

**MISSIÓ, LÍNIES ESTRATÈGIQUES I OBJECTIUS**

# Comunicació i Xarxes Socials



## **MISSIÓ**

Guanyar una comunicació transparent,  
veraç, respectuosa i positiva,  
que fomenti la convivència i el creixement de les persones.



## Idea general

La comunicació viu moments de profund canvi a la nostra societat. Tenim nous mitjans, que hem d'acabar de conèixer i integrar. Tenim nous llenguatges, que no tots comprenem ni entenem per igual, especialment aquells que som, per generació, immigrants digitals. I tenim nous actors, ja que amb aquests nous mitjans la comunicació ha esdevingut, avui dia, cosa de tots.

## Situació actual

En aquest context de canvi vivim i experimentem a diari una comunicació polaritzada, que es manifesta amb un excés de violència verbal, amb un abús del llenguatge groller, amb una falta de matís i rigor en les afirmacions, i amb un biaix de negativitat.

Tot plegat pot afectar tant la nostra convivència com el nostre desenvolupament com a persones.

## Proposta

Ens proposem treballar per una comunicació, qualitativament millor i orientada al bé comú:

- Una comunicació transparent; on no s'amaguin les coses, i on no es tergiversi la informació per tacticisme.

- Una comunicació on imperi el respecte, on es pugui debatre sense caure en la grolleria o l'agressivitat, tant si es tracte de l'esfera pública com la privada.
- Una comunicació veraç, centrada en els fets més que no pas en els judicis.
- Una comunicació positiva, que no s'orienti només als problemes i que no falsegi la realitat.
- Una comunicació inclusiva i democràtica que accepti tots els punts de vista per afavorir un debat ric i plural, que respecti les diverses sensibilitats de la societat i on tots aprenguem a treure el màxim partit de les noves tecnologies.

En resum, una comunicació que canviï tàctica per ètica, i que lluny d'enfrontar-nos, sigui un instrument que ajudi al nostre creixement personal i la nostra convivència social.



Sensibilitzar els actors polítics respecte a una nova comunicació basada en els valors.

Fomentar la veracitat i la rellevància dels fets i les dades en els mitjans de comunicació.

Fer pedagogia sobre l'ús i la utilitat de la web social.

Facilitar la immersió dels professionals de la comunicació en el nou paradigma.

Guanyar una comunicació transparent, veraç, respectuosa i positiva, que fomenti la convivència i el creixement de les persones

promoure els usos de comunicació per fomentar la participació i enfortir la democràcia.

## MISSIÓ



## LÍNIES ESTRATÈGIQUES COMUNICACIÓ I XARXES SOCIALS

1. Facilitar la immersió dels professionals de la comunicació en el nou paradigma
2. Fomentar la veracitat i la rellevància dels fets i les dades en els mitjans de comunicació
3. Sensibilitzar els actors polítics respecte a una nova comunicació basada en els valors
4. Fer pedagogia sobre l'ús i la utilitat de la web social
5. Aprofitar les xarxes socials de comunicació per fomentar la cooperació i enfortir la democràcia



## LÍNIA ESTRATÈGICA 1

### **Facilitar la immersió dels professionals de la comunicació en el nou paradigma**

#### **Idea general**

La societat està experimentant un canvi profund de valors. Estem entrant en un nou paradigma que suposa una transformació en la nostra manera de viure i de relacionar-nos. Un paradigma que comporta uns nous valors que estan cridats a regir la societat del futur. Necessitem que els professionals dels mitjans de comunicació actuals i futurs comprenguin el canvi social que s'està produint i ajudin a fomentar els valors d'aquest nou paradigma. Ells són els qui poden fer possible que arribin a tota la societat.

Per fer-ho possible, cal la implicació activa de les organitzacions i estructures empresarials i administratives de les quals depenen els mitjans de comunicació. Per això hem d'aconseguir la seva complicitat a través de la sensibilització.

#### **Situació actual**

Els mitjans de comunicació estan sotmesos a una profunda reconversió derivada de l'impacte de la revolució tecnològica, les noves fórmules publicitàries i la crisi econòmica. És un sector que s'està reinventant sota una gran pressió econòmica, que fa molt complicada la recerca de noves maneres de fer i la incorporació de nous valors.

#### **Proposta**

Estem davant d'un periodisme en revolució. Els models de negoci actuals estan en procés de canvi accelerat i es posa en qüestió el rol dels professionals. En una era on el ciutadà participa com a generador d'informació, i on la informació circula lliurement i de manera quasi immediata, és més necessari que mai que els professionals aportin criteri i siguin referents. Per poder assumir aquest reptes, els professionals dels mitjans de comunicació han de participar necessàriament del nou paradigma i tenir en compte les xarxes de comunicació social.



## **OBJECTIU 1**

Uns mitjans de comunicació que fan pedagogia dels nous valors a través dels continguts periodístics i dels formats.

## **OBJECTIU 2**

Una societat que promou una reflexió pública permanent al voltant dels continguts que es mostren als mitjans.

## **OBJECTIU 3**

Unes universitats, centres formatius i col·legis professionals que promouen la formació dels nous professionals en valors del nou paradigma.



## LÍNIA ESTRATÈGICA 2

### **Fomentar la veracitat i la rellevància dels fets i les dades en els mitjans de comunicació**

#### **Idea general**

Els mitjans han evolucionat en els darrers anys, de manera majoritària, cap a un tipus de comunicació on l'opinió, el judici i la reflexió personal han fet minvar el pes informatiu dels fets i les dades. Això fa que, massa sovint, donin una visió parcial, poc objectiva o amb un elevat biaix de negativitat de la realitat. L'impacte es prioritza per sobre de la persuasió.

#### **Situació actual**

Els mitjans sempre han tingut una intencionalitat més enllà de la d'informar. L'evolució dels darrers anys ha provocat que es percebi sovint un trencament en l'equilibri necessari entre el compromís d'informar basant-se en els fets i les intencionalitats afegides que puguin haver-hi darrere de cada mitjà.

#### **Proposta**

Precisament per la revolució que suposen les noves tecnologies, que ja ens ofereixen per altres mitjans la immediatesa de la notícia, la societat espera dels mitjans uns continguts madurats, no precipitats, i amb intenció ideològica però dins dels marges de la veracitat. El repte dels mitjans ha de consistir en aconseguir transmetre la informació i generar emocions tot i essent molt curosos amb les diferents sensibilitats que conviuen a la nostra societat.





## **OBJECTIU 1**

Uns mitjans de comunicació que fomenten la revisió i aplicació dels criteris de veracitat.

## **OBJECTIU 2**

Una societat que fomenta l'esperit crític envers els mitjans, especialment de les noves generacions.

## **OBJECTIU 3**

Una societat que empodera l'espectador o el lector per tenir criteri propi i demandar qualitat als diferents mitjans de comunicació.

## **OBJECTIU 4**

Una societat que qüestiona l'absència de límits de les versions Internet.

## **OBJECTIU 5**

Uns mitjans de comunicació que eviten el clientelisme entre publicitat i informació.

## **OBJECTIU 6**

Uns mitjans de comunicació que fomenten la divulgació científica, econòmica i tècnica en tots els àmbits sensibles.



## LÍNIA ESTRATÈGICA 3

### **Sensibilitzar els actors polítics respecte a una nova comunicació basada en els valors**

#### **Idea general**

Els polítics són un referent per a la societat. Ocupen una part important de l'espai als mitjans de comunicació, i els seus comportaments es prenen com a referència i model de maneres de fer. En l'actualitat, el debat polític està contaminat d'una agressivitat excessiva, de confrontació permanent, atacs dels uns als altres i baix nivell de cooperació, esdevenint en algunes ocasions pura carnisseria comunicativa. Hem assumit com a normal actituds anòmales com són la mentida, l'exageració, l'atac personal a l'adversari i les promeses impossibles de complir, les quals degraden els debats polítics i provoquen crispació i desengany en la societat.

#### **Situació actual**

La comunicació dels actors polítics es regeix per la tàctica partidista, pel desgast de l'oponent a curt termini, sense consciència de les conseqüències socials d'aquesta estratègia i sense tenir prou present el bé comú.

#### **Proposta**

Els actors polítics haurien d'entendre la comunicació com una eina i no com una arma, i han de marcar, per mitjà del seu exemple, els límits del que és i no és acceptable i promoure els nous valors, tenint molt present que, la democràcia és molt delicada.



## **OBJECTIU 1**

Uns actors polítics que assumeixen els valors del nou paradigma i en són els primers ambaixadors.

## **OBJECTIU 2**

Uns actors polítics que posen en pràctica un estil respectuós amb els nous valors.

## **OBJECTIU 3**

Uns mitjans de comunicació que adopten mesures efectives per aturar les pràctiques de comunicació tòxica per part dels agents polítics.



## LÍNIA ESTRATÈGICA 4

### **Fer pedagogia sobre l'ús i la utilitat de la web social**

#### **Idea general**

Les noves tecnologies estan presents a la nostra vida de la major part de la nostra societat i afecten profundament la comunicació. I sembla que hi són per quedar-s'hi. Poden ser d'una extraordinària utilitat i al mateix temps presenten riscos greus que hem de tenir molt presents. El que és segur és que a nivell comunicatiu suposen una autèntica revolució tant a nivell social com individual. És essencial que en coneguem bé els usos i els límits, i els aprofitem al màxim per el creixement personal dels individus i de la societat.

#### **Situació actual**

Hi ha una bretxa generacional entre els “immigrants digitals” i els “nadius digitals” que fa que no compartim ni el llenguatge ni els usos de les xarxes social de comunicació. Al mateix temps, hi ha una certa “demonització” de les xarxes socials en base a experiències molt parcials, i que són més un fruit més del desconeixement que de l'evidència dels fets.

Les xarxes encara són unes grans desconegudes i no entenem prou el seu potencial.

#### **Proposta**

Les xarxes poden ser un instrument ideal per l'impuls de valors com la solidaritat, la cooperació i el bé comú. Hem d'aconseguir un coneixement general de les xarxes per part de la ciutadania i un ús adient perquè siguin instrument d'impuls dels nous valors.



## **OBJECTIU 1**

Un sistema educatiu que coneix, comprèn, ensenya i ajuda a integrar les xarxes socials de comunicació a la vida escolar.

## **OBJECTIU 2**

Una societat que difon l'ús responsable de les xarxes socials entre la seva població.

## **OBJECTIU 3**

Una societat que fomenta la convivència del món presencial i virtual.



## LÍNIA ESTRATÈGICA 5

### **Aprofitar les xarxes socials de comunicació per fomentar la cooperació i enfortir la democràcia**

#### **Idea general**

Un dels valors fonamentals de les xarxes socials és la seva capacitat de fer visibles els invisibles, de donar veu a les persones que mai la tindrien als mitjans de comunicació convencionals. Aquesta és una gran oportunitat per fomentar la participació, l'opinió, i la cooperació entre la gent. I consegüentment, són una oportunitat d'or de progressar en la democràcia. Les xarxes socials obren la porta perquè tots tinguem veu, i tots siguem escoltats.

#### **Situació actual**

Emergeixen en aquests moments i de forma autònoma tot tipus de mecanismes de participació a la xarxa, que en molts cassos la societat no sap capitalitzar. A més, moltes vegades aquests nous canals de participació o d'opinió són ignorats per les institucions i les administracions públiques. Tenim les eines, però no acabem de saber-les utilitzar.

#### **Proposta**

Donar suport a totes les iniciatives vàlides de participació i opinió i empoderar la ciutadania perquè en faci un bon ús de les xarxes socials de comunicació, vehiculant totes aquestes iniciatives cap al bé comú.



## **OBJECTIU 1**

Una societat que promou integrar les xarxes socials de comunicació en el sistema democràtic.



