

## Face to Face[book]

- Les xarxes socials suposen un cara a cara col·lectiu que obre noves opcions per comunicar-se

ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ\*

EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, 14.12.09

**Andrés Iniesta** és un home que parla poc, prefereix comunicar-se al camp amb la pilota i a la xarxa a través del seu bloc, i des de la setmana passada, a Twitter i Facebook, on ja suma més de 200.000 seguidors en només uns dies. Durant l'últim i esperat Barça-Reial Madrid va fer callar ni més ni menys que **Cristiano Ronaldo** amb un gest impulsiu i segur de qui té la raó. Aquella nit, el petit **Andresín** va semblar un gegant. El seu gest s'ha convertit en un símbol per a molts seguidors culers i per a molts amants del bon futbol i, també, per a aquells que admiren el caràcter del geni de Fuentealbilla. Els agrada com juga, i els agrada, ens agrada, com és: discret, compromès, generós, imprescindible.

Unes hores després del partit, un jove estudiant de 4t d'ESO, aficionat al futbol –del Barça–, jugador de bàsquet federat i un dels molts habitants d'internet, va obrir una pàgina a Facebook: «El dia que **Andrés Iniesta** va fer callar CR9», amb un enllaç a les imatges de l'enfrontament entre els dos jugadors. En qüestió d'hores, va arribar a tenir 70.000 seguidors. Avui els dobla.

El seu promotor, sorprès per l'inesperat protagonisme, diu que la va obrir com una broma i com a reconeixement al talent i al coratge del jugador blaugrana. Però la societat digital permet que la reacció per identificació sigui exponencial i es propagui a internet sense control, sense consignes,

sense mitjans. Ningú reparava en el fet que el seu promotor fos una persona tan jove. A la xarxa no es necessiten líders establerts o jeràrquics. Només es busquen causes i raons per identificar-nos i sentir-nos part d'una comunitat. És el temps dels ràpids i audaços. De l'èxit a la xarxa a la presència als mitjans periodístics convencionals només van transcórrer 24 hores. Tot molt porós i obert. Un flux d'influències nou, dinàmic i sense antecedents.

El camí invers ha seguit la reacció a internet dels suports (i també algunes crítiques) a l'històric editorial conjunt de la premsa catalana: *La dignitat de Catalunya*. Del paper imprès a la xarxa. Els mitjans *offline* van agitar i la xarxa *online* es va mobilitzar. L'efecte crida i identificació amb l'editorial tampoc va esperar ordres ni camins preestablerts. Si bé és cert que alguns mitjans firmants de l'editorial van obrir ràpidament un grup a Facebook, al qual va seguir una rèplica contrària en aquesta comunitat, el més rellevant es va gestar al marge del que estava establert.

*Blocaires, facebookers i twitters* de diverses forces polítiques, en especial del PSC i de CiU, van mobilitzar els seus entorns i les seves xarxes en una dinàmica transversal i unitària que va desbordar els cercles d'influència de les bases ciberactivistes de les forces polítiques, sumant també el suport de líders polítics com **Ernest Benach**, **Joan Herrera** i **Josep Maria Álvarez**. Allà un president del Parlament, un candidat a la presidència de la Generalitat i un secretari general de sindicat compartien, com un més, noves aliances polítiques, noves majories, amb molts reconeguts, i no tant, activistes digitals. De nou sense consignes, sense esperar instruccions orgàniques ni partidistes, la xarxa va demostrar que els seus temps, les seves lògiques i els seus lideratges són uns altres.

Alguna cosa es mou i de quina manera. Passem del *tête à tête* presencial de polítics i personatges públics, a un *face to face* col·lectiu que obre noves opcions per a la comunicació. Sense entrar en consideracions sobre la instrumentalització fàcil i quàntica de moltes adhesions o amistats *online*, el cert és que ja és una dada reveladora de la rivalitat política a la xarxa, on la força d'un partit o d'un polític es mesura, en una primera ullada, pel nombre de simpatitzants o amics que s'adhereixen a la seva *causa*, però, sobretot, per la seva activitat, la seva presència i la seva conversa en la comunitat.

La comunicació en la societat digital té noves regles, nous diccionaris i nous protagonistes. Noves regles: la velocitat, la immediatesa i la creativitat davant d'allò clàssic, previsible i establert. Nous diccionaris: Twitter ja és la paraula més utilitzada a la xarxa, segons el recent informe del *Global Language Monitor*.

I nous protagonistes: el 2009, a Espanya, els noms de les dues xarxes socials més populars, Tuenti i Facebook, que ja ha superat els 350 milions d'usuaris, han estat els termes més buscats a Google. Els continguts generats pels seus usuaris i per autors de blocs ja són font i argument. Referenciats pels mitjans i seguits per la seva influència per qualsevol persona o organització que depengui de la reputació han mostrat, una altra vegada, la seva capacitat i la seva fortalesa.

Hi ha qui veu en la xarxa un nou escenari digital de les batalles públiques o polítiques. Cras error. La xarxa no replica, simplement, el món analògic (encara que a vegades ho sembli). Tampoc la seva força no només radica en el potencial multiplicador i viral, que és extraordinari. El seu principal

valor real és el canvi cultural, no només tecnològic. És el camp d'acció d'una nova ciutadania activa que no espera, no vol esperar, una instrucció o una ordre. Vol ser decisiva aquí i ara. Sense més, ni menys.

\*Assessor de comunicació.