

Les publicacions efímeres i instantànies i el vídeo en directe guanyen terreny. Les ONG també poden aprofitar aquestes noves eines millorar la seva comunicació.

Les **xarxes socials** han viscut en aquest primer trimestre del 2017 un canvi de paradigma que s'està fent notar entre els usuaris habituals de les seves plataformes. A Facebook també s'han integrat les històries, com ho va fer [Instagram](#). Aquest tipus de **comunicacions instantànies** que desapareixen en un màxim de segons estipulats per la persona usuària també ha arribat a [Whatsapp](#), inspirant-se en el model que havia patentat [Snapchat](#) i que tan bona rebuda va tenir sobretot entre els i les adolescents. Sembla que aquesta nova manera de comunicar ha arribat per quedar-se, un recurs que les entitats sense afany de lucre també poden aprofitar per millorar la seva manera de comunicar.

Una altra tendència que sembla que s'ha instal·lat amb força és la del **vídeo en directe**. Aquest recurs es pot trobar tant a [Youtube](#), com a [Facebook](#) o [Twitter](#). La possibilitat que dona difondre un esdeveniment, donar un missatge o mostrar una activitat que està succeint a temps real sense dubte té un impacte en la manera com les ONG fan servir les xarxes socials i en la percepció dels seus públics sobre aquesta.

A continuació es presenten algunes de les novetats a xarxes socials durant aquest 2017:

1) Els moments a Twitter

Aquesta nova eina, al costat del botó d'inici que té la imatge d'un llampec, és un **aglutinador de continguts** per diferents temàtiques. Qualsevol usuari de la xarxa social pot recopilar tuits amb un disseny atractiu, a més d'adaptar els tuits perquè es vegin en pantalles d'ordinador i de mòbils. Les entitats poden fer servir l'eina de Moments per ajuntar totes les notícies que ha publicat durant el dia.

2) Les històries a Facebook

Instagram ja ho va integrar dins la seva plataforma, i Facebook no ha trigat a fer-ho. Aquesta opció no està disponible encara ni a pàgines ni a mòbils, només a perfils personals. A la part de dalt apareixen uns petits cercles, abans de la capsa per escriure un contingut. El **Facebook Stories** s'inspira en el model d'Snapchat on les històries desapareixen en 24 hores. També ofereixen la possibilitat d'aplicar filtres i màscares com a la xarxa social del fantasma.

3) Retransmissions en directe a Youtube

De moment només **disponible des de l'aplicació mòbil**, la plataforma de vídeo per excel·lència a la xarxa s'ha sumat al vídeo en directe que també van llençar altres plataformes com Facebook amb el seu Facebook Live o Twitter a través de Periscope. L'opció de comunicar en directe els hi dona a les ONG la possibilitat de connectar instantàniament amb els seus seguidors i mostrar alguna de les seves activitats: campanyes al carrer, debats, cursos i formacions, etc.

4) Instagram es consolida: Shopping

Instagram ha augmentat la seva influència de manera gegantina en els darrers anys. Recentment ha introduït una nova funcionalitat, l'**Instagram Shopping**, una eina per vendre productes que les entitats poden aprofitar per fer campanyes de donacions per Nadal o vendre el seu merchandising i adquirir recursos propis. A més, la xarxa social de la fotografia ha consolidat la seva opció Stories, emulant Snapchat, amb fotografies i vídeos efímers que desapareixen en pocs segons.

5) La producció de vídeos a Periscope

Periscope va tenir un auge amb el vídeo en directe, però aquest 2017 no té grans aspiracions. Durant aquest 2017 ha tret l'eina [Periscope Producer](#), pensada per productors de contingut que tinguin una col·laboració amb Periscope. El que es pot fer és emetre retransmissions d'alta qualitat, també a través de Twitter, però ja no només des del mòbil, sinó també a través de càmeres externes.