nom als projectes o a diversos apartats, i també de molt bones actualitzacions de contingut. La forma sol ser bona, el contingut també però hi ha petits detalls que

s'escapen, com aplicar els preceptes del periodisme digital, pensar en els usuaris i la manera com llegeixen la pàgina i aprofitar tots els recursos d'internet.

En definitiva, el benchmarking prova que la nostra idea, amb les seves particularitats, no és una de les webs més comunes a internet i que, per tant, podria funcionar bé en el moment de vendre-la a una associació catalanista i ocupar el seu lloc en el mercat. El debat independentista a través d'una xarxa de vídeos que, si l'usuari vol, pot trobar ordenats en petits reportatges i en mapes, és una idea viable i sense competència tot i haver-hi molts llocs web sobre el procés sobiranista.

4. Disseny del projecte

4.1. Introducció

Després d'estudiar com han de ser el periodisme digital i les formes de debat a la xarxa i d'analitzar la competència al benchmarking, cal aplicar tots aquests coneixements a l'hora de dissenyar l'estructura i el contingut del nostre lloc web. Aquest apartat servirà, doncs, per donar forma al projecte.

En principi, el disseny s'idea pensant en una web que permeti aplicar tots els elements desitjats. No obstant això, a causa dels costos i dificultats tècniques, la prova pilot que presentem en aquest treball estarà feta amb la plataforma Wordpress, molt més senzilla i bàsica que una web dissenyada amb tècniques flash per un professional. Així doncs, aquesta prova quedarà limitada però el disseny escrit serà molt més ambiciós.

Recordem que el nostre projecte, SENSE EMBUTS, neix de la idea d'aplicar un reportatge televisiu de debat sobre la independència de Catalunya en un mitjà digital. La pàgina web no només ens permet separar els vídeos dels experts que haguessin parlat en aquest suposat reportatge per tal que l'audiència decideixi quins vol escoltar i en quin ordre, sinó també que els lectors penguin els seus propis vídeos comentant les opinions dels experts. De manera que es crea un sistema hipertextual, una xarxa de vídeos. La pàgina web es mourà per la participació ciutadana i, per tant, és un projecte que s'anirà nodrint a través de l'audiència i que els administradors no saben fins a quin punt controlaran.

Tal com explicarem més endavant en aquest apartat, el fet que sigui una web de debat i participativa, implica que tindrà diversos nivells de lectura, des dels usuaris actius que hi navegaran amb facilitat i hi penjaran els seus vídeos o proposaran nous debats, fins als que només hi navegaran o els que necessitaran que els guiem entre tants vídeos i discussions.

Com s'ha vist al marc teòric, l'hipertext, el multimèdia i la comunicació interactiva amb els usuaris són els tres punts clau del periodisme digital. Doncs bé, tots tres els hem volgut fer aparèixer a SENSE EMBUTS, la nostra plataforma de debat social a través de vídeos.

4.2. Justificació del tema

Els continguts de SENSE EMBUTS estan relacionats amb el que s'ha vingut a denominar com el problema català: Catalunya pot ser independent o s'ha d'encabir dins d'Espanya? Quins avantatges o inconvenients implica cada opció? Seria viable econòmicament una Catalunya independent? Podria arribar a ser un Estat d'Europa? SENSE EMBUTS té la voluntat de tocar tots els matisos i grisos, que sovint queden desdibuixats a la premsa. Es tracta doncs d'un tema de l'actualitat política que mou molts ciutadans al carrer i que genera debat social.

4.3. El nom

Després d'una pluja d'idees en què van sortir títols de l'estil "Manifesta't", "L'oasi Català", "Dóna la cara", "Gota a gota" o "Propera parada: independència", va aparèixer el nom ideal per a la web: SENSE EMBUTS. Val a dir que alguns dels noms que s'havien ideat, ja apareixien en algun projecte o bé no eren prou cridaners.

En aquest sentit, SENSE EMBUTS també estava agafat, però després d'un anàlisi de la competència vam comprovar que no interferia en el nostre projecte. És el nom també d'una sèrie documental de Televisió de Catalunya poc popular sobre fer-se adult i resoldre les complicacions de la vida. Un tema gens relacionat amb el nostre projecte. També existeixen alguns blocs amb aquest nom però són espais dedicats a la cuina o literatura i, com que el nostre SENSE EMBUTS està pensat per ser una web, ja quedarien diferenciats en l'adreça URL (diferent dels blocs i les webs).

Cal dir que a l'hora de crear el bloc del projecte pilot s'ha hagut de fer amb el nom <senseembuts1.wordpress.com> perquè els dominis de Wordpress sense el número 1

ja estaven ocupats. Per ser coherents, hem donat el mateix nom a l'adreça del Gmail (senseembuts1@gmail.com).

Amb tot, el títol de SENSE EMBUTS ens remet a dir les coses clares, si cal amb tots els matisos que puguin tenir, que és exactament la filosofia d'aquest projecte: en un moment en què els ciutadans s'hi juguen el futur amb la independència, només se senten les veus a favor o en contra però hi ha molts grisos i volem ser una plataforma en què tothom hi pugui dir la seva sense por, sense tòpics i amb la certesa que algú t'escoltarà.

4.4. Estètica

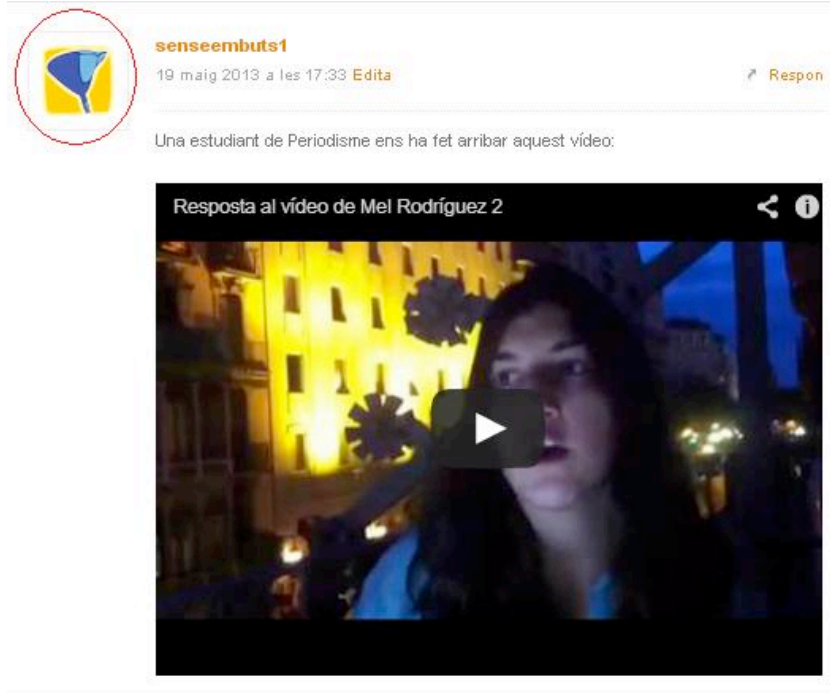
4.4.1. Disseny del logo

A l'apartat de benchmarking, ens vam adonar que els colors corporatius del logo de SENSE EMBUTS no podien ser vermell i groc, ja que es podien confondre amb l'estelada i la senyera, a més de pàgines de partits polítics. I, indirectament, això hagués provocat que els usuaris en desacord de la independència de Catalunya haguessin trobat una barrera per comentar-hi.

Per això, hem triat un blau fosc i un groc brillant que no ens poguessin remetre a altres logos. I, altre cop tornant al benchmarking, hem jugat a deixar clar el contingut a través del disseny gràfic a l'hora de crear el logosímbol: la lletra "T" de SENSE EMBUTS representa un embut, que ens pot remetre als megàfons que es fan servir a les manifestacions per donar altaveu a les opinions dels manifestants.



Aquest embut també l'hem utilitzat com a element de referència en la imatge de perfil del nostre usuari als comentaris.



4.4.2. Llibre d'estil

- **Llenguatge:** Les poques paraules que utilitzarem seran aptes per a tots els públics. Amb això volem dir que no farem servir tecnicismes que considerem que no siguin prou coneguts. Per exemple, considerem que "majoria absoluta" és un concepte que tothom coneix. En canvi hi ha paraules com "plebiscit" que no tothom en sap el seu significat. Per aquest motiu, els nostres escrits i les nostres preguntes es formularan de forma directa, sense confusions, i amb el llenguatge que fa servir la gent del carrer.

Cal tenir en compte, però, que els protagonistes de la nostra web seran els vídeos i que per tant els escrits quedaran força en segon pla i que la gran majoria no passaran d'una extensió de deu línies.

Per altra banda, i tenint en compte les publicacions que els nostres usuaris faran en forma de vídeo, intuïm que el seu llenguatge serà el que utilitzen cada un d'ells a la seva vida quotidiana.

També pel que fa als vídeos, sí que haurem de censurar aquelles paraules considerades insults o paraulotes.

- Aspectes formals:

.Cada vegada que escriguem SENSE EMBUTS, ho farem en majúscula.

.Els títols dels vídeos seran curts, concisos i precisos i sempre formulats en pregunta. Intentarem que al menú de vídeos només tinguin una línia.

.Els textos introductoris als vídeos no s'allargaran més de deu línies.

.Els itineraris de sentit, tal com es desprèn del marc teòric i el benchmarking, contindran hipertext i elements multimèdia.

- Tipus de recursos: Com ja hem dit anteriorment, els recursos que utilitzarem al nostre web seran vídeos externs emesos a mitjans de comunicació, vídeos elaborats per nosaltres i vídeos que ens enviïn els nostres lectors.

També utilitzarem el servei de mapes de Google Maps. Serà un sistema d'ordenació més dels vídeos de SENSE EMBUTS. I servirà als lectors de filtre per poder saber què pensa la gent del seu poble o d'un punt del món en concret sobre la independència de Catalunya.

- Quines fonts utilitzem: Com hem dit, hi haurà fonts pròpies amb vídeos elaborats per l'equip de SENSE EMBUTS i també per part dels lectors del portal. A més, n'hi haurà un reguitzell de mitjans de comunicació dels quals agafarem fragments de la programació que hagin emès per discutir-ho.

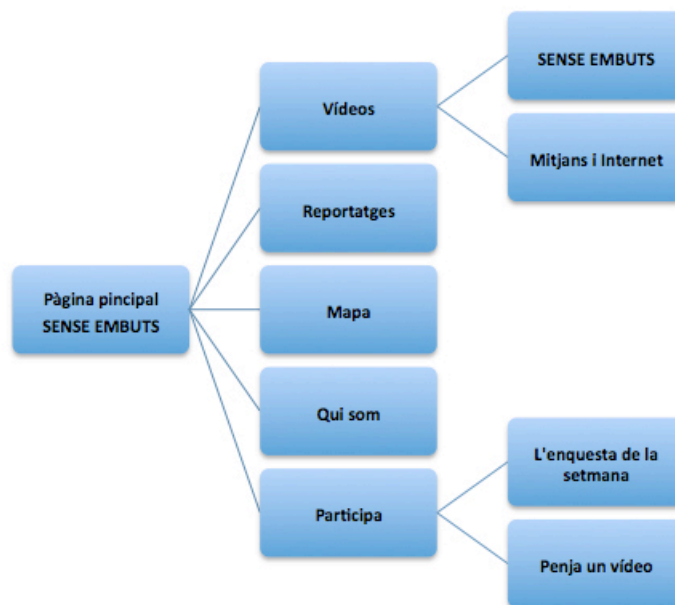
Evidentment, prendrem fonts en totes direccions, tant de mitjans catalanistes com espanyolistes. El límit, evidentment, serà el respecte, tot i que alguns reportatges com el de *Telemadrid* que es pot veure al pilot de SENSE EMBUTS estan plens de fal·làcies. No perquè nosaltres considerem que siguin fal·làcies, sinó per la narrativa dels vídeos i la manera com col·loquen les imatges i ordenen la realitat. És a dir, diem que són fal·làcies en base a judicis de fets i no de valors.

Doncs bé, és important que hi hagi vídeos com aquests, ja que hi pot haver discussions interessants entre els usuaris, ja no només a nivell polític sinó també a nivell semàntic i d'ús del llenguatge. Els criteris utilitzats per escollir els vídeos seran la noticiabilitat i que siguin mediàtics, per captar l'atenció, però també ens interessen les informacions que fugen de l'agenda marcada pels mitjans, ja que volem totes les visions possibles.

- **Periodicitat:** SENSE EMBUTS s'actualitzarà de forma constant. Com diem a la presentació del nostre treball, el portal web ha de ser com un diari on hi anem anotant, compartint i debatent reflexions sobre una Catalunya independent i tot el que està passant en aquest moment al nostre país o a qualsevol punta del món i ens afecta.

4.5. Arquitectura de la pàgina

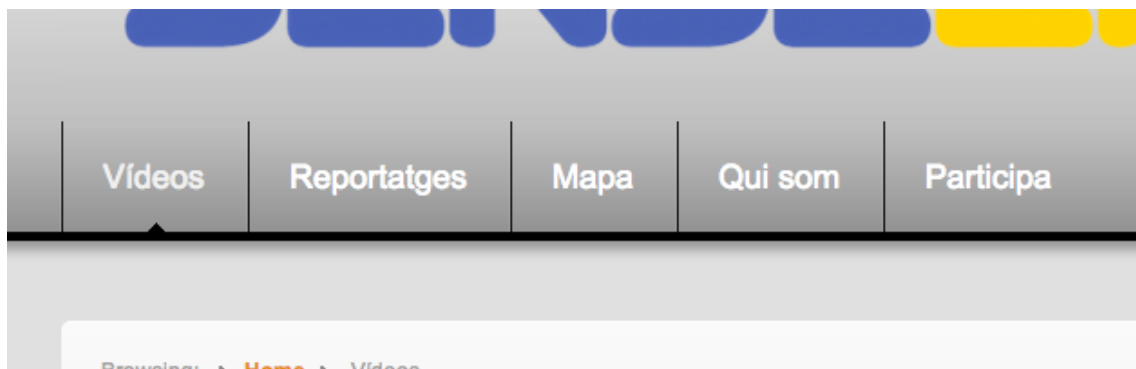
El portal web SENSE EMBUTS té aquesta arquitectura. Està formada per tres interfícies diferents. A continuació les anirem desgranant una per una.



- **Capçalera:** és el primer en què es fixa el lector en entrar al lloc web i, per tant, la capçalera ha de ser cridanera i alhora deixar clar on es troba. Com s'ha comentat a l'apartat anterior, el logotip ha de denotar participació i per això la metàfora de l'embut com a megàfon ha de ser clara. No s'ha d'obviar, però, el propi nom de SENSE EMBUTS, ja que és important que ocupi l'espai central de la part superior de la pàgina.



- **Menú superior:** situat just a sota la capçalera per permetre a l'usuari fer-se una idea de com s'estructura la pàgina i accedir a certs continguts de manera directa. Està format pels següents apartats i els seus corresponents subapartats desplegable:



·Vídeos

- **Sense Embuts:** produïts pels propis responsables de la pàgina o bé pels lectors, que els envien als responsables. Seran des d'enquestes a peu de carrer fins a reportatges, en el cas dels creats per l'equip de SENSE EMBUTS, i respostes a altres vídeos o propostes de temes, en el cas dels que pengin els usuaris.

- **Mitjans i Internet:** vídeos que ni lectors ni l'equip de SENSE EMBUTS han produït; es troben a la xarxa. Els responsables de la web els troben i els proposen, o bé els lectors

els envien per ser susceptibles de publicar-se. Els responsables els moderaran de la mateixa manera que els que estiguin editats per usuaris.

Vídeos

Catalunya, un nou Estat d'Europa?

By senseembuts1 3 abril 2013 Deixa un comentari



A finals de l'any passat, Televisió de Catalunya va dedicar un documental de 30 minuts a analitzar si la independència catalana és viable des del punt de vista jurídic i si seria possible que, un cop independent, Catalunya ingressés com a Estat de la Unió Europea. Un reportatge que porta per títol "La independència pas a [...]"

Sharif, un nord-americà commogut per l'11-S

By senseembuts1 3 abril 2013 Deixa un comentari



A principis del novembre passat, l'empresa Stand-up productions va penjar un vídeo a la xarxa en què un nord-americà que es feia dir Sharif afirmava que havia pres part en la multitudinària manifestació de l'11 de setembre i defensava la independència de Catalunya. El vídeo va tenir molt ressò mediàtic i fins i tot hi [...]"

·**Qui som:** apartat on s'explica als lectors els objectius i la voluntat del projecte.

Deixa un comentari

Qui som

En els moments històrics, només es pot parlar sense embuts. Quan els ciutadans s'hi juguen quelcom important, s'han de dir les coses clares. Això sí: sense caure en tòpics ni radicalismes, mostrant tots els matisos i grisos.

Ara ens trobem en un moment històric. Per primera vegada en molt temps, l'autodeterminació de Catalunya és present en el debat públic i té altaveus per fer-se valdre.

En són exemples, la multitudinària manifestació de l'11 de setembre sota el lema "Catalunya, nou Estat d'Europa", la insubmissió fiscal a Espanya per part dels ajuntaments, l'aprovació d'una declaració sobiranista per part del Parlament i la manifestació que l'11 d'octubre van fer els ciutadans que volien continuar pertanyent a l'Estat Espanyol.

Per això, l'objectiu d'aquesta pàgina web, SENSE EMBUTS, és generar debat entorn del procés sobiranista, des de fets actuals fins a un futur hipotètic d'una Catalunya independent, i contestar tots els dubtes amb totes les possibles respostes.

Vosaltres, els usuaris, teniu la paraula. Podeu comentar els vídeos i enquestes que us proposem a través de comentaris de text i, sobretot, de vídeos breus penjats al YouTube en què expresseu la vostra opinió. No cal dir que també podeu proposar noves línies de debat. Només ens ho heu d'enviar a senseembuts1@gmail.com.

SENSE EMBUTS és una prova pilot molt senzilla del projecte de final de carrera de tres estudiants de Periodisme de la Universitat de Vic. Un projecte que neix amb l'objectiu de generar debat per sospesar quin futur li convé més a Catalunya a través d'arguments i notícies aparegudes als mitjans, vídeos enviats per usuaris, comentaris dels usuaris i altres propostes generades per l'equip de SENSE EMBUTS.

·**Reportatges:** aquest apartat porta als lectors a diversos itineraris de sentit per aquells que prefereixin que se'ls ofereixi la informació ja elaborada. Es combinarien vídeos de qualsevol dels tres apartats descrits sobre aquestes línies amb comentaris de text de lectors, enquestes pròpies de SENSE EMBUTS i informació complementària, com ara dades de l'Idescat.

·**Mapa:** mapa interactiu en què, un cop els moderadors o responsables hagin acceptat i penjat un vídeo dels lectors, es podran consultar els indrets del món des d'on s'han enviat. El mapa no es podrà desenvolupar en el projecte pilot, per manca de recursos.

·**Participa**

- L'enquesta de la setmana: qüestionari setmanal on es farà una pregunta relacionada amb el procés sobiranista de Catalunya. També estarà a la pàgina principal. En un primer moment s'havia pensat de tancar les enquestes al cap d'una setmana, però quan la pàgina arrenca es necessiten comentaris i es deixarien obertes sempre, per tal d'aconseguir més participació. Un cop has votat, pots veure quins són els resultats en un gràfic que apareix al lloc on hi havia les preguntes. En el pilot, la imatge de l'enquesta no pot quedar incrustada a la pàgina principal; només s'hi veu el text. Quan el projecte es desenvolupi, hauria de quedar-hi incrustada. Val a dir que les enquestes no són fiables del tot perquè un cop has votat, si reinicies l'ordinador, pots tornar a votar. De totes maneres, les que els diaris digitals utilitzen de vegades i després aprofiten per les seves notícies funcionen de la mateixa manera i, tot i no ser fiables al cent per cent, són prou orientatives.

- Penja un vídeo: espai on s'explicaran les instruccions de com participar en el projecte, és a dir, de quin procediment han de seguir els lectors que vulguin enviar els seus vídeos.



- **Menú de vídeos:**

Menú de la pàgina principal on es veuen com van passant els vídeos més destacats i els lectors poden escollir aquell que les crida l'atenció. Hi ha títol i un peu que explica de què van.

- **Menú lateral (dret):**

- Cerca
- Pàgines més visitades
- Núvol d'etiquetes
- Etc.

4.6. Vídeos

Els vídeos no només s'organitzen a través del menú de vídeos de la pàgina d'entrada sinó també a través del llistat del menú principal, d'un mapa que els divideix geogràficament i d'un núvol d'etiquetes que permet buscar-los per temes.

Com ja s'ha dit, hi ha tres tipus de vídeos. En primer lloc, els vídeos d'actualitat relacionats amb el procés sobiranista que apareguin a la xarxa i als mitjans de comunicació. En segon lloc, aquells vídeos creats per SENSE EMBUTS, ja siguin enquestes a peu de carrer dels perfils d'edat i ideologia que ens manquin, d'experts en el tema, de manifestacions... Aquests dos tipus de vídeos estan gestionats pels administradors. Finalment, però no menys importants, hi ha els vídeos que proposen els usuaris. Són vídeos que contesten a altres vídeos o que inicien nous debats.

Quan un usuari cliqui a un vídeo, hauria d'aparèixer una pantalla desplegable deixant el vídeo a l'esquerra i a la dreta mostrant el recorregut d'aquest vídeo. És a dir, d'on ve la conversa, si n'està contestant un altre, si ha tingut respostes... Per tant, s'hauria de fer una cosa semblant a les converses del Twitter, que resol molt bé aquesta part de veure la xarxa de comentaris. Amb el Wordpress no ha estat possible.

D'altra banda, cal parlar de la forma d'enviament de vídeo. A la web s'hi preveu un apartat que ho expliqui. Els usuaris han d'anar al Youtube (si tenen adreça de Gmail, ja no cal que s'hi creïn un compte de Youtube) i a l'hora de clicar la opció "Penjar un vídeo" han de triar la que els permet gravar-lo en directe amb la webcam i després ja queda penjat. L'haurien d'etiquetar amb el nom de la nostra web i enviar-nos-el. També s'accepten vídeos gravats amb el mòbil o qualsevol altra forma (com el Whatsapp) i que després s'enviïn a l'adreça del web. Totes les formes són vàlides perquè, com veurem a l'apartat en què descrivim el pilot, la gent té ganes de comentar però o bé no té prous recursos tècnics, o bé li fa mandra...

Evidentment, caldria estudiar quines implicacions té a nivell de drets d'imatge, llibertat d'expressió i propietat intel·lectual, pujar vídeos d'usuaris a la xarxa, especialment en el cas dels menors. I també veure si es permetria que un usuari pogués esborrar el vídeo si volgués o no, cosa que controla ell, si ho ha penjat des del YouTube. Això

llavors crearia problemes de coherència a la xarxa però qui penja un vídeo té tot el dret de canviar d'opinió i borrar-lo.

A la web, dediquem un apartat a explicar com s'han de penjar els vídeos o com ens els poden enviar, dins de l'apartat Participa:

Deixa un comentari

Penja un vídeo

Els usuaris sou els protagonistes de SENSE EMBUTS. Aquesta web serà una forma de donar-vos altaveu a través dels comentaris escrits i els vídeos que ens envieu.

Per penjar un vídeo, podeu gravar-lo amb el mòbil i enviar-nos-el a senseembuts1@gmail.com . També podeu fer-vos un compte de YouTube o Vimeo (exceptuant que ja en tingueu o que tingueu correu electrònic amb Gmail, que ja serveix per penjar-hi vídeos).

Graveu el vídeo i tituleu-lo amb el vostre nom i el tema del qual hi parleu. Si es tracta d'una contesta a un vídeo, enquesta, reportatge o comentaris d'usuaris que ja apareguin a SENSE EMBUTS, indiqueu-ho al principi del vostre discurs.

I, pel que fa a les etiquetes, poseu-hi "sense embuts", a banda de les ja relacionades amb el tema que toqueu al vídeo.

Un cop penjat a Internet, envieu-nos el vostre vídeo també a senseembuts1@gmail.com i el nostre equip el penjarà a la web per promocionar-lo i que generi debat.

4.7. Mapa interactiu

El mapa interactiu té com a finalitat aportar una via alternativa, geogràfica concretament, per la navegació de l'usuari. És a dir, la motivació d'aquest quan utilitzi el mapa estarà fonamentada principalment en el lloc des d'on altres usuaris hagin penjat els seus vídeos. Es pretén que qui opti per aquesta opció pugui navegar a través del mapa sense deixar de banda el fil conductor del lloc web que és, al cap i a la fi, els vídeos penjats.

Estarà creat amb Google Maps. Per assolir-ho, el disseny del mapa ha de ser el següent:

- Accés i localització: es pot accedir al mapa mitjançant dues vies: el menú superior i el lateral. En el superior simplement apareix el nom i, al fer clic a sobre, ens porta al mapa. En el lateral apareix de manera interactiva, és a dir, amb la pròpia forma del mapa. Des d'aquesta localització la funcionalitat es limitaria a moure el mapa i augmentar o reduir el zoom per veure els punts geogràfics des d'on s'han enviat vídeos.

Per accedir a totes les funcions s'ha de fer clic a la pestanya del menú superior o al nom de "mapa" que també apareixerà a sobre del mapa que apareix al menú lateral. Totes dues vies ens portaran al mateix lloc, una pàgina on apareix el mapa ampliat i, a més de navegar-hi amb el cursor i el zoom també es podrà fer clic a cada punt que hi aparegui.

Cal remarcar que cada punt correspondrà a un vídeo i estarà localitzat a l'indret amb què es correspongui el seu origen. Un cop fet el clic, apareixerà una pantalla dividida superposada a sobre el mapa. Tot seguit la descrivim.

- Pantalla dividida: no es tracta d'una pàgina nova, sinó d'una imatge superposada a la pàgina del mapa. Està dividida en dos:

- Banda esquerra. Vídeo del punt on s'ha fet el clic.
- Banda dreta. Llista de vídeos relacionats: vídeo al qual respon i llistat de vídeos successius en resposta a aquest.

Cal remarcar, altre cop, que amb Wordpress no es podrà aplicar l'efecte de superposició de pantalles ni la seqüència dels vídeos relacionats.



The screenshot shows the homepage of the SENSE EMBUTS website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Videos', 'Reportatges', 'Mapa', 'Qui som', and 'Participa'. The main content area features a large video player with the title 'Catalunya, un nou Estat d'Europa?' and a video thumbnail titled 'LA INDEPENDÈNCIA, PAS A PAS'. Below the video player, there is a section for 'L'enquesta de la setmana' with two poll options: 'Una Catalunya independent seria acceptada a Europa?' and 'Quin futur li convé a Catalunya?'. To the right of the video player, there is a 'Top Articles' section with three article previews, each including a small image and a 'DEIXA UN COMENTARI' link. At the bottom right, there is a search bar and a 'Més visitat' section showing the most visited article.

4.8. Participació

4.8.1 Target

El públic objectiu de Sense embuts són totes aquelles persones de Catalunya que tinguin a partir de 16 anys, més o menys, i estiguin interessades en el procés sobiranista català. Això no implica que només ens dirigim a un target independentista. Al contrari: perfils com els convençuts a mitges, els autonomistes i els catalans que se senten espanyols també ens interessen.

És evident, però, que no tots els sectors del nostre públic objectiu estaran disposats a penjar vídeos de contesta o tindran les eines necessàries per fer-ho. Estem pensant en les persones d'edat més avançada i, per tant, que no són nadius digitals i en les persones poc convençudes amb la independència o totalment en contra, que es poden pensar que no volem la seva opinió o els pot fer vergonya comentar.

Per tant, caldrà idear una forma per tal d'aconseguir aquests perfils que d'entrada sembla que ens faltarien. La més senzilla és a través de la gravació de vox populi o enquestes en diversos pobles catalans per part dels administradors.

D'altra banda, val a dir que, segons les edats i caràcter dels usuaris, SENSE EMBUTS comporta diversos nivells de lectura i de participació:

- 1) Usuaris que només volen seguir les opinions i formar-se una opinió navegant per SENSE EMBUTS pel seu compte, sense comentar
- 2) Usuaris que només volen seguir les opinions però no pel seu compte i, per tant, se'ls ha de donar un itinerari més marcat (amb la secció dels reportatges que engloben les respostes i vídeos més destacats de la web, per exemple)
- 3) Usuaris actius que penjen vídeos, deixen comentaris, contesten les enquestes i generen debat
- 4) Usuaris amb vergonya o que no tenen opció de penjar vídeos o no en saben i, per tant, només fan comentaris de text

4.8.2. Comentarís

Els vídeos i els comentaris de Sense embuts necessiten l'aprovació dels administradors per tal de ser publicats, tal com passa en la majoria de diaris digitals. És evident que en un terreny com el polític hi poden haver insults i desqualificacions i, per això, cal aplicar-hi un filtre.

Es dóna llibertat als usuaris a l'hora de redactar o gravar la seva opinió, per tal que hi hagi varietat. De tota manera, seria adequat que diguessin a quin vídeo o comentari responen i creessin xarxa.

4.8.3. Formes de difusió

La web s'ha de donar a conèixer i la forma més senzilla per fer-ho és a través de les xarxes socials. S'ha escollit Facebook, Twitter i Youtube. Facebook perquè és la més participativa, Twitter perquè té molt a veure amb la intel·lectualitat i el debat polític i Youtube perquè és la xarxa social més coneguda a l'hora de penjar vídeos i, de fet, la que s'ha triat pels vídeos de SENSE EMBUTS, tal com ja s'ha dit. Els vídeos es penjaran al Youtube (o, si convé, al Vimeo, que s'assemblen molt) però no a Facebook i Twitter. En aquestes últimes plataformes, només s'hi enllaçaran però es podran veure igualment des d'allà.

Cal estudiar també altres formes de difusió. En el procés sobiranista és molt comú que els diversos grups actius es comuniquin a través de cadenes de missatgeria instantània WhatsApp i de cadenes de correu electrònic. Seria una manera de buscar nou públic perquè pengés vídeos de contesta o difongués aquells més cridaners que portaríem a terme a través del correu electrònic senseembuts1@gmail.com i un mòbil de la web. Mentre dissenyàvem el projecte, ens vam assabentar que estan apareixent diaris als EUA a través de WhatsApp. Solen difondre informacions d'última hora i els periodistes els controlen per correu electrònic.

4.8.4. Usuaris de prova

El projecte pilot amb Wordpress s'ha obert a una mostra d'usuaris propers a l'equip de SENSE EMBUTS que puguin provar la web, actualitzar-la amb les seves opinions i comprovar si és fàcil comentar-hi, penjar-hi vídeos i crear xarxa. De la mateixa manera, també es faran algunes enquestes a peu de carrer per suplir les opinions i punts de vista que ens manquin.

4.9. Altres elements

D'altra banda, el món d'Internet és universal i, com s'ha comentat al marc teòric, cal buscar sempre l'originalitat i la diferenciació respecte a altres webs. És per això que es podria estudiar en un futur la possibilitat que la nostra web oferís altres serveis relacionats amb el debat sobiranista, com si actués com a portal que ho aglutinés tot sobre la independència. Estem parlant de serveis que poden anar des de l'agenda de l'assemblea i d'actes o conferències sobre el aquesta temàtica fins a comprar el *merchandising* d'associacions independentistes i de la llengua catalana directament des del nostre portal. Això no només oferiria un tret diferencial que ajudaria a emmarcar l'usuari en el món independentista a internet, li estalviaria recerques i li donaria comoditats, sinó que també seria una possible via d'autofinançament del nostre projecte.

Un cop consolidat el projecte es podria estudiar, doncs, la possibilitat d'incloure-hi aquests elements:

- Bibliografia a favor, en contra o al centre pel que fa a la independència
- Anuncians independentistes (per exemple les sabates amb estampat de l'estelada)
- Agenda d'actes, conferències independentistes o no
- Pàgines d'enllaç a el major nombre de llocs web independentistes

Ara bé, això podria tenir inconvenients. Ja hem dit que hem dissenyat un lloc obert amb voluntat de mostrar diverses opinions i no només les que estan a favor del procés sobiranista. Per tant, de moment no inclourem aquests elements descrits per por de perdre el target no independentista.

El que sí que tenim intenció de fer és vendre el projecte a un mitjà o alguna de les gairebé cent entitats, associacions o fundacions que treballen de forma *altruista* per la independència. Alguns exemples són Plataforma per la llengua, Decidim.cat, el Cercle Català de Negocis, l'Ateneu Sobiranista Català, Xarxa independentista... Potser, per coincidència amb altres projectes, no ens hi podrem implicar al cent per cent i sols

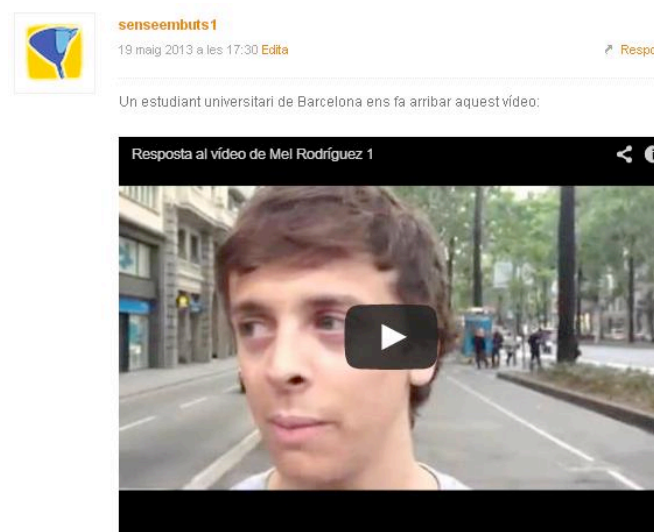
figurarem com a creadors de la idea. Però seria enriquidor poder trobar una sortida a aquest projecte final de grau i que SENSE EMBUTS veiés la llum més enllà de la prova pilot.

5. Projecte pilot

Com hem dit anteriorment, tot el que hem dissenyat s'ha aplicat a un projecte pilot que emprava la plataforma de blocs Wordpress. No obstant això, incidim un cop més en la idea que a l'hora de desenvolupar SENSE EMBUTS de manera professional es faria servir la programació web i, per tant, la plataforma de debat tindria moltes més eines. Queda palès, doncs, que la prova pilot és com un sucedani del que seria en realitat.

Segons les dades orientatives que ofereix la plataforma Wordrpes, fins al dia 26 de maig de 2013, SENSE EMBUTS va rebre 1.124 visites, 22 comentaris en format text i 4 en format vídeo. Molts comentaris no aportaven noves visions, no contestaven els vídeos i, per tant, no feien xarxa. Els usuaris no van crear una xarxa de debat entre ells però els seus comentaris de text estaven escrits amb opinions argumentades. El mateix va passar amb els vídeos, que sí que responien a la pregunta que se'ls plantejava però, en canvi, no es donaven resposta entre ells. Trobem a faltar, doncs, la interacció que plantejàvem a l'apartat de disseny. A l'hora de crear la web s'haurà d'estudiar com potenciar aquest punt. A l'apartat de conclusions, proposarem diverses vies de treball.

A tall d'exemple dels vídeos enviats, hem agafat el de Nacho Granados, estudiant de Periodisme a la Universitat Ramon Llull de Barcelona. Explica que és de Galícia i se sent identificat amb la protagonista del vídeo que comenta: Mel Rodríguez, una andalusa que parla de l'atac dels espanyols envers els catalans.



Com a mostra dels comentaris escrits, hem seleccionat els dos textos que apareixen a continuació. Donen resposta al vídeo de producció pròpia de SENSE EMBUTS en el qual es fa una enquesta a alguns alemanys sobre el seu grau de coneixement del procés sobiranista que viu Catalunya.



M.Dolors Munmany
15 maig 2013 a les 22:17 [Edita](#) [Respon](#)

Dolors
15 maig 2013

Crec que a la Unió Europea són molts pocs els que estant informats de la problemàtica de Catalunya envers Espanya. Molta gent viu al dia i no li interessa la situació d'un país petit.



Dolo
13 maig 2013 a les 13:49 [Edita](#) [Respon](#)

Sap greu que en un país tan avançat com Alemanya la no tingui accés a l'informació de l'actual estat d'altres països i regions que també són part de la Unió Europea i que en realitat no estan tan distants. Crec que tothom hauria de tenir interès per saber no només coses del seu propi país, sinó també d'altres i així podrien opinar amb criteri, perquè moltes de les parelles del video no estaven informades de manera adequada per respondre les preguntes que l'entrevistador feia i algunes respostes eren una mica exasperants.

Com hem dit, estem satisfets de la qualitat dels comentaris. També del sistema per publicar-los segons el qual no es penjaven al pilot fins que l'equip de SENSE EMBUTS no els validava. En aquest sentit, la veritat és que s'han pogut publicar tots els comentaris rebuts perquè han estat seriosos i amb bons arguments.

Respecte al perfil d'usuaris de la prova pilot, estem parlant de gent sobretot jove, en especial pel que fa als autors dels vídeos. Als internautes no els costa deixar-hi comentaris de text i no tenen vergonya de sortir-hi donant la seva opinió en un vídeo; el que els frena és l'aspecte tècnic, perquè pensen que hi ha massa feina i es perd

massa temps a l'hora de penjar un vídeo. A les conclusions del treball, també intentarem trobar diverses solucions a aquest aspecte.

D'altra banda, la gent que no ha volgut comentar ni tampoc penjar un vídeo, ha participat activament a les enquestes que des de l'equip de SENSE EMBUTS es proposaven cada setmana, en què només calia marcar l'opció que més s'acostava a la seva opinió. Ho sabem perquè vam rebre moltes votacions. Una de les que han rebut més participació és la que presentem a continuació.

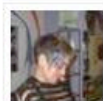
Una Catalunya independent seria acceptada a Europa?

Posted by [senseembuts1](#) on 3 abril 2013 in [L'enquesta de la setmana](#)



Cal dir que hi ha hagut internautes que han comentat les enquestes. Valorem positivament que puguin afegir reflexions i opinions a banda de les opcions de resposta que se'ls oferia d'entrada.

“Quin seria el model lingüístic més eficient en un Estat català?”



Lidia Casals Serra

15 maig 2013 a les 19:28 [Edita](#)

[Respon](#)

Amb la manifestació de l'11 de setembre amb més d'1,5 milions de persones amb el lema "Catalunya nou estat d'Europa", vàrem donar a conèixer al món els somnis d'un país de caràcter pacífic, democràtic i profundament europeu. Per tant, els catalans, com a ciutadans europeus, tenim el dret de demanar que es reconegui el dret de Catalunya a ingressar en un futur a la Unió Europea com a nou estat membre. Hem d'intentar-ho entre tots, ara no podem desistir per el nostre reconeixement Europeu!

Pel que fa a les entrades que oferíem als usuaris, hem intentat que hi hagués varietat d'opinions, és a dir, tant hi hem fet aparèixer reportatges de Televisió de Catalunya com d'Intereconomia o Telemadrid. Sempre amb l'objectiu de donar veu a totes les parts del discurs.

Parlar català, comparable a fer un escopit?

By senseembuts1  14 maig 2013  Deixa un comentari (Edita)



Alfred Bosch, diputat d'ERC al Congrés espanyol, va ser entrevistat al programa El gato al agua d'Intereconomia. Tant les seves intervencions com les del presentador estan plenes d'arguments sobre la independència de Catalunya que ens agradaria que comenteu, reafirmeu, rebateu, analitzeu si tenen fal·làcies... Un moment curiós de l'entrevista és quan el presentador demana a [...]

Com veuen els alemanys la independència catalana?

By senseembuts1  11 maig 2013  2 comentaris (Edita)



L'equip de SENSE EMBUTS va poder entrevistar diversos alemanys i alemanyes per tal de conèixer les seves opinions sobre el procés sobiranista català i veure si n'estaven ben informats. La majoria es mostren federalistes i expliquen que el tema no apareix gaire a les notícies del país. No hi estan massa interessats.

Els catalans manipulen el llenguatge com els nazis

By senseembuts1  11 maig 2013  1 comentari (Edita)



L'informatiu de Telemadrid va emetre un reportatge titulat Mestres de la manipulació semàntica en què es posava a revisió l'ús d'eufemismes en boca dels polítics per tal de manipular-nos. Una tècnica que asseguraven que els catalans i els bascos han heretat d'Stalin i Hitler.

6. Conclusions

A l'hora de recapitular i oferir els resultats d'aquest projecte final de carrera, hem de distingir entre diversos aspectes: tant en podem treure conclusions acadèmiques i teòriques com conclusions del disseny i la prova pilot de SENSE EMBUTS.

En el camp del món acadèmic, les diverses lectures que configuren el marc teòric d'aquest treball deixen palès que ens trobem en un canvi de paradigma pel que fa al periodisme i, de fet, també a moltes formes de vida social. Un canvi de paradigma propiciat per internet i el 2.0 que implica nous formats i noves maneres d'explicar la realitat. Ara bé, les bases tradicionals del periodisme com la noticiabilitat, els continguts i el codi deontològic, no canvien.

Els gèneres periodístics es modifiquen a internet: el periodisme digital ha de passar per la hipertextualitat, els elements multimèdia i la comunicació interactiva. Tots tres àmbits queden reflectits al nostre projecte web, SENSE EMBUTS, que no deixa de ser una forma del que s'ha vingut a anomenar com a e-participació o e-democràcia. S'ha intentat, doncs, potenciar la horitzontalitat amb els usuaris, la convergència de plataformes (fotos, vídeos, mapes interactius, enquestes...) i la creació d'una xarxa de comentaris i vídeos que podria ser l'inici d'una nova forma narrativa del discurs periodístic. Una forma narrativa no lineal, que s'actualitza gràcies als usuaris i que s'escapa de les mans de l'equip de periodistes que ho gestiona.

Aquestes són algunes de les característiques del periodisme online i de la nostra web, a les quals hem d'afegir la immediatesa i la necessitat de cenyir-se encara més a la piràmide invertida quan s'escriu per a la xarxa, ja que els usuaris llegeixen titular, lead i poca cosa més. Els continguts i criteris, com dèiem, no varien i són els mateixos del periodisme de tota la vida. Ara bé, després d'aquesta anàlisi, podríem concloure que, tant el periodisme tradicional com el digital, solen obviar que la realitat va molt lligada als usuaris i no han acabat de trobar la forma adient de potenciar aquest aspecte.

Això hauria de fer que ens replantegéssim els criteris de noticiabilitat, que sovint es mouen per interessos econòmics o per allò mediàtic i que encotillen els periodistes fins al punt que no els permeten representar la realitat amb fidelitat. No hem d'oblidar que hi ha aspectes de la vida que no surten als diaris però que això no els converteix en

menys importants o fa que no mereixin ser notícia. El que apareix a l'agenda dels mitjans dista de la realitat i hauríem de proposar-nos ser-ne conscients quan exercim de periodistes. És per això que SENSE EMBUTS es presenta com una polifonia de veus i opinions, per trobar totes les cares de la realitat i evitar caure en les opinions ja esteses, que sempre són les més noticiables, sols pel fet de ser la corrent principal.

Tot això pel que fa a nivell acadèmic. A nivell professional, la prova pilot del projecte també ens ha fet arribar a diverses conclusions. Algunes ja les intuïem, com el fet que hi ha capes de la població a qui costa penjar vídeos a internet i que, fins i tot els joves i els nadius digitals, tenen mandra o pocs recursos tècnics per fer-ho. La majoria de gent preferia deixar-nos comentaris escrits.

Considerem, doncs, que hi ha aspectes de SENSE EMBUTS que caldria plantejar de nou. Per resoldre la manca de vídeos es podria obrir la web a videobloggers, molt actius a la xarxa, i buscar la resta de perfils a través dels vídeos elaborats per l'equip de la pàgina, és a dir, enquestes a peu de carrer. Una altre solució seria potenciar que els usuaris des de SENSE EMBUTS mateix poguessin clicar la opció de comentar un vídeo amb la webcam, aprofitant el moment de ràbia o acord amb un altre vídeo i ganes de rebatre'l o fer-li compliments.

Un altre punt a millorar és el de la narrativa audiovisual. Cal trobar una manera perquè només en entrar a la pàgina, els usuaris ja sàpiguen què hi poden fer i què els ofereix. Això al pilot no passava, tal com ens ho van transmetre alguns dels usuaris que el van provar. Tenien dubtes de què buscàvem exactament perquè no entraven a la pàgina anomenada Qui som. Per això, suposem que no van contribuir a crear xarxa; comentaven els vídeos amb les seves opinions però no contestaven als altres usuaris. Potser, en crear la web després del pilot, caldria col·locar-hi alguns baners o gràfics il·lustratius sobre com penjar vídeos, l'objectiu de crear xarxa, el fet que totes les opinions hi tenen cabuda...

Una altra forma per contribuir a crear xarxa seria mostrar vídeos o comentaris d'usuaris a aquelles persones que l'equip de SENSE EMBUTS aniria a enquestar al carrer que elles els contestessin; potenciar més el fet que els usuaris puguin triar el

tema i obrir una conversa; acostar dos usuaris oposats ideològicament enviant un correu electrònic a cadascun per veure si hi tenen alguna cosa a dir...

A l'hora de crear la web, també caldrà tenir en compte dissenyar el programari corresponent per tal de poder agrupar els vídeos en xarxa (també en el cas de l'apartat del mapa). La millor manera que se'ns acudeix és separant la pantalla en dues parts: una en què es pogués visualitzar el vídeo i una altra que fos com un fris cronològic en què es contextualitzés el vídeo en la conversa. En aquest sentit, val a dir que la part de crear xarxa ha fallat al pilot no només perquè els usuaris no es contestaven entre ells, sinó també perquè el Wordpress no ens oferia prou recursos per potenciar-la.

Pel que fa als continguts, hem de dir que va ser una bona idea aprofitar els vídeos i les enquestes per crear petits reportatges o itineraris de sentit. Altre cop estem parlant de fer periodisme des de baix, amb l'ajuda dels usuaris. Sabem, però, que això és perillós i que cal contrastar les fonts més que mai.

El contingut dels vídeos era adequat però cal estudiar com fer que els usuaris en pengin de més sentits, mostrant les seves emocions. A més, s'han de buscar les opinions més curioses i poc comunes, no només per ajudar a difondre-les, sinó també per vendre la pàgina i oferir continguts interessants. Justament, vendre la pàgina és una altra de les tasques que no s'han pogut acabar de portar a terme i requereixen un treball posterior a l'entrega d'aquest projecte. Tenim, doncs, diverses vies per continuar treballant.

Finalment, ens agradaria aprofitar aquesta part del projecte per destacar totes les hores que no queden reflectides en la redacció de la memòria. És evident que crear el bloc de SENSE EMBUTS no implica sols donar-se d'alta al Wordpress. Implica fer un disseny, dedicar temps a resoldre petits detalls, com ara la manera de gestionar els comentaris i les enquestes, les imatges de perfil i colors, aprendre a crear el menú de fotografies que encapçala la pàgina, redactar les entrades, cadascuna amb el seu vídeo, el seu text, la seva imatge destacada, les seves etiquetes...

Així doncs, hi ha moltes tasques a les quals hem hagut de dedicar un temps material considerable però que no apareixen en aquest treball. Altres exemples serien la difusió

del pilot a través del boca a boca, els contactes de correu electrònic, les xarxes socials, la gravació dels vídeos propis i els dels usuaris que no ho sabien fer... També caldria remarcar que el projecte pilot (i per extensió la resta del treball) no són perfectes a nivell tècnic. És evident que es tracta d'un treball de fi de grau de la carrera de Periodisme i, per tant, que se centra més en els continguts. És per això que l'edició dels vídeos i les pàgines és millorable, ja que el que s'ha treballat és l'experimentació amb nous gèneres periodístics digitals, idear un projecte web periodístic diferent dels que s'han creat fins ara, aprofundir en el periodisme digital de manera teòrica i aplicar els continguts apresos durant la carrera de periodisme.

En definitiva, el treball final que ens ha portat a crear SENSE EMBUTS no només ens ha servit per aplicar els coneixements apresos, que al marc teòric vam veure que ja dominàvem perquè el que explicaven els autors citats no ens venia de nou; també ens ha permès experimentar en la creació de projectes i l'emprenedoria, una via que no descartem gens com a futur professional. Hem passat per tots els passos de creació d'un nou mitjà digital, des de l'anàlisi de la competència i el públic objectiu, fins al disseny, la difusió, el treball en equip i els contratemps de la prova pilot.

Això ens fa més aptes a l'hora d'acabar la carrera, ja que els continguts sobre idear projectes que hem adquirit van més enllà de la teoria i, de fet, ja els hem pogut aplicar a altres projectes.

7. Annex

7.1. Diari

Dimecres, 12 de setembre.

Sessió conjunta de tota la classe a l'aula F309 sobre el treball final de grau.

Dimecres, 26 de setembre de 2012.

El tema del treball passa d'un reportatge televisiu de l'Assemblea Nacional Catalana a una sèrie de documentals de cinc minuts, a la primera reunió amb el tutor. Triat el tema, ens proposem fer el següent:

- pensar una llista d'experts a entrevistar amb un ampli ventall d'opinions
- mirar programes documentals per trobar aquest punt de personalitat pel nostre
- determinar els temes essencials que s'haurien d'analitzar (un per programa)
- esbossar un calendari amb tot el procés, des de producció, fins a guió, gravació i comercialització

Dimecres, 10 d'octubre de 2012.

Segona reunió grupal. Discutim els continguts dels reportatges, com han de ser les entrevistes per tenir un element diferenciador i els temes a tractar, com ara...

- Llengua i educació
- Esport, seleccions catalanes
- Economia: moneda, relacions internacionals, entrada a la UE, nivell de deute del que partiria el nou estat català, banc propi, relacions comercials amb Espanya...
- Cultura
- Exèrcit
- Política

Parlem també del calendari. A partir d'ara ens reunirem cada dimecres a la una i

intentarem que les diverses tutories que farem amb el tutor al llarg del curs siguin en aquest horari. També esbossem una primera idea general de calendari:

- fins el novembre: documentació, definició del programa i preparació de les entrevistes
- desembre i el gener: rodatges
- a partir de febrer: muntatge dels programes i redacció del treball
- maig: intentar vendre el programa a alguna televisió

Dilluns, 15 d'octubre de 2012.

Cadascú desenvolupa els temes escollits a l'última reunió en subtemes i possibles entrevistats. Apareixen molts noms d'experts coneguts i moltes idees per a possibles debats.

Ens reunim amb el tutor i tots quatre donem un gir inesperat al treball. Decidim canviar-ne el format i el model: farem una pàgina web interactiva per comtes d'un documental televisiu, així no hi haurà problemes de temporalitat, recursos, rodatge i, a més, explorarem noves formes de debat i comunicació interactiva.

Acordem pensar i redactar els objectius del treball i l'índex del marc teòric que hauria de tenir la memòria.

Dimarts, 23 d'octubre de 2012.

Comencem a buscar bibliografia pel marc teòric del replantejat treball:

- MORENO, Pastora: *Géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional*
- FERNÁNDEZ, Sonia: *Debate entorno el género periodístico en la prensa*
- BASTENIER, Miguel Ángel: *La crónica a la que conducen todos los caminos*
- NAVARRO, Desiderio (2006) *Intertextualité treinta años después. A: Versión Intertextualidad y redes de comunicación*. UAM. Pàgs. 15-25.
- SÓRÓKINA, Tatiana (2006). "La intertextualización de la realidad discursiva". A: *Versión. Intertextualidad y redes de comunicación*. UAM. Pàgs. 15-25.
- SCOLARI. *Economía política de las hipermediaciones: los textos*

-ECO, Umberto: "Entrar en el bosc" i "Protocolos ficticis". A: *Sis passejades pels boscos de la ficció*. Barcelona, Destino, 1997.

I també webs pel benchmarking o anàlisi de la competència:

-http://www.canigo125.cat/veus/125_veus.html

-<http://www.365d365e.com>

-<http://www.donalacara.cat/>

-<http://www.assemblea.cat/>

-<http://www.solidaritatcatalana.cat/>

-<http://www.municipisindependencia.cat/>

Decidim entrevistar Marc Vaillo, professor de comunicació digital interactiva de la UVic, i Diego Linares, professor de periodisme digital, per obtenir més bibliografia pel marc teòric i més exemples de webs semblants a la nostra.

Dilluns, 5 de novembre de 2012.

Tutoria per parlar dels objectius del treball i el marc teòric.

Un cop revistats els objectius, arribem a la conclusió que, tant el general com els específics, s'han de desglossar en objectius formals i de contingut i que, això és el més important, ambdós tipus han d'estar íntimament relacionats.

A més a més, també veiem que no només hem de parlar dels objectius del treball, sinó també dels del nostre espai de comunicació (ja sigui que fos un reportatge a la carta interactiu per donar veu...).

També comentem que a l'apartat de disseny del nostre treball hi ha d'haver un moment en què parlem de l'estat de la qüestió de l'independentisme i el posicionament dels catalans (a través del CEO, Centre d'Estudis d'Opinió) i de l'ús de noves tecnologies (a través d'enquestes). Això ens ha de permetre reforçar les franges que no accedeixin al nostre projecte digital, és a dir, franges d'edat i zona que no tinguin accés a les noves tecnologies i que no siguin independents, que són

possiblement les que més se'ns escaparan, cosa que no ens podem permetre perquè volem incloure com més varietat de públic millor. Això també ens permetria saber amb quins canals arribar a aquesta gent.

Esbossem, finalment, un índex de marc teòric i l'estructura del nostre treball (amb els terminis per fer-lo):

1. INTRODUCCIÓ

2. OBJECTIUS I PLANTEJAMENT

3. MARC TEÒRIC

3.1. Nova era món digital. Canvis, noves tecnologies

3.2. Aplicació nova era digital en el debat públic: e-democràcia

3.3. Aplicació nova era digital en els mitjans de comunicació

abans de Nadal

4. BENCHMARKING

-aplicacions reals en pàgines web del que s'ha trobat al marc teòric

5. DISSENY DEL LLOC WEB

-dir el que es pot fer potencialment

després de Nadal

6. PROPOSTA

-tot l'anterior resumit en un power point

immediatament, mitjans de gener

7. COMENTAR LA PROPOSTA AMB ELS PROFES

8. PILOT

9. COMENTAR EL PILOT AMB ELS PROFES

10. VERSIÓ DEFINITIVA

gener-principis de febrer

11. DIFONDRE'L I NODRIR-LO

a partir del febrer

12. CONCLUSIONS

13. MEMÒRIA

Abans de l'1 de maig (tot i que deu ser un error perquè l'entrega jo la tinc el 24 de maig)

La feina de cara a la setmana que ve és:

- Fer el calendari segons les parts del treball.
- Enviar dos correus a en Marc Vaillo i Diego Linares perquè ens assessorin amb textos pel marc teòric i plataformes digitals semblants a la nostra pel *benchmarking*.
- Reformular els objectius per tenir-ne de formals i de contingut. Afegir objectius del mitjà que crearem a banda d'objectius del treball.
- Proposar un índex de marc teòric segons els tres apartats esbossats (nova era canvis món digital; afectació en la democràcia i afectació en el periodisme). Hi ha d'haver referències bibliogràfiques.

En comptes de fer reunió, enviarem l'índex i el calendari al tutor perquè se'l miri.
Motiu: impossibilitat d'horaris.

Dimarts, 6 de novembre de 2012.

Diego Linares ens contesta el correu electrònic i està decidit a donar-nos un cop de mà.

Dimecres, 14 de novembre de 2012.

Buscar subtemes del marc teòric per la reunió de demà:

3.1. Nova era món digital. Canvis, noves tecnologies.

-Comença els 90 amb les TIC (era de la informació).

- Marshall McLuhan
- Stewart Brand
- Manuel Castells

3.2. Aplicació nova era digital en el debat públic: e-democràcia

-Internet com a mitjà polític

-eparticipació

-factors que propicien l'e-democràcia

-periodisme ciutadà

-exemples e-democràcia exitosos i mals exemples

1. Kampen y Snijkers, J.K. y K. (2003). Social Science Computer Review, vol 21, n.4. ed. *E- democracy. A critical evaluation of the ultimate E-dream*.
2. Haskell, J. (2001). *Direct democracy or representative government. Dispelling the populist myth*. Westview Press, Oxford.
3. Sunstein, C.R. (2001). Princeton University Press. ed. *Republic.com 2.0. Internet, democracia y libertad*. Paidós, Barcelona.

3.3. Aplicació nova era digital en els mitjans de comunicació

- com canvia radio, premsa i tele amb l'era digital
- periodisme digital: tècniques narratives, suports, canvis en la base del periodisme...
- comunicació interactiva

Diumenge, 18 de novembre de 2012.

Després de demanar-li, Diego Linares ens envia bibliografia útil pel treball.

- Micó, J.LL. "Periodisme a la Xarxa". Eumo Editorial, Vic, 2006.
- Diaz-Noci, J. i Salaverria, R. "Manual de redacció ciberperiodística". Ed. Ariel, Barcelona, 2003
- Briggs, M. "Journalism 2.0: how to survive and thrive".
http://www.kcnn.org/resources/journalism_20/
- De Pablos, J. M. "La Red es nuestra. El periódico en línea...". Paidós, ed. Barcelona, 2001
- Domingo, D. "Periodisme digital a Catalunya. Radiografia de 445 webs informatius". Col. 'Ones i Bits'. Edita Col.legi de Periodistes. Barcelona, 2004.
- Estévez, J. "Periodismo en la red". Anaya Multimedia. Madrid, 2002
- Parra Valcarce, D. i Álvarez Marcos, J. "Ciberperiodismo". Ed. Síntesis. Madrid, 2004

- Diezhandino, M. Pilar (directora i coordinadora). *Periodismo en la era de Internet. Claves para entender la situación de la información periodística en España*. Barcelona: Editorial Ariel, 2007
- Domínguez, Eva. *El Cuarto Bit. Una década de reflexiones sobre periodismo e Internet*. Barcelona: Editorial UOC, 2010

Nadal, desembre 2012 – gener 2013.

La feina per Nadal, tal com marca el calendari, és acabar el marc teòric.

Divendres, 11 de gener de 2013.

Reunió amb el tutor per presentar-li el marc teòric del treball i revisar-lo. Feina pel febrer: retocar-lo i fer el benchmarking.

Dimarts, 12 de febrer de 2013.

Pretribunal del treball final amb Gerard Coll-Planas, Xavier Ginesta, Cristina Perales. Rebem crítiques constructives i recomanacions pel marc teòric i el disseny que apliquem durant la resta del mes i del mes següent.

Dilluns, 11 de març de 2013.

Presentació del treball final davant dels alumnes de tercer de periodisme a la classe de Mètodes d'investigació en comunicació.

Dimarts, 12 de març de 2013.

Reunió amb Diego Linares per comentar punts forts i punts febles del nostre treball.

Dimecres de març de 2013.

Durant diversos dimecres de març i també algun divendres ens reunim per dissenyar la nostra web, retocar la resta del treball i crear el projecte pilot. També ens trobem amb el tutor per mostrar-li la feina feta fins ara i acabar de discutir el disseny del treball.

Dilluns, 29 d'abril de 2013.

Enviem una explicació del nostre projecte acompanyada de la web de la prova pilot a els nostres amics, l'assemblea catalana i altre públic potencial perquè la provin, *El 9 nou* i l'Assemblea Catalana fins i tot retwittegen el projecte. D'aquesta manera podrem veure quines mancances hi ha i quins replantejaments calen. Rebem els primers comentaris a la web; tots són escrits. Comença a quedar clar que a la gent li costa gravar-se i penjar vídeos a la web.

Dimarts, 30 d'abril de 2013.

Quedem per gravar el doblatge d'un dels vídeos propis que penjarem a la web. També discutim quina és la feina que hem de fer abans de la tutoria amb el tutor el 8 de maig. Cal retocar aquest calendari i el disseny. A més a més, cal buscar usuaris que comentin i acabar de crear continguts per la web. Fixem data per tornar-nos a trobar.

Dimecres, 8 de maig de 2013.

Amb una 50 de votants a cada enquesta, set comentaris, un vídeo d'un usuari penjat i tres vídeos en camí, ens reunim de nou amb el tutor. Determinem serrells a perfilar del bloc, que és en el que ens haurem de centrar a partir d'ara, ja que la part escrita està majoritàriament bé; només se n'han de retocar petites coses que el tutor ens enviarà després de la tutoria. Els tres membres del grup acordem quedar el dia 19 de maig per tal de tancar la part escrita i avançar el pilot.

Dissabte, 11 de maig de 2013.

Després de la reunió amb el tutor, polim alguns punts del pilot i corregim la part escrita. També enviem un correu electrònic al contacte de l'Assemblea Nacional a Osona perquè envii l'adreça pilot al seu mailing. Durant aquestes setmanes, anem actualitzant el bloc de la prova pilot.

Diumenge, 19 de maig de 2013.

Fem un intensiu per fer una revisió final de la memòria, parlar de l'exposició oral i actualitzar el bloc. Posem fotografies i deixem enllestida la portada.

Dimarts, 22 de maig de 2013.

Durant la penúltima setmana abans de l'entrega, retoquem els apartats del pilot i les conclusions segons les notes del tutor. A més, comencem a fer revisions globals del treball.

8. Bibliografia

- ANDUIZA, Eva, et al. *Internet, participació, mobilització: la implicació política de la ciutadania en un nou entorn comunicatiu*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament d'Interior, Relacions Institucionals i Participació, 2009.

- BIANCHINI, Adelaide. *Conceptos y definiciones de hipertexto*. Caracas: Universidad Simón Bolívar, 1999.

- BORGE, Rosa. *La participació electrònica: estat de la qüestió i aproximació a la seva classificació* [en línia]. A: *Revista d'Internet, Dret i Política (IDP)*, 2005, núm. 1, p. 1-14. <<http://www.uoc.edu/idp/1/dt/cat/borge.pdf>>. [Consulta: 24 abr. 2013]

- BOSCH, Agustí ; Orriols, Lluís. *Ciència política per a principiants*. Barcelona: Editorial UOC, 2011.

- BRIGGS, M. *Journalism 2.0: how to survive and thrive*. J-Lab, 2007.

- COLOMBO, Clèlia. *e-Participación. Las TIC al servicio de la innovación democrática*. Barcelona: Editorial UOC, 2007.

- "Dan Gillmor pide a los periodistas una nueva alfabetización para adaptarse a la realidad de Internet" [en línia] . A: *La Vanguardia*, 19 d'octubre de 2006 [Consulta: 23 maig 2013]

- DIAZ, Javier ; SALAVERRIA, Ramón. *Manual de redacción ciberperiodística*. Ed. Ariel, Barcelona, 2003.

- "El comerç electrònic espanyol creix més d'un 25%" [en línia]. A: *Más Voz*, 17 d'agost de 2012 [Consulta: 20 octubre de 2013]

- *Enciclopèdia.cat* [en línia]. Barcelona: Enciclopèdia Catalana.
<<http://www.enciclopedia.cat/>>. [Consulta: 20 maig 2013]

- GIFREU, Arnau. *El documental interactivo*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2009-2010.

- MICÓ, J.LL. *Periodisme a la Xarxa*. Eumo Editorial: Vic, 2006.

- PARÉS, Marc (coord.). *Participación y calidad democrática: evaluando las nuevas formas de democracia participativa*. Barcelona: Ariel, 2009.

- TEJEDOR, Santiago. *Periodismo "mashup". Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, 2007.