

TWITT X

L'APARADOR DE LA DEMOCRÀCIA



Policlet
Curs 2023/2024

AGRAIMENTS

Abans de començar crec que és just i pertinent agrair a totes aquelles persones que m'han ajudat a fer el treball. I és que no ha estat fàcil trobar espais, entrevistes o altres elements que m'han ajudat a elaborar sobretot el marc pràctic. Per això agraeixo al meu tutor de TDR, que m'ha donat el suport i les informacions necessàries per tirar endavant en aquest treball i poder encaminar-lo de la millor manera possible.

També a tots aquells que he entrevistat, Dani Cornellà, Montse Rigall, Àlicia Romero, Isidre Sierra, Albert Balanzà, Manu Reyes i Najat Driouech, que sense vosaltres res d'això seria possible. Igualment, voldria agrair a tots aquells que m'han permès la realització les entrevistes, és a dir la Carme Bartomeu i en Josep Llop, que em van aconseguir el contacte de dues d'elles; i també a les secretaries dels polítics; Pilar Lara, Bea de las Heras i Deborah Sancho.

Finalment, voldria agrair també a tots aquells i aquelles que m'han ajudat i acompanyat a fer les gravacions per tot Barcelona i rodalia, és a dir la meva família, però en especial al meu germà, al qual li dec encara més per haver-me donat un cop de mà directament en la part de gravació del documental. Una menció especial al Ramon, per haver-me acompanyat un dia al Parlament.

Ben segur que em deixo alguns noms, però espero que tothom que m'hagi ajudat aquests darrers mesos se senti interpel·lat amb aquestes paraules i una vegada més els hi entrego la més sincera gratitud.

ÍNDEX

ABSTRACT	5
INTRODUCCIÓ	6
MARC TEÒRIC	7
1. Twitter com a xarxa social	7
1.1 La història de Twitter	8
2. El funcionament de Twitter	9
2.1 Els perfils	9
2.2 La verificació	9
2.3 Els tuits	10
2.4 Les interaccions	10
2.5 Hashtags	10
2.6 Trènding tòpics	11
2.7 Anuncis (anuncis patrocinats)	11
2.8 Recomanacions	12
2.9 Material delicat	12
2.10 Denúncies	12
2.11 Subscripcions	13
3. Els algorismes de Twitter	13
3.1 Les dades que es recopilen	13
3.2 El tractament de les dades	14
3.3 L'algorisme	14
3.4 El cas Cambridge Analytica, el poder de les dades	14
3.5 Què en diu la normativa espanyola del tractament de dades	15
5. La política espanyola	18
5.1 La transició democràtica	18
5.2 El funcionament de la política a Espanya	18
5.3 Els partits polítics	19
5.4 Les ultimes eleccions generals (23 de juliol del 2023)	21
6. L'ús polític de Twitter a Espanya	22
6.1 Partits polítics a Twitter	22
6.2 La política a Twitter	22
7. El periodisme a Twitter	23
MARC PRÀCTIC	25
8. La idea inicial	25

9. La deformació de la idea principal.....	25
10. Trobar les entrevistes.....	26
11. Aprenentatge.....	27
12. Fer les entrevistes	28
13. Gravacions extres.....	29
14. Guionatge del documental	29
15. Material addicional (Tràilers i Making Of).....	30
16. Edició i muntatge.....	31
16.1 Identitat gràfica.....	31
16.1.1 Colors	31
16.1.2 Lletra.....	31
16.1.3 Resultat final	32
16.2 Selecció de clips	32
16.3 Muntatge	32
16.4 Música i so.....	33
16.5 Revisió i correcció d'errors	33
17. Les xarxes del documental	33
17.1 La llei de la propietat intel·lectual i YouTube	34
18. Resultats	34
CONCLUSIONS	35
BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA	36
ANNEXOS.....	40
ANNEX 1 – Guions de les entrevistes.....	40
ANNEX 2 – Guió del documental / Escaleta	56

ABSTRACT

En iniciar la recerca, el que volia esbrinar principalment era l'impacte que tenen les xarxes socials, en especial Twitter, en la nostra política, ja que és molt popular i utilitzada per la majoria dels polítics del territori. El procés de recerca ha seguit una seqüència de recopilació d'informació sobre Twitter i els temes directament relacionats amb la xarxa. A aquest tema se li afegia la política espanyola i la seva implicació a la xarxa social d'Elon Musk. Després d'elaborar un documental com a marc pràctic, i d'entrevistar a polítics i periodistes he pogut arribar a les següents conclusions: els polítics fan servir les xarxes socials com Twitter per poder transmetre el seu missatge de forma eficient, generalitzada i personalitzada. La importància d'aquestes plataformes és tal, que poden arribar a canviar els resultats d'unes eleccions.

Al iniciar la investigación, lo que quería averiguar, principalmente, era el impacto que tienen las redes sociales, especialmente Twitter, en nuestra política, puesto que es muy popular y utilizada por la mayoría de los políticos del territorio. El proceso de investigación ha seguido una secuencia de recopilación de información sobre Twitter y los temas directamente relacionados con la red, sumándole la estructura y funcionamiento de la política española y su implicación en la red social de Elon Musk. Después de elaborar un documental como marco práctico, y de entrevistar a políticos y periodistas, he podido llegar a las siguientes conclusiones: los políticos usan las redes sociales como Twitter para poder transmitir su mensaje de forma eficiente, generalizada y personalizada. La importancia de estas plataformas es tanta, que pueden llegar a cambiar los resultados de unas elecciones.

When starting the investigation, what I wanted to mainly find out, was the impact that social networks, specially Twitter, have on our politics, because it's very popular and it's used by the majority of the politicians. The research process has followed a sequence of collecting information about Twitter and topics directly related to the network, and the structure and functioning of Spanish politics and its involvement in Elon Musk's social network. After developing a documentary as the practical framework, and interviewing politicians and journalists, I have been able to reach the following conclusions: politicians use social networks like Twitter to be able to transmit their message in an efficient, generalized and personalized way. The importance of these platforms is such, that they can change the results of an election.

INTRODUCCIÓ

De segur que ben a prop teu tens un telèfon mòbil, si no és que estàs llegint això amb aquest dispositiu. Al tren, al carrer, a casa, sempre estàs envoltat d'éssers vius capcots immersos en el llarg infinit d'una pantalla que t'obre al món sencer, i tot davant els teus ulls.

Alguns d'ells parlen amb familiars, miren vídeos, o en el millor dels casos llegeixen un trist *ebook*. Però una gran majoria te'ls trobaràs amb les xarxes socials. I és que aquestes plataformes ja formen part de les nostres vides i són unes aplicacions fonamentals als nostres telèfons, i els polítics en són conscients. Per això és que les utilitzen. Però perquè en especial Twitter? Com ho fan perquè els seus missatges ara arribin arreu? Realment són tan influents les xarxes? Precisament això és el que esbrinarem en aquest treball.

I per què és rellevant i he triat aquest tema? Doncs perquè a vegades les xarxes socials com Twitter poden ser més influents del que pensem, i per això volia esbrinar fins a on poden arribar i com ho fan els partits polítics per arribar tan lluny.

Per corroborar-ho i que se'm fes menys feixuc, vaig decidir crear un documental amb entrevistes a polítics i periodistes per explicar tot el que envolta a l'àmbit polític dins d'aquesta controvertida xarxa social. És a dir, que un gran objectiu del treball ha estat també ser capaç d'elaborar un documental que fos amè, concís i prou clar per comprendre el món de Twitter.

Això sí, no ha estat pas fàcil fer aquest treball, ja que l'avançament de les eleccions generals, el canvi de nom de la xarxa social i del seu funcionament (que ara es diu X), m'han fet una mica la vida impossible. Fins i tot m'han arribat a cancel·lar alguna de les entrevistes que ja tenia quasi completament tancades.

Tot i les clares dificultats i complexitat que comporta la realització d'un documental periodístic com aquest, he pogut sortir-me'n, això sí, després d'un estiu intens recurrent Barcelona i la seva rodalia per trobar-me amb polítics de la talla d'Alícia Romero i periodistes com la Montse Rigall, que m'han ajudat a treure'n l'entrellat de tot plegat.

I és que si vols realment saber el que s'amaga darrere d'aquesta xarxa social has de sortir a la recerca de persones reals que t'expliquin realment com funciona Twitter, el nostre aparador de la democràcia.

MARC TEÒRIC

1. Twitter com a xarxa social

Si preguntem als usuaris de Twitter exactament què és aquesta xarxa social segurament rebríem moltes respostes diferents, perquè tot plegat depèn de l'ús que li donis. Per això, per definir una xarxa tan diversa i complexa, utilitzaré com a referència tant els usuaris com els treballadors de la mateixa empresa.

El que sí que tots sabem de Twitter és que és una plataforma en la qual els usuaris poden compartir missatges curts coneguts com a "tuits". Aquests missatges tenen un límit de 280 caràcters i poden incloure text, imatges, vídeos i enllaços a altres llocs web. Els usuaris de Twitter poden seguir a altres usuaris, veure i interactuar amb els tuits d'aquests, i compartir-ne els propis amb la seva audiència.

Es pot accedir a Twitter a través de qualsevol navegador (Google Chrome, Edge, Firefox, Opera...) o obtenint l'aplicació per a dispositius mòbils Android o IOS (Apple). No has de pagar res per usar-ho tot i que des de fa uns pocs mesos, amb l'arribada del nou president Elon Musk, s'ofereix una subscripció mensual anomenada X Prèmium que et dona diversos avantatges dins l'aplicació.

Moltes vegades s'encasella a la xarxa social dins el concepte de microblogging. (Wikipedia) Aquest terme és emprat per descriure un tipus de blog en el qual les publicacions que es deixen pujar a l'internet són d'una extensió més curta i dirigida a qualsevol mena de persona. A més també s'associa el microblogging com a un servei de missatgeria instantània, la qual cosa també caracteritza a Twitter, ja que tothom pot penjar i interactuar en temps real amb els usuaris o publicacions.

El que té de subjectiva aquesta xarxa social és la seva finalitat perquè els usuaris la fan servir per a tota mena de coses. En si, Twitter es defineix com una àgora en el que es pot debatre entre els usuaris i obtenir informació rellevant sobre el que t'envolta.

També hi ha comptes creats per mitjans de comunicació, per tant, que volen informar a la gent. Igualment, s'hi troben personalitats públiques; polítics, esportistes, metges... A més a més, ha sigut un lloc on fer campanyes electorals per part dels polítics, a més de crear debats entre els usuaris. Això a vegades ha portat a grans discussions i polèmiques, la qual cosa ha fet que es milloressin algunes coses de la xarxa social per evitar-les.

Twitter també és una eina important per a la comunicació de les empreses i les organitzacions. Les empreses poden fer servir Twitter per connectar amb els seus clients i compartir informació rellevant sobre els seus productes i serveis. També poden usar la plataforma per resoldre les queixes dels clients i respondre a les preguntes.

Gràcies a aquesta diversitat de funcions i temes a parlar per la xarxa, ha fet que Twitter esdevingui una de les xarxes socials més populars i utilitzades de la història. No obstant això, Twitter també ha estat objecte de crítiques i preocupacions per part dels usuaris i de l'opinió pública en general. Hi ha hagut preocupacions sobre la censura i la privacitat dels usuaris, així com sobre la propagació de desinformació i discursos d'odi.

1.1 La història de Twitter

A diferència de moltes altres idees enginyoses que s'han creat al llarg de la història, Twitter va sorgir de la cooperació d'un grup de persones, no tan sols d'un geni. Això sí, el primer que va pensar en el Twitter primitiu va ser Noah Glass. Aquest, l'any 2004, va tenir la idea de crear un lloc on poder enviar notes d'àudio en format mp3 que quedarien emmagatzemades al núvol. El va anomenar Odeo. A aquest projecte s'uniria més tard el creador de Blogger, Evan Williams. Poc després, Odeo es va convertir una plataforma de podcasting amb 14 empleats, entre els quals estaven el conseller delegat, Biz Stone (antic company de feina de Williams a Google), i el dissenyador Jack Dorsey.

Malauradament, a la vegada que Odeo, l'empresa estatunidenca Apple va llançar iTunes (un equivalent) i irremeiablement el predecessor de Twitter va ser oblidat. Per evitar el fracàs, el dissenyador d'Odeo va intentar reconduir la companyia.

En aquest moment va néixer Twtr el 2006, que en lloc de ser un lloc de podcasting, s'usaven SMS per crear converses entre petits grups de persones. Aquests missatges es caracteritzaven per no poder excedir els 140 caràcters.

El 2007 comencen a augmentar els usuaris i el trànsit d'una manera significativa, passant de 20.000 a 70.000 tuits al dia. Aquell mateix any, un usuari de Twtr inventa el hashtag com a mètode de classificació de tòpics.

Tot i que el millor any per la plataforma va ser el 2009 amb un augment del 1300% dels usuaris únics, fins als 71 milions. Això va ser gràcies a la progressió de l'empresa i la implementació de noves funcions a la plataforma. A causa d'això, l'aplicació va començar a patir falles de servidors. Per això, es van començar a buscar solucions per mantenir l'estabilitat de la xarxa.

Twitter funciona, i és que continuem veient la televisió connectats a través dels hashtags. De fet, moltes personalitats del món de la política, l'esport o la cultura utilitzen la plataforma com un mitjà de comunicació més. Fins a una empresa, persona o *influencer* poden perdre la seva bona reputació només amb un tuit mal gestionat. Encara que altres xarxes socials com Facebook i Instagram tinguin major nombre d'usuaris, un comentari a Twitter és molt més fàcil que es viralitzi. Twitter és i ha estat una revolució d'Internet i de la comunicació que encara perdura avui en dia.

La recent entrada del magnat Elon Musk a la direcció de l'empresa, ha fet que hi hagi una gran divisió d'opinions sobre si la compra de la xarxa social per part del CEO de Tesla i SpaceX ha estat el millor per la companyia. (@elonmusk, 2022) Tot i que aquesta personalitat ha promès més transparència, la seva mala reputació, per culpa dels acomiadaments que va fer durant la seva arribada a l'empresa, han tacat bastant la seva imatge i credibilitat. A més, les seves conviccions polítiques tampoc ajuden, ja que ha promès i realitzat el reobriments del compte de Donald Trump, anteriorment tancat per l'escàndol de l'Assalt al Capitoli.

Ara mateix hi ha un total de 436 milions d'usuaris actius a tot el món i se situa entre les 20 xarxes socials més utilitzades al planeta.

2. El funcionament de Twitter

Per entendre tots els conceptes que sortiran posteriorment en el treball, cal entendre el funcionament de la xarxa social i les interaccions que pot fer l'usuari amb les eines que s'ofereixen.

2.1 Els perfils

Quan et crees un compte a Twitter directament has de crear-te un perfil, tal com passa en la majoria de les xarxes socials. Els elements imprescindibles que ha d'incloure són el nom d'usuari, que pot ser el nom real o un d'inventat, i les informacions personals (que no seran compartides amb els altres usuaris). Les dades bàsiques que s'hauran de donar són la data de naixement i correu electrònic o telèfon. Per complementar el perfil es pot afegir una ubicació, una foto de perfil, un bàner (imatge al marge superior del perfil de forma rectangular que complementa la foto de perfil) i una petita descripció sobre el perfil o tu mateix, també conegut com a Bio (de biografia).


Aquests perfils es poden seguir i a sota de la biografia es mostraran els seguidors que tinguis i també les persones que segueixes. Els tuits del compte es dividiran en les pestanyes de: Tuits, Tuits i respostes, continguts i m'agrada, pestanya en la qual es poden fer públics els m'agrada que donis (és una funció que es pot activar o desactivar).

2.2 La verificació

Al costat del nom del perfil s'hi pot trobar si s'escau un símbol d'aprovació davant d'un fons blau. Aquest s'anomena verificat. En els últims mesos el sistema de verificació de la xarxa social ha estat múltiples modificat, el següent és el model actual per atorgar el símbol als comptes.

Elon Musk ha creat una subscripció de pagament anomenada X Prèmium. Aquest sistema ofereix un pagament mensual o anual (de 9,68 € o 101,64 € respectivament) que et dona el tic blau a més d'altres avantatges, com classificacions prioritzades a les converses i la cerca, veure aproximadament el doble de tuits entre anuncis, fer tuits amb text en negreta i en cursiva, publicar vídeos més llargs, pujar vídeos en Full HD... I un gran ventall de coses més.

Amb aquesta nova verificació es van eliminar tots els verificats anteriors i tan sols els hi va donar el Prèmium gratis a aquells comptes amb més d'un milió de seguidors. Ara ja és indistingible saber si algú estava verificat des d'abans dels canvis a Twitter o no. Actualment, sempre posa que estàs subscrit a Twitter Prèmium i que has verificat el compte amb un número de telèfon.

La nova verificació també ha portat més símbols per distingir el tipus de perfil que s'està consultant. Els nous verificats són els següents: 

El groc significa que el perfil és una marca o mitjà de comunicació verificat per Twitter i el gris un govern, organització governamental o multilateral.

A més, si el compte en qüestió està d'alguna manera associat amb Twitter sortirà un altre tipus d'insígnia al costat dels tics blaus amb el logotip de l'empresa. El mateix passa amb les altres empreses (Si treballes a Microsoft pots etiquetar-te com a compte associat a Microsoft, per exemple). (Twitter)

2.3 Els tuits

Els tuits són els tipus de contingut que es penja a la xarxa social de Twitter. Aquestes publicacions que poden ser de text amb o sense contingut multimèdia, no han d'excedir els 280 caràcters. Si es volen excedir aquestes limitacions, s'hauran de crear noves entrades seguides del Tuit original creant el que s'anomena un fil. Amb el nou X Prèmium, en canvi, els usuaris membres poden escriure tuits de fins a 10.000 caràcters.

En aquests tuits s'hi poden adjuntar diversos continguts. Es poden penjar vídeos, fotografies, GIFs (imatges en moviment) o enllaçar pàgines web. A més, Twitter ofereix adjuntar ubicacions, citar altres persones a través d'una arrova o el nom d'usuari i crear enquestes d'una duració determinada (introduïda per l'usuari).

Els tuits poden ser públics o privats depenent de la configuració de privacitat que tingui el perfil de cada persona. A més, a l'hora de penjar un Tuit, pots triar si serà visible globalment o només en un Cercle de Twitter (una manera d'enviar tuits a determinades persones per a així compartir les teves impressions amb un grup més petit). També hi ha l'opció de crear un tuit que sigui una retransmissió en directe d'àudio (per fer xerrades o conferències), o de vídeo.

2.4 Les interaccions

Pel que fa a les interaccions directes entre usuaris, és a dir sense la intervenció dels tuits (que queden publicats obertament o no depenent de la privacitat del compte), Twitter ofereix un servei de missatges directes. Aquest xat normalment es coneix com a MD o DM (missatge directe o "direct message" en anglès).

El funcionament d'aquests missatges seria el mateix que tindria qualsevol altre servei de missatgeria, amb la limitació que només es pot enviar text i adjuntar fotografies, GIFs i vídeos. Segons la privadesa del compte al qual t'adreces (si és públic o privat, si té permès o no rebre aquests MD...) se't permetrà rebre o enviar aquests missatges.

Quan parlem de tuits, les interaccions disponibles són els m'agrada o *likes*, que mostraran el suport de la comunitat global al tuit en qüestió; els retuits, que consisteixen a tornar a publicar un missatge amb la finalitat de compartir-lo amb els que et segueixen, ja que es publica al teu perfil; els comentaris, que et permeten reaccionar i opinar sobre un tuit; i també pots compartir-lo en altres xarxes socials usant el botó del marge inferior dret. Una altra de les reformes dels tuits que ha implementat Elon Musk és mostrar el nombre de visualitzacions del tuit al costat de les altres estadístiques (*likes*, nombre de comentaris i retuits). D'aquesta manera es pot calcular millor l'abast aproximat que ha tingut la publicació sense haver de refiar-se dels *likes*.

2.5 Hashtags

Els hashtags no són exclusius de Twitter, tot i que encara són importants per a la xarxa social. Permeten als usuaris etiquetar els seus tuits amb paraules clau o frases que descriuen el contingut del seu missatge. Els hashtags són una manera senzilla i efectiva de descobrir i seguir converses, temes i tendències a Twitter.

El funcionament dels hashtags és simple. Un usuari pot afegir un hashtag al seu tuit simplement afegint-hi un "#" davant d'una paraula o frase, sense espais ni caràcters especials. Per exemple, si un usuari vol etiquetar un tuit sobre esports, pot afegir el hashtag "#esports" al seu tuit.

Un cop publicat el tuit amb el hashtag, aquest es converteix en un enllaç clicable que condueix a una pàgina amb tots els tuits que contenen el mateix hashtag. Aquesta pàgina mostra una llista ordenada cronològicament de tots els tuits que contenen el mateix hashtag, incloent-hi els dels usuaris que no segueixes.

Els hashtags també es poden utilitzar per seguir converses en directe o esdeveniments en temps real. Si un esdeveniment o conferència té un hashtag oficial, els usuaris poden afegir el hashtag als seus tuits per unir-se a la conversa i seguir les actualitzacions a temps real. A més, afegir hashtags als teus tuits ajuda a millorar la seva visibilitat i a augmentar potencialment la seva difusió a la plataforma.

2.6 Trènding tòpics

Els trènding tòpics, o tendències són aquells temes que Twitter considera que són els que estan més de moda actualment. Les tendències es determinen mitjançant un algorisme i, de manera predeterminada, es personalitzen d'acord amb els comptes que segueixes, els teus interessos i la teva ubicació. Aquest algorisme identifica els temes que tenen popularitat en un moment donat i te'ls mostra a la pestanya de cerca perquè vegis què està passant al món. Cada vegada que hi cliquis et portarà cap als tuits amb més impacte, o els més recents, referents al tema d'interès.

2.7 Anuncis (anuncis patrocinats)

Hi ha informació sobre els anuncis de Twitter proporcionats per la mateixa empresa. Aquesta classifica els anuncis en tres tipus.

Els primers de tots s'anomenen "Anuncis Promocionats", que són tuits comuns comprats per anunciants que desitgen arribar a un grup més ampli d'usuaris o generar interaccions entre els seus seguidors actuals. Poden incloure només text o també imatges i vídeos. Per diferenciar-los dels tuits convencionals aniran etiquetats al marge inferior indicant que són patrocinats.

També hi ha uns altres tipus d'anuncis anomenats "Anuncis per a Seguidors". Aquests no són per només les persones que et segueixen, com es pot pensar inicialment, sinó que són per arribar a nous usuaris. Per poder publicar aquests anuncis s'han de crear les campanyes de seguidors, que comparteixen metodologia amb els anuncis promocionats.

Aquestes campanyes s'han de pagar per ser publicades a la plataforma. Com més paguis, a més gent arribaràs. Si vols fer una campanya personalitzada, és a dir per a un grup específic de persones, pots fer-ho. Els elements editables són: el gènere de l'usuari, l'edat, la ubicació (que pot ser en un radi al voltant d'una ubicació o en ubicacions específiques, siguin països, ciutats, comarques, províncies o codis postals), els temes que més tracten i els seus interessos (tuitant, cercant, donant-li m'agrada, compartint, comentant...) i amb les llengües que utilitza l'usuari.

Finalment, hi ha els "Trend Takeover". Aquests són uns anuncis que es mostren a la pestanya d'exploració, juntament amb les tendències. Solament duren vint-i-quatre hores publicats, a diferència dels altres que tenen la duració desitjada per l'anunciant. Es venen com els anuncis amb més impacte de tots, ja que són molt visibles, pel fet que no són tuits com a tal, sinó grans imatges promocionals. Com que són més importants que els altres, per comprar aquest lloc a l'app i la web t'has de posar en contacte amb l'equip de vendes de Twitter. La Super Bowl, per exemple, ho ha utilitzat alguna vegada.

2.8 Recomanacions

Les recomanacions són una manera d'expandir el contingut que surt a la pàgina d'inici del teu Twitter, en el qual es troben els tuits més rellevants i actuals segons les persones que segueixes. Per tant, les recomanacions fan que puguis tenir més informació sobre els temes d'actualitat que més t'interessen.

Aquest tipus de contingut addicional es determina per diferents vies. La major part de les vegades es mostren perquè un compte que segueixes segueix al creador del tuit que estàs veient o perquè aquell compte li ha fet m'agrada. A més, si segueixes el tòpic d'esports, per exemple, et sortiran tuits rellevants sobre aquest tema sense que necessàriament segueixis al creador del contingut. Altres vegades l'algorisme serà el que t'ensenyarà els tuits que consideri més rellevants per a tu tenint en compte altres interaccions.

2.9 Material delicat

A Twitter es pot penjar tota mena de contingut, sempre que no sigui il·legal. Per tant, es poden trobar vídeos violents o fins i tot pornografia, que tot i les regulacions que es troben dins la xarxa, es poden arribar a veure sempre i quan siguis major d'edat en el cas de la pornografia.

Aquest tipus de tuits es poden marcar com a contingut sensible abans de la publicació directament des del compte del tuitaire, més concretament des del mateix contingut multimèdia. Es podrà marcar si es mostren imatges violentes, sensibles o nuesa.

En el cas que no es faci això manualment, es passa una revisió per part de l'equip de Twitter per marcar-los com a contingut sensible. Això sí, es necessita una denúncia prèvia d'un usuari per passar aquest control.

2.10 Denúncies

Es poden denunciar gairebé tots els àmbits de Twitter. Entre les denúncies disponibles hi trobem tuits, comptes, imatges de perfil o missatges directes, fins i tot anuncis. Els objectius de les denúncies són suspendre comptes, eliminar tuits o restringir contingut amb la finalitat d'identificar contingut que infringeixi les polítiques de la xarxa. En tots els casos la denúncia es duu a terme des del botó de tres punts (...) que desplega la pestanya de "Més". Aquí hi trobem entre altres coses l'apartat de denúncies.

Per poder denunciar a un usuari caldrà omplir un breu formulari explicant el perquè de la denúncia. A l'enquesta es demana amb qui es relaciona, és a dir quanta gent es veu afectada pel contingut infractor (només el denunciant, tothom a Twitter o un grup de persones concret). A continuació, es demana que es proporcionin més informació sobre l'assumpte que es vol denunciar. Posteriorment, es farà un resum de la denúncia per corroborar que tota la informació donada és correcta. Per denunciar un compte se segueix el mateix procediment.

En el cas de voler denunciar una conversa que has tingut amb un altre usuari per missatge directe, el procediment canvia lleugerament. En aquest cas hauràs de denunciar el compte des de la pestanya "Més" a l'apartat "Informació". Aquí s'haurà de seleccionar si és abús o perjudicial i tornar a explicar el perquè. A més s'haurien de marcar els missatges que es vulguin denunciar per tenir més evidències i poder comprovar que la denúncia és pertinent.

2.11 Subscripcions

Recentment Twitter ha llançat un nou tipus de subscripció de pagament. Aquesta és mensual i està associada a un compte en particular, és a dir a un usuari. Et pots subscriure al perfil d'Elon Musk, per exemple.

Els beneficis que et proporciona aquesta subscripció (amb un preu de 4,48€ al mes) són variats i decidits en part pel creador. Un exemple podria ser el contingut exclusiu, una insígnia pública de subscriptor...

Per saber en quins perfils et pots subscriure, després de seguir-los, et sortirà una icona morada amb l'etiqueta "Subscriu-te" en el cas que l'usuari ho hagi activat. (Twitter)

3. Els algorismes de Twitter

En aquest apartat del treball de recerca es tractarà el tema de les dades i com són recopilades, processades i distribuïdes per Twitter.

3.1 Les dades que es recopilen

A Twitter s'introdueixen moltes dades per part de l'usuari perquè l'experiència d'ús de la xarxa social sigui la millor possible, tot i que aquestes no són les úniques dades que extreu Twitter. Per això la mateixa empresa les classifica en tres tipus.

Les dades que es proporcionen per l'usuari són les primeres i més evidents que emmagatzema Twitter. Aquestes són les que s'introdueixen a l'hora de crear un compte. Hi ha unes quantes dades d'aquestes que són opcionals, i per tant no tots els usuaris les tindran vinculades amb el perfil. Les obligatòries són: un nom, un usuari, una contrasenya, un correu o un telèfon, una data de naixement i l'idioma de visualització de la xarxa. En cas de fer algun pagament amb targeta per comprar algun dels serveis extres de Twitter, l'empresa també es quedarà amb tota la informació de la targeta; titular, número, data de caducitat, CVV i la direcció de facturació.

Les altres dades es recopilen en gran manera mentre utilitzes Twitter. Aquestes dades d'activitat inclouen: els tuits i altres continguts que es publiquen (incloent-hi la data, aplicació i versió de Twitter); els teus favorits i les comunitats de les quals formes part; les interaccions amb el contingut d'altres usuaris (retuits, m'agrada, els tuits que has compartit, les respostes), com interactues amb altres usuaris en la plataforma, per exemple, amb les persones que segueixes i les que et segueixen, i quan uses els missatges directes, incloent-hi el contingut dels missatges, els destinataris i la data i hora dels missatges.

A més també es recullen les dades dels dispositius als quals has iniciat sessió, per exemple, les dades sobre quan et connectes, com la teva adreça IP i el tipus de navegador; les dades sobre el teu dispositiu i la seva configuració com, per exemple, l'identificador del dispositiu, el sistema operatiu, l'operador, l'idioma, la memòria, les aplicacions instal·lades i el nivell de bateria.

La teva ubicació també forma part d'aquest tipus de dades. El que fa en aquest cas la xarxa social és saber la teva ubicació aproximada per poder millorar la teva experiència a Twitter proporcionant-te les notícies o temes més rellevants a la teva zona.

L'últim tipus de dades que recopila Twitter són les proporcionades per tercers. Aquestes empreses externes cedeixen les dades que s'accepten a les *galletes* d'altres llocs web. La finalitat de recollir aquestes dades és ajudar a construir una identitat pròpia perquè l'algorisme de Twitter et pugui identificar en tot moment. Aquests llocs web solen estar associats amb la xarxa social com a socis publicitaris o desenvolupadors i editors. Les connexions que puguis efectuar amb altres serveis (Google, Facebook...) també poden proporcionar dades extra a Twitter.

3.2 El tractament de les dades

Segons el mateix Twitter, les dades que tenen sobre cada usuari es fan servir per fer de la xarxa el servei que coneixes i que tant t'encanta. Per especificar-ho més, Twitter divideix el tractament de dades en categories, tal com fa amb la recopilació de dades.

La primera finalitat és prestar, millorar i personalitzar els serveis que ofereix Twitter. Això es fa mostrant-te contingut i anuncis més rellevants, suggerint-te persones i temes a seguir, habilitant i ajudant-te a descobrir entitats vinculades, aplicacions de tercers i serveis.

També es fan servir les dades per a fomentar la seguretat. Tot i que sembli contradictori, Twitter ho justifica dient que tracta les dades que recull per a vetllar per la seguretat dels usuaris, els productes i serveis i el seu compte. Això inclou la verificació de la identitat, l'autenticació del compte i la defensa enfront d'activitats fraudulentas, usos no autoritzats i activitats il·legals. També es duu a terme el tractament de les dades per avaluar i millorar la seguretat i qualitat dels continguts a Twitter, la qual cosa inclou realitzar recerques i fer complir les polítiques, les condicions i la legislació aplicable. A més es fan servir per mesurar, millorar i personalitzar els serveis que ofereix la xarxa social. Finalment, una gran part de les dades s'utilitzen per fer enquestes. (Twitter)

Aquestes són les explicacions que proporciona la web de Twitter, però podria ser que la finalitat de la recopilació d'aquestes dades no sigui la que diu estrictament la seva pàgina web. Un cas similar va passar amb Facebook i el tema de Cambridge Analytica que s'exposarà a continuació.

3.3 L'algorisme

Recentment, amb la incorporació d'Elon Musk al capdavant de Twitter, es va prometre fer públic l'algorisme de la xarxa i fer-lo de domini públic. El 31 de març del 2023, la promesa de Musk es va fer realitat i es va publicar l'algorisme perquè qualsevol persona del món el pugui investigar. La finalitat era corregir qualsevol cosa que pogués alterar el funcionament i l'eticitat del tractament de dades de la xarxa. Finalment, no es va trobar cap errada greu de protecció de dades. (Twitter) (Clarck)

3.4 El cas Cambridge Analytica, el poder de les dades

El cas Cambridge Analytica va ser un escàndol que va omplir portades entre els anys 2016 i 2018. Durant aquell temps es van revelar totes les informacions sobre una empresa anomenada així, Cambridge Analytica, que es va dedicar a recopilar dades de Facebook sense el consentiment dels usuaris per utilitzar-les a favor dels seus interessos polítics, normalment contractats per dirigents de grans campanyes electorals com la de Donald Trump el 2016. (Kirchgaessner)

Es recopilava tota la informació sobre els teus *likes*, interaccions, cada vegada que utilitzaves la targeta de crèdit, les cerques a internet, ubicacions... directament se

t'associava amb el teu usuari i qualsevol comprador podia tenir un perfil detallat teu. Tots els teus gustos, pors, pensaments sentiments... Cambridge Analytica va admetre tenir un total de cinc mil punts d'informació de cada usuari de Facebook gràcies a les dades filtrades per l'empresa, l'actual Meta. Aquest nombre depenia de la teva activitat a internet i a la mateixa xarxa social. Cinc mil era el mínim.

Estic parlant en passat perquè en teoria aquestes dades ja no s'utilitzen per a aquesta finalitat, però qui sap. Realment les dades hi són, on van a parar realment és una altra història.

Tota aquesta polèmica va acabar amb un judici on una de les principals cares visibles va ser Christopher Wylie, un dels treballadors de Cambridge Analytica que es va rebel·lar contra el seu cap pel dilema ètic que es presentava amb la situació. Tot i ser el principal delator i formar part de l'acusació, aquest geni de la informàtica va ser una de les ments pensants de tot el projecte.

Els altres acusats van ser Alexander Nix, el director de l'empresa, Steve Bannon, un dels seduïts per la idea de Nix i Mark Zuckerberg, el CEO de Facebook. L'últim va ser jutjat per permetre filtrar les dades i ser un directe col·laborador (tot i que va ser una fuga involuntària li va caure tot el pes de la responsabilitat).

Una també treballadora de CA va declarar al judici, la Brittany Kaiser. Ella va dir una frase que és de les més importants de totes per entendre la magnitud de l'assumpte. "Les dades són les coses més valuoses de la Terra, més que el petroli", va declarar davant de càmera al reportatge de Netflix "The Great Hack". I realment és així, es poden donar milions per indagar sobre una persona en concret, i les dades recopilades per les més grans companyies tecnològiques poden ser d'un valor incalculable. Gigues i més gigues de dades emmagatzemades per tot arreu, dades que saben més de tu que tu mateix. Aquest és el gran perill.

I si aquestes dades cauen en les mans equivocades, es poden utilitzar per aniquilar la democràcia, tal com va passar en aquest cas. Dades que es fan servir per fer canviar el parer dels usuaris de les xarxes per afavorir, donant informació falsa i difonent propaganda, a un partit polític o ideologia concreta, normalment vinculada amb l'extrema dreta i durant la campanya electoral. Així és com es pot modelar una societat sencera tal com ho vol el seu escultor, en aquest cas Donald Trump o el Partit Conservador al Regne Unit. (Cadwalladr)

3.5 Què en diu la normativa espanyola del tractament de dades

El Govern espanyol té també una normativa de tractament de les dades. Aquesta normativa té uns grans punts en comú amb la que té la Unió Europea, per això l'agafaré com a exemple. Aquests són els fragments més rellevants sota el meu criteri:

- **Article 5: (DEURE DE CONFIDENCIALITAT)** Els responsables i encarregats del tractament de dades així com totes les persones que intervinguin en qualsevol fase d'aquest estaran subjectes al deure de confidencialitat al qual es refereix l'article 5.1.f) del Reglament (UE) 2016/679.

L'obligació general assenyalada en l'apartat anterior serà complementària dels deures de secret professional de conformitat amb la seva normativa aplicable.

- **Article 6: (TRACTAMENT BASAT EN EL CONSENTIMENT)** De conformitat amb el que es disposa en l'article 4.11 del Reglament (UE) 2016/679, s'entén per consentiment de l'afectat tota manifestació de voluntat lliure, específica, informada i inequívoca per la qual aquest accepta, sigui mitjançant una declaració o una clara acció afirmativa, el tractament de dades personals que el concerneixen.

Quan es pretengui fundar el tractament de les dades en el consentiment de l'afectat per a una pluralitat de finalitats caldrà que consti de manera específica i inequívoca que aquest consentiment s'atorga per a totes elles.

- **Article 11: (TRANSPARÈNCIA I INFORMACIÓ DE L'AFECTAT)** 1. Quan les dades personals siguin obtinguts de l'afectat el responsable del tractament podrà donar compliment al deure d'informació establert en l'article 13 del Reglament (UE) 2016/679 facilitant a l'afectat la informació bàsica a la qual es refereix l'apartat següent i indicant-li una adreça electrònica o un altre mitjà que permeti accedir de manera senzilla i immediata a la restant informació.
 - a) 2. La informació bàsica a la qual es refereix l'apartat anterior haurà de contenir, almenys: La identitat del responsable del tractament i del seu representant, en el seu cas.
 - b) La finalitat del tractament.
 - c) La possibilitat d'exercir els drets establerts en els articles 15 a 22 del Reglament (UE) 2016/679.

Si les dades obtingudes de l'afectat anessin a ser tractats per a l'elaboració de perfils, la informació bàsica comprendrà així mateix aquesta circumstància. En aquest cas, l'afectat haurà de ser informat del seu dret a oposar-se a l'adopció de decisions individuals automatitzades que produeixin efectes jurídics sobre ell o l'afectin significativament de manera similar, quan concorri aquest dret d'acord amb el que es preveu en l'article 22 del Reglament (UE) 2016/679.

- **Article 13: (DRET D'ACCÉS)** Aquest apartat garanteix l'accés a les dades per part de l'afectat.

Actualment, a Espanya hi ha una agència anomenada "Agència espanyola de protecció de dades" que bàsicament s'encarrega dels criteris de tractament de les dades dels ciutadans. (AEPD).

TÍTOL X: (GARANTIA DELS DRETS DIGITALS) Aquest títol és el que esmenta qualsevol acció que es vulgui realitzar amb les dades d'algú a Internet i com s'han de tractar. És bastant extens i el més recent i periòdicament actualitzat de tots. (BOE, 2018)

4. Bots

Per començar, hem de diferenciar el que és un bot a Twitter i un perfil fals. Un perfil fals és aquell que simula ser una persona i vol a través de converses, m'agrades, retuits, etc., fer més visible o fer quallar un missatge entre els usuaris. En el cas polític, que és el més comú, normalment estan afiliats a un partit en específic que pot contractar el

servei. Aquests usuaris falsos són en realitat gent, col·loquialment anomenats trols, que manualment fan tota aquesta feina des d'un ordinador.

Quan aquest tipus d'interaccions o tuits es fan de forma massiva, és a dir, milers de missatges o *likes* automàticament és quan es comença a parlar de bots. Els bots es dediquen a fer tot el que fa un perfil fals però mitjançant la intel·ligència artificial i multiplicat per milers i milers de vegades.

Els atacs de bots es poden fer en tots els àmbits de Twitter, des d'un simple m'agrada, a crear una reacció massiva en cadena i crear un trènding tòpic. Els perfils tenen clarament una intenció dubtosa al darrere, volent crear una falsa perspectiva de la realitat per enganyar als usuaris, fent que s'ho creguin al ser indistingibles dels comptes vertaders.

Per fer-ho, els bots utilitzen notícies falses, xats d'IA com el ChatGPT, que permeten generar converses i debats molt realistes a la xarxa, o generant missatges amb paraules clau repetitives, que en el cas d'Espanya podrien ser, VOX, Procés, Catalunya...

En definitiva, els bots són uns comptes gairebé indetectables a simple vista, que sembla que pensin o tinguin opinió pròpia, amb noms i perfils realistes, però que en realitat són controlats per un ordinador amb la finalitat d'enganyar als usuaris de Twitter a favor d'un partit polític.

Aquests també generen una gran problemàtica relacionada amb els comptes de Twitter. Si algun compte rep un atac de bots, és a dir, que un munt de perfils d'aquestes característiques bombardegen amb interaccions, normalment negatives, envers un usuari, aquest pot arribar a perdre el compte per seguretat.

Tot i que el més problemàtic és el que pot passar amb l'opinió pública. Si no saps diferenciar el que és un bot o perfil fals d'algú real, pots creure que realment el que diuen aquests usuaris controlats per la intel·ligència artificial és verídic, quan la realitat és ben diferent.

Ara mateix, Twitter està intentant regular l'aparició d'aquests bots a la pàgina principal, fent que només et puguin aparèixer tuits de comptes verificats, deixant els bots fora d'aquest apartat de la xarxa. Encara que aquest sistema no és infal·lible, ja que ara pots pagar per obtenir el verificat, gràcies a la subscripció d'X Prèmium. Això fa que alguns perfils falsos puguin continuar apareixent al teu Twitter. A més, també s'ha eliminat la distinció dels usuaris amb el tic blau verificats antigament dels que paguen la subscripció, per tant, es fa més difícil encara identificar quin és el perfil real del fals.

Un altre lloc de Twitter en el qual poden continuar tenint influència els bots és als comentaris dels tuits, fent que encara es pugui difondre un missatge reiteratiu controlat per IA, tenint la seva respectiva influència en els usuaris.

Pel que fa al percentatge de bots a la plataforma, el 2022 es va anunciar internament des de Twitter, que el percentatge de comptes de bots a Twitter era d'un 5%. Tot i això, Elon Musk ha arribat a afirmar que el seu nombre supera quatre vegades aquesta xifra, és a dir que hi ha un 20% o més de comptes a Twitter que són bots. (La Razón) (Prego, 2022)

5. La política espanyola

Aquest apartat tindrà com a continguts el funcionament de la política espanyola, i per tant les tres institucions que la formen. Posteriorment entraran en joc els partits polítics. El centre d'atenció del meu treball tan sols es focalitza en Espanya i Catalunya, per tant, ometré dins el meu treball les forces minoritàries i els partits bascos, que tenen una lleugera representació dins el Congrés, però que no és rellevant per al desenvolupament del marc teòric.

5.1 La transició democràtica

El vint de novembre del 1975, va ser una data que marcaria un abans i un després al funcionament intern de l'Estat espanyol. Aquell dia va morir Francisco Franco, el dictador que va manar a Espanya durant més de tres dècades. Des de llavors, el país va ser remodelat internament per crear una política totalment oposada a la que s'havia estat fent fins aquell moment, instaurant la democràcia parlamentària. (Wikipedia)

Aquesta democràcia s'havia d'aconseguir primerament mitjançant una constitució, que seria aprovada sota referèndum el 29 de desembre del 1978. La primera legislatura portava el segell del PSOE, que va guanyar les generals del 1982 i va obtenir la presidència del govern. Una transició democràtica que continua vigent fins al dia d'avui.

5.2 El funcionament de la política a Espanya

Tot i ser un govern democràtic, l'Estat espanyol encara conserva la corona, actualment formada pel rei Felip VI i la Reina Letícia. Davant d'això, Espanya és el que s'anomena una monarquia parlamentària. El Rei, en la seva condició de cap d'Estat, simbolitza la unitat i permanència de l'Estat, exerceix una funció arbitral i moderadora del funcionament regular de les institucions i assumeix la representació més alta de l'Estat espanyol en les relacions internacionals. El Rei Felip VI com a tal, no participa activament en política, sinó que es queda al marge sense fer cap funció dins el Govern.

El poder legislatiu està format per dues cambres, el Senat i el Congrés, que són les Corts Generals espanyoles. El Senat s'encarrega més de les funcions pressupostàries i de control del Govern. En canvi, el Congrés s'encarrega més del poder legislatiu com a tal, és a dir, a aprovar lleis.

El congrés està compost per 350 diputats. Tots els projectes i proposicions de llei s'han d'examinar primer, sense excepció, al Congrés dels Diputats, i al Senat li correspon el dret de veto o d'esmena sobre el text elaborat pel Congrés i es reserva a aquest la decisió definitiva després d'un nou examen. Així mateix, és el Congrés el que atorga la investidura del president del Govern i, per tant, és aquesta cambra la que pot provocar la seva dimissió, bé mitjançant l'aprovació d'una moció de censura, o bé a través de la negativa a concedir la confiança sol·licitada pel Govern.

Per altra banda, el Senat està configurat a la Constitució com la Cambra de representació territorial. A la X Legislatura l'integren 266 senadors, dels quals 208 són escollits per sufragi universal directe i els altres 58 són designats per les Assemblees Legislatives de les comunitats autònomes que elegeixen un senador cada una, més un altre per cada milió d'habitants del seu respectiu territori.

El poder executiu recau exclusivament en el Govern. A aquest li correspon la funció executiva i la iniciativa de l'actuació legislativa, la possibilitat de governar mitjançant

legislació d'urgència (la ratificació de la qual s'encomana al Congrés) i l'elaboració del projecte dels pressupostos generals de l'Estat. El Govern dirigeix la política interior i exterior, l'administració civil i militar i la defensa de l'Estat.

L'òrgan col·legiat de l'executiu és el Consell de Ministres, format pel president, el vicepresident o vicepresidents i els ministres. El Govern actual està compost pel president del Govern, una Vicepresidència amb cartera ministerial i dotze ministres. El president del Govern és el que controla a tota la institució i de retruc a tot el país. Aquest càrrec és el de primer ministre en altres Estats.

El Tribunal Constitucional és l'interpret suprem de la Constitució, és independent dels altres òrgans constitucionals, i està sotmès únicament a la Constitució i a la Llei Orgànica 2/1979, del 3 d'octubre, que el regula.

Està compost per dotze membres nomenats pel Rei per proposta del Congrés dels Diputats per majoria de tres cinquenes (quatre membres), del Senat per la mateixa majoria (quatre membres), del Govern de la nació (dos membres) i del Consell General del Poder judicial (dos membres). La designació dura un període de nou anys i el Tribunal es renova per tercers parts cada tres anys, i els seus membres no poden ser reelegits. (La Moncloa)

5.3 Els partits polítics

La classificació dels partits a les diferents ideologies estarà regida, en la mesura del possible, segons el que s'hagi dit internament al partit corresponent.

PSOE: El Partit Socialista Obrer Espanyol, o PSC a Catalunya, és la segona força més votada a les eleccions del 2023, i el segon partit amb més representació a les cambres i el Govern des de llavors. El president del Govern, Pedro Sánchez, forma part del PSOE i és a la presidència des del juny de 2018, després de fer efectiva una moció de censura contra l'expresident Mariano Rajoy. És un dels partits més votats d'Espanya juntament amb el PP. (PSOE)



PP: El Partit Popular és un partit fundat el 1989. Els dos últims Governos als quals va poder arribar a la presidència van ser els d'Aznar i Mariano Rajoy, del 1996 fins al 2004, i del 2011 al 2018 respectivament. Ara mateix el president del partit és Alberto Nuñez Feijoo, Gallec i candidat guanyador de les generals d'aquest mateix any 2023. Podríem dir que el PP és un partit conservador i nacionalista espanyol. Actualment, és la força més votada a l'Estat. (PP)



VOX: Aquest partit fundat el 2014 és un dels més joves de tot Espanya. Tot i això, va poder arribar a ser la tercera força més votada a les generals del 2023. VOX es vol diferenciar constantment dels altres partits, per això ho remarca reiteradament. Ells s'autodenominen la veu de l'Espanya viva, lliure i valenta. Proposen ser la solució per fer d'Espanya una gran nació. El seu projecte promet ser la defensa d'Espanya, de la família i de la vida. Creuen que l'ideal és reduir la grandària de l'Estat i garantir la igualtat entre els espanyols, segons diu la seva pàgina web. Els seus ideals es basen en l'ultraconservadorisme i l'ultranacionalisme espanyol. (VOX)



Podemos: Podemos és un partit fundat el 2014 per Pablo Iglesias. **Podemos** Des del 2020 és un dels partits que formen part directament al Govern després d'arribar a un acord amb el PSOE (tot i que ara s'integra dins de la coalició de Sumar). Una de

les seves membres més conegudes és l'actual alcaldessa de Barcelona Ada Colau, que és al capdavant de l'ajuntament de la ciutat comtal des del juny del 2015. El partit és d'ideologia socialdemòcrata i progressista. A més, acostuma a donar suport a causes com el feminisme, la qual cosa ens pot indicar el color del logotip, o la comunitat LGTBIQ+.

ERC: Esquerra Republicana de Catalunya és un partit que focalitza la seva acció política als països catalans. Com es declara a la seva pàgina web, ERC és un grup polític que té com a objectiu principal l'assoliment d'una societat més justa i solidària, sense desigualtats entre les persones i els territoris i considera que la via per fer-ho és aconseguir la independència de Catalunya. Les cares visibles d'Esquerra són el president de la Generalitat de Catalunya, Pere Aragonès, i Oriol Jonqueres, el president del partit. ERC és un partit polític d'ideologia republicana i independentista. Entraria dins dels partits socialdemòcrates. (ERC)



Cs: Ciutadans és un partit polític que en els últims anys ha anat davallant en vots. A les generals del 2019 va ser la sisena força més votada després d'Esquerra. Tot i això, l'he volgut incloure per la seva trajectòria i experiència al sistema polític espanyol. El secretari general del partit és Adrián Vázquez, tot i que la seva cara més visible ha estat Inés Arrimadas, ex-portaveu al congrés, perquè ja ha renunciat. Segons la seva web es regeixen per la unió, igualtat i llibertat a Espanya. Algunes de les seves propostes proposen unificar criteris a tot l'Estat, com per exemple l'educació. Cs és un partit liberal i reformista. Aquest any 2023 ha decidit no concórrer a les eleccions generals i per tant el seu futur està a l'aire. (Ciudadanos)



Junts: Junts per Catalunya és un partit polític independentista com Esquerra Republicana. El que els fa diferents són els seus orígens i la manera de fer del partit. Després de molts canvis de nom i membres del partit es va crear Junts. A vegades es creu que és com l'antiga Convergència, però hi ha hagut canvis i una evolució marcada. Els integrants del partit més coneguts són Laura Borrás, la presidenta, i Jordi Turull, secretari general. Els seus ideals són l'independentisme i el republicanisme. És un partit socioliberal que opta per visibilitzar el conflicte català i l'autodeterminació.



CUP: La Candidatura d'Unitat Popular és un partit polític independentista que té el seu focus d'acció als Països Catalans. Les seves cares més visibles són Dolors Sabater, Carles Riera i Eulàlia Reguant. La CUP mai ha arribat a governar a la Generalitat. El seu programa incita a la desobediència i els moviments socials populars per arribar a un canvi. La seva ideologia és anticapitalista, socialista, independentista, feminista i ecologista. (CUP)



Sumar: Sumar és un partit de nova creació encapçalat per Yolanda Díaz, exmembre d'Unides Podem i segona vicepresidenta del govern espanyol des del 2021. És el que es coneixia abans com a Podemos, un partit plenament democràtic, basat en el feminisme, l'escolta, el diàleg i la participació popular per garantir la igualtat al país. És un projecte comú i integrat per tots els partits mínimament relacionats amb Podemos, que també constitueix aquesta nova coalició. (Sumar)



5.4 Les últimes eleccions generals (23 de juliol del 2023)

Les últimes eleccions generals celebrades a Espanya van ser fa escassos, més concretament el dia 23 de juliol del 2023. Els resultats electorals van ser els següents:

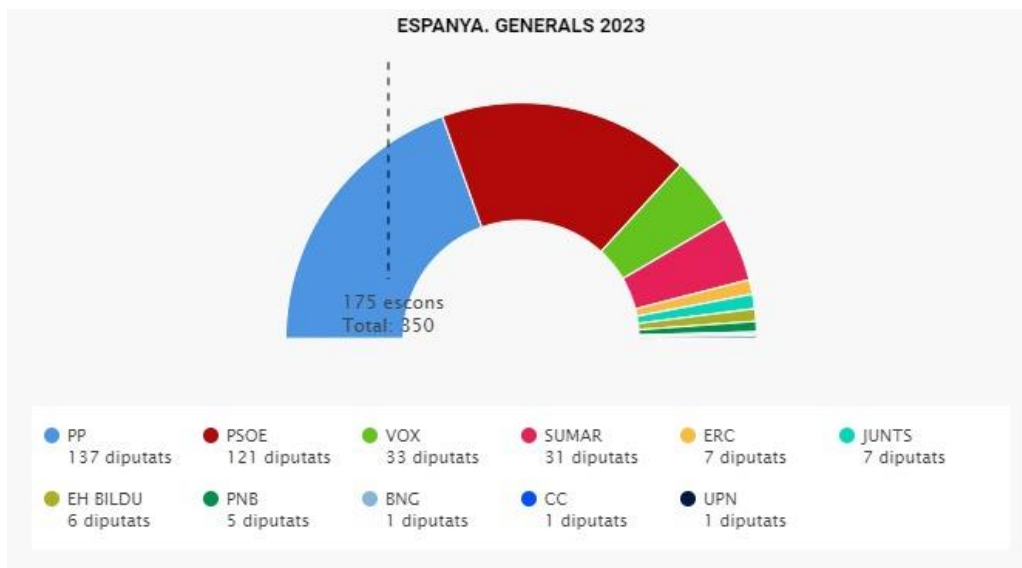


Fig. 1 Resultats Eleccions Generals 23J, 2023, <https://www.ccma.cat/324/eleccions-generals-23j-2023/>

El partit guanyador ha estat el PP, seguit de prop pel PSOE, és a dir, que en aquestes eleccions ha guanyat la dreta. Una mica més lluny s'hi troben el partit d'ultradreta VOX, i Sumar. Després se li uneixen els partits independentistes, ERC i Junts i d'altres partits menys representats al conjunt de l'estat espanyol.

El nou govern d'Espanya es va acabar constituint el passat 16 de novembre del 2023 amb 179 vots a favor i 171 en contra del PSOE després d'un llarg procés de pactes que han fet que Pedro Sánchez aconseguís els suports necessaris per governar. És la tercera legislatura que encara el President del Govern.

6. L'ús polític de Twitter a Espanya

A Twitter s'hi troben moltes comunitats diferents. Hi ha temes des de videojocs, passant per humoristes fins a polítics. El treball es focalitza en l'àmbit polític, per això només parlaré dels comptes associats amb aquest món.

6.1 Partits polítics a Twitter

A Espanya tots i cadascun dels partits polítics més importants es troben a les xarxes socials, i Twitter no és una excepció. Primerament, exposaré el nombre de seguidors que tenen tots i cadascun dels partits polítics prèviament exposats i més tard les finalitats amb les quals els comptes estan creats.

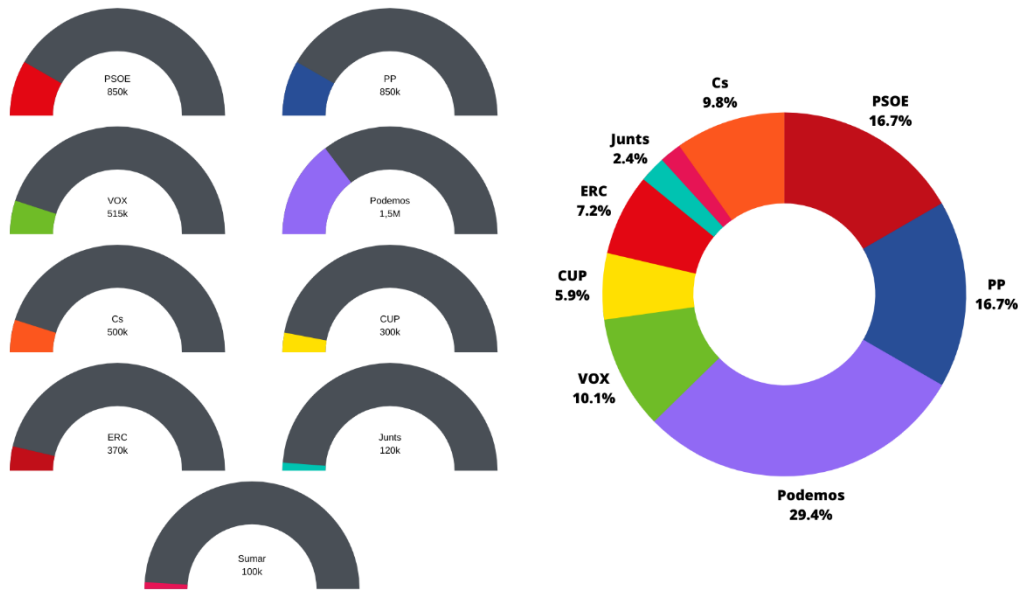


Fig. 2 Seguidors als comptes de Twitter (Font pròpia/Twitter, 2023)

En aquestes gràfiques podem observar que el nombre de seguidors totals de cada partit no es correspon amb el resultat de les últimes eleccions o de la tendència política dels últims anys. Per poder esbrinar el perquè suposo que caldrà investigar això a partir d'entrevistes amb experts o polítics mateixos.

Però no tota la representació política a Twitter es basa en els comptes dels partits en si. També disposen de compte les organitzacions governamentals, com la Generalitat, els ajuntaments o el Congrés per exemple. Tot i que els més seguits pels usuaris són els polítics en si.

Els polítics de tots els partits aprofiten els seus comptes i el seu impacte per fer propaganda sobre el seu partit, donar la seva opinió, o fins i tot incentivar el debat públic al mateix Twitter o fora d'ell. Com va dir l'actual CEO, Elon Musk, Twitter hauria de ser una àgora en el qual tothom surti representat i pugui dir la seva. Això explica moltes de les polítiques permissives aplicades des de la seva arribada al capdavant de la xarxa.

6.2 La política a Twitter

Com hem pogut observar en diverses situacions al llarg dels anys, les xarxes socials són un blanc fàcil a l'hora de promoure una campanya o partit polític. El cas de Cambridge Analytica (esmentat anteriorment al treball) és un clar exemple de l'impacte

social i polític que pot tenir una campanya electoral efectiva a les xarxes, tot i que els mitjans per fer-ho no siguin els més ètics.

Twitter no es queda enrere en aquest aspecte, i molts partits polítics l'utilitzen per arribar a calar més el seu missatge, abans, després i durant una campanya electoral, ja que pots penjar contingut en qualsevol moment sense la necessitat que hi hagi una campanya premeditada al darrere.

Un altre avantatge és la immediatesa amb la qual es pot respondre a qualsevol de les accions o decisions preses per l'oposició a les quals el partit polític en qüestió no estigui d'acord. És una segona manera fora del congrés, els debats o els mítings, per donar una respectiva opinió envers un tema d'actualitat. La difusió d'aquest missatge és més ràpid, multitudinari i efectiu. A més, Twitter proporciona uns mecanismes de viralització molt eficients i variats, per tant, és una xarxa social ben triada per part dels grups per difondre els seus missatges amb tota la població.

Com he esmentat al principi del treball, Twitter ofereix una funció per promocionar el que sigui. Aquests tipus de tuits o missatges, això sí, sempre aniran identificats amb un cartell identificatiu a la part inferior del tuit.

Però hi ha un altre tipus d'anunci que passa desapercebut per molta gent. En el cas de la política és la propaganda reiterada que inunda els perfils dels partits polítics, normalment retuitats diverses vegades pels comptes associats al partit, sigui dels polítics mateixos o subinstitucions de les formacions.

En aquests casos les persones poden veure's influenciades per aquest tipus de tuits i acabar fent-los canviar de parer, fent que canviï el seu vot. El que ja no se sap és si hi ha altres estratègies de màrqueting (lícites o no) per identificar aquest tipus de perfils més influenciables i manipular-los per fer que canviïn de parer, tal com va passar amb el cas de Cambridge Analytica.

7. El periodisme a Twitter

Un altre àmbit a part de la política molt present a Twitter és la comunicació, sigui la política o altres tipus de comunicació. Els mitjans de comunicació són els que acostumen a tenir més seguidors en aquesta cara de la xarxa social. Els comptes més seguits a nivell estatal són:

- **El País:** 8.7M de seguidors
- **El Mundo:** 4.5M de seguidors
- **RTVE Noticias:** 1.5M de seguidors
- **laSexta Noticias:** 1.2M de seguidors

I a nivell més català:

- **La Vanguardia:** 1.3M de seguidors
- **324.cat:** 830.000 seguidors

- **El Periódico:** 735.000 seguidors
- **Ara:** 565.000 seguidors

També hi ha representació periodística per part de comptes individuals de periodistes, que poden estar afiliats o no a un mitjà de comunicació. Aquests periodistes acostumen a donar la seva opinió sobre temes polítics d'actualitat per exemple, o fins i tot promocionant algun dels seus articles enllaçant-los tal com fan els mitjans tradicionals.

Aquests tipus de tuits més periodístics es publiquen d'una manera predeterminada. Aquesta publicació consta d'un breu text a tall de titular de la notícia. A sota d'aquest encapçalament s'hi troba l'enllaç per accedir a l'article. El que és perillós en aquests casos és l'ús de *Clickbait*.

El *Clickbait* és una eina molt utilitzada en tota mena de mitjans de comunicació. Aquesta consisteix en posar-li un títol atractiu a una notícia per a generar les ganes de fer-hi clic. El títol a vegades no fa al·lusió al que diu la notícia realment, i d'altres emfatitza més del compte el seu contingut.

A tot això també se li podria afegir el concepte de les *fake news*. Aquestes són notícies, com indica el seu nom en anglès, falses. No només les podem trobar en les xarxes socials, inconscientment els mitjans de comunicació tradicionals també sucumbeixen a usar-les per a captar més visites.

La combinació d'aquestes dues circumstàncies crea una gran desinformació. Els recursos anteriors són greument sobreexplotats a Twitter fent que la gent no es pugui informar bé i com a conseqüència no sàpiguen la veritat.

Hi ha uns mitjans de comunicació que pretenen erradicar això, però desgraciadament no és tan viral com els tuits desinformatius. Aquesta empresa es diu Maldita. Tenen diversos comptes de Twitter dividits per temes. També disposen d'una pàgina web en la qual cercar si una notícia és vertadera o falsa, "*verdad*" o "*bulo*", com ho classifiquen ells. (Maldita.es)

Aquest tipus de mitjans no tenen tanta influència a la xarxa i no són tan coneguts tot i que seria preferible que fos tot el contrari. La visibilització d'aquest tipus de perfils podrien regular més les fake news i el Clickbait altament present a la xarxa. Fer aquest exercici de comprovació es diu "fact checking". A Catalunya n'hi ha una que es diu Verificat.



Fig. 3 Àmbits de Maldita (LinkedIn de Maldita, <https://es.linkedin.com/company/malditaes>)

MARC PRÀCTIC

Qr documental →



La hipòtesi del meu treball és que Twitter i les xarxes socials tenen tant d'impacte en la societat que són capaços de canviar les decisions polítiques al nostre país.

8. La idea inicial

Quan estava realitzant el marc teòric del treball, realment no sabia què fer a la part pràctica. Només tenia clara una única cosa, que per corroborar i ampliar la informació, havia de fer entrevistes als que utilitzen la xarxa per comunicar, és a dir als polítics i periodistes.

Com que no soc una persona gaire conformista, i trobava que limitar-me a fer una memòria em seria feixuc, vaig decidir afegir una part creativa al treball, crear un documental. Per fer-lo, havia d'explicar els punts més rellevants del meu marc pràctic i ampliar la informació amb les possibles entrevistes que faria més tard.

Seguidament, havia de pensar tot el que era necessari per crear-lo, és a dir, el material de gravació, càmera i micròfon, els entrevistats, la localització de les gravacions, la identitat gràfica, el software d'edició... I finalment compactar-ho tot en un documental que no excedís per gaire la mitja hora.

9. La deformació de la idea principal

En començar la idea tenia unes coses en ment que després no es van portar a terme. Anem a pams i comencem pel tema de la producció del treball.

A l'inici tenia pensat llogar una càmera, micròfon i focus per realitzar les gravacions pertinents que havien de constituir el documental. Finalment, vaig haver d'acceptar que en realitat llogar aquest tipus de material era molt car, i podria córrer el risc de perdre la càmera i entre altres coses. Per això em vaig conformar amb el material que tenia per casa, a més de comprar un micròfon *lavalier* (de solapa) per millorar la qualitat del so.

Una altra opció que em va passar pel cap va ser la del MOJO, és a dir el Mobile Journalism, gravar les entrevistes i qualsevol altre pla amb el mòbil. El problema era que el dispositiu que tenia era molt limitat a l'hora de gravar vídeo, i era millor fer-ho amb una càmera. Tot i això, vaig utilitzar-lo com a gravadora d'àudio juntament amb el micròfon.

També vaig pensar a aconseguir llocs on gravar les entrevistes, fins i tot vaig aconseguir tenir la zona de platea de l'Auditori de Sant Cugat. Ara bé, amb les complicacions de dates de les entrevistes ho vaig haver de cancel·lar i moltes vegades em vaig haver de conformar amb les localitzacions que em deien els polítics.

Un altre tema a tocar són les dates, un problema que he tingut en més d'una ocasió durant la realització del treball. Realment, els terminis que em vaig proposar a l'inici em van ser impossibles de complir per causes vàries, de les quals destaquen les eleccions, exàmens, dificultat d'obtenir entrevistes...

Finalment, la postproducció del documental. Inicialment, volia fer diferents versions en idiomes diversos, però finalment per temps no he pogut fer-ho.

10. Trobar les entrevistes

Una de les coses a les quals he dedicat més temps ha estat contactar amb els entrevistats, és a dir els polítics i periodistes. Com que m'era gairebé impossible aconseguir el contacte d'ells directament, la millor manera de contactar amb ells era mitjançant les xarxes socials, és a dir per missatges directes d'Instagram o Twitter.

Amb alguns dels polítics i periodistes ho vaig tenir bastant fàcil, com són els casos de la Montse Rigall i l'Albert Balanzà, els dos periodistes que vaig entrevistar. Amb ells va ser així, ja que en tan sols un dia vaig obtenir resposta dels dos. Igual que amb en Dani Cornellà, diputat de la CUP, que després d'una setmana em va contestar i va esdevenir la meva primera entrevista. Però amb els altres casos no va ser tan fàcil.

Una altra cosa que va passar va ser que Ciutadans va decidir no concórrer a les darreres eleccions generals. A causa d'aquesta situació vaig haver de cancel·lar una entrevista, la qual ja tenia gairebé tancada la data.

Tot va començar quan vaig escriure per MD al diputat de C's al Parlament de Catalunya, Carlos Carrizosa. Ell va respondre encantat a fer l'entrevista, però que ell no podia i, per tant, em proposava fer-la amb en Nacho Martín Blanco, que en aquell moment formava part del partit.

Quan ja estava en contacte amb la seva secretaria, va sortir la notícia que Nacho Martín Blanco deixava Ciutadans per anar al PP a ser el candidat dels Populars per la província de Barcelona a les Eleccions Generals del juliol. Per tant, l'entrevista es va cancel·lar sumant-li el pas al costat de C's als comicis d'aquest 2023.

Amb altres partits polítics també he tingut moltes dificultats, uns exemples són Junts i Esquerra, que fins que no vaig recórrer als contactes que tenia en un cas, i després de molta insistència en l'altre, vaig poder aconseguir les entrevistes.

En el cas de Junts la cosa va ser difícil. Vaig escriure a molts noms dels quals s'hi troben Jordi Puigneró i Jordi Turull. Finalment, gràcies a un contacte vaig poder-me entrevistar amb l'Isidre Sierra, alcalde de St. Climent de Llobregat.

El d'Esquerra és una mica més embolicat. Vaig escriure a Raül Romeva, que a més és santcugatenc, que és on visc, i crec que no va acabar d'entendre el que li demanava perquè em va respondre el següent:

Després d'explicar-li que no calia que estigués a favor de Twitter, em va deixar el missatge en vist. Posteriorment, vaig parlar amb la Marta Vilalta, portaveu d'Esquerra. Ella em va dir que passaria el meu contacte al departament de premsa del partit, però no vaig obtenir resposta tot i que fins i tot vaig contactar personalment amb ells.

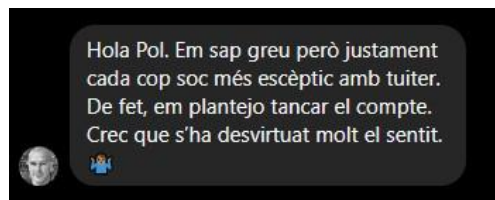


Fig. 4 Missatge d'Instagram (Font pròpia)

Més tard vaig esbrinar que tothom pot escriure un correu als diputats del Parlament de Catalunya, ja que la seva adreça electrònica és visible per tots els ciutadans, perquè és pública al web del Parlament. En esbrinar-ho vaig escriure un correu a la Najat Driouech, diputada, i d'un dia per l'altre em va concedir l'entrevista que finalment es pot veure al documental.

Pel que fa al PSC vaig poder contactar amb l'Àlicia Romero, portaveu del partit, però el procés de concreció de dates de l'entrevista va ser una mica més llarg, en gran part per les dates en les quals havia de fer el treball, entre dues eleccions.

El cas del PP també va ser complicat, vaig contactar amb polítics de fins i tot fora de Catalunya i no trobava a ningú. Finalment, vaig esperar que acabessin les municipals i vaig poder contactar via WhatsApp, una cosa que em va sorprendre, amb l'alcalde de Castelldefels, Manu Reyes, que va accedir a fer l'entrevista. A més també és el president del PP de Barcelona.

Després de fer l'entrevista amb el Manu em va respondre Xavier Garcia Albiol, alcalde de Badalona, disculpant-se per no haver-ho vist abans. També em va comentar que normalment dona a aquests tipus d'entrevista, però que per les municipals no va poder contestar abans.

Amb Podem i VOX també vaig intentar contactar-hi, alguns dels noms, Ada Colau, Lluís Mijoler, alcalde del Prat, Elsa Arnaiz Chico, coordinadora de Sumar; i per VOX al seu director de campanya, també Gonzalo de Oro Pulido, candidat a l'alcaldia de Barcelona, entre d'altres.

Una conclusió a la qual he pogut arribar després d'aquesta experiència és que a vegades és molt difícil contactar amb els nostres propis representants a les cambres de govern, una cosa que no té gaire sentit, ja que en teoria ens representen i haurien de ser molt accessibles.

A més, les dates en les quals he volgut fer les entrevistes han sigut complicades, durant i després de les municipals, unes èpoques mogudes pels partits. I és clar, amb l'avançament de les generals ha estat fins i tot pitjor, ajustant encara més les dates.

Si tenim en compte tots els mesos que van haver de transcórrer fins a tenir totes les entrevistes ens dona que vaig estar tres mesos cercant fins a poder tenir les bases per elaborar el documental.

11. Aprenentatge

Una cosa molt destacable i a tenir en compte referent a la producció del documental ha estat els coneixements que he hagut d'adquirir al llarg de les setmanes per poder realitzar el producte final. Aquests coneixements estan vinculats sobretot en la gravació i edició del documental.

En termes de gravació, la dificultat i on he hagut d'aprendre més ha estat sobretot en el funcionament de la càmera i la il·luminació adequada per cada estança on he gravat escenes. Per això he hagut de cercar tutorials i demanar ajuda al meu germà, sobretot perquè ell estava més familiaritzat amb el dispositiu. Entre altres coses, he hagut d'aprendre què és l'ISO, com enfocar amb la càmera, en mode automàtic i manual...

A més, he tingut la sort d'assistir aquest estiu a un curs de la Universitat Pompeu Fabra sobre periodisme. En aquest campus vaig poder editar i aprendre més sobre el programa que després utilitzaria per editar, Adobe Premiere Pro. Aquella setmana també em va anar de meravella per aprendre millor a com guionitzar i estructurar un reportatge periodístic, més o menys del tipus del documental. També gràcies al curs vaig poder aconseguir l'entrevista amb l'Albert Balanzà.

Sumant-se a la formació a la Pompeu, també he hagut de veure alguns tutorials sobre com usar el programa d'edició. Entre els canals que més he visitat s'hi troben: Premiere en 1 Minuto, @MirkoVigna, Yeiyo i a TikTok, Bella Roberts. Tots et donen nocions bàsiques de com fer servir Premiere que m'han estat molt útils a l'hora de fer la postproducció.

12. Fer les entrevistes

Per fer les entrevistes m'he hagut de moure per molts llocs de Barcelona i la rodalia en dates i hores molt diferents. Aquí descriuré d'una forma més o menys cronològica cadascuna d'elles.

Pel que fa als guions, he intentat mimetitzar-los entre ells, això sí, modificant-los segons si eren polítics i de quin partit, o periodistes. L'objectiu de fer-ho així era obtenir el màxim d'opinions possibles sobre un mateix tema per després poder posar les diverses opinions en contrast amb les altres.

Per començar, vaig poder fer una entrevista amb en Dani Cornellà, diputat de la CUP al Parlament de Catalunya, justament on vaig fer l'entrevista. Aquesta va ser la més llarga de totes les que vaig fer, amb un total de 55 minuts. La vaig realitzar el dia 8 de juny. Principalment, vaig centrar-la en com utilitzava en Dani i la CUP la xarxa social de Twitter i quina importància tenia per ells la plataforma. Tot això ho vaig enllaçar amb el tema que recentment no els havien deixat formar part dels debats electorals a la televisió pública.

El dia 14 de juny, però, va ser el més mogut de tots. Justament aquell dia vaig planificar dues entrevistes, una al matí i una altra a la tarda. La primera va ser amb la Montse Rigall, periodista a RTVE, experta en IA i *fact checking*, és a dir, en verificació de notícies falses. Aquesta entrevista es va centrar sobretot en com usen els periodistes l'eina i com afecta la IA, no només a Twitter i les xarxes, sinó a la nostra vida en general. També vam parlar de *fact checking* i el perill que tenen les *fake news* a les xarxes socials.

A la tarda vaig anar al Parlament de Catalunya a reunir-me amb l'Àlícia Romero, portaveu del PSC a la cambra, a la qual li vaig fer més o menys la mateixa entrevista que a en Dani però des d'un altre punt de vista. La finalitat de la mateixa va ser, sobretot, esbrinar quina és la posició dels socialistes envers les xarxes i com les utilitzen a escala autonòmica.

Gairebé un mes sense poder fer entrevistes més tard, el dia 12 de juliol, vaig poder concretar una entrevista amb l'Albert Balanzà, el director de l'Independent de Gràcia. Aquí volia veure una visió periodística potser una mica més tradicional i lligada amb la política, ja que l'Albert va passar molts anys escrivint sobre aquest tema.

Un dia després, vaig tenir una altra entrevista amb l'alcalde de St. Climent de Llobregat, l'Isidre Sierra. Aquesta vegada la focalització de l'entrevista anava vinculada amb com fan servir els municipis les xarxes en contrast amb les cambres com el Parlament o els comptes de govern.

Posteriorment, el dia 25 de juliol, vaig anar a Castelldefels per veure al seu alcalde Manu Reyes, que recentment s'havia incorporat a l'alcaldia. Aquesta vegada volia veure quina era la postura d'un alcalde del PP en contraposició amb les altres persones que havia entrevistat en clau política, que eren totes d'esquerres o independentistes.

I finalment el dia 27, vaig visitar per última vegada el parlament, ara per anar amb la diputada del grup parlamentari d'Esquerra, Najat Driouech. Amb la Najat pretenia trobar en què es diferenciava ERC dels altres partits pel que fa a la seva comunicació política a les xarxes, i també per trobar una mica el costat fosc de Twitter, tota la toxicitat que s'hi respira i que recau moltes vegades en la diputada per la seva religió i cultura d'origen.

Amb totes aquestes entrevistes vaig poder fer una selecció de les parts que més m'agradessin i fossin rellevants per incloure en el documental.

13. Gravacions extres

Moltes parts del documental no eren tan sols entrevistes, sinó que necessitava imatges extres per posar que tinguessin relació amb el que es narra a cada moment. Per això vaig decidir anar per Barcelona a gravar alguns plans generals de la ciutat.

Per iniciar el documental vaig pensar que seria convenient que sortís jo i estigués en algun lloc rellevant per Barcelona. Per això vaig decidir anar a una terrassa de la capital amb la catedral de fons.

També vaig gravar, quan vaig poder, els interiors del Parlament de Catalunya. Al documental s'hi poden trobar les escales principals, la façana i l'hemicicle, principalment.

Un altre dia també vaig decidir anar per Barcelona buscant propaganda electoral per incloure-la després al producte final. També vaig anar a Francesc Macià, les Rambles, Drassanes amb Colom i finalment la Plaça Sant Jaume, on es troba l'Ajuntament i el Palau de la Generalitat, organismes claus a Catalunya.

A més a més, vaig trobar que en algun moment del documental havia d'aparèixer jo per donar pas a una altra secció del reportatge. Vaig provar de fer-ho només amb la meua veu de fons i no quedava bé, per això vaig optar per aquesta opció. Per fer-ho més dinàmic i amè, vaig optar per gravar-me a mi mateix amb l'ordinador on estava editant el vídeo darrere, per donar-li un component de contrast i continuïtat a la producció audiovisual.

I l'última gravació de càmera que vaig fer va ser la del final del documental, la qual vaig fer des del Turó de Can Mates, a Sant Cugat del Vallès. Vaig optar per fer-la durant la posta de sol i amb Collserola al darrere, tal com havia començat el documental, amb uns plans del Tibidabo, però vist des d'un altre angle.

14. Guionatge del documental

Després de fer totes les entrevistes tocava elaborar el guió del documental. Aquest el vaig anar fent una mica sobre la marxa, afegint i traient coses depenent de la importància que creia que havien de tenir alguns conceptes a la producció definitiva.

Finalment vaig optar per incloure diversos temes. Com a principals tenim la comunicació política des del segle passat fins ara, com utilitzen els polítics les xarxes, com afecta la IA a la política i la informació, els pros i contres de la xarxa, i el perill i influència que poden tenir en la nostra societat.

Durant el procés de guionatge he hagut de tornar-me a mirar les entrevistes fil per randa per marcar els moments que més m'interessessin, amb el seu minut corresponent per a després en postproducció adequar-los a cada moment del documental.

Un cop fet això ja es poden anar acomodant les entrevistes segons convinguin en el documental, depenent dels temes que es tractin i els temps establerts al guió o escaleta.

He intentat fer una combinació d'entrevista, notícies, reportatges i veus en off per fer que el documental fos més dinàmic i amè de veure.

15. Material addicional (Tràilers i Making Of)

A part del documental vaig decidir crear dos tràilers i un Making Of per mostrar després de la meua presentació oral. Al cap i a la fi, el documental ha estat el resultat final i no es pot resumir amb només una memòria.

Primerament em vaig dedicar a fer els tràilers. Per construir-los vaig mirar-me el documental sencer i vaig seleccionar les parts més inèdites de cada entrevista a més dels missatges més contundents, per cridar més l'atenció.

Per aplicar un cert dinamisme, un sol pla es mostra fins a un màxim de cinc segons, el que es recomana perquè no se li faci feixuc a l'espectador. Com que ho havia d'encabir tot en escassos segons, la versió curta, d'un minut, omet la part de Cambridge Analytica, però, tot i això, continuen sortint tots els entrevistats (aquest és el tràiler que he adjuntat).

Després vaig voler fer un muntatge inèdit amb el qual entendre millor el que hi ha darrere la producció del documental. Per fer-lo vaig enregistrar un àudio en el qual em feia una entrevista amb mi mateix. En el muntatge final s'hi recull el procés de guionització, muntatge, grafisme o experiències que he viscut al llarg del documental que també es podran trobar escrites a continuació.

A més la producció del documental era una mica més original i vaig poder treure la meua personalitat més creativa, ja que no m'havia de cenyir als temes que havia de tractar al documental i els plans podien ser més artístics, ja que podia modelar la llum i la posició de la càmera sense tantes dificultats.



Fig. 5 Recull de plans extrets del Making-of (Font: Pròpia)



[Making Of](#)



[Tràiler curt](#)

16. Edició i muntatge

La postproducció de qualsevol material audiovisual és essencial per fer que el teu producte enganxi a la gent i no es faci feixuc veure'l. La postproducció inclou moltes coses: identitat gràfica, muntatge, gravació de veu... Aquí he fet un recull de tots els processos que he hagut de seguir per crear-lo.

16.1 Identitat gràfica

El que moltes vegades pot marcar la diferència entre un bon material audiovisual i un que no ho és tant, és la identitat gràfica. Dins del concepte d'identitat gràfica s'hi inclouen tota mena de gràfics, tipografies i colors utilitzats durant la producció del documental. En el meu cas són els següents:

16.1.1 Colors

Els colors que he decidit utilitzar en el meu documental són bàsicament tres, el blau Twitter (HEX #179CF0), el blanc (#ffffff) i el negre (#000000). He decidit triar aquests tres colors perquè m'han semblat els més adequats per fer un disseny minimalista, respectant els colors principals que té Twitter i la seva nova versió, X.

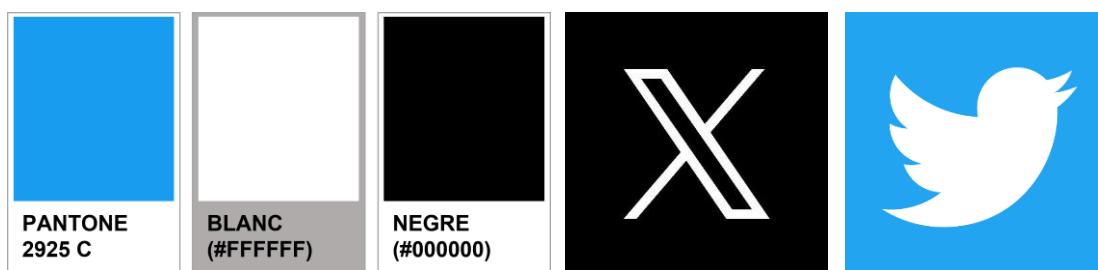


Fig. 6 Colors utilitzats (Font: Pròpia / Google Images)

16.1.2 Lletra

El tipus de lletra també és molt important i jo n'he utilitzat uns quants, alguns de principals i d'altres que passen més desapercebuts. Jo he optat principalment per un estil *sans serif*, (és a dir sense gràcia) però també he inclòs altres tipografies.

La primera de totes, i la principal dels títols, és la Bebas Neue, una tipografia d'estil sans serif que encaixa bastant bé amb l'estil minimalista del documental. Aquesta lletra l'he usat exclusivament en blanc, tot i que l'exemple de baix estigui en negre.

TWITTX: L'APARADOR DE LA DEMOCRÀCIA

Un altre tipus de font és la que he utilitzat pels noms dels entrevistats, la Bahnschrift.

Albert Balanzà

Director de "L'Independent de Gràcia"

Pel tema dels subtítols he utilitzat una altra tipografia, aquesta vegada en cursiva, la SF UI. Aquesta vegada també he decidit posar un fons gris per diferenciar la lletra del fons.

Han sobrepassat al valor del petroli.

I finalment, l'única que no és *sans serif* és la font Times New Roman, que l'he utilitzada sobretot per retolar els titulars que he posat al llarg del documental. Dona un estil més de diari, que és on s'han publicat la majoria d'articles que he esmentat.

Revelat: 50 milions de perfils de Facebook processats per Cambridge Analytica en una important fuga de dades

Finalment també he utilitzat la font Chirp (la oficial de Twitter) per recrear tuits.

Alberto Nuñez Feijoo /@NunezFeijoo

16.1.3 Resultat final

Ara mostro els dissenys resultants utilitzant la tipografia Bebas Neue en el logotip del documental, al qual també li he incorporat el nou logotip de Twitter (X), juntament amb un exemple de tuit que vaig fer.



Fig. 6 Cartell promocional del documental (Font pròpia)

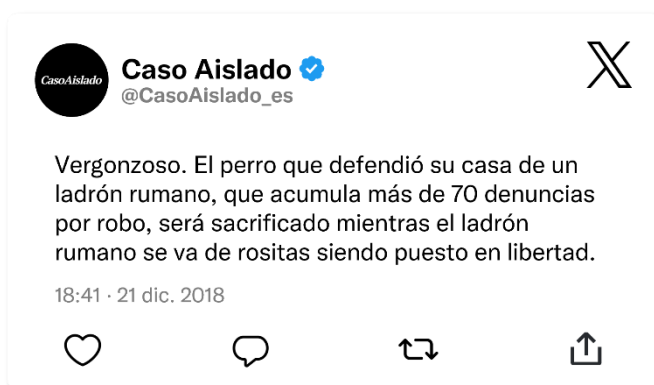


Fig. 8 Tuit de Caso Aislado (Font Twitter, https://twitter.com/CasoAislado_Es/status/1076185839623909376, 2018)

16.2 Selecció de clips

Una altra feina és la selecció dels clips més adequats per cada moment, això inclou les entrevistes, plans de càmera i d'altres clips rellevants extrets d'altres documentals, informatius, vídeos divulgatius...

Per obtenir els vídeos, vaig optar per treure'ls d'una web on hi ha vídeos sense cost de tota mena anomenada Pexels. Aquests vídeos els vaig combinar amb alguns d'altres extrets de YouTube i imatges penjades a Google.

Aquests vídeos i recursos que he agafat de fonts externes eren crucials per fer el documental. Com que havia d'incloure moltes imatges mentre sonaven de fons les entrevistes algunes m'han servit tan sols per omplir i aportar informació relacionada amb els monòlegs dels entrevistats. Al ser només una persona (o dues en algun cas) gravant-ho, era impossible enregistrar-ho tot de primera mà.

A més, al ser un documental periodístic, una gran part de la recerca s'ha encarat en trobar vídeos sobre els quals basar alguns aspectes del documental. Per exemple, vaig veure la pel·lícula de "Brexit: The Uncivil War" o el documental de Netflix "The Great Hack", del qual ha sortit després un tros que em servia per desenvolupar i aclarir una part crucial de la producció. Per tant, aquest tipus de mitjans els he hagut d'utilitzar perquè així ho requeria el fil conductor del documental.

16.3 Muntatge

El muntatge també va consistir, a més de retallar i enganxar vídeo, a crear animacions, com poden ser les dels títols, els noms dels entrevistats, tuits, transicions... Aquest procés d'edició m'ha durat unes tres setmanes en total per muntar tot el documental

sencer (sense comptar el tràiler i making of que els vaig fer en gairebé una setmana més). El procés és tan llarg perquè has de tenir en compte moltes coses: l'estabilització del vídeo, l'enquadrament, la correcció d'imatge... Tota l'edició es va fer mitjançant Adobe Premiere Pro, un editor de vídeo molt complet, però amb el qual trigueu més a editar a canvi que sigui més personalitzable i el vídeo sigui de més qualitat.

16.4 Música i so

La part de l'àudio potser hauria estat fins i tot més feixuga sense l'ajuda de la intel·ligència artificial. Els processos que he hagut de seguir eren bastant metòdics. Primerament, sincronitzar l'àudio dels clips de les entrevistes, ja que havia gravat el so de la càmera separat amb el del micròfon *lavalier*. Posteriorment, escollir les músiques i adaptar-les el millor possible amb el vídeo mitjançant IA (a vegades el procés era a la inversa). Un cop fet això, la música s'havia d'ajustar perquè s'atenués quan algú parlés, la qual cosa també ha rebut l'ajuda d'una eina de Premiere que ho fa més fàcilment. En últim lloc apliquem els efectes especials, transicions...

16.5 Revisió i correcció d'errors

Finalment, quan ja has acabat tot el muntatge hi ha un procés de revisió d'errors, en el qual tornes a previsualitzar el documental sencer per intentar corregir els errors que hi puguin haver de postproducció. Aquesta revisió engloba totes les possibles faltes ortogràfiques, volums, entre altres errades generals que facin que no sigui tan fluida i neta la reproducció i consumició del documental.

17. Les xarxes del documental

Per ampliar i mostrar la meua feina de disseny i promoció, vaig decidir crear comptes a les xarxes socials sobre el documental. Vaig prendre la decisió de fer-ho a Instagram, òbviament Twitter i també YouTube, on està penjat el documental original.

Darrere d'aquestes xarxes hi ha una feina de disseny gràfic, com s'ha pogut veure amb el cartell del documental anteriorment mostrat. Un altre exemple podria ser la miniatura del vídeo de YouTube o el mateix logotip que surt a la portada del treball. S'ha de considerar aquesta fase de promoció, ja que és com un simulacre del qual es podria arribar a fer per arribar a més gent.



Fig. 9 Miniatura del documental (Font pròpia)

17.1 La llei de la propietat intel·lectual i YouTube

Aquesta llei inclou els drets personals i patrimonials que corresponen a l'autor d'una obra i/o als seus titulars, així com els seus drets de disposició i explotació. Això s'aplica també a qualsevol producció audiovisual. En aquest cas a més també s'aplicava la normativa de YouTube, ja que va ser on he publicat originalment el documental i tot el seu contingut addicional.

L'he hagut de tenir en compte perquè he utilitzat continguts que tenen altres autors, i que, per tant, estan subjectes al copyright que s'aplica en cadascuna de les ocasions. Cada empresa o artista pot modelar els seus drets com vulguin i en el cas, per exemple, de Netflix, plataforma de la qual he extret alguns dels vídeos, no posava restriccions més enllà de la possibilitat de remuneració si es publiquen fragments dels seus continguts. Això no em va afectar gens, ja que aquest no havia estat mai l'objectiu del treball. La música que he fet servir, tot i intentar en alguns casos que fos sense copyright, també l'he pogut utilitzar, tot i que tinc restringida la monetització dels vídeos directament des de YouTube.

Podria concloure, per tant, que sempre que es donin crèdits als continguts i no s'usin per treure-li profit econòmic, la llei de la propietat intel·lectual (almenys pel que fa a continguts audiovisuals) és bastant permissiva i no m'ha impedit publicar el contingut tal com el volia des d'un inici.

18. Resultats

Després de tot aquest llarg procés de postproducció cal exportar per última vegada el vídeo sencer, a més dels tràilers i making of. Els resultats van ser els següents: un documental de 35 minuts en el qual s'inclou tota la informació rellevant per entendre el perquè de Twitter a la política entre altres temes relacionats amb la xarxa social. Es pot veure escanejant aquest mateix QR o fent click al link. Aquest et portarà a una versió completa del documental amb tràiler i el vídeo darrere de càmeres.

VÍDEO



CONCLUSIONS

Realment, a l'inici del treball no vaig tenir unes hipòtesis clares sobre les quals desenvolupar el meu treball i vaig optar per la més evident dins el meu cap, que les xarxes socials són prou influents per la política fins al punt que poden alterar el vot de la població. Per corroborar-ho vaig pensar que fer entrevistes a entesos del tema faria que en tragués l'entrellat i efectivament així ha sigut. Podem dir que la meva hipòtesi ha estat correcta.

Això ho hem pogut veure, a banda del que m'han dit els entrevistats, amb l'escàndol de Cambridge Analytica per exemple, on van poder canviar el vot de la població dels Estats Units perquè votessin a Donald Trump.

Però amb aquest documental no només he après això, sinó que també, arran de les entrevistes, he pogut esbrinar i tenir en compte coses que no m'havien passat mai pel cap; com el tema que Twitter és tan sols una eina.

Aquestes entrevistes m'han fet tocar de peus a terra amb aquest tema. I és que la nostra generació tenim tan arrelades les xarxes socials que moltes vegades no som conscients que és simplement una eina que deforma la realitat del món actual.

Pel que fa a les dificultats que se m'han presentat davant del documental diria que n'he tingut força. Per començar, la creació d'un vídeo així necessita molta planificació i realment el tema del temps m'ha jugat bastant en contra al llarg de tots aquests mesos, ja que havia de fer i pensar moltes coses.

Un altre dels problemes que vaig tenir va ser un buit creatiu en el qual vaig estar estancat durant una setmana al mateix punt, fent que deixés completament de banda el treball durant tres setmanes a l'estiu per intentar recompensar-me. Per sort, a l'agost quan m'hi vaig tornar a posar em va començar a sortir tot permetent-me acabar el documental aproximadament un mes després.

Realment la metodologia que he utilitzat per fer el documental crec que no ha estat la millor i que podria haver estat una mica més estructurada per fer una mica més àgil el procés. Però, al cap i a la fi, tot ha sortit com estava previst.

Segurament la vigència informativa d'aquest documental no sigui molt àmplia, ja que com em van dir els polítics i periodistes vivim en un món molt canviant en el qual és molt possible que Twitter, o X com es diu ara, acabi desapareixent en favor d'una altra plataforma.

En definitiva, només el temps ens podrà dir si Twitter continuarà sent la casa de la majoria dels partits polítics a l'estat i, per tant, el nostre aparador de la democràcia.

BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

@elonmusk. 2022. Twitter. *#Should I step down as head of Twitter? I will abide by the results of this poll.* [En línia] 19 / 12 / 2022.

https://twitter.com/elonmusk/status/1604617643973124097?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1604617643973124097%7Ctwgr%5E577d6e1f7c50df06e3c044fab7f50fcc1d2b7aed%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2F. [Consultat: 20-12-2022].

Acurero, Guy. 2023. Cinco diferencias entre Threads y Twitter: cuál te gusta más. *FayerWayer*. [En línia] 10 / 07 / 2023.

<https://www.fayerwayer.com/moviles/2023/07/11/cinco-diferencias-entre-threads-y-twitter-cual-te-gusta-mas/>. [Consultat: 14-07-2023].

AEPD. Agencia Española de Protección de Datos. [En línia] <https://www.aepd.es/>. [Consultat: 20-04-2023].

Amer, Karim and Noujaim, Jehane. 2019. *The great hack*. Netflix, 2019.

BBC. 2018. 5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que Facebook perdiera US\$37.000 millones en un día. [En línia] 20 / 03 / 2018.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797>.

BBC Mundo. 2018. "Un genio que está creando el futuro": quién es Alexander Nix, el suspendido director de Cambridge Analytica acusado de usar los datos de más de 50 millones de usuarios de Facebook. *BBC News Mundo*. [En línia] 22 / 03 / 2018.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-43495227>.

BBC NEWS MUNDO. "Un genio que está creando el futuro": quién es Alexander Nix, el suspendido director de Cambridge Analytica acusado de usar los datos de más de 50 millones de usuarios de Facebook. [En línia] <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43495227>.

BBC. 2023. Twitter headquarters left with half a sign as police interrupt. *BBC News*. [En línia] 25 / 07 / 2023. <https://www.bbc.com/news/technology-66300107>.

Biblioteca de Anuncios. 2023. PSOE Gastos. *Meta*. [En línia] 07 / 2023. [https://es-es.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=all&country=ES&view_all_page_id=189318235003&start_date\[min\]=2023-01-01&start_date\[max\]=&search_type=page&media_type=all](https://es-es.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=all&country=ES&view_all_page_id=189318235003&start_date[min]=2023-01-01&start_date[max]=&search_type=page&media_type=all).

BOE. 2018. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. *boe.es*. [En línia] 06 / 12 / 2018.

<https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2018-16673&tn=2>.

Cadwalladr, Carole i Graham-Harrison, Emma. 2018. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. *The Guardian*. [En línia] 17 / 03 / 2018. <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>.

Cadwalladr, Carole. *The Guardian*. [En línia] <https://www.theguardian.com/profile/carolecadwalladr>.

CCMA. 3alacarta. [En línia] <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/>.

—. Eleccions Generals 10N 2019. [En línia] <https://www.ccma.cat/324/eleccions-generals-10n-2019/>.

—. Eleccions Generals 23J 2023. [En línia] <https://www.ccma.cat/324/eleccions-generals-23j-2023/>.

Ciudadanos. [En línia] <https://www.ciudadanos-cs.org/>.

Clarck, Mitchell. Twitter takes its algorithm 'open-source,' as Elon Musk promised. *The Verge*. [En línia] <https://www.theverge.com/2023/3/31/23664849/twitter-releases-algorithm-musk-open-source>.

Conger, Kate i Hirsch, Lauren. 2022. Elon Musk Completes \$44 Billion Deal to Own Twitter. [En línia] 27 / 10 / 2022. <https://www.nytimes.com/2022/10/27/technology/elon-musk-twitter-deal-complete.html>.

CUP. Construïm el nou cicle. [En línia] <https://perguanyar.cat/manifest-de-suport-construim-un-nou-cicle/>.

ERC. Què som. *Esquerra.cat*. [En línia] <https://www.esquerra.cat/ca/que-som>.

Forbes. World's Billionaires List. [En línia] <https://www.forbes.com/billionaires/>.

Gallardo, Maximiliano Pérez. 2023. X levanta restricciones con relación a la propaganda política, sin cabida para las 'fake news'. *France24*. [En línia] 30 / 08 / 2023. <https://www.france24.com/es/ee-uu-y-canad%C3%A1/20230830-x-levanta-restricciones-en-relaci%C3%B3n-a-la-propaganda-pol%C3%ADtica-sin-cabida-para-las-fake-news>.

Grupo Atico34. 2021. Ley de la Propiedad Intelectual. [En línia] 2021. [Data: 22 / 01 / 2024.] https://protecciondatos-lopd.com/empresas/ley-de-propiedad-intelectual/#Que_es_la_Ley_de_propiedad_intelectual.

Haynes, Toby. 2019. *Brexit: The Uncivil War*. HBO; Channel 4, 2019.

Hern, Alex i Pegg, David. 2018. Facebook fined for data breaches in Cambridge Analytica scandal. *The Guardian*. [En línia] 11 / 07 / 2018. <https://www.theguardian.com/technology/2018/jul/11/facebook-fined-for-data-breaches-in-cambridge-analytica-scandal>.

Jordan, Dearbail. 2023. Elon Musk dice que bloqueó el acceso de Ucrania a su sistema de satélites Starlink para evitar una escalada de la guerra y Kyiv lo acusa de maldad. *BBC News*. [En línia] 8 / 09 / 2023. <https://www.bbc.com/mundo/articles/cg38zxnp9l4o>.

Kirchgaessner, Stephanie. Cambridge Analytica used data from Facebook and Politico to help Trump. *The Guardian*. [En línia] <https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/26/cambridge-analytica-used-data-from-facebook-and-politico-to-help-trump>.

La Moncloa. Gobierno de la XIV Legislatura. *lamoncloa.gov.es*. [En línia] https://www.lamoncloa.gob.es/gobierno/gobiernosporlegislaturas/Paginas/xiv_legislatura.aspx.

—. Organización de España. *lamoncloa.gob.es*. [En línia] <https://www.lamoncloa.gob.es/espana/organizacionestado/Paginas/index.aspx>.

La Razón. Detectan 27.000 cuentas en Twitter manejadas por 'bots' en las elecciones del 10-N. [En línia] <https://www.larazon.es/murcia/20191220/qtog2g7g2vd7ndm6i34xri2jhm.html>.

Luque, Santiago Giraldo. 2015. *Més enllà de Twitter : de l'expressió indignada a l'acció política.* Vic : Eumo, 2015. 1a edició.

Maldita.es. [En línia] <https://maldita.es/>.

Marantz, Andrew. 2021. *Antisocial : la extrema derecha y la "libertad de expresión" en internet.* Madrid : Capitán Swing, 2021.

Méndez, Manuel Ángel. 2018. La 'Cambridge Analytica' española (que no robó tus datos): "Españaban hasta WhatsApps". *El Confidencial.* [En línia] 1 / 4 / 2018. https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2018-04-01/cambridge-analytica-facebook-human-data-research_1541738/.

Meta. Biblioteca de anuncios. [En línia] https://es-es.facebook.com/ads/library/?active_status=all&ad_type=political_and_issue_ads&country=ES&media_type=all.

Moreno, M. 2019. No al 'Cambridge Analytica' español. *CSO Computerworld.* [En línia] 29 / 3 / 2019. <https://cso.computerworld.es/tendencias/no-al-cambridge-analytica-espanol>.

Muñoz, Jordi. 2021. Diez datos que explican el electorado catalán. *ara.cat.* [En línia] 29 / 05 / 2021. https://es.ara.cat/politica/diez-datos-explican-electorado-catalan_129_4001963.html.

Navarro, Carlos Arias. 1975. "Españoles... Franco ha muerto". *rtve play.* [En línia] Rtve, 20 / 11 / 1975. <https://www.rtve.es/play/videos/fue-noticia-en-el-archivo-de-rtve/espanoles-franco-muerto/336266/>.

Olucha, Rosa i Basté, Jordi. 2019. *No pot ser!: Hackeig a la democràcia.* TV3, 2019.

Pascual, Manuel G. 2018. Cambridge Analytica ofreció sus servicios en España. *El País.* [En línia] 09 / 5 / 2018. https://elpais.com/elpais/2018/05/09/actualidad/1525879892_390255.html.

Pastor, Javier. 2018. El escándalo de Cambridge Analytica resume todo lo que está terriblemente mal con Facebook. *xataka.es.* [En línia] 19 / 03 / 2018. <https://www.xataka.com/privacidad/el-escandalo-de-cambridge-analytica-resume-todo-lo-que-esta-terriblemente-mal-con-facebook>.

PP. Historia. *pp.es.* [En línia] <https://www.pp.es/conocenos/historia>.

Prego, Carlos. 2022. Twitter no sabe cuántos bots hay entre sus 61 millones de usuarios. Ahora Musk tiene un plan para averiguarlo. *xataka.es.* [En línia] 14 / 05 / 2022. <https://www.xataka.com/empresas-y-economia/twitter-no-sabe-cuantos-bots-hay-sus-61-millones-usuarios-ahora-musk-tiene-plan-para-averiguarlo>.

PSOE. [En línia] <https://www.psoe.es/>.

Sagrera, Berto. 2022. Elon Musk permet ara la desinformació sobre la covid-19 a Twitter. *elNacional.cat.* [En línia] 29 / 11 / 2022. https://www.elnacional.cat/ca/societat/elon-musk-permet-desinformacio-covid-19-twitter_925959_102.html.

Search Engine Journal. 2023. How The Twitter Algorithm Affects Users And Advertisers. [En línia] 6 / 04 / 2023. <https://www.searchenginejournal.com/twitter-algorithm-source-code/484171/>.

Smith, Joseph, McIntyre, Niamh i Pegg, David. 2019. How parties used Facebook, Instagram and Google ads. *The Guardian*. [En línia] 12 / 12 / 2019.
<https://www.theguardian.com/politics/2019/dec/12/how-parties-used-facebook-instagram-and-google-ads>.

Statista. Distribución porcentual de usuarios de Twitter mayores de 18 años a nivel mundial en 2022, por grupo de edad. [En línia]
<https://es.statista.com/estadisticas/1203013/porcentaje-de-usuarios-de-twitter-por-grupo-de-edad-mudial/>.

Sumar. [En línia] <https://sumarfuturo.info/>.

Twitter. About Subscriptions. [En línia] <https://help.twitter.com/en/using-x/subscriptions#sfexpect>.

—. Acerca de X Premium. [En línia] <https://help.twitter.com/es/using-x/x-premium>.

—. Christopher Wylie. *@chrisinsilico*. [En línia]
<https://twitter.com/chrisinsilico?lang=ca>.

—. Las Reglas de X. [En línia] <https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/x-rules>.

—. Política de privacidad. [En línia] <https://twitter.com/es/privacy#twitter-privacy-1>.

—. Twitter's Recommendation Algorithm. *blog.twitter.com*. [En línia]
https://blog.twitter.com/engineering/en_us/topics/open-source/2023/twitter-recommendation-algorithm.

—. **2023.** X Purchaser Terms of Service. [En línia] 23 / 08 / 2023.
<https://legal.twitter.com/en/purchaser-terms.html>.

Viquipèdia. Artur Mas i Gavarró. [En línia]
https://ca.wikipedia.org/wiki/Artur_Mas_i_Gavarr%C3%B3.

—. Elon Musk. [En línia] https://ca.wikipedia.org/wiki/Elon_Musk.

—. Jose María Aznar López. [En línia]
https://ca.wikipedia.org/wiki/Jos%C3%A9_Mar%C3%ADa_Aznar_L%C3%B3pez.

—. Pedro Sánchez Pérez-Castejón. [En línia]
https://ca.wikipedia.org/wiki/Pedro_S%C3%A1nchez_P%C3%A9rez-Castej%C3%B3n.

—. Pere Aragonès i Garcia. [En línia]
https://ca.wikipedia.org/wiki/Pere_Aragon%C3%A8s_i_Garcia.

VOX. Qué es VOX. [En línia] <https://www.voxespana.es/espana/que-es-vox>.

Wikipedia. Historia de España - Transición a la democracia. [En línia]
[https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_Espa%C3%B1a#Transici%C3%B3n_a_la_de_mocracia_\(1975%E2%80%931982\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_Espa%C3%B1a#Transici%C3%B3n_a_la_de_mocracia_(1975%E2%80%931982)).

—. Jack Dorsey. [En línia] https://es.wikipedia.org/wiki/Jack_Dorsey.

—. Twitter. [En línia] <https://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>.

ANNEXOS

ANNEX 1 – Guions de les entrevistes

Alícia Romero (PSC)

[LINK ENTREVISTA](#)



PRESENTACIÓ

Primerament, benvinguda Alícia. Ets portaveu del PSC al Parlament de Catalunya. Abans de començar volia donar-te les gràcies per acceptar fer aquesta entrevista.

- **Tens Twitter, i l'utilitzes? (Perquè sí o no)**
 - Per què vas decidir fer-te un compte?
- **Quan algú diu Twitter, què és el primer que et ve al cap?** (Toxicitat, debat, pesat...)

La CUP té més de 860k de seguidors a Twitter. És quasi el mateix que amb vosaltres acostuma a ser la força més votada a Espanya, el PP, que en té 855k. Afegint-se a aquesta dada tenim la de tuits totals publicats que puja a la xifra de 142k, convertint-vos així en el partit espanyol amb més tuits publicats.

- **Creus que Twitter és molt útil pel partit i per això se li dona tanta importància?**
 - En aquest sentit quins creus que són els avantatges i inconvenients d'usar la xarxa?
 - Creus que l'ús diari que li donen els partits polítics i la quantitat de temes i coses que es tracten pot arribar a anar en contra dels partits (arriscant-se més a ser propensos a contradiccions, que se'n penedeixin d'alguna cosa...)
 - Qui porta els comptes oficials del partit?
 - Hi ha una línia de discursos que se segueixen?
- **La immediatesa que ofereix Twitter fa més comú i extens el debat polític. Fins a quin punt això és bo per la política actual?**
 - Una gran part d'aquests debats s'han traslladat del Congrés directament a Twitter. Això està arribant a un punt en el qual s'està substituint la feina que es fa presencialment a les corts?
 - Twitter és una bona manera de visibilitzar el que passa als parlaments?

Canvis en el funcionament

No sé si n'estàs al corrent, però Elon Musk va comprar Twitter. Des de llavors ha promès fer uns canvis interns a la xarxa per que hi hagi llibertat d'expressió. Utilitzant això com a pretext va prometre el reobertura del compte de Donald Trump, anteriorment tancat per l'escàndol de l'assalt del capitol.

- **Què en penses de la decisió?**
- **Quins son els límits de la llibertat d'expressió?**

També ha fet altres canvis. Aquests han estat bastant revolucionaris, com per exemple el Twitter Blue. (EXPLICAR SI NO ESTÀ AL CORRENT DEL TEMA DE LES VERIFICACIONS). Teòricament, això hauria de confirmar que no es verifiquen comptes

falsos, ja que és una subscripció subjecta a una verificació amb el telèfon mòbil. Tot i això, es van crear comptes que es feien passar per altres persones.

- **Perquè vas decidir pagar el verificat?**
 - Per quin motiu creus que l'ha pagat el PSOE i PSC respectivament?
- **Realment creus que aquest canvi és beneficiós pels usuaris, o s'ha fet només per l'interès de generar diners per amortitzar la compra de Twitter?**
 - És Elon Musk l'indicat per dirigir l'empresa?
 - Si no ho és, quin tipus de persona hauria d'estar al capdavant de la xarxa social?

Intel·ligència artificial

La intel·ligència artificial és cada cop més present a les nostres vides i ha arribat al punt que ja des de fa anys que està present a Twitter. Aquesta s'utilitza per crear comptes falsos, també anomenats bots, que interactuen com un usuari normal però que no són reals, sinó que estan programats amb una finalitat, en aquest cas política.

- **No et fa por l'abast d'aquesta tecnologia i els problemes que pot causar i les identitats que pot suplantar?**

JOC IA o REAL? (Preparar tuits d'ella, PSOE i VOX).

- **Un altre dels problemes pot estar associat amb la informació falsa, o fake news. Creus que les xarxes poden estar agreujant aquest problema?**

Recordes l'escàndol de Cambridge Analytica?

- **Creus que es podria repetir?**
- **Creus que si els partits deixessin Twitter, perdrien molt de vot jove?**
 - Només s'informen per aquests mitjans

En realitat a Twitter hi ha relativament pocs comptes a Espanya, uns 4,2 milions d'usuaris actius. Tot i això, es parla molt de Twitter, sobretot en l'àmbit de la política i la informació.

- **Perquè creus que és així?**
 - És Twitter un fenomen que sobrepassa els usuaris, i que, per tant, tot i que no tinguis Twitter te n'acabes assabentant del que hi passa?
- **És Twitter una bona eina de comunicació política?**
 - Quines coses es podrien millorar?
 - Es necessiten més regulacions per part del Govern?
 - És veritablement una àgora, tal com diu Elon Musk, en la qual tothom pugui dir la seva?
 - És Twitter una bona eina per garantir l'estabilitat democràtica de la política?
- **Quina és la teva postura respecte a la regulació de les xarxes socials, incloent-hi Twitter?**

- Creus que es requereixen mesures addicionals per a garantir un ús responsable i ètic d'aquestes plataformes?
- **Que hi faria el PSOE / PSC com a partit per solucionar tots aquests problemes?**
- **Ens espera un futur amb Twitter?**
 - És més, o menys gris?

I la pregunta del milió...

- **Quina creus que és la influència que té actualment Twitter a la política espanyola?**

Moltes gràcies per acceptar l'entrevista una vegada més i per haver respost les preguntes.

Dani Cornellà (CUP)

[LINK ENTREVISTA](#)



PRESENTACIÓ

Primerament, benvingut Dani. Diputat de la CUP al Parlament de Catalunya per les comarques gironines. Abans de començar volia donar-te les gràcies per acceptar fer aquesta entrevista.

- **Tens Twitter, i l'utilitzes? (Perquè sí o no)**
 - Per què vas decidir fer-te un compte?
- **Quan algú diu Twitter, què és el primer que et ve al cap?** (Toxicitat, debat, pesat...)

La CUP té quasi 300k seguidors a Twitter. És més del doble que Junts. I ha pujat 123k tuits, només per darrere de PSOE i Podemos. Una altra dada a tenir en compte és que quasi el 50% dels votants de la CUP tenen menys de 35 anys, la franja d'edat amb més comptes de Twitter. (Font: Ara.cat i Statista).

- **Creus que Twitter és molt útil pel partit i per això se li dona tanta importància?**
 - En aquest sentit quins creus que són els avantatges i inconvenients d'usar la xarxa?
 - Creus que l'ús diari que li donen els partits polítics i la quantitat de temes i coses que es tracten pot arribar a anar en contra dels partits (arriscant-se més a ser propensos a contradiccions, que se'n penedeixin d'alguna cosa...)
 - Qui porta els comptes oficials del partit?
 - Hi ha una línia de discursos que se segueixen?
 - Quin paper han tingut per a la CUP les xarxes socials a les municipals tenint en compte que TV3 us va excloure dels debats i del seguiment de la campanya?
- **La immediatesa que ofereix Twitter fa més comú i extens el debat polític. Fins a quin punt això és bo per la política actual?**
 - Una gran part d'aquests debats s'han traslladat del Congrés directament a Twitter. Això està arribant a un punt en el qual s'està substituint la feina que es fa presencialment a les corts?
 - Quin paper tenen les xarxes amb la intervenció immediata en casos excepcionals (com en el cas de l'operació policial a la seu de la CUP al Setembre del 2017).
 - Twitter és una bona manera de visibilitzar el que passa als parlaments?

Canvis en el funcionament

No sé si n'estàs al corrent, però Elon Musk va comprar Twitter. Des de llavors ha promès fer uns canvis interns a la xarxa per que hi hagi llibertat d'expressió. Utilitzant això com a pretext va prometre el reobriment del compte de Donald Trump, anteriorment tancat per l'escàndol de l'assalt del capitolí.

- **Què en penses de la decisió?**
- **Quins son els límits de la llibertat d'expressió?**

També ha fet altres canvis. Aquests han estat bastant revolucionaris, com per exemple el Twitter Blue. (EXPLICAR SI NO ESTÀ AL CORRENT DEL TEMA DE LES VERIFICACIONS). Teòricament, això hauria de confirmar que no es verifiquen comptes falsos, ja que és una subscripció subjecta a una verificació amb el telèfon mòbil. Tot i això, es van crear comptes que es feien passar per altres persones.

- **Realment creus que aquest canvi és beneficiós pels usuaris, o s'ha fet només per l'interès de generar diners per amortitzar la compra de Twitter?**
 - És Elon Musk l'indicat per dirigir l'empresa?
 - Si no ho és, quin tipus de persona hauria d'estar al capdavant de la xarxa social?

Intel·ligència artificial

La intel·ligència artificial és cada cop més present a les nostres vides i ha arribat al punt que ja des de fa anys que està present a Twitter. Aquesta s'utilitza per crear comptes falsos, també anomenats bots, que interactuen com un usuari normal però que no són reals, sinó que estan programats amb una finalitat, en aquest cas política.

- **No et fa por l'abast d'aquesta tecnologia i els problemes que pot causar i les identitats que pot suplantar?**

JOC IA o REAL? (Preparar tuits de CUP, PSOE i VOX).

- **Un altre dels problemes pot estar associat amb la informació falsa, o fake news. Creus que les xarxes poden estar agreujant aquest problema?**

Recordes l'escàndol de Cambridge Analytica?

- **Creus que es podria repetir?**
- **Creus que si els partits deixessin Twitter, perdrien molt de vot jove?**
 - Només s'informen per aquests mitjans

En realitat a Twitter hi ha relativament pocs comptes a Espanya, uns 4,2 milions d'usuaris actius. Tot i això, es parla molt de Twitter, sobretot en l'àmbit de la política i la informació.

- **Perquè creus que és així?**
 - És Twitter un fenomen que sobrepassa els usuaris, i que, per tant, tot i que no tinguis Twitter te n'acabes assabentant del que hi passa?
- **És Twitter una bona eina de comunicació política?**
 - Quines coses es podrien millorar?
 - Es necessiten més regulacions per part del Govern?
 - És veritablement una àgora, tal com diu Elon Musk, en la qual tothom pugui dir la seva?
 - És Twitter una bona eina per garantir l'estabilitat democràtica de la política?
- **Quina és la teva postura respecte a la regulació de les xarxes socials, incloent-hi Twitter?**
 - Creus que es requereixen mesures addicionals per a garantir un ús responsable i ètic d'aquestes plataformes?

- **Que hi faria la CUP com a partit per solucionar tots aquests problemes?**
- **Ens espera un futur amb Twitter?**
 - És més, o menys gris?

I la pregunta del milió...

- **Quina creus que és la influència que té actualment Twitter a la política espanyola?**

Moltes gràcies per acceptar l'entrevista una vegada més i per haver respost les preguntes.

Najat Driouech (ERC)

[LINK ENTREVISTA](#)



PRESENTACIÓ

Primerament, benvinguda Najat. Ets diputada per ERC al Parlament de Catalunya. Abans de començar volia donar-te les gràcies per acceptar fer aquesta entrevista tot i les dates.

- **Tens Twitter, i perquè l'utilitzes?**
 - *Per què vas decidir fer-te un compte?*
 - *Per què t'és útil o no Twitter?*
- **Quan algú diu Twitter, què és el primer que et ve al cap?** (Toxicitat, debat, pesat...)

ERC té 370k de seguidors a Twitter. I el partit ha tuitejat un total de 182.300 vegades.

- **Creus que Twitter és molt útil pel partit i per això se li dona tanta importància?**
 - *En aquest sentit quins creus que són els avantatges i inconvenients d'usar la xarxa?*
- **La immediatesa que ofereix Twitter fa més comú i extens el debat polític. Fins a quin punt això és bo per la política actual?**
 - *Twitter és una bona manera de visibilitzar el que passa als parlaments?*
 - *Hi ha millors xarxes que Twitter per fer comunicació política?*

Canvis en el funcionament

No sé si n'estàs al corrent, però Elon Musk va comprar Twitter. (CANVI DE NOM) Des de llavors ha promès fer uns canvis interns a la xarxa per que hi hagi llibertat d'expressió. Utilitzant això com a pretext va prometre el reobriments del compte de Donald Trump, anteriorment tancat per l'escàndol de l'assalt del capitolí.

- **Què en penses de la decisió?**
- **Quins son els límits de la llibertat d'expressió?**

També ha fet altres canvis. Aquests han estat bastant revolucionaris, com per exemple el Twitter Blue. (EXPLICAR SI NO ESTÀ AL CORRENT DEL TEMA DE LES VERIFICACIONS). Teòricament, això hauria de confirmar que no es verifiquen comptes falsos, ja que és una subscripció subjecta a una verificació amb el telèfon mòbil. Tot i això, es van crear comptes que es feien passar per altres persones.

- **Realment creus que aquest canvi és beneficiós pels usuaris, o s'ha fet només per l'interès de generar diners per amortitzar la compra de Twitter?**
 - *És Elon Musk l'indicat per dirigir l'empresa?*
 - *Si no ho és, quin tipus de persona hauria d'estar al capdavant de la xarxa social?*
- **Perquè no has pagat el verificat?**
 - *I perquè creus que Esquerra tampoc ho ha fet?*

Intel·ligència artificial

La intel·ligència artificial és cada cop més present a les nostres vides i ha arribat al punt que ja des de fa anys que està present a Twitter. Aquesta s'utilitza per crear comptes falsos, també anomenats bots, que interactuen com un usuari normal però que no són reals, sinó que estan programats amb una finalitat, en aquest cas política.

- **No et fa por l'abast d'aquesta tecnologia i els problemes que pot causar i les identitats que pot suplantar?**

JOC IA o REAL? (Preparar tuits d'ella)

- **Un altre dels problemes pot estar associat amb la informació falsa, o fake news. Creus que les xarxes poden estar agreujant aquest problema?**

(EN REFERENCIA AMB EL QUE VA PASSAR AMB CAMBRIDGE ANALYTICA)

- **Quina és la teva postura respecte a la regulació de les xarxes socials, incloent-hi Twitter?**
 - Creus que es requereixen mesures addicionals per a garantir un ús responsable i ètic d'aquestes plataformes?
- **Que hi faria ERC com a partit per solucionar tots aquests problemes?**
- **Creus que si els partits deixessin Twitter, perdrien molt de vot jove?**

En realitat a Twitter hi ha relativament pocs comptes a Espanya, uns 4,2 milions d'usuaris actius. Tot i això, es parla molt de Twitter, sobretot en l'àmbit de la política i la informació.

- **És Twitter un fenomen que sobrepassa els usuaris, i que, per tant, tot i que no tinguis Twitter te n'acabes assabentant del que hi passa?**
- **És veritablement una àgora, tal com diu Elon Musk, en la qual tothom pugui dir la seva?**
- **Ens espera un futur amb Twitter?**
 - És més, o menys gris?

I la pregunta del milió...

- **Quina creus que és la influència que té actualment Twitter a la política espanyola?**

Moltes gràcies per acceptar l'entrevista una vegada més i per haver respost les preguntes.

Montse Rigall (Periodista i experta en IA i fact checking)

[LINK](#)



PRESENTACIÓ

Primerament, benvinguda Montse. La Montse Rigall és Periodista a TVE i experta en intel·ligència artificial i fact checking. Abans de començar volia donar-te les gràcies per acceptar des del primer moment fer aquesta entrevista.

Bàsicament, tot i que el documental és estrictament polític, les meves preguntes sobretot se centraran en la intervenció de la IA a Twitter, la comunicació dins les xarxes, fake news, etc...

➤ **Tens Twitter, i l'utilitzes? (Perquè sí o no)**

Creixement de la IA / Com afecta a Twitter i a nosaltres / Bots

És un fet innegable que la intel·ligència artificial ha revolucionat els últims mesos totes les xarxes, mitjans de comunicació i crec que podríem dir ja les nostres pròpies vides. Però no cal oblidar que ja fa anys que existeix aquesta tecnologia.

➤ **Quan vas començar a estudiar i investigar sobre aquesta tecnologia?**

- *En quins àmbits et focalitzes més?*
- *Afirmes que la IA ens pot canviar les vides?*

➤ **Quines aplicacions pot tenir la IA a les xarxes socials o l'internet?**

(Segurament traurà el tema dels bots, sinó el trec jo)

En el cas de Twitter sí que sabem que poden existir aquests comptes falsos que poden estar controlats per bots, és a dir intel·ligència artificial.

➤ **Creus que amb els avenços que hi ha hagut en aquests últims mesos, que sembla que vagin a passos agegantats, cada cop serà més difícil distingir els bots dels usuaris reals?**

- *Quines conseqüències pot tenir això?*
- *Sense una regulació pot esdevenir un gran problema a escala mundial?*
- *Tens por del que es pot arribar a fer amb IA?*

Cambridge Analytica

➤ **(Explicar escàndol de Cambridge Analytica) Creus que es pot, o ja s'està repetint.**

En realitat a Twitter hi ha relativament pocs comptes a Espanya, uns 4,2 milions d'usuaris actius. Tot i això, es parla molt de Twitter, sobretot en l'àmbit de la política i la informació.

➤ **Perquè creus que és així?**

- *És Twitter un fenomen que sobrepassa els usuaris, i que, per tant, tot i que no tinguis Twitter te n'acabes assabentant del que hi passa?*

➤ **És Twitter una bona eina de comunicació política?**

- *Quines coses es podrien millorar?*

- *És veritablement una àgora, tal com diu Elon Musk, en la qual tothom pugui dir la seva?*

JO: Estàs al corrent de tots els canvis que ha implementat a Twitter? (sinó ho explico)

- Verificació amb Twitter Blue (verificació amb telèfon, evitar bots al feed pq teòricament els usuaris blue surten prioritàriament)

➤ **Creus que aquestes regulacions són suficients?**

- *Potser ha de rendibilitzar la compra de Twitter (que en teoria li ha costat molt més del que li hauria d'haver costat).*

Fact checking

A part de ser periodista i experta en IA, també tractes el tema del fact checking.

➤ **Em podries dir què és el fact checking?**

- *On creus que es poden trobar la major part de fake news?*
- *Twitter és un lloc on hi ha molta notícia falsa?*

➤ **Creus que amb els temps que corren és cada cop més important fer us del fact checking?**

- *Creus que aquest àmbit de la comunicació és molt desconegut però el més necessari?*

Passat, valoració final i futur

➤ **Quins canvis has pogut observar amb les notícies polítiques des que ets periodista?**

- *Quan recordes que va ser la primera vegada o de les primeres que va aparèixer Twitter en una web d'un diari, mitjà...*

➤ **Com veus el futur del periodisme i a on? (mitjans diversos)**

➤ **Ens espera un futur amb Twitter?**

- *És més, o menys gris?*

I la pregunta del milió...

➤ **Quina creus que és la influència que té actualment Twitter a la política espanyola?**

Isidre Sierra (Alcalde de Sant Climent de Llobregat, Junts)

[LINK](#)



PRESENTACIÓ

Primerament, benvingut Isidre. Ets alcalde de Sant Climent de Llobregat. Abans de començar volia donar-te les gràcies per acceptar fer aquesta entrevista.

- **Tens Twitter, i l'utilitzes? (Perquè sí o no)**
 - Per què vas decidir fer-te un compte?
- **Quan algú diu Twitter, què és el primer que et ve al cap? (Toxicitat, debat, pesat...)**

Junts té 120.000 seguidors a Twitter. És el partit que menys seguidors té en tots els que he avaluat, a nivell català CUP, ERC i vosaltres. Tot i això se li dona bastanta importància.

- **Creus que Twitter és molt útil pel partit i per això se li dona tanta importància?**
 - *Perquè creus que no tenen tants seguidors? (antiguitat del partit, tipus de votant...)*
 - *En aquest sentit quins creus que són els avantatges i inconvenients d'usar la xarxa?*
 - *Creus que l'ús diari que li donen els partits polítics i la quantitat de temes i coses que es tracten pot arribar a anar en contra dels partits (arriscant-se més a ser propensos a contradiccions, que se'n penedeixin d'alguna cosa...)*
 - *Qui porta els comptes oficials del partit?*
 - *Hi ha una línia de discursos que se segueixen?*
- **La immediatesa que ofereix Twitter fa més comú i extens el debat polític. Fins a quin punt això és bo per la política actual?**

Canvis en el funcionament

No sé si n'estàs al corrent, però Elon Musk va comprar Twitter. Des de llavors ha promès fer uns canvis interns a la xarxa per que hi hagi llibertat d'expressió. Utilitzant això com a pretext va prometre el reobriments del compte de Donald Trump, anteriorment tancat per l'escàndol de l'assalt del capitol.

- **Què en penses de la decisió?**
- **Quins son els límits de la llibertat d'expressió?**

També ha fet altres canvis. Aquests han estat bastant revolucionaris, com per exemple el Twitter Blue. (EXPLICAR SI NO ESTÀ AL CORRENT DEL TEMA DE LES VERIFICACIONS). Teòricament, això hauria de confirmar que no es verifiquen comptes falsos, ja que és una subscripció subjecta a una verificació amb el telèfon mòbil. Tot i això, es van crear comptes que es feien passar per altres persones.

- **No has pagat el verificat. És per algun motiu específic?**
 - *Per quin motiu creus que l'ha pagat Junts?*
- **Realment creus que aquest canvi és beneficiós pels usuaris, o s'ha fet només per l'interès de generar diners per amortitzar la compra de Twitter?**

- *És Elon Musk l'indicat per dirigir l'empresa?*
- *Si no ho és, quin tipus de persona hauria d'estar al capdavant de la xarxa social?*

Intel·ligència artificial

La intel·ligència artificial és cada cop més present a les nostres vides i ha arribat al punt que ja des de fa anys que està present a Twitter. Aquesta s'utilitza per crear comptes falsos, també anomenats bots, que interactuen com un usuari normal però que no són reals, sinó que estan programats amb una finalitat, en aquest cas política.

- **No et fa por l'abast d'aquesta tecnologia i els problemes que pot causar i les identitats que pot suplantar?**

JOC IA o REAL? (Preparar tuits d' ell).

- **Un altre dels problemes pot estar associat amb la informació falsa, o fake news. Creus que les xarxes poden estar agreujant aquest problema?**

Recordes l'escàndol de Cambridge Analytica?

- **Creus que es podria repetir?**
- **Creus que si els partits deixessin Twitter, perdrien molt de vot jove?**

En realitat a Twitter hi ha relativament pocs comptes a Espanya, uns 4,2 milions d'usuaris actius. Tot i això, es parla molt de Twitter, sobretot en l'àmbit de la política i la informació.

- **Perquè creus que és així?**
 - *És Twitter un fenomen que sobrepassa els usuaris, i que, per tant, tot i que no tinguis Twitter te n'acabes assabentant del que hi passa?*
- **És Twitter una bona eina de comunicació política?**
 - *Quines coses es podrien millorar?*
 - *Es necessiten més regulacions per part del Govern?*
 - *És veritablement una àgora, tal com diu Elon Musk, en la qual tothom pugui dir la seva?*
 - *És Twitter una bona eina per garantir l'estabilitat democràtica de la política?*
- **Quina és la teva postura respecte a la regulació de les xarxes socials, incloent-hi Twitter?**
 - *Creus que es requereixen mesures addicionals per a garantir un ús responsable i ètic d'aquestes plataformes?*
- **Que hi faria Junts com a partit per solucionar tots aquests problemes?**
- **Ens espera un futur amb Twitter?**
 - *És més, o menys gris?*

I la pregunta del milió...

- **Quina creus que és la influència que té actualment Twitter a la política?**

Manuel Reyes (Alcalde de Castelldefels, PP)

[LINK ENTREVISTA](#)



PRESENTACION

Primero de todo bienvenido Manu. Manu es alcalde de Castelldefels desde las pasadas elecciones municipales así que felicitades primero de todo por la victoria y agradecerte que hayas aceptado hacer conmigo hoy esta entrevista.

- **¿Tienes Twitter?**
 - *¿Por qué decidiste hacerte una cuenta?*
 - *¿Llevas solo tus las propias redes?*
- **¿Cuándo alguien te dice Twitter que es lo primero que se te viene a la cabeza?**
 - *¿Ahora Twitter se llama X desde ayer, crees que este cambio de imagen es para eliminar la mala fama que ha tenido Twitter últimamente con temas de toxicidad o así? O es simplemente un rebranding.*

El PP tiene 860.000 seguidores en Twitter, tan solo 15000 de diferencia con el PSOE. También tiene un importante número de tuits lo que indica que se publica mucho en Twitter.

- **¿Crees que Twitter es muy útil para el partido y que por eso se le da tanta importancia?**
 - *¿Cuáles crees que son las ventajas y los inconvenientes de la red social?*
 - *¿Has usado los sistemas de anuncios que ofrece Instagram y Facebook (Meta) para la campaña de las municipales? ¿Y el de Twitter?*
 - *¿Crees que esto ha podido influir en el voto?*
- **La inmediatez que ofrece Twitter fa más común, rápido y extenso el debate político. ¿Hasta qué punto esto es bueno para la política actual?**

Cambios en el funcionamiento

No sé si estás al corriente, pero Elon Musk compró Twitter. Desde entonces ha prometido hacer unos cambios internos en la red por que haya libertad de expresión. Utilizando esto como pretexto prometió el reabrimiento de la cuenta de Donald Trump, anteriormente cerrada por el escándalo del asalto al Capitolio. **¿Qué piensas de la decisión?**

- **¿Cuáles son los límites de la libertad de expresión?**

También ha hecho otros cambios. Estos han estado bastando revolucionarios, como por ejemplo el Twitter Blue. (EXPLICAR SI NO ESTÁ AL CORRIENTE DEL TEMA DE LAS VERIFICACIONES). Teóricamente, esto tendría que confirmar que no se verifican cuentas falsas, puesto que es una suscripción sujeta a una verificación con el teléfono móvil. Aun así, se crearon cuentas que se hacían pasar por otras personas. **No has pagado el verificado. ¿Es por algún motivo en específico?**

- *Por qué motivo no lo ha pagado el PP en ninguna de sus cuentas (CCAA, estatales, ¿de las cortes...)?*
- **¿Realmente crees que este cambio es beneficioso para los usuarios o solo se ha hecho con el interés de generar dinero para compensar lo perdido con la compra de Twitter?**

- *¿Es Elon Musk el indicado para dirigir la empresa?*

Inteligencia artificial

La inteligencia artificial está cada vez más presente en nuestras vidas y ya desde hace años está presente en Twitter. Esta se utiliza para crear cuentas falsas, también llamados bots, que interactúan como un usuario normal pero que no son reales, sino que están programados con una finalidad, en este caso política. **¿No te da miedo a donde puede llegar este tipo de tecnología y lo peligrosa que puede ser?**

JOC IA o REAL? (Preparar tuits de él).

Otro de los problemas puede estar asociado con la información falsa, o fake news. ¿Crees que las redes pueden estar agravando este problema?

- **¿Recuerdas el escándalo de Cambridge Analytica?**
- **¿Crees que se podría repetir?**
- **¿Crees que, si los partidos dejaran Twitter, perderían mucho voto joven?**

En realidad, en Twitter hay relativamente pocas cuentas en España, unos 4,2 millones de usuarios activos. Aun así, se habla mucho de Twitter, sobre todo en el ámbito de la política y la información.

- **¿Por qué crees que es así?**
 - *¿Es Twitter un fenómeno que sobrepasa los usuarios, i que, por lo tanto, aunque no tengas Twitter acabas sabiendo que pasa?*
- **¿Es Twitter una buena herramienta de comunicación política?**
 - *¿Qué cosas se podrían mejorar?*
 - *¿Se necesitan más regulaciones por parte del gobierno?*
 - *¿Es verdaderamente un ágora, tal y como dice Elon Musk, en la cual todo el mundo pueda decir la suya?*
- **¿Cuál es tu postura respecto a las regulaciones de las redes sociales?**
 - *Creus que se requieren medidas adicionales para garantizar un uso responsable y ético de estas plataformas?*
- **¿Qué haría el PP como partido para solucionar todos estos problemas?**
- **¿Nos espera un futuro con Twitter?**
 - *¿Es más, o menos gris?*

Y la pregunta del millón...

- **¿Cuál crees que es la influencia que tiene actualmente Twitter en la política?**

Gracias una vez más por haber aceptado la entrevista y por haber respondido estas preguntas.

Albert Balanzà (Periodista i professor a la UPF)

[LINK ENTREVISTA](#)



PRESENTACIÓ

Primerament, benvingut Albert. L'Albert és periodista i director de l'Independent de Gràcia, a més de professor a la UPF. Primerament agrair-te haver-me acceptat l'entrevista i haver-m'ho posat tan fàcil per ser avui aquí.

Principalment et faré preguntes sobre política i les xarxes socials, sobretot Twitter.

- **Podries explicar per quins mitjans has passat al llarg de la teva carrera i sobretot en quins àmbits t'has focalitzat?**

Política actual

- **Com han canviat les campanyes electorals en els últims anys?**
 - *Es menteix molt més?*
 - *Les xarxes tenen alguna cosa a veure? (Creus que qui millor campanya faci a les xarxes, millors resultats electorals tindrà?)*
- **Creus que les xarxes socials poden tenir molt a veure amb uns resultats electorals?**
 - *Creus que les xarxes socials son bones plataformes de difusió pels discursos de l'extrema dreta?*
 - *És més fàcil desinformar per la xarxa?*
 - *És una amenaça per la democràcia?*

Twitter

- **Tens Twitter, i l'utilitzes? (Perquè sí o no)**
 - *Per què vas decidir fer-te un compte?*
 - *Quina és la primera paraula o frase que et ve al cap quan et diuen Twitter?*
- **Podries dir-me durant quant de temps has estat escrivint als diaris sobre política?**
 - *Segueixes al corrent de tot el que passa a nivell polític?*
- **Creus que Twitter és molt útil pels partits?**
 - *En aquest sentit quins creus que són els avantatges i inconvenients d'usar la xarxa? (en el cas personal i polític)*
 - *Creus que l'ús diari que li donen els partits polítics i la quantitat de temes i coses que es tracten pot arribar a anar en contra dels partits (arriscant-se més a ser propensos a contradiccions, que se'n penedeixin d'alguna cosa...)*
- **La immediatesa que ofereix Twitter fa més comú i extens el debat polític. Fins a quin punt això és bo per la política actual?**

Periodisme

- **Creus que cada cop més hauríem de consultar pàgines de verificació de notícies tipus Verificat, maldita.es...?**

- **Com veus el futur del periodisme i a on?**

Canvis en el funcionament

No sé si n'estàs al corrent, però Elon Musk va comprar Twitter. Des de llavors ha promès fer uns canvis interns a la xarxa. Aquests han estat bastant revolucionaris, com per exemple el Twitter Blue. (EXPLICAR SI NO ESTÀ AL CORRENT DEL TEMA DE LES VERIFICACIONS). Teòricament, això hauria de confirmar que no es verifiquen comptes falsos, ja que és una subscripció subjecta a una verificació amb el telèfon mòbil. Tot i això, es van crear comptes que es feien passar per altres persones.

- **Realment creus que aquest canvi és beneficiós pels usuaris, o s'ha fet només per l'interès de generar diners per amortitzar la compra de Twitter?**
 - És Elon Musk l'indicat per dirigir l'empresa?

Intel·ligència artificial

La intel·ligència artificial és cada cop més present a les nostres vides i ha arribat al punt que ja des de fa anys que està present a Twitter. Aquesta s'utilitza per crear comptes falsos, també anomenats bots, que interactuen com un usuari normal però que no són reals, sinó que estan programats amb una finalitat, en aquest cas política.

- **No et fa por l'abast d'aquesta tecnologia i els problemes que pot causar i les identitats que pot suplantar?**
- **Un altre dels problemes pot estar associat amb la informació falsa, o fake news. Creus que les xarxes poden estar agreujant aquest problema?**

Recordes l'escàndol de Cambridge Analytica?

- **Creus que es podria repetir?**
- **L'objectiu dels partits a les xarxes socials és informar del que fan o manipular a la població?**

En realitat a Twitter hi ha relativament pocs comptes a Espanya, uns 4,2 milions d'usuaris actius. Tot i això, es parla molt de Twitter, sobretot en l'àmbit de la política i la informació.

- **Perquè creus que és així?**
 - És Twitter un fenomen que sobrepassa els usuaris, i que, per tant, tot i que no tinguis Twitter te n'acabes assabentant del que hi passa?
- **És Twitter una bona eina de comunicació política?**
 - És veritablement una àgora, tal com diu Elon Musk, en la qual tothom pugui dir la seva?
- **Em veig obligat a preguntar per Threads. Què creus que passarà amb aquesta xarxa?**
- **Ens espera un futur amb Twitter?**
 - És més, o menys gris?

I la pregunta del milió...

- **Quina creus que és la influència que té actualment Twitter a la política espanyola?**

ANNEX 2 – Guió del documental / Escaleta

INTRO

Text inicial: “La idea inicial d’aquest documental era entrevistar a polítics de partits i ideologies diverses. Tot i haver-ho intentat per tots els mitjans m’ha sigut impossible trobar-los a totxs.”

Tot en negre i comença la musica (Sphinx, David Celeste)

Plans de terrassa amb la Catedral de Barcelona de fons

POL: Estem vivint un any 2023 bastant mogut. *(Pausa)* Sortim d'una pandèmia que ha marcat els nostres dies des del 2020. Es popularitza la intel·ligència artificial, que promet revolucionar el món tal com el coneixíem fins ara. I tampoc ha estat menys en política, dues eleccions en dos mesos i escaig de diferència. (Imatges dues frases Pedro i Feijoo). I per les xarxes socials tampoc ha estat tranquil. Cada cop més bots, fake news, la cursa per implementar la IA a cada app, "Threads" la competència de Twitter, bé que ara és X perquè a Elon Musk li ha vingut de gust. El terreny natural dels polítics està canviant i Twitter dona molt de què parlar. Per això m'he vist amb polítics i periodistes que tenen la xarxa per intentar endinsar-me en aquest món paral·lel en el qual la política juga un paper principal. Dit això, comencem.

CARETA PLA DE LA CIUTAT DE BARCELONA AMB EL TÍTOL DEL DOCUMENTAL A DALT (OCELL DE TWITTER PIULANT POTSER)

OFF: Però, rebobinem l'any 2006. *(PAUSA)* En aquell any, uns joves estudiants de la Universitat de Nova York tenen la idea de crear un servei d'SMS per compartir-los en grups. Així neix Twitter. Al igual que el logo, la xarxa social aniria evolucionant de la mà de Jack Dorsey el CEO de la companyia fins al novembre del 2021 quan començarien a haver-hi canvis radicals.

OFF: Tot va començar amb la compra de la xarxa per part del magnat Elon Musk. *(TITULAR)* Un d'aquests canvis, dels més recents, és el nom i logotip, que s'han canviat per una X, desempallegant-se de l'ocell, i del color blau característic de tots aquells anys. Ara tot passarà a ser blanc i negre. Però no ha quedat aquí la cosa, una onada massiva de dimissions i acomiadaments havia tacat una mica la gestió del nou CEO, fent que Jack Dorsey marxés i intentés crear una competència de Twitter després dels malentesos creats amb l'empresari sud-africà. *(+ titulars)* Sumant-li altres canvis com la verificació, és a dir el tic blau, subjecte a una subscripció de pagament anomenada X Premium.

(MOSTRAR APARTAT X PREMIUM)

OFF: Però qui és Elon Musk i com ha arribat a ser al capdavant d'una de les xarxes socials més grans del planeta?

TEXT: SUD ÀFRICA

OFF: Elon Reeve Musk va néixer el 28 de juny del 1971 a una de les tres capitals de Sud-àfrica, Pretòria. Després de criar-se a la ciutat i passar per nombroses universitats llicenciant-se, entre altres carreres, en física i economia, Musk va crear el 2000 un banc digital anomenat PayPal, el seu primer gran èxit empresarial. Més tard, l'any 2002, va ser comprada per eBay per 1.500 milions de dòlars, permetent a Musk crear SpaceX aquell mateix any, una empresa i fabricant aeroespacial que des de fa anys que treballa

en conjunt amb la NASA. Tan sols dos anys més tard es va unir a una altra empresa, aquesta vegada automobilística anomenada Tesla, la qual arribaria a presidir l'any 2008.

(MUNTATGE DE TOTS ELS SEUS ÈXITS EMPRESARIALS)

OFF: Tots aquests èxits empresarials li van permetre ser l'any 2022 l'home més ric del món, títol que ja ha perdut aquest mateix any 2023. I en gran part ha estat per la compra de Twitter, que sent sincers li va costar cara, 44.000 milions per ser exactes.

I quin és el poder d'aquest senyor, us estareu preguntant. Doncs ha permès fer avenços per portar a l'home a Mart, controla una de les empreses d'IA més conegudes del moment OpenAI, és a dir ChatGPT i recentment s'ha pogut saber que va desactivar els seus satèl·lits Starlink per impedir que Ucraïna ataqués a Rússia. És a dir, que de poder en té, i encara més amb la compra de Twitter, una xarxa molt i molt diversa.

I és clar, donada la versatilitat de la xarxa, a Twitter t'hi pots trobar de tot, i és una plataforma molt utilitzada pels polítics i periodistes.

POLITICS I PERIODISTES EXPLICANT QUE UTILITZEN TWITTER I PERQUÈ

OFF: Aquí és on he pogut veure dos mons bastant oposats dins de la política a Twitter. Per una banda tenim els representants generals de partit, diputats, senadors, que potser sí que utilitzen més la plataforma. En canvi, els ajuntaments i alcaldes prefereixen el boca a boca perquè el veuen més eficient.

MANU REYES I ISIDRE PARLANT D'AIXÒ

OFF: Però no cal oblidar que potser a gran escala si que les xarxes socials poden tenir molt a veure amb la popularització de qualsevol factor. Ens ho explica en clau política l'Albert Balanzà.

ALBERT PARLANT DE LA RAPIDESA DE LES XARXES AMB LA METAFORA DELS NAZIS (min 2:30 seva entrevista)

OFF: I perquè se'n parla tant de la política a les xarxes? Què ha estat passant en política aquests últims anys? Com ha evolucionat la seva comunicació? Doncs... veiem-ho.

(RECOPIACIÓ AMB NOTÍCIES)

- **NODO OFF:** Des del 1942 fins a tres dècades i escaig més tard, el NODO va ser un noticiari setmanal del règim franquista que es retransmetia obligatòriament abans de les pel·lícules als cinemes del territori. Durant aquell interval de temps era l'altaveu de Franco, protagonista de la majoria de les entregues.
- **FRANCO HA MUERTO / OFF:** Però des de la mort del dictador els mitjans de difusió polítics i de la informació han pogut proliferar i ser cada cop més independents i diversos.
- **TVE DESPRÉS DEL FRANQUISME**
- **OFF:** Amb la creació de la constitució espanyola es va poder permetre que molts altres mitjans de comunicació obrissin les portes anys després. O que també, els telenotícies poguessin ser més imparcials i donessin més informació de la que deixava el règim.
- **CREACIÓ DE TV3/ OFF:** Un dels exemples de les cadenes de televisió que van obrir més tard, i la primera de totes en fer-ho en català, va ser TV3.

És clar, que des de llavors la democràcia ha permès que diversos moviments politicosocials poguessin expressar-se amb relativa llibertat i per això es van començar a popularitzar l'independentisme, feminisme, moviment LGTBI entre d'altres.

- MOVIMENT INDEPENDENTISTA
- CONGRESO
- REFERENDUM (I TOT EL QUE VA IMPLICAR)
- PRESOS POLÍTICS
- PARLAMENT A YOUTUBE
- TWITTER
- ELECCIONS

FOSA A NEGRE

OFF: Però, avui en dia de què es parla al món de la comunicació? Doncs de les fake news. I és que de Twitter hi surt molta informació falsa que moltes vegades es camufla al nostre perfil sense ni tan sols adonar-nos-en.

TITULAR SOBRE LES FAKE NEWS A LES XARXES

MONTSE PARLANT DE LES FAKE NEWS ENLLAÇAT AMB EL BAIX COST

OFF: I és que d'això no n'havíem parlat, però a les xarxes socials tu pots pagar per promocionar una publicació de qualsevol mena i els polítics ho utilitzen molt. Per exemple, el PSOE, gràcies a l'eina de transparència que ofereix Meta, podem saber que ha fet un total de 310 anuncis a Facebook i Instagram aquest 2023, però que des del 2019 s'ha gastat 623.930 € en publicitat tan sols a les xarxes de Mark Zuckerberg. I tenint en compte que un anunci per arribar a 40 mil persones costa fins a 100 €, ens dona que des d'aquell any fins ara els anuncis del partit han rebut un total de 249.200.000 visualitzacions totals aproximades. Ara deixem-nos de mates i que ens ho expliquin millor els que han usat aquests anuncis durant la campanya de les municipals.

ISIDRE I MANU

OFF: I si ho pensem bé això de la publicitat i les fake news han estat bastant de la mà a les xarxes, i en política fins i tot s'ha arribat a l'extrem.

CREUS QUE LES XARXES PODEN ALTERAR ELS RESULTATS D'UNA VOTACIÓ (ALBERT BALANZÀ)

"2016" – WASHINGTON DC" (IMATGES DE LA CASA BLANCA)

OFF: Entrem en un terreny pantanós que va marcar un dels judicis i casos amb més expectació mediàtica de la dècada, el de Cambridge Analytica.

(MUNTATGE DE TITULARS, EXTRETS D'INFORMATIUS DE TOT EL MÓN...)

OFF: De Londres a Washington, Cambridge Analytica traspassava fronteres per operar des de la capital anglesa una campanya de difamació de Hillary Clinton en favor de Donald Trump per les eleccions de 2016. Però no seria una campanya electoral convencional, sinó que portaria amb ella una gran controvèrsia digital. I tot té a veure amb un gran nom, Alexander Nix, el CEO de Cambridge Analytica.

(MUNTATGE FOTOS SEVES, TITULARS...)

OFF: Podries pensar que en el món on vivim el que té més valor és l'or o el petroli, però amb l'Internet i les xarxes tot ha canviat. El més valuós són les teves pròpies dades.

(BRITTANY KAISER EXPLICANT QUE LES DADES SÓN L'ACTIU MÉS VALUÓS DEL MÓN)

(VIDEO DE NETFLIX THE GREAT HACK FUNCIONAMENT)

OFF: Després d'aquestes declaracions es va citar un judici contra Cambridge Analytica. Els noms més sonats el mateix Christopher, Mark Zuckerberg, CEO de Facebook i òbviament Alexander Nix, el cervell de l'operació.

OFF: En acabar el judici CA va haver de tancar i es va multar a Facebook per la seva incompetència davant del cas. Però tornant a casa nostra tampoc estem exempts de la influència d'aquests tipus d'empresa. CA també va ser present al Brèxit d'Anglaterra i va oferir els seus serveis a tots aquests països (mapa). Qui diu que una altra CA sense aquest nom, no pugui traspasar les nostres fronteres i operar-hi des de dins. Per tant, aneu amb compte amb el que llegiu perquè potser les fake news que rebeu o els missatges difamatoris cap a candidats no són més que una estratègia d'escacs en la qual tu no ets més que un simple peó.

OFF: Però no és impossible escapar de les fake news a les xarxes. Des de fa uns anys que existeixen mitjans de comunicació que precisament intenten que aquest problema tingui solucions. I el remei es diu fact checking.

MONTSE EXPLICANT QUÈ ÉS EL FACT CHECKING

OFF: Ens deixem una cosa molt important de la qual parlar, i no només afecta a Twitter i la política, sinó a tot el món com el coneixem fins ara. Estem parlant de la intel·ligència artificial.

(CAMPANYA JUNTS IA + VIDEO DEL MANU)

OFF: Està clar que aquesta tecnologia ha arribat per quedar-se, i per això he posat a prova als entrevistats perquè em diguessin quins dels dos tuits que tenien davant estava realment escrit per ells.

(CLIPS TUI TS IA)

OFF: Com heu pogut veure no sempre és tan clar quin és el text que has redactat tu, d'altres sí però...

OFF: I tens por d'aquesta tecnologia?

(RESPOSTES)

OFF: I un altre dels interrogants seria perquè els polítics utilitzen tant la plataforma. En Dani ens dona la resposta.

(DANI CORNELLÀ EXPLICANT-HO)

OFF: I és que a Twitter pots dir gairebé de tot, i té una laxa llibertat d'expressió, un concepte que té uns límits que els nostres polítics els tenen clars. *BELLA CIAO DE FONTS*

(PARLANT LL.EXP)

OFF: I per fer arribar aquests missatges no es pot confiar només en la viralització d'un tuit dins la xarxa, els mitjans de comunicació tenen un paper fonamental externalitzant el que surt de Twitter fins als articles i televisions.

(FENOMEN SOBREPASSA)

OFF: I fins a quin punt pot tenir Twitter influència en la nostra política?

(OPINIONS)

OFF: Però, per acabar, no cal oblidar el que durant aquests últims mesos he descobert: que les xarxes són un món paral·lel i no sempre reflecteixen tota la realitat. A part, no són més que una eina més pels polítics, dues coses que m'han dit molt durant les entrevistes.

ENTREVISTES DIENT MÓN PARAL·LEL i EINA

OFF: En definitiva, és Twitter una bona xarxa social per fer-hi comunicació política? Doncs sí. La seva facilitat de viralització, la importància que els hi donen els partits i mitjans de comunicació, sempre que facin la seva feina, definitivament la fan imparabile, fins al punt que poden incidir directament en unes eleccions, d'una manera neta, o potser no tant.

(FUTUR)

OFF: Així que encara ens queden uns llargs dies amb Twitter acompanyant-nos en el món polític i present en moltes pantalles. Això sí, Elon no t'adormis perquè en Zuckerberg et trepitja els talons.

(GRAVAT AL TURÓ)

POL: I així conclou aquest llarg viatge per les entranyes de la comunicació política, des del segle passat fins avui. Desitjo que després de veure això pugueu entendre millor la romàntica, i fins ara inseparable relació, entre la política i les xarxes socials.

Espero que ens tornem a veure aviat, i sobretot aneu amb compte amb l'encisador aparador de la democràcia.