

Núria Escalona

“La xarxa no és perillosa, però hem de ser responsables”



Joan Tutusaus/12/10/2013

La sitgetana Núria Escalona presenta dijous vinent a Barcelona “#Digitalk, del màrqueting directe a la comunicació 2.0”, un estudi sobre la creació i l'estat actual de les xarxes socials. La Núria, experta en comunicació per Internet, predica amb l'exemple: ofereix al seu web (www.nuriaescalona.com) continguts ampliat de l'estudi, a més de petites píndoles a twitter en forma de cites (#digitalk), per enganxar-se als continguts.

Pregunta.- D'on surt aquest llibre?

Resposta.- D'un treball acadèmic que arriba a les mans del director de l'editorial que l'ha publicat, que va dir que calia fer un llibre, amb un llenguatge més proper a tothom.

P.- Posant sobre paper un tema en perpètua evolució...

R.- El que haurà caducat en aquest llibre són les xarxes socials, les plataformes que comento, però la teoria prèvia de comunicació i d'Internet no ens la poden canviar. Però al final, la filosofia és que estem en un món digital on tothom ha d'interactuar, sigui quina sigui la plataforma.

P.- Què ha canviat el món digital respecte del món previ al digital?

R.- La forma d'interacció amb els usuaris o els ciutadans. Abans, les marques, o tu, interactuàveu amb persones d'un a un. I les marques t'oferien continguts sense

possibilitat de trobar resposta. Ara hi ha interacció a dues bandes, com marca el màrqueting directe original, que es tractava d'enviar cartes personalitzades. Ara ho pots fer a través de la xarxa, i pots esperar interacció, resposta.

P.- I qui guanya aquí, l'empresa o el consumidor?

R.- Si ho mirem en positiu, que és com m'agrada veure-ho a mi, guanyen les dues bandes. L'empresa pot escoltar els problemes del consumidor que abans no veia. I l'usuari té una atenció directa, tot i que és cert que moltes no fan com ens agradaria a tothom, però s'hi han de posar.

P.- Però es perd algun llençol a la bogada: a canvi de poder interaccionar amb elles, les empreses saben molt més de mi...

R.- Sí, la privacitat és un gran què, i fins ara no estava regulada. Ara hi anem, i d'aquí a poc entra en vigor una llei molt dura de cookies –petits fitxers que recaptin informació-, en que les pàgines web t'han d'avisar. Però no estem educats en tot això, i cal regular-lo. Les plataformes no són gratuïtes perquè sí, hi ha quelcom a canvi. Diners no, però tu cedeixes molta informació.

P.- En som conscients, d'això?

R.- No. Potser en el cas de Facebook, on hi ha hagut molts casos que han saltat als mitjans, una mica, però és que ells saben on has clicat, l'estona que t'hi has estat, on vius... I creuen dades per oferir-te productes.

P.- Pel que ens trobem davant un nou paradigma...

R.- Sí. Jo encara escrivia treballs a màquina, i he vist ordinadors sense interfície gràfica, i ara anem amb smartphones a la butxaca. Ha anat tot molt ràpid, i no tenim capacitat per assumir-ho. La solució no és categòrica, però cal començar a donar educació a les escoles, per fer un bon ús de la tecnologia, com qualsevol altra cosa.