

Jornada Internacional de mitjans de proximitat

JORNADA INTERNACIONAL DE MITJANS DE PROXIMITAT

DATA CELEBRACIÓ: 26 de març de 2015

LLOC: Auditori Cosmocaixa de Barcelona

Prèambul: Una anàlisi de futur des de la proximitat

El mapa de la comunicació està canviant ràpidament i cada cop més els mitjans de premsa de proximitat estan guanyant lideratge informatiu als grans mitjans d'informació tradicionals. Així ho evidencien les darreres dades d'audiència per comarques de l'EGM Baròmetre, on la premsa de proximitat manté una excel·lent acceptació per part del lector, convertint-la, en la gran majoria de casos, en la més llegida a cada comarca del territori.

És aquesta tendència la que ha donat lloc al concepte d'“hiperlocal” com a sinònim de “globalització”, és a dir, la tendència continuada cap a un mercat cada cop més saturat i fragmentat de mitjans d'informació que amb les darreres innovacions tecnològiques proporcionen a les grans empreses la possibilitat de donar-se a conèixer a través d'un nou nínxol comunicatiu: “la premsa de proximitat”. Les grans marques mitjançant dues proximitats, la geogràfica i la temàtica, arriben a un públic concret, que es veu potenciat gràcies a l'aparició de diaris digitals locals i blocs ciutadans lligats a una localitat o temàtica determinada. Catalunya n'és especialment un exemple de com la premsa de proximitat està fortament arrelada i és testimoni de la riquesa mediàtica del nostre territori, que evoluciona cap a la creació d'un nou paradigma mediàtic català.

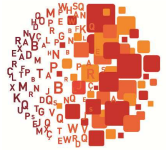
La Jornada la hem estructurat al voltant de tres grans blocs temàtics:

Publicitat, arribar al públic des de mitjans propers.

La comunicació des de la proximitat, una nova aposta de les grans marques?

Aquests canvis han fet que les grans empreses en la seva estratègia de comunicació per arribar a la ciutadania apostin, cada cop més, per associar les seves marques a fets o referents de proximitat i a comunicar-ho a través de mitjans de proximitat. La Jornada portarà a Barcelona professionals i casos d'èxit que posin llum als nous criteris de planificació amb els que treballen actualment els planificadors de publicitat i a les noves modalitats de comunicació que impulsen les grans empreses. Es presentaran

<http://jornades.amic.media> | jornades@amic.media | +34 93 452 73 71



Jornada Internacional de mitjans de proximitat

conceptes com la comunicació adaptada al mercat hiperlocal, la publicitat Km0 que ofereix la premsa local.

Al mateix temps, es veurà com empreses de productes líders de proximitat estan potenciant una major vinculació amb els mitjans d'informació més propers i com desenvolupen noves estratègies compartides de comunicació amb els mitjans líders en el seu territori de venda.

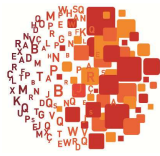
Els mitjans de proximitat, com potenciar la seva marca

Tendències per als editors líders de mitjans de proximitat. Un futur cap a capçaleres multiplataforma en un territori local?

L'històric arrelament d'un mitjà a un municipi, a una comarca o a un target, juntament amb l'aparició de nous suports per a la transmissió de la informació i comunicació ha fet possible que l'editor de proximitat, a partir d'una capçalera, amb el temps pugui desenvolupar nous productes periodístics, nous models de negoci i noves fonts d'ingressos fent ús de les noves plataformes de comunicació que li permeten arribar fàcilment a una societat propera i cada cop més connectada.

Visió de l'ofici de periodista, una mirada periodística

Quines són les tendències actuals de la premsa i la comunicació de proximitat? Com es transforma el món de la premsa per als periodistes? Quins són els exemples d'èxit a d'altres països? Com es combinen el periodisme, la tecnologia i la proximitat? El lector Km0 com a protagonista en un entorn de nous formats digitals i estils comunicatius? Quines són les noves demandes d'habilitats per als professionals de la premsa de proximitat? Anem cap a un periodisme mòbil i redaccions adaptades?



Jornada Internacional de mitjans de proximitat

JORNADA INTERNACIONAL DE MITJANS DE PROXIMITAT

PRINCIPALS PONENTS

IAIN MACWHIRTER (Escòcia): comentarista polític per al Sunday Herald a Escòcia. Autor de "La democràcia en la foscor" (Saltire 2014), i "Regne desunit" (Càrrec 2015). Iain també és presentador de televisió i ex corresponsal polític de la BBC. La seva sèrie documental, "Camí al referèndum", el 2013 va ser nominada a un BAFTA. Ha escrit per a The Guardian, New Statesman, Observer i altres títols del Regne Unit. Iain és també exrector de la Universitat d'Edimburg.

La seva ponència: "La democràcia en la foscor". El referèndum sobre la independència de 2014 ha posat de relleu els problemes que enfronten les petites nacions en una cultura mediàtica globalitzada. La premsa a Escòcia és aclaparadorament pro-Regne Unit. Només un diari - Sunday Herald - va recolzar la campanya del Sí. Això va donar lloc a una distorsió del procés democràtic. El referèndum ha accelerat el declivi de la premsa escrita. Cada vegada més diaris escocesos estan perdent el 10% dels seus lectors cada any. Els nous mitjans, tot i que són vigorosos, encara no poden substituir els diaris com el lloc de la conversa nacional. Països com Noruega i Dinamarca aborden el problema de la diversitat mitjançant la introducció de subvencions a la premsa. Això és poc probable que passi en un Regne Unit dominat per una cultura mediàtica metropolitana.

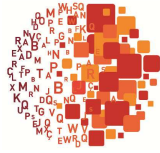
RICHARD WALKER (Escòcia): editor de The Sunday Herald i impulsor i editor de The National, el primer diari pro-independència d'Escòcia.

La seva ponència: "Cas d'èxit: creació de The National". The National és un diari escocès propietat de Newsquest que va començar a publicar-se el 24 de novembre de 2014, i el primer diari en aquest país en donar suport a la independència d'Escòcia. Llançat com una resposta a les peticions dels lectors, The National es tracta d'un diari germà de The Herald i The Sunday Herald, i està editat per l'editor de The Sunday Herald, Richard Walker. The National s'imprimeix en format tabloide, i també està disponible mitjançant subscripció en línia.

JAMES BREINER (Estats Units): consultor en mitjans digitals amb especialitat en periodisme emprenedor.

Actualment Breiner és professor convidat de comunicació a la Universitat de Navarra a Pamplona. Va ser reporter, editor i director general de mitjans econòmics durant la majoria de les seves tres dècades en la professió. Ha donat consultoria a organitzacions com NewsU de Poynter Institute, la Fundació Nou Periodisme Iberoamericà de Colòmbia i American City Business Journals. Escriu sobre periodisme emprenedor a www.jamesbreiner.com.

<http://jornades.amic.media> | jornades@amic.media | +34 93 452 73 71



Jornada Internacional de mitjans de proximitat

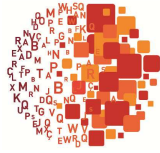
La seva ponència: "Conèixer l'audiència: Com els mòbils i les xarxes socials estan canviant totes les regles." A l'apartat de mòbils es tractarà no només el seu ús pels periodistes sinó la migració de la publicitat als mòbils i els desafiaments que això implica per als anunciants i els editors.

PABLO ARCINIEGAS (Colòmbia): Després d'estudiar i treballar a Alemanya i Espanya va fundar Re* un estudi de branding a Bogotà, Colòmbia. La seva proposta única i absoluta de la creació i la comunicació de la marca ALIVE® ha aconseguit que en els últims 10 anys treballi amb marques com: BMW Colòmbia, Publicacions Setmana, Sura, Fundació Ford, Revista Diners, entre d'altres.

La seva ponència: "La reinvençió del cercle" es basa en la seva metodologia de treball ALIVE® la qual han implementat en més de 80 companyies a Colòmbia, EUA, Panamà, Espanya, Itàlia i Alemanya:

- *A: anàlisi: qui és el meu client, quina és la seva comunitat, els seus hàbits, la seva comunicació.*
- *L: laboratori: definir la història i la línia gràfica de la marca.*
- *I: identitat: quina és la personalitat de la meua marca, de qui s'envolta, quina és la seva passió.*
- *V: valors: què represento, la meua visió, per què algú es pot sentir reflectit en la meua marca.*
- *E: evolució: ara que he definit la meua marca, com em presento a la meua audiència, com entaulo converses, una relació.*

Cadascun dels capítols porta exemples reals de marques d'arreu del món que seran reconeguts pels assistents, així com l'explicació racional darrere de l'emocional.



Jornada Internacional de mitjans de proximitat

JORNADA INTERNACIONAL DE MITJANS DE PROXIMITAT

PROGRAMA PROVISIONAL

Dijous 26 de març de 2015 | Auditori CosmoCaixa Barcelona

09.00h | ACREDITACIONS I RECEPCIÓ DE CONGRESSISTES

09.30h | INAUGURACIÓ

- . Paraules representant Govern de la Generalitat
- . Paraules representant Diputació de Barcelona
- . Paraules representant Ajuntament de Barcelona
- . Benvinguda President AMIC

10.00h | PONÈNCIA: "Democràcia a la foscor." **Iain Macwhirter**

10.50h | PONÈNCIA: "The National: cas d'èxit a Escòcia." **Richard Walker**

11.30h | Pausa cafè

12.00h | PONÈNCIA: "Conèixer l'audiència: com els mòbils i les xarxes socials estan canviant totes les regles." **James Breiner**

13.00h | PONÈNCIA: "La reinvençió del cercle." **Pablo Arciniegas**

14.00h | Dinar de networking

15.00h | PONÈNCIA: "Periodisme 2.0"

Lorena Amarante: "Xarxes socials, nou model de participació i col·laboració"

Genís Roca: "Com sobreviure el procés digital"

Josep M. Ganyet

Albert Cuesta

16.00h | TAULA RODONA: **Lorena Amarante, Genís Roca, Josep M. Ganyet i Albert Cuesta**, moderada per **Germà Capdevila**

16.50h | PONÈNCIA: "Evolució dels mitjans digitals auditats en català i de la premsa auditada en català per OJD / PGD / OJDInteractiva." **Maribel Morales**

17.10h | TAULA RODONA I DEBAT DE PROXIMITAT: "Exemples de comunicació des de la proximitat: local, comarcal, empresarial, tecnologia digital i agències de publicitat." **Xavier Ginesta** (UVic), **Clara Antunez** (Projecte "Ben Fet"), **Miguel Madrigal** (Zoomin.tv) i **Raul Dia** (Carat)

18.10h | PONÈNCIA: "Visió de la proximitat des de la Universitat." Resum i Conferència Interuniversitària de docents i editors de mitjans de proximitat i de la I Conferència de futurs periodistes. **Professors universitaris de Catalunya, País Valencià i Illes Balears**

18.40h | CONCLUSIONS I CLOENDA DE LA JORNADA

<http://jornades.amic.media> | jornades@amic.media | +34 93 452 73 71