

SALVADOR ENGUIX / BEATRIZ GALLARDO

## «Hi haurà una xarxa política»

Salvador Enguix, delegat de 'La Vanguardia' al País Valencià i professor de periodisme polític a la UV, i Beatriz Gallardo Paúls, catedràtica de lingüística a la mateixa universitat, reflexionen sobre l'abast de les noves formes de comunicació en el seu llibre 'Pseudopolítica: el discurso político en las redes sociales', en què es mostren ben crítics amb l'ús que en fan alguns dels nostres polítics. En parlem a la següent entrevista.

Entrevista de Víctor Maceda  
Fotografies d'Eva Mániz



**E**n el seu llibre expliquen que les xarxes socials són el quart pilar del món de la comunicació. El seu impacte supera ja el de la ràdio i la premsa i només queda per sota de la televisió?

—BEATRIZ GALLARDO: L'eclosió de les xarxes socials és comparable a l'inici de la difusió televisiva. N'hi ha que parlen, fins i tot, d'un canvi de paradigma.

—SALVADOR ENGUIX: A diferència dels altres canals, l'internet ho permet tot, pots combinar tots els llenguatges de la informació. Internet ofereix lectures noves, revolucionàries, que la televisió també va oferir en el seu moment. Ara bé, les xarxes sobretot es dediquen a distribuir els continguts que prèviament han elaborat els mitjans clàssics. S'han convertit en una gran caixa de ressonància de les notícies publicades en la premsa escrita. Les xarxes socials operen com a altaveu dels mitjans tradicionals, però encara no són els productors de continguts.

—Sense les xarxes, la irrupció de forces com Compromís, la CUP, Podem

o Ciutadans no hauria estat tan forta? N'han sigut un element clau?

—S. ENGUIX: Mònica Oltra, sense les xarxes socials, no seria Mònica Oltra! Davant la dificultat de fer-se un espai en els mitjans convencionals, Compromís va saber utilitzar-les d'una manera molt intel·ligent. En tots aquests casos, es tracta de partits joves, nadius digitals.

—B. GALLARDO: I no tan joves, perquè Esquerra Unida, en la campanya de desembre, també va fer-ne un ús espectacular. En general, tothom ha sabut traure'n profit, de l'ús de les xarxes, incloent-hi el PSOE i el PP.

—S. ENGUIX: És cert, però el PSOE és qui menys se n'ha beneficiat. És, de llarg, el partit que comunica pitjor a les xarxes socials. Ho fa fatal, a diferència del PP, que s'ha posat les piles.

—Twitter té molts menys seguidors que Facebook, però en canvi, els polítics se l'estimen més, a l'hora de transmetre els seus missatges.

—B. GALLARDO: Hi té a veure la interfaç, la rapidesa, l'agilitat de Twitter, en

contraposició al mur de Facebook, que no és tan instantani. Facebook permet un tipus de conversa més pausada, cosa que a Twitter o Instagram no passa. Ací tothom diu la seua i prou. Per als temes de política, Twitter continua sent molt més útil, per bé que Facebook aporte més trànsit de visites als mitjans que no ell.

—S. ENGUIX: A *La Vanguardia*, el 60% del tràfic de la web ens arriba per Facebook. Tan sols el 5% ens arriba per Twitter. Passa que Facebook és una xarxa que permet llegir millor la informació. Twitter és una xarxa més estressada, però certament mobilitza molt més. Per tal de seguir les darreres esdeveniments del cop d'Estat de Turquia, en la redacció de *La Vanguardia* vam acudir a Twitter. El *timeline* és molt més àgil, permet de rebre moltíssims missatges en pocs segons. En Facebook tot és més reposat: hi ha més text, has de col·locar la foto, el vídeo...

—Expliquen el fenomen de la "doble pantalla": el 89% de les persones de 18 a 49 fan servir les xarxes alhora que veuen la televisió. Això desvia l'atenció. →

**«Hi ha una radicalització absoluta de la frivolització, un fenomen que va iniciar-se en la televisió ara fa mig segle»**

→ —B. GALLARDO: Sí, per això afirmem que el paper continua sent necessari per a un tipus de receptor diferent. Aquesta *tensió fragmentada* es remunta a l'inici del zàping i ara, amb les xarxes, permet una interacció enorme.

—S. ENGUIX: I no sols en el cas dels espais polítics. Ara veus un partit de futbol i, mentrestant, tuiteges. O veus qualsevol programa i et ve de gust dir-hi la teua. És una mica com el xafardeig clàssic.

—B. GALLARDO: N'hi ha que parlen, fins i tot, de *gossip information*.

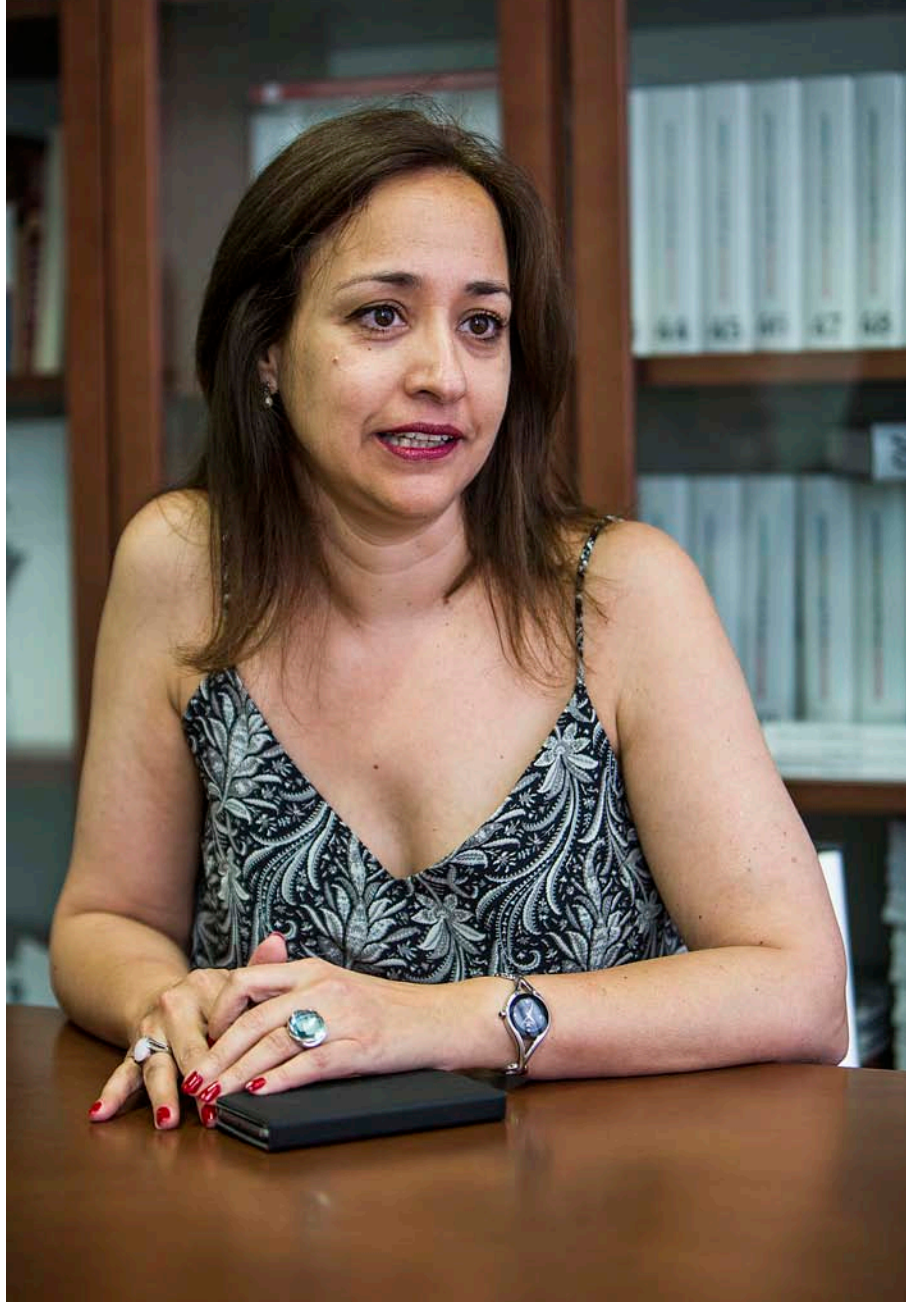
**—Tot sovint, però, hem vist hashtags infames, ridículs, sobre temes molt seriosos. No és una mica arriscat, aquest tractament tan banal?**

—B. GALLARDO: Hi ha una radicalització absoluta de la frivolització, un fenomen que va iniciar-se en la televisió ara fa mig segle. Però això passa en tots els àmbits de la societat, també a la universitat: tot és igual, res no importa. Aquests programes fomenten el que és banal, el que és frívol... Importa més la manera com el polític de torn es nuga la corbata que no la seua opinió sobre ISIS.

—S. ENGUIX: És veritat que les xarxes són un terreny assaonat per a la frivolitat, per a l'espectacularitat i per a la personalització dels polítics —Rajoy acaronant un gos o Iglesias jugant a futbol—, però també són un espai on poden veure's coses impressionants. A Turquia, la gent va mobilitzar-se gràcies a Twitter, fonamentalment. La gent va eixir al carrer i es va posar al davant dels tancs en bona mesura gràcies a les xarxes. Va ser gràcies a Twitter que tothom es va poder assabentar del que passava.

**—Amb tot, les xarxes socials poden distorsionar la nostra percepció de les coses. Per la gent que seguim, podem intuir que l'opinió majoritària transita per unes coordenades determinades, però que això no s'adiga amb la realitat.**

—S. ENGUIX: És cert, això passa. I



hauríem de fer-nos una altra pregunta, encara: el seguiment de les xarxes socials condiona el vot? Personalment, crec que no. Em fa l'efecte que el condiona molt més un programa de televisió.

—B. GALLARDO: Alguna gent proposa que sí, que es pot predir el vot a través de les intervencions de la gent a les xarxes socials, però cal tenir en compte que una persona no sols viu a les xarxes socials. Hi ha vida més enllà i, per tant, també ens afecta allò que veiem a la televisió i escoltem a la ràdio o en un bar. És un element més, només això.

**—En el llibre expliquen que, des del punt de vista dels polítics, no és tan important què diran a les xarxes com el fet de ser-hi.**

—S. ENGUIX: Un polític necessita fer una construcció imaginària de si mateix, i

fa servir les xarxes com la resta de mitjans de comunicació. Si vol tenir una projecció pública, no pot menystenir les xarxes. El cas d'Obama és paradigmàtic: penja fotos de la seua filla, de la seua dona...

—B. GALLARDO: Val a dir que Obama té sis fotògrafs al seu servei, dos dels quals estan adscrits a la seua dona.

—S. ENGUIX: Les xarxes segmenten en funció de l'edat. No té res a veure el consumidor de Snapchat amb el de Twitter, per exemple. Els partits joves, Ciutadans i Podem, han fet una campanya molt potent a Snapchat i Instagram. Siga com siga, la televisió continua sent el mitjà per excel·lència. Sense ell, Pablo Iglesias no hauria format un partit que en un tres i no res va aconseguir cinc eurodiputats. És el mitjà més transversal de tots.

—B. GALLARDO: I el més frívol!



—Què els sembla la figura del *community manager*? Si les xarxes han de reduir la distància entre el polític i el ciutadà, que hi escriga un altre en nom seu no grinyola una mica?

—S. ENGUIX: És que, pel que fa a les xarxes, encara ens trobem en una fase embrionària. Completament embrionària. En veurem de tots colors, i només cal que girem la vista i miren dos anys cap enrere: en tot aquest temps, ja han canviat moltíssimes coses. A més, hi ha un conflicte entre el *community manager* habilitós i el periodisme: el *community manager* no sempre és un bon periodista, no sempre té criteri suficient per seleccionar continguts a les xarxes. Quan un polític té un bon equip de xarxes al darrere, es nota molt. Ja hi ha diverses escoles de *social managers* —ara no volen dir-se *community*

*manager*! [riu]— i entre elles discuteixen si paga la pena de tuitejar mentre el polític intervé en directe o si és millor no fer-ho. Personalment, no m'agrada la gent que satura la xarxa, m'estime més aquells que escriuen menys però tenen més impacte.

—B. GALLARDO: El cas de Pablo Iglesias és molt significatiu: dels principals polítics espanyols, ell és qui tuiteja menys, però cada vegada que ho fa, té centenars i centenars de retuits. Un excés de quantitat pot ser contraproductiu. Si compares l'impacte de cada tuit seu amb els de Pedro Sánchez, aquest fa pena. Durant el debat a quatre, l'únic compte actiu va ser la de Rajoy. Hi ha escoles, i cada escola pensa una cosa.

—Iglesias té 1,4 milions de seguidors; Rajoy, 1 milió, i Sánchez, 250.000. Només ací ha fet el *sorpasso*, però.

**«Un polític ha de fer una construcció imaginària de si mateix. Si vol projecció, no pot menystenir les xarxes socials»**

—S. ENGUIX: Això demostra que no hi ha correlació directa. Durant la campanya, en *La Vanguardia* vam fer un seguiment exhaustiu dels comptes de Twitter i vam veure que Iglesias arrasava. En canvi, a les urnes no va ser així.

—B. GALLARDO: Hi té molt a veure el biaix generacional. Probablement tots els votants de Podem són a les xarxes, però els de la resta de partits, no.

—Tant en el cas del Govern català com en el del Govern valencià, els vicepresidents, Oriol Junqueras i Mónica Oltra, tenen molts més seguidors que no els presidents, Carles Puigdemont i Ximo Puig. Això no pot generar gelosia?

—S. ENGUIX: Mónica Oltra, quan ací ningú no sabia què era Twitter i amb prou feines si es coneixia Youtube, ella ja protagonitzava vídeos virals, molt ben elaborats. Va saber veure allò que uns altres polítics no van percebre. Ara, ja té una base molt sòlida i disposa d'un equip molt ben preparat. El PSPV, en canvi, hauria de prestar bastant més atenció a les xarxes. Va moltes passes per darrere.

—Si els polítics fugiren de Twitter, aquesta xarxa moriria definitivament?

—B. GALLARDO: No ho crec. Mentre hi siguen els famosos mundials, Kim Kardashian i companyia, Twitter no morirà!

—S. ENGUIX: O Gerard Piqué! En tot cas, pense que anem cap a un futur en què hi haurà una segmentació fortíssima de les xarxes. N'apareixeran de noves, i especialitzades. Hi haurà una xarxa exclusivament política, per exemple. O sobre el Barça. Facebook ja està creant canals temàtics.

—B. GALLARDO: Sí. Hi haurà com una diglòssia a les xarxes. Pierre Levy, el guru de la intel·ligència artificial, avisa que som al començament del començament.

—S. ENGUIX: La creació de llistes a Twitter ja és una manera de segmentar, de fet. Així ja pots seguir qui realment vols seguir en segons quins temes. ●