

Antoni Gutiérrez-Rubí

ASSESSOR DE COMUNICACIÓ (IDEOGRAMA). PONENT I PROFESSOR EN MÀSTERS DE COMUNICACIÓ POLITICA

PALMA La conferència estrella dels actes del Dia de la societat de la informació a les Balears és en bones mans. Antoni Gutiérrez-Rubí ha dedicat un grapat d'anys a partici-

par en congressos i cursos es-

pecialitzats en tecnologia, comunicació i política. A més, és coordinador de la iniciativa

Edemocràcia, un espai virtual de referència política i mediàtica sobre democràcia digital. La seva pàgina web

(<http://www.gutierrez-rubi.es/>) és un referent en- dels qui s'interessen per la im-

mersió social de les noves tecnologies.

Aquests dies commemorar el Dia d'Internet. Segons la vostra visió, què hi celebrem?

Hi celebrem el naixement d'un canvi: de la manera de comunicar-nos, de la manera de trobar informació, de la manera de compartir coneixement i de la manera com tot això afecta la nostra vida, tant personalment com des del punt de vista empresarial.

Amb l'aplicació de les TIC, què ha canviat a les empreses?

Crec que s'ha produït un canvi en la manera que tenen les empreses de veure la xarxa. Abans, la veïen com un mitjà més per donar-se a conèixer, però no era més que un nou canal de comunicació, com ara la televisió o la ràdio. Amb el temps han començat a veure que no és tan sols això, sinó que el que es diu a la xarxa, el que s'hi comparteix, pot tenir molt a veure amb la venda d'un producte, amb el fet d'anar a un hotel o a l'altre, de triar un servei de la teva empresa o de la competència. La informació es comparteix a la xarxa i s'hi difon ràpidament i cal estar preparat per ser i estar en aquesta nova societat digital, adaptant-nos als canvis que defineixen aquest nou món. Algunes empreses ho han entès i han actuat per redefinir la manera de ser presents a Internet. Altres com-

“L'empreses necessita una estratègia digital”

panyes veuen ara com la seva identitat a la xarxa no l'han poguda crear des de la pròpia empresa, sinó que la hi han definida els ciutadans mateixos (que es connecten en xarxa i generen opinió que influeix de manera decisiva en els nous eConsumidors). I sovint aquesta identitat no és bona. Cal tenir present que la reputació es construeix *on* i *offline* i que és necessari tenir una estratègia digital.

Amb la crisi econòmica i amb les característiques del mercat productiu espanyol, aquesta interacció està prou estesa i entesa per aprofitar-la?

Les empreses (com els polítics) han d'anar on es troba la gent. I la gent actua, es comunica i comparteix informació per la xarxa. En xines s'utilitza la mateixa paraula per definir crisi i oportunitat. Les empreses han de tenir aquest esperit de superar les adversitats i d'aprofitar els canvis per adaptar-se als nous mitjans i a les transformacions que es produeixen en la societat. Les noves tecnologies, Internet, les eines 2.0, obren un nou ventall de possibilitats que cal incorporar i aprofitar. Cal ser conscients que la nostra reputació (individual i empresarial) es construeix també a la xarxa. Cal ser-hi presents d'una manera decidida per tal de donar resposta a una nova ciutadania, activa i connectada, i als nous mercats 2.0 am l'adaptació dels nostres productes i serveis, passant de "sortir" a la xarxa a "ser-hi" i actuar-hi.

I en la política? Amb l'adveniment d'Obama ja es va veure un canvi, per la introducció d'Internet en la campanya. Com



El consultor Gutiérrez-Rubí.

Una societat connectada a la xarxa té armes per opinar, per crear coneixement i projectes comuns. És això el que genera riquesa en un país?”

pensau que es respondrà a la força del boca a boca internaut a Espanya?

La tendència ja és a prop, encara que aquí i allà no parlem del mateix escenari. Els Estats Units i Espanya són molt diferents, especialment en la cultura política i en el sistema electoral, cosa que fa que el que allà ha tingut èxit no es pugui copiar literalment aquí. També és important la diferència en els preus i la qualitat de la banda ampla i de tenir Internet a casa, cosa que augmenta l'escletxa digital. Tot i això, i com ha passat sempre, és el boca a boca el que fa guanyar unes eleccions. Si la gent parla actualment a la xarxa amb

ciutadans competents en les tecnologies és exclusiva de les administracions?

No és exclusiva de les administracions: hi ha molta gent que n'aprèn sola o que va a cursos, o bé n'hi ensenyen els seus fills o amics. Tot i això, la responsabilitat última sí que ha de ser de l'Administració. Una població connectada a la xarxa significa una població que té armes per opinar, per crear coneixement, per difondre missatges, per connectar-se amb altra gent que potser li seria impossible conèixer, per generar comunitats, projectes comuns... És això el que pot generar riquesa al país, la innovació constant.

Després de la celebració, la reivindicació

La festivitat internacional de la societat de la informació anirà seguida, el proper diumenge 24 de maig, d'una jornada de lluita per la defensa dels drets de tots els ciutadans com a cibernautes.

L'Associació d'Internauts, una de les organitzacions que han plantejat una batalla més dura en el context espanyol enfront d'actituds restrictivistes del poder polític, aprofita l'avinentesa per demanar banda ampla universal, neutralitat i preservació de la intimitat a la xarxa, a més de l'abandó de models de negoci insostenibles que fan servir alguns "privilegis immorals" per sobreviure, com els conside-

ren que ho és el cànon digital. Aquestes i altres "canccies" al sistema resten recollides en un manifest que es llegirà en la data abans esmentada, tot i que part del seu contingut ja s'ha publicat. En el marc de la mobilització de Madrid a la qual són cridats tots els internautes de l'Estat, es demanarà que no s'empi la creació cultural com a excusa per restringir les llibertats civils, una demanda ratificada per alguns juristes de prestigi, entre d'altres personalitats. Si hi voleu assistir i en tenir la possibilitat, la concentració serà a la plaça del Rei de la capital estatal, davant el Ministeri de Cultura, a les dotze del migdia.