

7. Entre la llum i les ombres. Avantatges i desavantatges de les eines tecnològiques

Els avantatges i desavantatges que es troben en les plataformes vistes fins al moment, les xarxes socials, s'han especificat al llarg del capítol precedent, a mesura que s'ha abordat cada model distingit; resten, però, un seguit de recursos en els quals és interessant de fixar-se amb una mirada enfocada als beneficis i als aspectes problemàtics que presenten. La implementació d'aquests recursos no es relaciona necessàriament —tot i que, en alguns casos, pot ser un condicionant rellevant— amb la intensitat i la variabilitat dels usos tecnològics que caracteritza les associacions, sinó amb les valoracions personals, amb les experiències que han resultat de períodes de prova i amb les dinàmiques de comunicació pròpies de cada col·lectiu.

En aquest apartat es tracta sobre els espais web, les intranets, diverses eines de gestió —com els calendaris

digitals i els recursos de presa de decisions— i la problemàtica a l'entorn de les diferents modalitats de misatge.

7.1 El lloc web associatiu

7.1.1 Integració, usos i expectatives del lloc web associatiu

Gairebé en la totalitat dels conjunts culturals estudiats trobem col·lectius que disposen de lloc web o en tenen un en construcció: colles castelleres, estudiantines, agrupacions de teatre, corals, grups de màgia i grups de cultura oriental. La gestió d'un espai virtual, sigui en la modalitat de lloc, pàgina o blog, sembla que sobrepassa els límits dels tres models que hem establert en aquest capítol, malgrat que la vitalitat d'aquestes eines sí que és molt diferent segons les dinàmiques tecnològiques gene-

rals de les agrupacions. Trobem diferències molt significatives en l'ús i el discurs sobre aquests espais dins d'agrupacions pertanyents als mateixos models assenyalats, i, fins i tot, dins de les que se situen en el mateix àmbit cultural.

Unes pàgines enrere s'ha assegurat que les colles castelleres universitàries formen un grup bastant homogeni pel que fa a les pràctiques tecnològiques. Una de les poques excepcions a aquesta tendència és, justament, la implantació i el discurs sobre els llocs webs i els blogs associatius. Aquí trobem, doncs, diferències a l'hora de valorar i d'integrar aquestes eines. Dels onze grups estudiats, cinc afirmen que gestionen un lloc web, mentre que els altres sis no en tenen. Dins d'aquest darrer grup, dues entitats sostenen que, actualment, han posat en marxa un projecte per dissenyar un lloc web, de manera que en tindran un pròximament; una altra, l'única que té un blog, admet que està totalment abandonat i, per tant, tot i que és accessible per Internet, l'entrevistat no el comptabilitza com una eina de la colla; una altra entitat, per últim, no disposa de lloc web, sinó d'una pàgina web (un únic espai estàtic on no s'actualitza la informació) dins del web de la universitat, cosa que porta al seu responsable a incloure's dins del grup dels que no gestionen espai web, com en el cas del grup precedent. Del conjunt que sí que n'administra un, quatre colles el mantenen amb una certa regularitat, mentre que un darrer admet que està obsolet, amb una informació que es manté de manera fixa, ja que

l'eina ja no rep cap tipus d'actualització per part del col·lectiu. En síntesi, quatre agrupacions disposen de lloc web i dues el tenen en construcció; n'hi ha tres més que disposen d'algun tipus d'espai públic virtual (blog, lloc o pàgina web) en desús, mentre que les dues darreres no n'han gestionat mai cap.

En aquest punt, convé preguntar-se quins objectius inciten aquestes agrupacions a crear i mantenir un lloc web. Reparem, d'una banda, en els objectius que es desprenen dels usos, i després compararem aquest resultat amb els discursos expressats pels responsables de les entitats. Les colles castelleres utilitzen el web per donar informació sobre l'agrupació, per promocionar les properes activitats i, especialment, per mostrar articles de premsa i material que avaluï la rellevància social i cultural de la seva pràctica cultural. L'espai virtual que ofereix el lloc web és idoni per evidenciar el ressò sociocultural de les activitats celebrades:

Sobretot pengem notes de premsa. Intentem sortir als diaris, així que hi ha un encarregat d'escriure notes de premsa.

(Fragment d'E2)

Fixem-nos que aquesta darrera pràctica torna a estar molt relacionada amb la cura de la imatge pública: mentre que a Facebook se cerca, sobretot, transmetre una imatge vital i dinàmica, així com presentar-se d'una manera propera a la comunitat, les agrupacions utilitzen els llocs web per mostrar la incidència de la seva activitat, cosa que reverteix directament en la seva imatge, que guanya reconeixement. Les entitats

reforcen, d'aquesta manera, determinats trets definitoris que pretenen projectar: principalment el seu caràcter seriós, organitzat i actiu. Els testimonis següents evidencien la correlació entre la pràctica i el discurs:

La web és important perquè, si poses a Google el nostre nom, és el primer que et sortirà. Jo mateix ho vaig fer. És el primer contacte.

És una pàgina més seriosa que no pas una xarxa social, encara que ara es fan servir a tot arreu. És més seriós. De les diades només es parlaria dels castells que hem fet, com el que pengem al diari. Només coses importants.

La web és de cara a la promoció externa, és molt més seriosa que no presentar un Facebook, de cara a formalitzar-te de portes en fora.

(Fragments d'E2, E5, E7)

Només un dels entrevistats, el que es correspon al primer fragment reproduït, fa esment a la rellevància de tenir un web per aparèixer en les primeres posicions al cercador de Google. Aquesta resposta torna a aparèixer més endavant, assenyalada també per altres agrupacions, fora de l'àmbit casteller.

La promoció de les activitats mitjançant la web és una pràctica comuna a totes aquelles entitats que gestionen un espai virtual viu, tot i que les principals accions de difusió es duen a terme a través de les xarxes socials, ja que la informació circula amb més celeritat. A les xarxes la informació arriba a l'individu, mentre que, al web, és l'individu que ha d'anar a buscar-la. És per això —pel fet d'atorgar a les xarxes la capaci-

tat de cobrir les necessitats promocionals que té l'entitat— que moltes agrupacions, no només les colles castelleres, no consideren necessari disposar de lloc web. Les que en tenen, tot i fer difusió dels esdeveniments propis o d'aquells on participa el grup, no destaquen l'aspecte promocional en l'ús de la plataforma. Això explica que, malgrat que hi hagi un desenvolupament d'aquesta acció associativa a través de l'eina, no aparegui cap referència a aquesta qüestió quan els membres passen a valorar-la. Són altres les motivacions que duen a la creació i la gestió d'un web, com la cura de la imatge, ja esmentada. Juntament amb aquesta acció, hi ha dues pràctiques també destacades: la centralització d'arxius, material i informació en un únic espai, en el qual es pot establir un ordre satisfactori, i la possibilitat de deixar constància públicament tant del projecte associatiu com de la història de l'agrupació. Atenem als discursos entorn de l'ús dels webs:

A part de la promoció, la web també és per poder-hi tenir els vídeos, les fotografies, poder-ho separar per seccions, que no hagin de recórrer a un mur de Facebook amunt i avall per buscar la publicació... Tenir-ho tot ben ordenat i que la gent ho pugui trobar tot fàcilment.

Allà hi tindrem totes les xarxes socials, les fotos, vídeos, les notícies (perquè quan fem una diada enviem crònica als diaris). És la manera de tenir-ho tot allà, tenir una biblioteca amb tots els esdeveniments de la colla. I, per altra banda, tenir-hi una mica la

història de la colla. El volem per tenir-ho tot més unificat. Si alguna vegada algú necessita informació, que sigui allà.

La web és interessant per fer conèixer la història de la colla, perquè ara mateix no tenim cap altra via per fer-la conèixer, no l'explicaràs per Facebook ni per Youtube, ni Instagram. Podries muntar-t'ho bé perquè la gent sàpiga d'on venim, els èxits que hem aconseguit.

(Fragments d'E7, E8 i E9)

Fixem-nos que el primer fragment exposa clarament un dels desavantatges d'utilitzar Facebook com a espai de recepció de tot el material i la informació: tot i que és una eina molt útil, no permet una ordenació satisfactòria dels elements que es reben, de manera que la consulta es dificulta. Facebook, com a xarxa social, és essencialment dinàmica, i funciona sota la lògica de la renovació de la informació. Malgrat que disposa d'espais en els quals es poden guardar àlbums d'arxius multimèdia, l'eina, per la seva pròpia naturalesa, no pot gestionar l'espai com els llocs web. Els llocs web possibiliten una ordenació altament personalitzada: l'entitat afegeix els apartats que consideri necessaris, pensant tant en el públic extern —s'hi inclou la informació de contacte, una descripció del grup i els requisits per formar-ne part com a membre; es promociionen les properes activitats i es fa referència a les ja realitzades, per mostrar la vitalitat del grup; s'afegeixen enllaços a les xarxes socials, etc.— com en els membres de l'agrupació —la web serveix, en molts casos, com a repositori de fotografies i ví-

deos, com a espai on es pot compartir públicament el projecte associatiu i la història de l'entitat (tot i tenir també un objectiu extern, aquesta acció implica una càrrega emocional principalment per als mateixos membres), com a lloc de referència a través del qual es pot accedir a informació rellevant de les activitats dutes a terme, etc.—. Al tercer fragment reproduït, s'admet que una part d'aquestes accions, especialment les més estàtiques, com la narració de la història del col·lectiu, no són viables en el context dinàmic de les xarxes socials. El segon fragment, d'altra banda, fa referència a una entitat que està treballant en un lloc web en construcció, i és una bona mostra de la multiplicitat de possibilitats que integren aquests espais.

Pel que fa a les corals, totes tres han tingut experiències amb diferents espais virtuals associatius, i es troben actualment en situacions diferents. Una d'elles, la més antiga, integrada exclusivament per alumnes, va gestionar temps enrere un blog que, avui en dia, es troba abandonat. Trobem aquí un patró vist anteriorment amb les colles castelleres: davant d'un espai virtual no actualitzat, l'agrupació tendeix a no reconèixer-lo com a propi, i només es fa menció de la seva existència quan es planteja la qüestió de manera suggerida. Una altra de les agrupacions disposa d'un lloc web allotjat al servidor universitari que actualitza en comptades ocasions, segons admet la responsable. El darrer grup, per la seva banda, compta amb un web propi que els serveix també d'intranet, i que rep actualitzacions amb

regularitat. Les accions que les dues entitats que disposen de web duen a terme mitjançant l'eina són significativament diferents: mentre que un conté una selecció d'informació relativa a la coral (una breu descripció, una mostra d'activitats passades, alguns arxius fotogràfics i la informació de contacte), escarida i poc actualitzada, l'altre esdevé un veritable lloc de referència per als membres del grup. El web té tres modalitats diferents: un apartat públic en el qual publiquen novetats mensualment, es promocionen les activitats i s'explica la història de la coral; un apartat intern, que consisteix en un canal de notícies, de periodicitat setmanal, per als cantaires, i, per últim, una intranet, en la qual dipositen els arxius. Veient l'ús dels espais web que fan ambdós col·lectius, s'entén que els discursos sobre les expectatives siguin ben diferents:

La web no la tenim al dia. Hi tenim informació, però l'agenda tampoc no la tenim al dia. La tenim perquè, si algú ens busca, ens trobi. Sobretot per a nous estudiants que arriben aquí, perquè, si busquen una mica, vegin que hi ha una coral, perquè la web és de la universitat. Però ens acaben coneixent més pel dia al dia del campus que pel fet que tinguem web.

Vam decidir tenir un lloc web perquè, si algú deia «qui és la coral?», poguéssim anar allà i trobar-ne informació. Ens ho vam plantejar una mica com un arxiu, més viu o més mort, de totes les coses que anem fent. Vam voler tenir tot el resum històric de la coral. Tot el material que tenim des de l'any

2000 fins ara: dades de concerts, fotos, vídeos, programes, cartells, tot. Per passar-nos les fotos de les actuacions entre nosaltres, les pengem a la web, perquè allà són accessibles a tothom i les poden descarregar. Té una quantitat d'informació organitzada de la manera que nosaltres volem i muntada tal com nosaltres volem. Hi ha moltíssima informació sobre la coral. Funciona més la promoció a través de Facebook perquè té una cosa més dinàmica, és molt fàcil fer desaparar una cosa a diverses bandes. A la web els concerts no és el primer que trobes. El que sí que fem és vincular tota la programació de la pàgina web amb esdeveniments al Facebook.

(Fragments d'E19 i E18)

Com veiem, l'entitat a la qual correspon el primer fragment manté un lloc web amb l'objectiu de tenir visibilitat quan els alumnes fan una cerca dins de l'espai virtual de la universitat. El propòsit, doncs, és la captació de nous membres, mentre que la difusió d'activitats és completament col·lateral, i els altres àmbits no hi estan implicats. El cas de l'altra agrupació és del tot diferent: el web integra la major part d'opcions que ofereix la plataforma. Torna a plantejar-se el web com l'espai idoni per deixar constància de la història de l'entitat, per agrupar el material i la informació relativa a les activitats, tant les que ja s'han celebrat com les futures, per complementar les accions promocionals que es duen a terme a Facebook i, fins i tot, per mantenir un vincle regular amb els socis, amb el canal de notícies. Fixem-

nos que, com admet l'entrevistat, les activitats promocionals que s'executen al web suposen un reforç a l'eina promocional principal: Facebook. El web, doncs, es planteja com una eina d'utilitat primordialment interna, tot i que la vitalitat que mantenen els apartats interns aporten un benefici per als públics: per exemple, l'activitat general de la plataforma genera més interès per actualitzar les novetats del grup que es mostren de manera pública, cosa que repercuteix positivament en la seva imatge; d'altra banda, el nombre elevat de visites (tinguem present que els cantaires consulten amb molta freqüència el lloc web, en què troben les partitures i tota la informació interna rellevant) els proporciona visibilitat en els resultats als cercadors d'Internet, ja que un dels criteris que determinen el bon posicionament d'un lloc web és el nombre de visites que rep. Així, sense restar importància a la dimensió pública de la plataforma (cosa que es percep en altres fragments de l'entrevista), el web esdevé, principalment, un lloc de referència per als interessats en la coral, els quals acostumen a ser els mateixos cantaires.

Les estudiantines i el grup de cultura oriental atorguen una rellevància especial al web, eina que van implementar de manera primerenca, especialment el darrer grup:

Som de les primeres associacions que tenim web, la nostra va néixer el 1998, quan la gent gairebé ni feia servir Internet, però com que érem a la Facultat d'Informàtica... Et parlo d'un moment en el qual Google no existia, buscàvem amb

Altavista. Des del començament vam tenir web i correu electrònic. L'any 2000 és quan la gent va començar a instal·lar-se Internet a casa seva, i a fer-ne un ús massiu.

(Fragment d'E26)

La valoració del web, a més, rau en el fet que aquest els permet dur a terme accions per a les quals les xarxes socials no són adients. De fet, la consideració envers el web que manifesten aquests grups és similar a la que acabem de mencionar en el cas de la darrera coral tractada. Els col·lectius destaquen dues funcionalitats de l'eina: d'una banda, la possibilitat no només de fer pública la història del grup, sinó també de dedicar un petit espai tant a cadascun dels membres com a la narració de les vivències —aquesta acció és especialment significativa per a les estudiantines, ja que al web expressen les impressions personals i les particularitats de les activitats més motivadores: els viatges—; de l'altra, la capacitat de servir de repositori del material multimèdia i de la informació dels esdeveniments (és a dir, com llegíem al fragment corresponent a la darrera coral, d'utilitzar-lo com un arxiu de l'associació). La majoria dels grups fan ús de les diverses modalitats del web: apartat públic, apartat privat i intranet, i valoren molt positivament tant l'aspecte públic de l'eina com el privat. Reproduïm dos textos, a tall d'exemple:

Hi ha molta cosa penjada a la part pública i també en la interna, de tot. Molta gent ens ha trobat per la web. Allà es pot trobar tota la història de l'estudiantina. Això porta molta feina al darrere, per-

què són moltes les coses que s'han de publicar, i intentem tenir-ho tot al dia, però funciona molt bé. És de les primeres que surten quan busques en el Google, així que ens va bé per als contractes.

La imatge de l'associació és al web. El Facebook és per fer publicitat i per tenir un contacte més quotidià, més actiu, però el projecte només el pots explicar a una web, no en una pàgina de Facebook. I quan algú vol saber alguna cosa, què fa? Google. Tothom. I si no ets a Google, no existeixes. La web és la finestra al món. Si no ets a Internet, no existeixes.

(Fragment d'E24 i E26)

Ambdós fragments fan referència a la capacitat del lloc web per contenir elements que influeixen en la imatge pública, però que comporten una gran càrrega emocional per al grup, de manera que també són rellevants en l'àmbit intern: l'explicació del projecte i/o de la història de l'entitat. S'evidencia, així mateix, una altra qüestió que es revela de gran importància: el benefici d'aparèixer al cercador més popular, Google. El fet de disposar d'una web a la qual l'inter-nauta pugui accedir pot suposar un augment de les actuacions comercials, en el cas del primer fragment, corresponent a una estudiantina (recordem la rellevància que tenen les contractacions per a les estudiantines), o la visualització del grup per part d'individus que compateixen les mateixes aficions, en el cas del segon fragment, que correspon al grup de cultura oriental.

Al marge d'una pàgina web obsoleta que va crear, anys enrere, una

de les agrupacions teatrals situades en el tercer dels models distingits en els apartats previs, la resta d'agrupacions que disposen de lloc web, el grup de màgia i dos dels col·lectius teatrals (ambdós distingits com a tecnològicament actius, és a dir, pertanyents al primer model d'usos tecnològics), fan un ús de l'eina específicament enfocat a certs aspectes que no ens resulten nous: al·ludeixen a la seriositat i a la confiança que transmet una entitat mitjançant la construcció de la imatge a través del web. Finalitzem amb dos fragments que resulten especialment explícits en aquesta qüestió:

La web, a diferència de la dinàmica del Twitter o Facebook, la tenim com una pàgina de presentació. Si ens vols trobar, ens trobaràs la pàgina web, i allà hi diu qui som, on som, com pots contactar amb nosaltres, i també funciona com un sistema de propaganda nostra: que som els millors, que som de confiança, etc. El material que hi ha a la web està més filtrat, està més retocat, com l'exemple de les fotos. L'objectiu és que vegin que el nostre grup és bo de veritat i donar confiança. La web és per donar confiança, entre altres coses per temes de contractació.

A principis d'aquest curs vam decidir fer la web, per fer més oficial el grup. Hi ha gent que no té Facebook, la web és més accessible i sobretot més seriosa. Útil com a eina de difusió no ho és, o no tant com el Facebook, però si busques més informació concreta, va millor. Sobretot és perquè dona més imatge. Una pàgina de Facebook

la pot fer tothom, però una web no, ja és una cosa més seriosa.

(Fragments d'E13 i E25)

7.1.2 Peculiaritats de la gestió de llocs web

Una de les qüestions que fa aparició quan es narra el procés d'integració o de renovació dels llocs webs són els llargs períodes necessaris per a crear-la:

Fa uns quants anys que portem la web, imagino que cap a quatre. Va estar molt temps en construcció, però ara està acabada.

La web està en procés. Crec que l'està fent de zero, així que va lent. És un projecte que el tenim en marxa des de fa força temps i el noi que l'estava fa bastant temps que està parat.

La tenim a mig acabar, ens queda penjar-hi les fotos. La web està oberta, però no la promocionem ni la pengem enlloc perquè no està completa. Bàsicament no l'hem acabat perquè som una colla petita, som estudiants i llavors el temps *brilla por su ausencia*, i, amb això, t'hi has de posar.

(Fragments d'E1, E6 i E8)

S'ha de tenir present que la generació d'un lloc web requereix bé la presència d'un o de diversos membres que estiguin capacitats per crear-lo i administrar-lo, bé recórrer a un professional. En relació amb aquest punt, els aspectes que poden portar a descartar la creació d'un web associatiu són la dificultat de creació i/o el cost econòmic que comporta, encara que estigui gestionat per la mateixa agrupació:

No ens havíem plantejat tenir web, però s'hauria de pagar el domini i tot...

Volem tenir web, però és complicat perquè només un de nosaltres ho fa bé, la resta no sabem fer-la i no el podem ajudar. És l'únic aspecte negatiu, que només ho pot fer una persona que en sàpiga.

Tenim una web, és una pantalla fixa que mai no es toca. Té informació del curs anual i el reconeixement de crèdits. Va ser útil en el seu moment, quan no se sabia ni què era Facebook, que ens la van fer, però no podem fer-hi res de nou, no la sabem gestionar, per això mai no s'ha canviat. És la part negativa de la web, que no podem fer-nos-en una que de veritat puguem tenir al dia.

(Fragments d'E4, E25 i E14)

Actualment, gràcies a la proliferació de plataformes —moltes, amb modalitats bàsiques gratuïtes— que permeten dissenyar i gestionar un lloc web amb més facilitat, sense haver de tenir coneixements de programació, com WordPress, moltes entitats han optat per dur a terme aquesta tasca de manera autònoma. Això, però, implica un temps considerable de dedicació, ja que l'accessibilitat d'aquestes plataformes no pot equiparar-se a la de les xarxes socials: s'exigeix més domini informàtic i es demanen més hores de treball, tant en el disseny com en la mateixa creació de l'espai.

Quan un web queda desfasat, sia per estètica, sia per la poca capacitat interactiva o per les necessitats específiques d'un grup, actualitzar-lo no és fàcil ni instantani. En molts

casos, quan un col·lectiu es troba davant d'un web desfasat —atès que, de vegades, la manca d'actualització no és només de contingut informatiu, sinó també d'imatge o de possibilitats de la plataforma—, les agrupacions decideixen emprendre projectes de renovació total del web. Això es tradueix en accions amb uns terminis molt extensos, ja que implica la decisió definitiva de dur a terme la modificació, l'elaboració de propostes, una nova decisió conjunta sobre el procés que es desenvoluparà i, finalment, l'elaboració del nou web, procés en si mateix dilatat en el temps. Reparem en el testimoni d'una de les entrevistes:

Nosaltres tenim una pàgina web des que ens vam fundar, perquè un dels fundadors en sap una mica. També tenim un WordPress. La web, el domini que tenim nosaltres, és només una pantalla principal, llavors el que fem servir és el WordPress, i volem migrar tot el que tenim al WordPress a un servidor que tenim aquí a la universitat, que ens el dona, i en comptes de WordPress fer servir el domini «.cat», que és el que tenim a la web. Però són coses que van lentes. Qui té temps va actualitzant el WordPress, però realment com que només ho porta una persona... Llavors caldria incloure tot això al domini que tenim. Ara només hi ha la pàgina principal de quan assagem, qui som, un petit calendari... i això fa potser dos o tres anys que ni es canvia. Al WordPress sí que hi tenim els assajos, les diades, si fem actuacions, també... Està con-

nectat amb el Facebook i l'Instagram de la colla.

(Fragment d'E5)

Segons es pot llegir, la colla té diversos espais webs: una pàgina web, que consisteix en una única pàgina amb informació estàtica considerablement desfasada, i un lloc web. La plataforma a la qual es fa referència és WordPress, utilitzada, en un moment primerenc, per a la creació de blogs, i actualment popularitzada com a gestor de continguts per a la generació de llocs web. La modalitat totalment gratuïta (que, segons es deriva de l'explicació, és la que fa servir l'associació) inclou el nom de l'empresa al domini —excepte en els casos en els quals l'entitat adquireixi un domini propi— i es troba allotjada al núvol d'aquella. Aquest tipus de servei es caracteritza per la facilitat d'ús, tot i que té certes restriccions respecte a les opcions de pagament. D'altra banda, una modalitat més complexa és la que consisteix a dur a terme la instal·lació de la web a un servidor concret. La instal·lació va a càrrec de l'usuari, i implica la realització d'una sèrie d'accions de més dificultat que la versió de treball en el núvol. La colla, doncs, atès que disposa d'un servidor proporcionat per la universitat i, així mateix, d'un domini que troba adient per a la seva imatge (un «.cat»), que només utilitza per a una pàgina web gairebé en desús, ha decidit migrar el contingut del lloc web que manté mitjançant WordPress a aquell servidor, aprofitant el domini que ja va adquirir. Observem aquí dues qüestions. D'una banda, s'ha optat per una migració, és a dir, per exportar tot el

contingut, no per la renovació de la web. L'actualització d'un espai web, com hem assenyalat, resulta una tasca àrdua, cosa que duu, de vegades, a plantejar un nou projecte. D'altra banda, cal remarcar que, encara que es modifiqui el domini i el servidor, WordPress continua mantenint-se com a gestor de continguts. WordPress és una de les plataformes que ha afavorit la generació de nous llocs web, gràcies a l'eficiència com a gestor de continguts i a les nombroses plantilles que faciliten el disseny dels espais. Les diverses associacions que han optat per renovar els espais web creant-ne de nous ho han fet per tal de guanyar un avantatge respecte l'anterior web: garantir més accessibilitat, ja que els grups donen preferència a les plataformes que permeten l'autogestió. Fixem-nos que, en el text reproduït, el web generat mitjançant WordPress és l'únic que l'associació actualitza amb certa regularitat. Juntament amb l'accessibilitat, es busca que l'espai sigui més interactiu. En l'exemple observat, això es percep en el fet d'haver vinculat al lloc web una finestra en què es mostra l'activitat de les xarxes, per tal d'exhibir-ne la vitalitat social al web. Un altre element que augmenta la interactivitat de l'espai virtual és la introducció d'un formulari de contacte:

Sé que hi ha un apartat de la web que va enllaçat a Twitter i, llavors, cada piulada que fem apareix a la web, però això es fa sol. També hi ha una pestanya en què pots escriure un missatge de correu electrònic directament a la colla, i sí que hem rebut molts missatges

de gent que, via web, ens diu «ei, soc de la universitat», o «començo aquest any, s'ha de ser casteller per entrar a la colla?». Això arriba directament a la bústia i secretaria contesta. Serveix molt com a eina per a la gent que busca informació per apuntar-se.

(Fragment d'E1)

Un dels aspectes que es presenten com a dificultosos a l'hora de mantenir un lloc web col·lectiu és, doncs, l'escassa possibilitat d'autogestió que aquesta eina permet, sobretot en comparació amb les xarxes socials, completament interactives i accessibles. És per aquest motiu que certes associacions, quan no detecten un benefici significatiu del web respecte a la xarxa social per excel·lència, és a dir, Facebook, opten per centralitzar en aquesta xarxa les funcions específiques del lloc web, que són, principalment, la generació d'una imatge col·lectiva i la promoció (a causa de la facilitat d'ús que presenta). Vegem el cas de dues entitats que es troben o es van trobar davant d'aquesta dicotomia:

De web en tenim, però està obsoleta, potser fa cinc anys que no s'utilitza. Ens movem pel Facebook, perquè és més ràpid i dona moltes opcions. Al principi de temporada es volia actualitzar la web, però va quedar aparcat. Espero que a final de curs l'actualitzem una mica, o l'any que ve.

No en tenim, de web. Es va parlar de fer-ne una, però al final es va decidir crear una pàgina de Facebook.

(Fragments d'E11 i E16)

En el primer cas, corresponent a una colla castellera, el grup disposa d'un web heretat, creat per iniciativa d'una junta directiva anterior. La irrupció de les xarxes socials va relegar el lloc web a un segon pla: per als membres actuals, Facebook resulta un entorn més accessible i natural, i les necessitats associatives que els feien mantenir el web queden, segons la seva consideració, pràcticament cobertes amb la xarxa. En conseqüència, el web es troba en un procés d'abandonament. El segon cas correspon a una agrupació de teatre molt antiga i amb molta renovació dels membres, especialment dels que s'encarreguen dels afers associatius. L'entitat es caracteritza per fer un ús molt moderat de les eines tecnològiques: la presència virtual de l'agrupació és reduïda, i la varietat d'integració d'eines, escassa. Davant la necessitat de dur a terme accions promocionals del grup, la junta va haver de decidir quin recurs digital era el més adequat. L'eina escollida va ser Facebook, perquè, com s'afirma en una altra part de l'entrevista, la facilitat d'ús i la comprovació de l'impacte de les campanyes promocionals confereixen un gran atractiu a aquesta xarxa. La diferència entre ambdós grups, la colla castellera i l'agrupació de teatre, és que la primera pretén abraçar un públic més ampli i aconseguir un nombre més elevat d'actuacions comercials (recordem que les colles extreuen una part rellevant del capital de les contractacions, que els permeten disposar de recursos per organitzar i assistir a les diades que se celebren al llarg de l'any). L'agru-

pació de teatre, al contrari, no té objectius tan ambiciosos en les accions promocionals, ja que només cerca de garantir un nombre de membres suficient a l'inici de cada curs, objectiu que aconsegueix sobradament gràcies a l'ús de Facebook i dels sistemes tradicionals, com la col·locació de cartells dins l'espai universitari. Així doncs, l'agrupació de teatre pot prescindir d'administrar un lloc web, mentre que, per assolir els objectius de la colla castellera, sí que seria beneficiós tenir un espai virtual actualitzat. Tal com sostenen alguns dels entrevistats, i com hem assenyalat anteriorment, els avantatges són diversos, entre les quals destaquen oferir una imatge més seriosa i responsable i tenir més presència als cercadors.

El fet que els webs no siguin tan fàcilment accessibles com les xarxes socials comporta certa problemàtica relacionada amb les opcions d'interactivitat pública. Un exemple d'aquesta situació és narrat per un dels col·lectius, concretament el grup de cultura oriental:

Vam “capar” els comentaris a la web. Durant un temps ho vam deixar obert, per si de cas hi havia gent que volia compartir articles, o fer aportacions, però vam tenir molts problemes amb això i vam haver de treure aquesta opció. Per això no tenim comentaris. Hi ha gent que vol fer mal. Facebook és més senzill en això perquè ho gestionem cada dia, per tant ho controlem més, però la web no te la mirarem cada dia. També ens hi inclouen publicitat.

(Fragment d'E26)

El fragment reproduït fa menció a la diferència que suposa l'administració de la resposta pública a un web —és a dir, de l'ús extern que es faci de les possibilitats d'interacció que contingui un web— i a Facebook, eina dissenyada per facilitar aquesta administració. Malgrat que els webs poden augmentar la utilitat si inclouen elements interactius, aquests han d'estar ben meditats, i no han de consistir, necessàriament, en la inclusió d'un espai obert a l'opinió pública, ja que el control que se'n tingui serà menor que el que es manté a través de les xarxes socials. Aquestes altres plataformes resulten més adequades per incloure les veus espontànies externes al col·lectiu, i, a més, sempre poden vincular-se al web mitjançant la creació de finestres que mostrin la darrera activitat de les xarxes, però administrant-la des d'allí.

De vegades, quan la generació d'un espai virtual, sigui web o blog, ha estat iniciativa d'una única persona, l'espai en qüestió pot caure en desús en el moment que el membre abandona el grup, si no s'han implicat més socis en el manteniment de l'eina. Vegem-ne un exemple:

Tenim un blog no operatiu, que va quedar oblidat. Un de la colla que estudiava periodisme va dir «jo faré un blog». La pàgina està bé, però es va escriure el 2014 i ja no s'hi ha escrit més. Si fos essencial, la faríem servir. Si fins ara que m'ho has recordat, ni recordàvem que teníem un blog. Deu ser per alguna cosa.

(Fragment d'E3)

En els casos en què la incorporació de les plataformes tecnològiques no sorgeix com a fruit d'una necessitat específica o d'una decisió col·lectiva, hi ha una alta probabilitat que aquestes plataformes deixin d'utilitzar-se. Com pot llegir-se al fragment reproduït, exemple d'un d'aquests casos, l'eina no es percep com a necessària o com a especialment útil per al col·lectiu, fet que justifica que s'abandonés quan la seva promotora va deixar de mantenir-la. Els blogs i les webs, per a aquelles associacions que no els conceben com a rellevants, tampoc es consideren perjudicials, sinó simplement com a innecessaris, especialment tenint en compte la feina que comporten crear-los i mantenir-los. Per aquest motiu, quan un dels membres s'ofereix a fer-se'n càrrec, els grups no s'oposen a la creació d'un espai virtual, però no s'ocupen de l'eina després, quan deixen de tenir un encarregat que l'administri. Aquests espais virtuals col·lectius simplement s'abandonen:

Haviem tingut un blog, però fa tres anys, com a mínim, que no s'actualitza.

(Fragment d'E2)

7.2 Són necessàries les intranets?

La reflexió sobre la necessitat dels col·lectius fa emergir la qüestió que dona títol a l'apartat: és necessari per a les agrupacions disposar d'un espai virtual intern propi? No es pot negar que tenir a l'abast aquesta xarxa informàtica és de gran utilitat, ja que

esdevé un lloc de referència al qual els socis poden acudir per carregar o accedir a arxius (fotografies, vídeos, estatuts, documents interns del grup, documents elaborats per gestionar l'organització d'activitats, partitures, guions, etc.), consultar informació o deixar anotada l'opinió sobre diferents qüestions associatives.

La modalitat tradicional d'intranet acostuma a associar-se al lloc web dels col·lectius, i és accessible des d'aquest web. Actualment, però, hi ha productes més accessibles que han assolit més extensió i que ofereixen opcions equivalents. Els grups tancats de Facebook i les funcions d'interacció i compartimentació de Google Drive cobreixen la necessitat de disposar d'un espai comú privat on es puguin realitzar accions de gestió i comunicació, i que, a la vegada, resulti un punt de referència per a l'obtenció o la consulta de la documentació interna, de manera que també ha de servir de repositori. Les intranets estan dissenyades per satisfer aquests requeriments comunitaris amb solvència, però impliquen un seguit de requeriments desavantajosos per a les agrupacions. S'opta, en conseqüència, per l'ús de les eines esmentades, per bé que aquestes no presenten una idoneïtat absoluta per a la funció que se'ls aplica, ja que cadascuna potencia especialment un dels aspectes assenyalats, en detriment de l'altre: els grups de Facebook s'enfoquen a la comunicació interna i la interactivitat, mentre que el Google Drive prioritza l'organització, l'emmagatzematge i la compartimentació d'arxius. En

molts casos, a més, aquesta darrera eina s'han de complementar amb l'ús d'un altre recurs d'emmagatzematge, com Dropbox, per poder disposar de més espai virtual.

Les intranets poden resultar d'una gran utilitat comunitària, però són difícilment autogestionables. No acostumen a permetre una adaptació accessible als usuaris a mesura que variïn les necessitats o les característiques del grup: tant la seva creació com les modificacions requereixen la participació d'una figura professional. Al marge d'aquesta qüestió, convé subratllar la falta de connectivitat que caracteritza aquests productes. L'usuari ha d'emprendre, en molts casos, un moviment en direcció a l'eina, cosa que en fa disminuir l'ús, ja que la tendència actual implica una acció en el sentit invers, gràcies a la connectivitat i la portabilitat de les tecnologies. Parem esment al testimoni d'una estudiantina, una de les quatre agrupacions entrevistades que afirmen haver utilitzat de manera regular aquest espai comunitari:

Nosaltres no fem servir el Drive perquè tenim intranet. A la pàgina web tenim un fòrum intern, però no el fem servir. Tenim també un apartat de partitures de forma pública: un cançoner, lletres i acords de guitarra i de bandúrria. Les partitures són d'accés públic. Al principi fèiem servir la intranet de la pàgina web, però la vam abandonar perquè era més pràctic utilitzar WhatsApp, o fins i tot trucar-nos al mòbil, era més àgil. Pel tema de compartir documents, hem vist que potser seria més útil fer servir

eines com el Google Drive, per tenir-ho tot més ordenat.

(Fragment d'E23)

Malgrat que la selecció d'eines que realitza aquest grup no és la més adequada per a la gestió i l'organització, ja que, com s'admet al text, les que han escollit no possibiliten l'ordenació dels arxius i de la informació disponible, al fragment produït observem com les opcions tecnològiques que impliquen un ús més instantani i un accés més directe són preferibles a la intranet, i n'assumeixen les funcions característiques. Això, però, no significa que les intranets no puguin implementar-se amb èxit: recordem, en l'apartat precedent, l'ús centralitzat que una de les corals fa de la seva intranet, veritable lloc de referència associatiu. Aquesta dicotomia —els beneficis que pot aportar una intranet i el desavantatge que implica que sigui el soci el que hagi de dur a terme una acció cap a l'eina— es reflecteix en el fragment d'una de les entrevistes següent, en què el responsable de l'entitat (una colla castellera) especula sobre com implementar una intranet que sigui funcional, és a dir, que ofereixi les possibilitats de l'eina però sense el perjudici de l'obligatorietat de l'acció per part del soci esmentat:

Tenir una intranet a la web seria molt útil. En comptes d'anar funcionant amb Doodles, tenir un apartat a la web on puguis apuntar l'assistència, puguis penjar documents interns o puguis tenir un canal d'informació vinculable al mòbil amb una bona aplicació i rebre les notificacions i tot això.

Intentem ser tan transparents com podem: per exemple, al web, als documents privats, hi pengem les actes de les reunions. Però la gent no hi entra si no vol alguna cosa en concret, no és com si tens el teu racó de la colla, el teu usuari, on pots tenir-ho tot i apuntar-te l'assistència. Penso que seria molt útil.

(Fragment d'E2)

Fixem-nos que hi ha diversos productes que ofereixen els serveis d'una intranet sense contenir els requisits que acostumen a interpretar-se com a inconvenients: per exemple, l'espai virtual comunitari proporcionat per Google, Google Sites, un recurs gratuït i molt accessible que podria resultar de gran utilitat per als col·lectius. Aquest recurs, però, encara és totalment desconegut per a les entitats estudiades. En grups d'àmplia implementació tecnològica —especialment en aquells col·lectius grans que consideren beneficis integrar en període de prova les noves eines tecnològiques que sorgeixen, ja que l'extensió del col·lectiu estimula la cerca d'opcions que millorin la gestió i la comunicació interna—, es detecta certa tendència a incloure recursos digitals menys populars i a experimentar-ne el funcionament en el grup durant un temps, especialment si han observat un resultat satisfactori en un altre col·lectiu. Les colles castelleres més nombroses són un bon exemple d'això, ja que han d'implantar dinàmiques que facilitin les accions internes, entre les quals els afers organitzatius tenen una rellevància especial. En conseqüència, els responsables de les colles han sa-

but aplicar als seus grups els recursos que han jutjat com a funcionals en altres entitats, concretament en les colles convencionals: és el cas de les aplicacions mòbils específiques, recurs, aquest altre, avalat per la seva mateixa intuïció sobre les pràctiques tecnològiques. Acabem aquest apartat reproduint dos fragments que fan referència a aquesta qüestió:

Ens agradaria tenir una aplicació pròpia, com la que tenen els de Vila de Gràcia, una cosa així. Voldríem tant l'alta de socis com la confirmació d'assistències, posar-hi informació privada, específica per a la persona o persones de tècnica que ho han de mirar, com serien l'alçada i el pes, que això és important, i necessitats específiques, com poden ser vegetarians, celíacs, diferents tipus d'al·lèrgies a l'hora de fer els sopars... tota la informació necessària per tirar endavant el tema de la millora d'informació entre la colla. Tu et descarregues l'aplicació i et donem d'alta amb un número d'alta específic. Cada dia d'assaig, si no has confirmat l'assistència, t'arriba un recordatori el dia abans i el mateix matí. T'apareix la notificació, on diu «assaig el dia tal, hi aniràs o no?», i cliques sí o no. I, si vols saber-ne més, hi cliques i t'apareix l'explicació del dia d'assaig. Això seria perfecte, a veure si surt.

Seria molt útil una aplicació mòbil en què la gent es pogués donar d'alta i apuntar-se, sempre amb un control. Donar d'alta els socis, gestionar-ne l'assistència, que no haguéssim de fer Doodles, sinó que ho poguessin dir allà.

Fins i tot poder pagar les coses per mitjà d'aquesta aplicació, com el marxandatge o el que sigui.

(Fragments d'E6 i E7)

Ambdós fragments parlen d'una eina encara no implementada, però amb un disseny i unes expectatives molt concretes, fruit de l'experiència que exhibeixen els responsables en relació amb les necessitats del col·lectiu. La problemàtica de fons, en el cas de les colles castelleres, és la dispersió de la informació interna: les agrupacions nombroses en les quals les tasques organitzatives són tan intenses requereixen una plataforma que centralitzi tota la informació, ja que les diferents eines que s'utilitzen no cobreixen les necessitats internes. Una intranet resultaria òptima per als col·lectius, però si es combina amb les característiques bàsiques de les noves tecnologies: l'accessibilitat i la portabilitat, cosa que implica obligatòriament la vinculació amb el telèfon mòbil mitjançant una aplicació, com descriuen els testimonis al·ludits.

7.3 De la practicitat a la manca de funcionalitat. Usos, pràctiques i possibilitats de la missatgeria

Ens endinsem en una qüestió de summa rellevància, ja que la pràctica inadequada de les eines que abordarem a continuació pot portar a la implantació de dinàmiques perjudicials per al col·lectiu i per als mateixos socis: es tracta de l'ús de les diferents tipologies de missatgeria. L'aparició de la missatgeria instantània co-

munitària gratuïta va suposar una revolució social que va modificar la manera de comunicar-nos. L'impacte en el món associatiu no ha estat una excepció. Malgrat que el seu ús té uns avantatges clars, no sempre resulta adient, especialment quan substitueix accions que haurien de desenvolupar-se mitjançant altres recursos, com la missatgeria a través del correu electrònic. L'ús de la missatgeria instantània ha esdevingut, a més, un assumpte de certa polèmica, dins i fora de l'àmbit associatiu, per les conseqüències negatives que pot generar, com la invasió de la intimitat o l'enviament incontrolat de missatges. Vegem l'ús que fan les associacions estudiades d'ambdós tipus de missatgeria.

El correu electrònic és una eina fonamental per als col·lectius, que la fan servir tant per a la comunicació externa com per a la comunicació i la gestió internes. Gairebé la totalitat d'agrupacions afirmen que es tracta de la primera eina tecnològica associativa, la que permet posar en marxa el projecte associatiu:

Vam fer-nos una adreça de correu electrònic a l'inici, quan no tenien ni nom.

Des del principi de tot tenim adreça de correu electrònic, fins i tot abans de ser colla.

(Fragment d'E7 i E8)

En aquesta línia, actualment tant el correu electrònic com la xarxa social Facebook podrien ser considerades les eines dels inicis associatius, funció que, anys enrere, només ocupava el correu electrònic:

Al principi, quan encara no estàvem constituïts, vam fer un grup

privat de Facebook i s'hi va apuntar tota la gent que hi estava interessada. Quan ja ens vam constituir i vam agafar forma, vam tenir nom, sí que vam obrir altres xarxes, però ja públiques.

De Facebook i de correu electrònic en tenim des del primer dia.

Va ser el primer que vam obrir. No teníem ni nom i ens vam fer una pàgina de Facebook.

Nosaltres tenim des del primer dia una adreça de correu electrònic i un perfil de Facebook de bas-toners.

(Fragment d'E4, E5 i E7)

Fixem-nos que l'ús de Facebook com a eina per posar en contacte un grup inicial d'individus es redueix als col·lectius que, per la seva naturalesa, requereixen reunir a un nombre elevat de gent; aquests, a més, estan integrats majoritàriament per membres joves pertanyents a l'anomenada generació del mil·lenni, de manera que es tracta de les agrupacions amb menys presència intergeneracional. El correu electrònic és, doncs, el recurs bàsic globalment utilitzat per engegar un projecte associatiu, només substituït per Facebook en comptades ocasions, entre les quals es troben, a tall d'exemple, els casos del primer i del tercer fragment reproduïts.

Les agrupacions declaren utilitzar el correu electrònic amb una freqüència que varia entre l'ús diari i el quinzenal. Hi ha una gran variabilitat entre els col·lectius, independentment que pertanyin o no als mateixos àmbits culturals, ja que alguns afirmen fer-ne un ús molt regular, mentre que n'hi ha d'al-

tres que indiquen que és ocasional. Aquesta diferència està condicionada per les accions per a les quals s'utilitzi l'eina: concretament, depèn de la mesura en què la missatgeria instantània hagi cobert la comunicació interna entre els membres de l'agrupació. Les accions principals desenvolupades mitjançant el correu electrònic són la comunicació externa, la comunicació i la gestió internes i, ocasionalment, la difusió. Vegem els avantatges que presenta l'eina per al desenvolupament de les accions esmentades.

Per a la comunicació externa i interna, la missatgeria electrònica és una eina òptima, ja que permet mantenir amb una certa ordenació la informació i els arxius que es transmeten, mentre que les xarxes socials no possibiliten un accés ràpid a la informació que s'hagi generat amb anterioritat al moment actual:

En el correu electrònic tot queda registrat, a les altres xarxes, les coses s'esborren o es perden entre els missatges. Fa dos dies se'm va esborrar tot el que tenia al WhatsApp, totes les converses, i això sé que amb el correu electrònic no em passarà.

El correu electrònic és una cosa ordenada, sempre pots buscar-hi de tot perquè et queda guardat, i és fàcil de manejar.

(Fragments d'E3 i E19)

La capacitat d'ordenació i l'accés fàcil a la informació, però, no són les característiques que més destaquen els col·lectius: la seriositat i oficialitat que proporciona el correu electrònic s'esmenta com el principal avantatge. A diferència de les xarxes

socials i dels llocs virtuals, el correu electrònic evita bona part de l'exposició de la imatge pública, de manera que es consolida com la principal eina per garantir la neutralitat del contacte, sempre que es tingui cura dels aspectes vinculats a la redacció. En conseqüència, la dinàmica d'ús entorn d'aquesta eina manté la seriositat, de manera que el correu es reserva per a la comunicació eficaç dels missatges relacionats amb els afers associatius, fins i tot quan se'n fa un ús intern, com s'evidencia en les entrevistes:

Als missatges de correu electrònic no fem mai bromes, és el més seriós i oficial que tenim. A més també és l'únic contacte amb els que han deixat la colla, els que ja no estan en actiu.

És la part més seriosa, és a dir, si hem de fer una assemblea, la convocatòria, els documents, els recordatoris... És per tot allò seriós i el que volem que es mantingui.

La seriositat i la formalitat que té el correu electrònic és el millor. Un WhatsApp o un missatge de Facebook pot ser seriós en determinats moments, però no tindrà la formalitat que pot tenir un missatge de correu electrònic.

Jo no dono la gent per assabentada dels comunicats oficials fins que no els envio un missatge de correu electrònic. La via que sempre ha hagut de ser oficial i que no ha de canviar mai és el mail.

(Fragments d'E1, E5, E6 i E9)

Els grups nombrosos que requereixen molt de treball col·laboratiu (especialment en el cas de les colles castelleres) acostumen a disposar de

diversos comptes de correu electrònic, corresponents a comissions o petits nuclis de treball:

Tenim diferents grups: socis, comunicació, antics castellers, novatos, secretaria, tresoreria... Els tenim perquè necessitem fer aquesta separació a l'hora de comunicar-nos.

Tenim una adreça de correu electrònic que és un grup obert en el qual tothom pot enviar missatges i respondre. I després hi ha l'oficial, que és on s'envia tota la informació a la colla. Aquesta adreça està molt controlada. Tècnica té la seva pròpia adreça, que és un grup. Junta i comunicació, logística, material, tresoreria... tots aquests tenen la seva pròpia adreça de correu electrònic. I tenim també un grup de colles universitàries, per quan vull que les altres s'assabentin d'alguna cosa.

(Fragments d'E1 i E2)

Per optimitzar el temps invertit, les associacions fan ús de les llistes de distribució: en el cas de Google, s'utilitza Google Groups, una opció mitjançant la qual els comptes de correu dels membres queden sota una única etiqueta col·lectiva que facilita la comunicació interna. La major part dels grups valora molt positivament aquesta modalitat —com veurem a continuació en el primer fragment—, una de les múltiples manifestacions, per part dels entrevistats, de la utilitat de l'eina; són pocs els que troben aspectes problemàtics en l'ús d'aquestes llistes, normalment —a excepció del segon fragment— relacionats amb el desconeixement del seu ús:

Fem un grup que es diu «socis» i allà vas afegint la gent, llavors, a l'hora d'enviar un missatge, busco «socis» i es canvia per tota la llista de socis. Això és imprescindible, perquè som molts.

El Google Groups t'aporta la comoditat de dir « he d'enviar un missatge de correu electrònic a tothom amb rapidesa», però també t'aporta una mica de desconeixement sobre la gent a qui ho envies. De vegades penses que potser ho has enviat a algú a que no ho haves d'enviar i que t'has oblidat d'enviar-ho a algú a qui sí.

Era difícil anar afegint la gent que entrava, i la que marxava s'anava cansant de rebre missatges i s'havia de donar de baixa. Al final ho vam deixar.

No em resulta còmode. A més hi havia gent a qui de vegades no arribaven els missatges del grup. Primer vam tenir un Yahoo grups, després un membre va muntar el Google Groups, però sempre hi ha d'haver un encarregat d'introduir els correus i més... Hi ha coses més fàcils.

(Fragments d'E1, E18, E20 i E14)

Val a dir que no totes les entitats fan un ús intern del correu electrònic perquè el considerin l'eina més adequada, sinó que, en alguns casos, especialment en agrupacions nombroses, es detecta un ús enfocat a abastar un conjunt ampli de vies de comunicació internes, per tal que la comunicació arribi a la totalitat de membres, els quals tenen diferents preferències tecnològiques:

A títol personal, abans era molt contrari al correu electrònic, per-

què veia que era una cosa molt desfasada, poc útil, però ara he canviat totalment d'opinió, trobo que és gairebé el més útil. Tot el que envio per correu electrònic en l'àmbit intern s'envia per Facebook internament i per Telegram. Aconseguim que arribi a tothom, perquè alguns no tenen Telegram, altres no miren la bústia de correu electrònic... Però qui no mira una cosa és perquè mira l'altra.

(Fragment d'E2)

El correu electrònic també resulta una eina molt útil per a la gestió. La majoria d'entitats utilitzen Gmail com a servidor de correu, cosa que implica que moltes també facin ús de Google Drive, ja que una de les característiques de Google és la vinculació i la fàcil compartimentació entre els seus productes:

Utilitzem el Drive perquè tothom el coneix. Tothom té compte de Google i és molt fàcil d'utilitzar perquè està vinculat al correu. De Dropbox, per exemple, no tots en són usuaris, i no sembla tan fàcil d'utilitzar.

(Fragment d'E16)

En concret, el Drive té una gran connexió amb el correu electrònic: per exemple, quan un arxiu excedeix el pes que pot carregar-se en un missatge electrònic, l'eina dona l'opció d'emmagatzemar-ho a l'espai virtual del Drive i, en lloc de l'arxiu, enviar per Gmail un enllaç que dirigeixi al núvol; d'altra banda, quan es rep un missatge amb arxius adjunts, cada vegada que se selecciona l'opció d'obrir l'arxiu al navegador, l'acció concreta que s'està executant és

l'emmagatzematge d'aquell arxiu al núvol del Drive associat al compte, lloc des del qual el navegador accedeix a l'arxiu. Quant a la compartimentació d'arxius, la característica més útil del Drive és l'accés que té a la informació del Gmail, cosa que permet compartir qualsevol document amb un contacte directament des de la plataforma. La vinculació del Drive i el correu electrònic suposa que l'espai no requereixi afegir contrasenyes ni comptes d'usuari addicionals. El funcionament del correu electrònic de Google, doncs, ja es troba dissenyat per fomentar l'ús de la multiplataforma Drive, de manera que treballar en paral·lel amb les dues eines resulta senzill i molt pràctic. Les associacions fan servir el Drive per a dues accions bàsiques: la primera, com a repositori que permet un accés ràpid i fàcil per a la compartimentació d'arxius en línia, ja que es tracta d'un núvol al qual es pot accedir gratuïtament pel fet de tenir un compte amb Google, cosa que ocorre en donar d'alta un compte de correu electrònic amb Gmail (de fet, l'espai que proporciona Google a un usuari es comparteix entre aquestes plataformes); la segona, per al desenvolupament del treball col·laboratiu, atès que permet l'edició conjunta de documents mitjançant el programa. De les dues accions, la més recurrent és la primera. Malgrat que bona part dels entrevistats admeten que no en fan un ús tan freqüent, la segona funcionalitat es valora positivament per part de les entitats que l'han aplicat, fins i tot pels col·lectius que només en fan un ús ocasional. Això es fa especialment

patent en el cas de les colles castelleres, que, com s'ha afirmat anteriorment, són les agrupacions que fan unes tasques més intenses d'organització. Com a exemple, fixem-nos en els fragments següents: els dos primers corresponen a dues colles que utilitzen esporàdicament el Drive per a l'edició conjunta, mentre que els tres restants en descriuen un ús més constant; tots, però, expressen satisfacció per les possibilitats globals que ofereix l'eina:

El Drive l'utilitzem molt per a organització. L'utilitzem com a editor i repositori, però no acostumem a editar en línia perquè la junta es reuneix cada setmana, llavors ja fem allà el que sigui. Quan les secretaries pengem una acta, jo me la lleigeixo i em va bé, però sempre ho he vist com un relleu per a la junta següent.

Sobretot és útil a l'estiu, que és molt difícil trobar-nos, llavors fem una miqueta de planificació pel Drive. I com a repositori també, és el que utilitzem.

Jo soc universitària i a casa hi soc molt poc. Si només hagués de fer feina de la colla a casa, no ho podria fer. Amb el Drive no necessites dur-ho tot a sobre, l'obres a l'ordinador de la biblioteca i ja pots treballar. Ens dona la simultaneïtat, i també que està lligat amb el correu electrònic. Si jo tinc un arxiu penjat al Drive, el comparteixo amb un clic per el correu electrònic, i al revés, no cal que em descarregui l'arxiu a l'ordinador. Allà és on tenim tots els arxius penjats de la colla i ens serveix per estar sincronitzats. Per exemple, si

es fan comandes de camises, tenim un Drive penjat. Jo, cada persona que vol una camisa, l'apunto, llavors el tresorer, quan l'hi paguen, ho marca al Drive mateix. És molt més fàcil que enviar un WhatsApp dient «apunta aquest, que ja ha pagat». La simultaneïtat de poder fer les coses va molt bé.

L'avantatge del Drive és poder tenir accés a tots els documents. I si hi ha alguna cosa que hagi d'editar més d'una persona, perquè si haguessis de guardar-t'ho i tornar-ho a enviar per correu electrònic, i així cada vegada que algú modifiqui alguna cosa, seria un desastre. Amb el Drive és més fàcil.

Al Drive tenim tota la documentació guardada i ordenada. És una manera de no perdre-ho, que amb el canvi de junta sempre es podria traspaperar. Així ho tens allà segur i s'envia ràpidament si es necessita. El més bo que té és l'accessibilitat, tothom hi pot accedir perquè està enllaçat amb el correu electrònic.

(Fragments d'E1, E2, E3, E4 i E8)

De les estudiantines, només una declara no requerir l'ús del Drive. Les corals, per la seva banda, tampoc no fan servir la plataforma. Fixem-nos que es tracta d'agrupacions amb menys exigència organitzativa, en les quals el pes associatiu i les tasques de gestió recauen en pocs membres, de manera que no es fa tan necessari disposar d'un espai de treball col·laboratiu ni de la compartimentació contínua de documents. Resulta més útil, en aquests casos, emmagatzemar els arxius en el servei d'allotjament Dropbox.

Reprenem la reflexió entorn de la missatgeria, donant per conclòs l'incís sobre la plataforma Google Drive. Com s'ha afirmat anteriorment, la missatgeria instantània ha modificat les dinàmiques de comunicació interna entre els membres de les agrupacions, que admeten una disminució de l'ús del correu electrònic en benefici d'aquella altra eina. Les entrevistes posen en evidència diversos casos en què la implantació de WhatsApp, l'aplicació per excel·lència dins d'aquesta categoria, ha substituït part de les accions que tradicionalment es feien mitjançant el correu electrònic:

Teníem adreces de correu electrònic de grup, però ara amb el WhatsApp és més còmode. Ho reps de seguida. A mi escriure un correu ben fet, que vol dir entrar a la web i tal i posar-te a escriure bé, no em resulta còmode. A més, del grup de WhatsApp en som tots administradors, així que és molt fàcil de gestionar.

El correu electrònic es fa servir per a l'associació de la Facultat: així gestionem la reserva de les sales i ens comuniquem amb la gent de fora del grup. Un cop ens vam haver conegut, per parlar entre nosaltres ja no utilitzem el correu electrònic, per això utilitzen WhatsApp, ens és més còmode.

Havíem tingut una llista de correu intern, però finalment vam optar pel WhatsApp, que era més senzill.

(Fragment d'E14, E25 i E20)

Amb una única excepció, totes les agrupacions han integrat la missatgeria instantània per a l'ús associatiu.

Les dinàmiques, però, són diferents, segons les pràctiques que es duguin a terme i les expectatives amb les quals s'utilitzi l'aplicació, en relació amb la naturalesa de cada grup. L'anàlisi dels testimonis porta a distingir tres models d'ús de WhatsApp: així, mentre alguns col·lectius fan un ús de l'aplicació enfocat al reforçament de la cohesió del grup, altres la utilitzen per ampliar la varietat d'eines de comunicació internes, cosa que afavoreix que la informació arribi a la totalitat dels socis, per una via o per altra. El tercer model és aquell propi dels col·lectius que desenvolupen a través de l'eina la major part d'accions organitzatives i de comunicació interna.

L'ús de la missatgeria instantània distingit en el primer model pot ser implementat de manera satisfactòria en qualsevol tipus de grup, sempre que l'ús de l'aplicació —la freqüència i el contingut dels missatges— es mantingui dins d'uns paràmetres que garanteixin la comoditat de tots els membres. El segon ús és especialment recomanable en col·lectius nombrosos, en els quals els socis manifesten diferents patrons i preferències en l'ús quotidià de les diverses eines de comunicació. Tot i així, es poden trobar casos en què l'ús que es fa de l'aplicació deriva en un abús participatiu dels membres —novament, referent tant a la freqüència d'ús com al contingut dels missatges— que fa que l'eina perdi eficàcia. Vegem-ne un exemple:

Tenim un grup de WhatsApp oficial per enviar per allà totes les informacions, també. En aquest grup en principi només es poden

enviar missatges d'informació, no es poden contestar, el que passa és que això no passa, cadascú hi diu la seva.

(Fragment d'E8)

El tercer model, per la seva banda, només resulta viable en grups reduïts o mitjans. Algunes agrupacions, però, tot i no constituir col·lectius gaire nombrosos, no consideren beneficis l'ús de l'aplicació, especialment si comporta un detriment de l'ús del correu electrònic:

Jo crec que el correu electrònic és una via de contacte fàcil, que arriba a tothom, perquè tothom ho té tot allà guardat. Al WhatsApp, surts d'una classe i et trobes 50 missatges, no saps quin és el que et dona la informació exacta. Amb el correu electrònic t'has de pensar les coses abans d'escriure-les.

Sabem que el correu electrònic arriba a tothom, i el WhatsApp no. Hi ha gent a la coral que té 70 o 80 anys i que està familiaritzada amb l'ordinador i segur que rebrà el missatge de correu electrònic. El que és jove, a més, rebrà el missatge al telèfon i tampoc tindrà cap problema, així que l'ús del WhatsApp és puntual. El de la junta sí que s'utilitza més perquè som pocs i se'n fa un bon ús, només per tractar temes de l'organització.

(Fragments d'E19 i E6)

La preferència per la implantació o no de l'eina pot estar relacionada amb qüestions generacionals, com s'observa al darrer fragment reproduït, on s'apunta com un factor decisiu per al seu col·lectiu. Si parem atenció al còmput general de les

associacions estudiades a la mostra, però, no es troba una vinculació directa amb aquest factor, ja que les altres entitats en què es detecta una diversitat intergeneracional significativa fan un ús intens de la missatgeria instantània. Val a dir, però, que la coral a la qual s'al·ludeix en el fragment reproduït és l'entitat amb una diferència generacional més equitativa, ja que, a la resta, predominen els membres pertanyents a la generació del mil·lenni. A més, constitueix un col·lectiu d'una mida mitjana, cosa que dificulta l'ús eficaç dels grups associatius de missatgeria instantània.

Diverses associacions es mostren conscients de les diferents dinàmiques que la missatgeria instantània pot generar i dels objectius que pot assumir cadascuna; en funció d'això, posen en marxa més d'un grup associatiu de WhatsApp o implementen altres aplicacions que no presenten els desavantatges de Whatsapp per a certes finalitats. En el primer cas, la creació de diversos grups acostuma a integrar el primer i el tercer model d'ús distingit anteriorment: d'una part, les associacions integren l'aplicació de manera general per afavorir la cohesió dels socis mitjançant canals comunicatius on predomina una presència dels elements lúdic i social; de l'altra, es fa un ús paral·lel restrictiu, enfocat a l'efectivitat comunicativa i organitzativa dels afers associatius, en què participen exclusivament els membres de la junta directiva o de les diferents comissions de treball. En alguns casos excepcionals, els membres que integren els grups de WhatsApp són els mateixos, i la distinció en la seva

dinàmica d'ús és fruit d'un acord pres pel col·lectiu. Aquesta doble pràctica, sia reduint el nombre de membres implicats, sia diferenciant l'ús dels diferents grups, es detecta en les colles castelleres, grups en què les tasques associatives es divideixen entre diferents comissions i en què, a més, la comunicació entre les diferents entitats universitàries és fluida. Les entrevistes ofereixen múltiples exemples d'això:

Tenim un WhatsApp de tota la colla. Després en tenim un de junta; dins de la junta, també tenim grups de WhatsApp específics de tresoreria, de comunicació, de secretaria... de cada àrea. Després també hi ha grups de WhatsApp entre colles universitàries: un de tots els presidents, de tots els caps de colla, de secretaria, dels vicepresidents i de comunicació. Aquests grups van molt bé, però el WhatsApp de la colla no és oficial. Com a molt puc dir «us he enviat un missatge de correu electrònic». Som moltíssimes persones, no ens serviria de res. Es fan bromes, la gent pregunta qui hi ha per dinar avui a la uni, avisen que hi ha sopar després d'assaig...

Tenim un grup seriós i un grup lúdic. Al grup seriós s'intenta que només hi publiqui la junta i la tècnica; l'altre és de *cachondeo* i allà tothom fa el que vol. Vam tenir aquest problema, que hi havia molt d'*spam*, llavors ara per parlar de les coses del món, s'escriu al que no és seriós, i de moment ha funcionat bastant bé.

Amb els dos grups aconseguíem una diferenciació. Quan vols

donar una informació molt important, ho envies al grup oficial i la gent ho llegirà. Perquè si no la gent veu 50 missatges, obre i tanca i ja està, però si veu els missatges a l'altre grup, s'espera i ho llegeix bé, a veure què s'hi explica.

(Fragments d'E1, E5 i E8)

S'ha fet referència a una pràctica alternativa que es detecta també en el cas de les colles castelleres: la combinació de WhatsApp amb una altra aplicació de missatgeria instantània que resulti més adequada que aquella per a la consecució de determinats objectius. Aquesta pràctica es troba vinculada al segon model d'ús que s'ha distingit, aquell que busca afegir la missatgeria instantània com un dels canals utilitzats per difondre la informació interna als membres. Encara que no sigui l'única via de comunicació utilitzada, és rellevant que resulti eficaç per a aquells socis que prioritzen l'ús d'aquesta modalitat comunicativa a la del correu electrònic o les xarxes socials. Això, però, no sempre és possible, a causa d'una sèrie de dificultats que experimenten bona part dels grups. Per tal de mantenir els avantatges de la missatgeria instantània i a la vegada evitar-ne els inconvenients, algunes colles castelleres han integrat una altra aplicació: Telegram. Les colles han optat per Telegram a causa de l'amplitud que caracteritza els col·lectius, factor que condiciona l'ús de WhatsApp, per dos motius: en primer lloc, perquè l'aplicació ha presentat fins fa poc temps una restricció en el nombre d'usuaris que tenen cabuda en un

mateix grup, cosa que feia inviable la integració de tots els membres de la colla (la limitació de Telegram en aquest aspecte ha estat més laxa i no ha plantejat una problemàtica similar); en segon lloc, perquè WhatsApp no permet crear grups que atorguin diferents permisos de participació als usuaris, opció factible a través de Telegram. Aquest darrer punt resulta molt pràctic per a les colles, ja que el problema principal de la missatgeria instantània és que els grups generen una quantitat molt elevada de missatges, cosa que dificulta l'accés a la informació de rellevància. Telegram permet crear grups (anomenats per l'aplicació «canals», cosa que els distingeix dels grups tradicionals) en què la informació transmesa per l'administrador no pot ser comentada pels usuaris, de manera que és més accessible. Parem esment a les mateixes paraules dels responsables de les associacions:

Tenim Telegram perquè ens vam adonar que el WhatsApp ens limitava molt la quantitat de gent, i ara el mantenim perquè el que escrius no es converteix en un debat, només pot escriure-hi l'administrador.

A Telegram tenim un RSS, un grup seriós i un grup no seriós, només de ximpleries. El grup de Telegram ens el vam fer perquè WhatsApp només acceptava grups de fins a 50, després ho van fer créixer, però ja era massa tard, perquè ja teníem el Telegram, que acceptava fer grups més nombrosos. El RSS és una llista de distribució en què només nosaltres fem pu-

blicacions, l'altre no pot comentar res. Així saps segur que la gent veu el que has enviat, perquè ho pots penjar allà i saps que no queda barrejat entre tots els comentaris que fa la gent, que és el que interessa. Jo crec que és millor el Telegram. Tots són detalls, els vas sumant i mira, resulta que per a grups grans va millor el Telegram, i el WhatsApp per a grups petits.

(Fragments d'E6 i d'E9)

El seu ús no és exclusiu: trobem associacions que mantenen les dues aplicacions de missatgeria i grups que només disposen de WhatsApp. La causa d'això no és la funcionalitat específica de les aplicacions, sinó la popularitat diferent que han assolit, com il·lustra el fragment següent:

Com que a Telegram no hi ha tanta gent, ho enviem gairebé tot per WhatsApp i no tant per Telegram. És a dir, el nombre de gent és el que determina per on enviem la informació, però a mi m'agradaria trobar més sortida al Telegram, perquè amb els grups capats deixaríem de tenir tants problemes amb el WhatsApp.

(Fragment d'E6)

L'aplicació Telegram va destacar, des del llançament, per la varietat de possibilitats que oferia als usuaris, així com per les opcions que possibilitaven mantenir la privacitat dels usuaris connectats mitjançant l'aplicació, característiques que la van fer una eina molt versàtil i adaptable a diverses necessitats comunicatives. WhatsApp, però, té un clar avantat-

ge sobre Telegram: la globalització del seu ús. L'aplicació ha afegit noves característiques amb el pas del temps, la major part de les quals són opcions que ja contenia Telegram, i que la feien mereixedora d'opinions favorables per part dels usuaris. Així, una de les opinions que, en comparar les dues aplicacions, acostuma a aparèixer dins l'esfera pública —especialment per part d'individus que declaren conèixer les funcions de Telegram des de fa un cert temps i als quals, per tant, l'eina no els resulta una novetat— és que l'aplicació WhatsApp ha iniciat un procés progressiu d'incorporació dels trets distintius de Telegram. La mateixa opinió es troba en un parell de testimonis de les entrevistes fetes. Val a dir, però, que es valora una opció de WhatsApp que sí que resulta original respecte a Telegram, i que les associacions que no aconsegueixen controlar els abusos participatius en els grups per part dels integrants han de fer servir: l'enviament de missatges mitjançant les llistes de distribució. Aquestes llistes permeten enviar, de manera massiva, un missatge al perfil particular dels usuaris seleccionats, cosa que garanteix la recepció efectiva de la informació.

En general, com s'ha indicat, les entitats admeten que la missatgeria instantània pot resultar problemàtica com a eina associativa, especialment en els casos en els quals es duen a terme unes dinàmiques d'ús com les que s'han distingit en els models dos i tres. Una excepció a aquesta tendència són els grups reduïts: les estudiantines, el grup de màgia i determinades agrupaci-

ons de teatre —les tecnològicament menys actives— afirmen que fan la totalitat de les gestions a través de la missatgeria instantània, canal que els resulta òptim per a la comunicació quotidiana interna. Aquests col·lectius tenen diferències molt significatives entre si que concerneixen el perfil dels socis, el nombre d'activitats sociocultural realitzades, la intensitat de la vinculació entre els membres, etc.; l'únic punt comú rellevant que justifica l'ús satisfactori de la missatgeria instantània és la seva mida. Alguns grups mitjans, com la colla bastonera, les colles castelleres menys nombroses i els grups de teatre tecnològicament actius, tot i que requereixen la combinació de l'ús del WhatsApp amb altres eines (normalment el correu electrònic), indiquen que la missatgeria instantània canalitza bona part de les accions comunicatives i organitzatives. Per acabar, els grups nombrosos, com s'ha afirmat, no obtindran els resultats esperats si pretenen utilitzar l'eina amb una finalitat organitzativa i de comunicació interna eficaç; tot i que gairebé la totalitat d'associacions la mantenen. No és estrany, en aquests casos, que WhatsApp acabi despertant valoracions negatives:

El WhatsApp és una tortura, per a mi és el pitjor.

El WhatsApp ens ha portat molts problemes. No pot ser una eina de comunicació... No pots comunicar coses en un grup de 80 persones perquè, a la mínima que un opina, es perd el missatge i la gent no ho veu.

(Fragments d'E2 i E4)

7.4 Són efectives les eines de gestió de col·lectius? Doodle, Google Calendar, Google Drive i les eines de gestió de recursos

L'actual panorama d'eines tecnològiques dissenyades per donar solució a certs aspectes relacionats amb la gestió individual i col·lectiva és molt ampli, però el seu ús no es troba tan estès com el de les eines associades a la comunicació i la promoció. Davant de la multiplicitat de recursos disponibles, ens proposem analitzar breument la implantació i el grau de satisfacció que procuren les més populars: Doodle, Google Calendar i certes opcions determinades de Google Drive, d'una banda, i les eines de gestió de recursos, de l'altra.

Comencem per Doodle, un recurs web conegut principalment en aquells àmbits en què es fa necessari l'ús d'eines de planificació col·lectiva. La funció de Doodle és l'organització de trobades d'un conjunt d'individus en funció d'unes variables —el dia i l'hora de la reunió— que es decideixen mitjançant una enquesta. La major part de les colles castelleres, les corals, dues agrupacions de teatre i el grup de cultura oriental asseguren que utilitzen l'eina amb una freqüència elevada; les estudiantines, el grup de màgia i algunes agrupacions teatrals no en troben adient la implementació, ja que duen a terme aquesta tasca directament des de WhatsApp. La resta d'associacions en fan un ús esporàdic.

El recurs reuneix un seguit de trets avantatjosos: crear una enquesta és

senzill i ràpid, com també ho és respondre-la, ja que només s'han de seleccionar les opcions que s'adeqüen a la disponibilitat o la preferència del receptor; no es requereix contrasenya ni nom d'usuari, ni tampoc cal disposar de cap tipus d'aplicació específica; té una alta capacitat de compartimentació, ja que, en crear una enquesta, es genera un enllaç que pot compartir-se per qualsevol plataforma que permeti l'hipertext (missatgeria instantània, correu electrònic i xarxes socials); respondre les enquestes és intuïtiu i comporta un temps mínim; el programa envia avisos al correu electrònic de l'administrador cada vegada que un dels destinataris respon; per últim, es mostra de manera automàtica l'opció escollida per la majoria dels participants. Els entrevistats fan menció explícita d'aquestes característiques, que jutgen de gran utilitat per a l'organització col·lectiva. Els testimonis destaquen diversos punts positius del seu ús: rapidesa i facilitat, accessibilitat des del dispositiu mòbil, ordre, capacitat de compartimentació, possibilitat d'especificar diverses opcions i claredat. Tot i així, quan Doodle es fa servir per reunir col·lectius grans, sorgeix un problema comú a la majoria d'entitats —fora de les que, malgrat ser nombroses, utilitzen el recurs només per a les reunions de la junta directiva o de les comissions—: l'escassa participació dels membres i, de vegades, la manca de seriositat que genera el recurs.

El disseny de Doodle obté valoracions molt favorables per part dels usuaris, però, malgrat això, l'expe-

riència de la implementació de l'eina no dona, en alguns casos, un resultat satisfactori. El conflicte entre les possibilitats de gestió que ofereix l'eina i les dinàmiques que es generen entorn de la seva pràctica provoquen, com es percep en algunes entrevistes, sorpresa i, fins i tot, incomprensió de l'actitud del col·lectiu:

No utilitzem Doodle, tant de bo poguéssim. La gent és molt gràcia i comença a puntar noms de persones que no són ells i fan broma. No ens serveix de res. Seria molt útil per saber els números amb què et mous en actuacions. Nosaltres, per saber qui vindrà, passem llista a mà a assaig. *Edad de piedra*, però és l'únic sistema que ens funciona. No podem fer enquestes obertes perquè se les inventen. Em consta que les altres colles n'utilitzen i va molt bé.

La colla i el Doodle sembla que no siguin amics. La mitjana de resposta del Doodle, la més alta, és de 70 persones. No és un problema propi de l'aplicació, sinó de la gent. El problema és que la gent és mandrosa. M'he trobat això amb totes les enquestes que faig, és un problema de la gent. Jo soc un gran fan del Doodle.

Amb el Doodle hem arribat al punt que no contesta ningú, no aconsegueix captar l'atenció.

A la gent li fa pal obrir un miserable Doodle i contestar una pregunta que trigarà 5 segons a respondre, i la gent no entén que va molt bé per a l'organització de la colla. I mira que fem difusió per Facebook i WhatsApp i ni així, quan més fàcil els ho poses, més

diffícil t'ho posen ells a tu. Ho fa bé un 50 % de la colla. Si només enviéssim el Doodle un cop, respondria el 30% de la colla. Aprofitem que som una colla petita i anem dient-los un per un: «Què, respondràs el Doodle o no?». Llavors contesta el 80-90% de la colla, però això és lamentable.

(Fragments d'E1, E6, E8 i E10)

Els fragments reproduïts corresponen als responsables de les colles castelleres, els únics col·lectius que descriuen aquest problema en l'ús de l'eina. Les agrupacions menys nombroses, però, manifesten unes dinàmiques en les quals es troba un funcionament més satisfactori del recurs, ja que, en grups més reduïts, és més fàcil generar una responsabilitat en els socis, que copen l'avantatge d'un bon ús de l'eina per a les tasques organitzatives. Dins dels col·lectius nombrosos en què el Doodle no funciona de manera òptima, s'han provat altres recursos digitals, com la generació d'enquestes mitjançant Drive i Facebook. La primera opció obté bons resultats de participació, però el seu ús no està tan estès com el de Doodle; la segona, a excepció d'un parell de col·lectius, es jutja altament insatisfactòria. Precisament l'opció per crear enquestes és el punt més mal valorat de la xarxa social, ja que les opcions que permet són limitades i la informació no es rep de manera ordenada. La major part de colles castelleres, malgrat les dificultats participatives que assenyalen, mantenen Doodle com a eina per a l'organització de trobades, motivats pel disseny i les facilitats del recurs.

Passem a considerar Google Drive, ja que la funcionalitat que tractarem aquí és similar a la de Doodle, tot i que la primera eina presenta un ventall de possibilitats més dilatat que aquesta darrera. De totes les opcions d'edició que permet Drive, les més utilitzades són el processador de textos i el full de càlcul, tot i que algunes associacions —especialment les colles castelleres— fan un ús significatiu de l'editor de formularis i enquestes (Google Forms) per a la gestió interna, que els serveix per generar un document multimèdia basat en un conjunt de preguntes amb diferents modalitats de resposta (de «sí o no», múltiples, lliures —curtes o llargues—, d'una única opció o de diverses opcions). Aquest document pot compartir-se amb molta facilitat, tant per correu electrònic com per missatgeria instantània o xarxes socials, i, en ser respost pel receptor, emmagatzema la informació i la fa accessible als editors. Presenta, a més, l'avantatge d'oferir diverses opcions de visualització d'aquesta informació, entre les quals s'inclou la generació d'un document de càlcul (un Excel) organitzat per columnes, segons les diferents categories incloses al formulari, i files, segons els diferents receptors que hagin respost. L'editor de formularis pot resultar una eina adient per a un ús motivacional, tot i que els col·lectius que han experimentat amb aquesta funcionalitat bé ho han fet de manera esporàdica, sense tenir una pretensió específica en relació amb els resultats generats, bé no han obtingut resultats gaire satisfactoris. Fixem-nos en el testimoni següent, el cas

més evident que les entrevistes mostren d'aquesta segona situació:

Fèiem enquestes per motivar la participació, però al final la gent no hi participa. Ho fèiem per què la gent pogués escollir què projectàvem, però als que els era igual els atabalava que els enviéssim l'enllaç, i tampoc no hi participava tanta gent. La gent és més passiva, ens deien que escollíssim nosaltres. Et penses que si la gent és la que escull vindran més persones a les activitats, però al final no és així. Ho vam durar un any i no va prosperar. Per la feina que suposa, no va donar beneficis.

(Fragment d'E26)

Tornem a trobar el mateix problema que amb l'ús de Doodle: atès que es requereix una acció —encara que impliqui un esforç molt reduït— per part del receptor de l'enquesta, aquestes eines funcionen només quan els membres del col·lectiu són conscients dels beneficis per a l'entitat que suposa usar-les acuradament. L'eina és veritablement útil per a la gestió interna, ja que és més fàcil generar una responsabilitat en el soci, que copsa la utilitat de la seva participació en major mesura que amb altres recursos, com Doodle: a diferència d'aquell, Google Forms permet organitzar més aspectes de les activitats conjuntes, de manera que augmenta la sensació de seriositat de l'eina. El principal avantatge de la plataforma són les múltiples possibilitats per a la gestió que ofereix, com s'especifica unes línies més amunt, i com manifesten els mateixos entrevistats:

Google Forms és sobretot per organitzar viatges, autocars i tot

això, perquè queda escrit, es pot imprimir la llista, ho puc editar...

Com que el Drive el fem servir per a moltes coses, i està enllaçat amb el correu electrònic, per a nosaltres utilitzar el Forms suposa no haver d'obrir una pàgina extra. A més, queda tot en un Excel, i si vols t'ho pots imprimir.

Fas un document, envies un enllaç i qualsevol pot contestar-ho i és superobert. És un projecte més ambiciós que les altres eines, i si t'ho «curres» bé pots arribar a substituir el Doodle, que és el que hem aconseguit. Pots fer els càlculs que vulguis, perquè és un Excel, tens un registre ordenat... És més ràpid.

(Fragment d'E2, E8 i E9)

Per la seva banda, els calendaris digitals, entre els quals destaca, per la seva popularitat, Google Calendar, són els recursos menys integrats en les associacions estudiades. Només algunes de les colles castelleres (concretament, set de les onze), dues de les tres estudiantines i el grup de cultura oriental fan un ús associatiu del calendari. Les entitats castelleres troben en aquesta eina una via més per difondre la informació rellevant de manera interna. Hem observat que, en la mesura que són grups caracteritzats per la gran quantitat de socis que acullen i per l'elevada freqüència d'activitats que practiquen, els responsables de les colles combinen diversitat de vies de comunicació internes que facilitin la recepció de la informació. Les estudiantines, per la seva banda, fan ús del calendari digital motivades, com les colles castelleres, per la freqüència de les acti-

vitats conjuntes que celebren, però, a diferència de les colles castelleres, l'eina s'implementa perquè l'agrupació la valora per a l'organització, no com a canal complementari. En el cas de les estudiantines, doncs, el calendari gaudeix d'una acceptació més generalitzada entre els socis. Per últim, el grup de cultura oriental ha optat per l'ús públic del calendari. Recordem que aquesta agrupació està integrada per una àmplia comunitat de persones interessades en les activitats que es duen a terme. Atès que el contacte entre la junta directiva i la resta de socis (l'esmentada comunitat) no és directe, el calendari digital ha esdevingut un dels canals idonis —juntament amb la creació d'un butlletí electrònic— per mantenir informats els socis de les activitats programades de manera automàtica, sense que hagin de recórrer contínuament a les xarxes socials o al lloc web, ja que el calendari permet a qualsevol internauta la sincronització amb el seu calendari personal.

Per últim, s'ha reparat en l'ús que les associacions fan de les eines per a la gestió de recursos, aplicacions dissenyades per a l'ús individual, però que contenen una dimensió social rellevant. L'objectiu d'aquestes eines és servir de plataforma per a la connexió entre l'oferta i la demanda d'elements materials o intangibles, de manera que s'afavoreixi l'obtenció d'un benefici comú dels diversos usuaris implicats o, en alguns casos, d'un col·lectiu més ampli. Multitud d'aplicacions i recursos web formen part d'aquesta categoria. Dins d'aquest conjunt, les apli-

cacions més populars són Wallapop, enfocada a la venda o l'intercanvi de béns de segona mà, i BlaBlaCar, que té com a objectiu posar en contacte diferents viatgers que vulguin compartir les despeses d'un desplaçament. Altres eines suggerides a les entrevistes han estat Wace i Four Square; la resposta, però, s'ha obert a qualsevol tipus d'eina de gestió de recursos. La presència d'aquestes eines és mínima: dos col·lectius utilitzen BlaBlaCar (una agrupació teatral i una estudiantina) i un (un grup de teatre diferent de l'anterior), Wallapop. Quatre entrevistats més admeten haver-se plantejat l'ús d'aquestes eines —concretament, d'aquestes dues—, però la manca d'ús previ genera cert recel, de manera que, en la majoria dels casos, s'opta per les vies tradicionals.

Al marge de les eines de gestió de recursos suggerides, en l'entrevista al grup de cultura oriental es fa menció, de manera espontània, a una altra pràctica que pot encabir-se en aquesta categoria: el micromeceatge, amb el qual finalitzem l'apartat. Atès que l'associació en qüestió

es troba sota polítiques de sosteniment mínimes per part de la universitat que l'acull i que, en general, pot optar a un nombre molt reduït de subvencions, com es detalla en el capítol precedent, els responsables s'han vist empesos a buscar recursos que ofereixin solucions a aquesta situació. Els webs dedicats al micromeceatge possibiliten l'exposició pública d'un projecte amb la finalitat d'adquirir petites inversions a canvi d'una futura gratificació, si s'assoleix el capital necessari. L'ús d'aquest recurs, però, no es va dur a la pràctica, ja que l'entitat va veure un perill potencial en la seva imatge pública, qüestió, com s'ha comprovat al llarg de l'estudi, de gran rellevància per als col·lectius estudiats:

Ens vam plantejar utilitzar la plataforma de *crowdfunding*, aquesta on tu exposes el teu projecte i la gent et fa donacions, perquè com que no teníem subvencions, ni un euro... Però no es va arribar a posar en marxa perquè era un embolic i sobretot perquè tampoc volíem que se'ns malinterpretés.

(Fragment d'E26)