



**Pla de dinamització del sector
TIC de Codi Obert a Barcelona
per al 2019- 2020**

v. 1.5

1. ÍNDEX

Índex de capítols

1. Índex.....	2
2. Introducció.....	4
2.1. Context institucional.....	4
2.2. Conceptualització del pla.....	5
3. Objectius i abast del pla.....	6
3.1. Objectius.....	6
3.2. Abast geogràfic i temporal.....	7
3.3. Terminologia i conceptes.....	8
4. Anàlisi preliminar.....	10
4.1. Motivació del «benchmarking».....	10
4.2. Tipus d'esdeveniments i activitats.....	11
4.3. Associacions rellevants que organitzen activitats vinculades amb FLOSS.....	14
4.4. Posicionament de les activitats.....	15
4.5. Plataformes de comunicació habituals en comunitats FLOSS.....	17
4.6. Entrevistes.....	20
5. Participants a l'ecosistema.....	22
5.1. Qui integra l'ecosistema FlossBCN?.....	22
5.2. Segmentació dels integrants.....	23
5.3. Persones i organitzacions claus.....	24
6. Eines i canals de comunicació	26
6.1. Plataforma FlossBCN.....	26
6.2. Comptes “FlossBCN” a xarxes socials.....	27
6.3. Altres canals importants.....	27
7. Pla de comunicació.....	28
7.1. Missatge.....	28
7.2. Activitats de comunicació FlossBCN.....	28
7.3. Marca FlossBCN.....	29
7.4. Estratègia específica en xarxes socials.....	31
8. Fases i Accions.....	33
8.1. Fase 1: Difusió local de la comunitat i marca FlossBCN	33
8.2. Fase 2: Consolidació de la comunitat i marca FlossBCN.....	34
8.3. Fase 3: Posicionament de la comunitat i marca FlossBCN a nivell internacional	35
8.4. Fase preliminar: transició des de la situació actual.....	36
8.5. Carta d'activitats.....	38
9. Recursos	40
9.1. Recursos físics i electrònics.....	40
9.2. Recursos econòmics.....	40
9.3. Recursos organitzatius.....	41
9.4. Recursos humans.....	42

9.5. Moneda FlossBCN.....	47
10. Monitorització.....	49
10.1. Indicadors	49
11. Calendari i pressupost.....	51
11.1. Pressupostos.....	51
12. Annex 1 – Benchmarking d’Activitats.....	53
13. Annex 2 – Exemples d’associacions.....	58
14. Annex 3 – Plataforma FlossBCN.....	61
14.1. Funcionalitats de la plataforma.....	61
14.2. Aspectes tècnics de manteniment de la plataforma.....	63
14.3. Aspectes d’ús de la plataforma.....	63

2. INTRODUCCIÓ

2.1. Context institucional

Actualment el Comissionat de Tecnologia i Innovació Digital de l'Ajuntament de Barcelona lidera un ambiciós full de ruta: *la mesura de govern Transició cap a la sobirania tecnològica: Pla Barcelona Ciutat Digital*, pla transversal i paraigües que vol assegurar una política tecnològica coherent i homogènia dins de l'Ajuntament per tal que Barcelona pugui anar més enllà de la *Smart City* (de l'anglès, Ciutat Intel·ligent) esdevenint una ciutat oberta, equitativa, circular i democràtica, un referent en política tecnològica per un clar lideratge públic i ciutadà. Aquest pla s'aborda sota tres eixos:

- Govern i ciutat: la tecnologia per a la transformació i la innovació pública.
- Empreses i entitats socials: desenvolupament del teixit socioeconòmic digital i de l'ecosistema d'innovació local.
- Ciutadania: apoderament de les persones.

Un dels objectius del primer eix, en el punt 4.1, és fomentar la contractació multi-proveïdor, allunyant-se dels grans contractes, fet que promourà la competència i la diversitat, facilitant l'adopció de noves tecnologies innovadores, creant així un mercat per a PIMES obertes i col·laboratives, utilitzant codi i estàndards oberts. A més a més, com a activitat destacada, està la transició cap a **codi i estàndards oberts**, estudiant les millors pràctiques estatals i europees en aquest àmbit.

Per una altra banda, el segon eix, en el punt 4.4, estableix entre altres actuacions la **dinamització** de l'ecosistema d'innovació i la promoció en fires i esdeveniments. Caldrà definir, facilitar i impulsar projectes que permetin enfortir aquest ecosistema i fer-lo créixer. Iniciatives d'incubació, acceleració, trobada o suport a agents locals s'inclouen aquí.

Per aquests motius exposats, des de l'IMI i el Comissionat sorgeix la necessitat, d'una banda, de **dissenyar una estratègia i tàctica per tal que l'Ajuntament dinamitzi el sector**, és a dir, com podem ajudar a fer més gran i més connectat aquest sector a la nostra ciutat.

A banda, hi ha la necessitat de crear un **pla de dinamització** a mig termini (12-24 mesos vista), que permeti que aquesta comunitat es mantingui activa, actualitzada, que es vegi que segueix viva.

2.2. Conceptualització del pla

Com s'ha indicat prèviament, una de les apostes de l'Ajuntament de Barcelona, dins del seu pla de transformació digital, és potenciar l'ús de programari lliure i codi obert («FLOSS», en anglès) dins del propi Ajuntament i contribuir, en general, a la consolidació i creixement de l'ecosistema de programari lliure de la ciutat. Una de les tasques que l'Ajuntament ha emprès per tal d'aconseguir aquest objectiu és l'elaboració d'un mapa dels principals actors TIC de la ciutat de Barcelona en matèria de codi obert i una plataforma de tipus «xarxa social professional» per a publicar aquest mapa.

L'Ajuntament espera que aquest mapa esdevingui un element central de l'ecosistema de codi obert a Barcelona, i per tal de que això sigui així, vol disposar d'un pla específic de dinamització. La idea és que l'ecosistema faci servir aquest mapa i la plataforma com a referència principal per a la seva pròpia estructuració.

Aquest pla de dinamització és una eina bàsica per a assolir els objectius globals de l'Ajuntament respecte el desenvolupament de l'ecosistema FLOSS barceloní. El pla de dinamització ha de comptar amb una **diversitat de tasques i activitats**, centrades al voltant d'un **pla de comunicació** adequat a la seva audiència: la comunitat FLOSS.

Fixem-nos, que de forma implícita, això pressuposa que hem de tenir molt clara l'audiència a la que volem dirigir-nos i hem de parlar el seu propi llenguatge. També és important tenir molt clars els seus valors i interessos per tal de poder estimular la seva resposta. Per les característiques pròpies d'un ecosistema de programari lliure, tot això és molt més fàcil d'aconseguir si es treballa des de dins del propi ecosistema.

3. OBJECTIUS I ABAST DEL PLA

Un aspecte clau del pla de dinamització és definir clarament els objectius que es volen assolir i el seu abast (conceptual, geogràfic i temporal). Els objectius i abast del pla ens permetran també definir l'audiència o destinataris de les accions posteriors.

Intentarem, a més més, assignar als objectius alguna mena de prioritat genèrica, per poder classificar-los en objectius a curt termini i objectius a llarg termini.

3.1. Objectius

Els principals objectius del pla de dinamització son:

A curt termini (inicialitzar):

- Realitzar el manteniment, moderació i actualització inicial de la plataforma «FlossBCN», al voltant del mapa FLOSS de Barcelona.
- Aconseguir que aquesta plataforma que s'està desenvolupant per a la gestió del mapa FLOSS de Barcelona i de les altres activitats FLOSS de la zona esdevingui una eina de comunicació i transacció habitual per a la Comunitat FLOSS de Barcelona.
- Difondre a la societat en general l'existència i abast de la comunitat FLOSS de Barcelona i posar el valor l'actiu que representa per a la ciutat
- Proporcionar eines i infraestructura a la comunitat FLOSS de Barcelona per a desenvolupar l'ecosistema *FlossBCN*, recolzant projectes i comunitats
- Fomentar interaccions entre els actors i les comunitats de l'ecosistema FLOSS de Barcelona, amb activitats, esdeveniments en comú.
- Fomentar la col·laboració entre comunitats i sector públic per al desenvolupament d'iniciatives FLOSS
- Crear l'entorn facilitador perquè sorgeixin relacions simbiòtiques entre els diversos actors de la comunitat FLOSS de Barcelona

A mig termini (creixement)

- Aconseguir que el manteniment i actualització del mapa i plataforma FLOSS de Barcelona sigui realitzat per la pròpia comunitat FLOSS, amb autonomia i de forma sostenible.
- Aconseguir que la comunitat FLOSS de Barcelona consideri la plataforma (actualment denominada «*FlossBCN*») com una eina de referència del “qui és qui” a l'entorn FLOSS de Barcelona.
- Posicionar Barcelona com una ciutat “FLOSS friendly” i atreure a la ciutat talent relacionat amb les tecnologies FLOSS
- Fer créixer quantitativament i qualitativa la comunitat FLOSS de Barcelona, incorporant-ne més persones i organitzacions i millorant les seves “competències FLOSS”
- Fomentar el desenvolupament a Barcelona de les competències adequades per a respondre a les necessitats de serveis FLOSS que el teixit empresarial de la ciutat en general i l'Ajuntament de Barcelona en particular requereixen.
- Difondre el coneixement sobre FLOSS entre els actors de l'ecosistema TIC més ampli de Barcelona.
- Trobar fonts de finançament independents (patrocinadors, publicitat, etc.) per a sostenir la plataforma i les activitats de la comunitat.

A llarg termini (sostenibilitat)

- Estendre els èxits i beneficis d'un ecosistema sòlid FLOSS Barceloní a altres ciutats, regions i països.
- Establir Barcelona com centre de referència, de competències i d'excel·lència multidisciplinari a nivell mundial en el sector FLOSS.

3.2. Abast geogràfic i temporal

Des del punt de vista geogràfic les accions del pla se centren a la ciutat de Barcelona, però no s'exclou la participació en activitats o col·laboracions amb altres ciutats o organitzacions de l'àrea d'influència de la ciutat (província de Barcelona i altres ciutats principals de Catalunya) quan es consideri interessant per a la comunitat FlossBCN. També es consideraran algunes iniciatives

internacionals específiques per la seva rellevància o possible influència a l'ecosistema FLOSS de Barcelona.

Des del punt de vista temporal, el pla de dinamització contempla tasques a realitzar durant els propers 24 mesos (2019-2020). No obstant, considerem 3 fases (difusió, consolidació, extensió) que es comenten a la secció 8.

3.3. Terminologia i conceptes

Els termes «Open Source» i «Programari Lliure» son els definits a la Guia sobre la Sobirania Tecnològica de l'Ajuntament de Barcelona.

- **Ecosistema FLOSS:** en general utilitzarem al document la denominació ecosistema FLOSS de Barcelona o simplement “ecosistema FlossBCN” o “FlossBCN” per a referir-nos al conjunt o xarxa de persones, organitzacions, empreses, entitats educatives, associacions, comunitats o iniciatives que tenen alguna relació amb el programari lliure, el codi obert o les tecnologies “open” en general i desenvolupen la seva activitat a la ciutat de Barcelona o la seva àrea d'influència, i que d'alguna forma poden tenir relacions simbiòtiques

Aquest terme està en consonància amb la denominació OSSECOs (Open Source Software ECOsystems), comunament utilitzada al món acadèmic per a referir-se a l'estudi dels paradigmes i dinàmiques col·laboratives que es donen en les comunitats de desenvolupament de programari lliure.

- **Desconferència (unconference):** una desconferència és una conferència organitzada i portada pels participants i centrada en un tema o propòsit. El terme «desconferència» s'ha aplicat a un ample interval de reunions que miren d'evitar un o més aspectes d'una conferència convencional, com les altes quotes i les presentacions patrocinades. Per exemple, en 2006, CNNMoney va aplicar el terme a diversos esdeveniments incloent-hi BarCamp, Bloggercon i Mashup Camp. El terme s'usa principalment a la comunitat tècnica, tot i que cap al 2009 es va començar a fer servir en la indústria dels viatges.

A una desconferència l'agenda la fixen les persones que participen, i s'apliquen unes “regles” molt simples:

1. Les persones que assisteixen són les persones adequades, siguin quines siguin
2. Qualsevol cosa que succeeixi està bé
3. Quan comença és que és l'hora de començar
4. Quan s'acaba és que és l'hora d'acabar

Com es pot intuir, la idea que hi ha darrera d'aquest plantejament és que una desconfèrència s'organitza sense cap mena d'expectativa i els organitzador no han de tractar de mantenir el control.

- **Mapa FlossBCN:** mapa per a la identificació dels actors actius a la comunitat Open Source de Barcelona, encarregat per l'Ajuntament de Barcelona al mateix temps que aquest pla de dinamització.
- **Plataforma FlossBCN:** plataforma tecnològica per a publicar el Mapa FlossBCN i servir de xarxa social professional per la comunitat FLOSS BCN, encarregada per l'Ajuntament de Barcelona al mateix temps que aquest pla de dinamització.

4. ANÀLISI PRELIMINAR

4.1. Motivació del «benchmarking»

La majoria de comunitats FLOSS són organitzacions o ecosistemes al voltant de projectes relativament madurs, que disposen ja de les seves pròpies eines de promoció, difusió i dinamització. A més a més, acostumen a centrar-se en un projecte únic (GNU/Linux, Ubuntu, Jboss, MariaDB, PostgreSQL, per exemple) o formen un ecosistema de projectes tècnicament i relativa homogenis (les fundacions Apache o Mozilla, per exemple). El propi sector del programari lliure, des d'un punt de vista generalista, també disposa a nivell internacional d'algunes organitzacions madures que porten molt anys realitzant activitats de difusió i foment del moviment (FSF, Apache Foundation o Linux Foundation, ...).

Complementàriament el Mapa FlossBCN realitzat ens indica que els principals actors de l'ecosistema FLOSS de Barcelona també són relativament madurs, amb multitud d'organitzacions, associacions, comunitats i persones que porten molts anys desenvolupant, promocionant i difonen el món del programari lliure a casa nostra. Malgrat això no formen una comunitat global visible, estable i reconeguda com a «sistema» o ecosistema coherent.

Per tant, per una banda, no tindria sentit preparar un pla de dinamització del sector FLOSS a Barcelona partint de zero, sense contemplar què s'ha estat fent tant a nivell local, regional i internacional en aquesta àrea.

I per altra banda, podria ser fins i tot contraproductiu per als objectius del projecte, per la pròpia idiosincràsia del món FLOSS, plantejar-lo sense considerar els interessos d'aquests actors i les seves activitats ja existents i que de fet ja han provat la seva eficàcia per al desenvolupament de les pròpies comunitats «FLOSS» de forma autònoma.

Per això considerem més eficient començar amb una anàlisi de les eines que ja s'estan utilitzant per a la dinamització de l'activitat FLOSS, tant a nivell internacional com local, i establir quines poden ser adequades al nostre model de dinamització per tal d'adaptar-les i incorporar-les al nostre pla. Concretament ens interessarà recopilar informació sobre:

- Esdeveniments i activitats que promocionen una comunitat lliure (en general)
- Esdeveniments a nivell internacional als quals Barcelona

podria estar interessada a participar

- Tipus de plataformes i activitats online que promocionen una comunitat o sector FLOSS
- Altres plataformes i projectes públics espanyols i europeus, per tal de poder plantejar eventuais línies de col·laboració
- Actors i persones "clau" en la dinamització del sector FLOSS
- Investigació de les plataformes de networking de codi obert que existeixen actualment a Internet

4.2. Tipus d'esdeveniments i activitats

Les comunitats FLOSS compten amb una diversitat d'activitats que les sostenen i dinamitzen. A l'Annex I, aportem exemples dels esdeveniments i activats mencionats.

4.2.1. Conferències i convencions

Poden tenir diferents variants, però en essència són esdeveniments en el format de conferència o convenció tradicional, amb una agenda de presentacions i ponents que es coneixen amb antelació i un conjunt d'assistents que formen el públic o audiència de les ponències.

Exemples: OSCON, LinuxCon, ApacheCon, OpenExpo, LlibreCon

4.2.2. Barcamps

Un BarCamp és una trobada oberta o *desconferència* que pren la forma de tallers o d'esdeveniments participatius. És bàsic que tot el contingut estigui proporcionat pels propis participants, ja que es basa en el principi "ningú com a espectador, tothom com a participant".

Aquesta mena d'esdeveniment acostuma a posar èmfasi en les darreres innovacions en la matèria d'aplicacions d'Internet, en el programari lliure o en les xarxes socials.

A diferència dels CityCamps que comentarem a continuació, els BarCamps se acostumen a centrar-se més en aspectes tecnològics i moltes vegades estan dedicats a un sector tecnològic concret (ex. Barcamp sobre Comerç Electrònic)

Per celebrar el primer aniversari dels BarCamps, es va organitzar un

BarCampEarth simultani durant el cap de setmana del 26 al 28 d'agost de 2006. Actualment hi ha una xarxa internacional de BarCamps organitzats en diverses ciutats del món.

Exemples: BarCampApache, BarCamp Open Science

4.2.3. Citycamps

Els CityCamps són una sèrie de *desconferències* centrades en discussions sobre aspectes relatius a les administracions públiques, en particular les ciutats. La idea és reunir responsables de municipis, empleats, experts, programadors, periodistes i ciutadans en general per a compartir visions sobre la ciutat. Estan dedicats principalment a la innovació en la gestió municipal i de comunitats locals.

Acostumen a tenir quatre objectius principals:

1. Reunir actors interessats en les innovacions municipals per a compartir idees i visions.
2. Aportar i mantenir transparència a la gestió municipal utilitzant la web com a plataforma.
3. Fomentar la creació i desenvolupament de comunitats que defensin i promoguin el paper de la informació i les dades obertes a les ciutats
4. Crear propostes concretes que els participants puguin desenvolupar i desenvolupar durant i després de l'esdeveniment.

Algunes grans ciutats que han organitzat CityCamps són Londres, Atlanta, San Francisco, St. Petersburg, Boston o Buenos Aires.

4.2.4. Fires FOSS (Foss Fairs)

Una FOSS Fair és també un esdeveniment de l'estil *desconferència*, similar al BarCamp, però dedicat a la temàtica exclusiva del programari lliure. Com als barcamps, les presentacions són realitzades pels participants i es manté la filosofia “ningú com a espectador, tothom com a participant”. Pot presentar-se qualsevol tema relacionat amb programari lliure i obert.

La idea és reunir promotors del programari lliure en un entorn casual, permetent als participants compartir el seu coneixement i i expressar les seves idees i visions. Les xerrades i temes als que se'ls assigna un temps de presentació són triats pels propis

participants.

Exemple: FOSS Fair (North Carolina)

4.2.5. Hackathons

Un hackathon (o hackday, hackfest o codefest) és un esdeveniment de programació en el qual participen programadors o persones involucrades en el desenvolupament de programari (incloent-hi dissenyadors gràfics, dissenyadors d'interfícies, gestors de projectes, ...). Moltes vegades també intervenen experts en alguna temàtica, amb la idea d'obtenir una col·laboració molt intensa d'un equip de desenvolupament durant el temps que dura el hackathon per a assolir un objectiu concret.

L'objectiu d'un hackathon és crear un programari o maquinari usable i funcional a la finalització de l'esdeveniment. Els hackathons acostumen a tenir un focus o temàtica concreta, que de vegades té relació amb el producte a dissenyar o de vegades amb les eines, llenguatges de programació, sistemes operatius, APIs o plataformes a utilitzar. També pot estar restringit a un grup demogràfic de programadors concrets (per exemple estudiants), però la majoria de vegades la única restricció és respecte a l'objectiu a assolir, i moltes vegades no hi ha cap mena de restricció en cap sentit.

Exemples: Hack KC (Kansas City), Mozilla Hackathon, Open Source Security...

4.2.6. Summits

És un tipus específic de conferència de professionals i experts en algun camp de la innovació i el programari lliure. Son més amplis que les conferències, i poden reunir molts actors de molts projectes i àmbits diferents, al voltant del programari lliure. Els temes són tècnics, organitzatius, comercials, etc.

Exemples: Paris Open Source Summit, Open Source Summit Europe (OSSEU), Code for America Summit

Grups d'usuaris (User groups)

Grups que se centren en algun aspecte o producte concret del programari lliure i que mantenen una comunicació interna i organitzen reunions periòdiques. Organitzen «install parties», seminaris tècnics, i fins i tot mini *hackathons* locals sobre el producte o projecte particular,

Exemples: Hispanlinux, Caliu (Catalunya), TriLUG (Raleigh, NC),

4.2.7. Meetups

Meetup fa referència a la web <http://www.meetup.com/> que, a través d'un sistema de subscripció, permet als seus usuaris organitzar i planificar reunions de tot tipus. Moltes comunitats i grups FLOSS (Barcamps, UserGroups, etc.) utilitzen Meetup per a planificar les seves trobades i reunions.

Exemples locals:

- Barcelona Free Software (Asociación KDE España)
- Open Data Barcelona (Iniciativa Barcelona Open Data)

4.3. Associacions rellevants que organitzen activitats vinculades amb FLOSS

Moltes d'aquestes activitats i esdeveniments son organitzats per associacions, o aquestes associacions participen a les activitats organitzades per altres membres de la comunitat FLOSS. D'aquesta manera, participen a la dinamització de la comunitat o associació en qüestió. Posem a continuació alguns exemples:

- A nivell internacional, podem pensar en els següents actors (més detalls a l'Annex 2)
 - *Free Software Foundation* (Boston): organització «fundadora» del moviment de programari lliure
 - *Free Software Foundation Europe (Berlin)*: organització i lobby polític per a afavorir el programari lliure, els estàndards oberts i el coneixement lliure a Europa
 - *Open Knowledge Foundation* (Bruselas): organització per, a posar en relleu el valor de l'open data a la societat per a dissenyar accions sobre problemes socials
 - *Code for America*: associació per al programari lliure a l'administració pública americana (USA).
- A nivell regional i local:
 - Hispanlinux: associació d'usuaris de Linux espanyols
 - Asociación Española de Drupal
 - FabLab Barcelona y Mob Barcelona (espai de co-working que crean «comunitat»)
 - Associació CATPL: associació d'empreses de programari

Lliure de Catalunya

- Fundació Guifi.net: responsable de gestionar la xarxa i comunitat Guifi.net
- La Càtedra de Programari Lliure, de la UPC (organitzava les jornades de PL de la UPC)
- Barcelona Free Software. Agrupament de persones independents actives en el mon de Programari Lliure a Barcelona (sobre tot, KDE Barcelona)
- Caliu: LUG centrat a Barcelona
- Softcatalà: grup de persones interessades en promoure el programari lliure en català, i traduir programes existents al català.

4.4. Posicionament de les activitats

Hem cregut convenient, per a poder prendre decisions sobre quines activitats de l'ecosistema caldria prioritzar, estructurar-les en una taula diagrama de dos eixos. En un eix (horitzontal) representem qui és **l'organitzador** de l'activitat, i l'altre eix (vertical) quins són els **destinataris** de l'activitat, distingint entre activitats dirigides a una part específica del sector FLOSS, activitats dirigides a l'ecosistema FLOSS en general o activitats dirigides al públic en general, no pertanyent al sector FLOSS (activitats de comunicació i difusió fora de l'ecosistema FLOSS).

Posem al diagrama algun exemple de cada tipus d'activitat únicament a efectes aclaridors.

	Activitats pròpies (organitzades per flossbcn)	Activitats alienes (organitzades per altres)
Interaccions amb altres ecosistemes	<ul style="list-style-type: none"> Activitats amb projectes FLOSS de fora a diferents nivells - Veïns (València, Balears, Aragó, França) - Regionals/nacionals (Madrid, etc.) - Internacional (Toulouse, Nice, Torino) 	<ul style="list-style-type: none"> Projecció externa projectes BCN en activitats aliens - (p.e. Sentilo en JoinUp) Support a la internacionalització de projectes "made in BCN"
Activitats sobre tot l'ecosistema flossbcn	<ul style="list-style-type: none"> Conferències sector TIC Esdeveniments Open en general "CityCamp BCN" SmartCities Plataforma Ecosistema Llistes FOSS General (Mail) 	<ul style="list-style-type: none"> Conferències (Jornades universitàries) Desconferències Fires (OpenExpo, LibreCon, MWC) Summits (OSCON, LinuxCon)
Activitats sobre un projecte o un sector	<ul style="list-style-type: none"> Task Forces/Brigades/Challenges Esdeveniments "OpenX" (OpenCity, OpenEdu OpenBio) Meetups / Barcamps Meetings Projectes Propis (Sentilo, Decidim, OpenData...) 	<ul style="list-style-type: none"> Conferències / hackathons / meetups / etc. de projectes FOSS Reunions de UserGroups, Fablabs, Makerspace Projecte/sector Drupal, Moodle, Linux OpenGIS

Per altra banda, també pot ser útil classificar les activitats per la seva tipologia des del punt de vista del seu objectiu principal o camp d'acció. Presentem a continuació un diagrama segons aquest criteri, posant també alguns exemples d'activitats existents.

KS – Knowledge Sharing OpenGIS Jornades Universitàries Catàleg d'experts Documentació de la plataforma	MS - Marketing and Sales Exhibicions i Fires OpenExpo
PS - Problem Solving Tallers Hackathons Clínic Challenges	NS – Networking and Socialising BeerCamp Campus clubs

D'aquesta forma, es pot crear un «ventall» d'activitats i accions enfocant un o més quadrants o nivells dels diagrames, per a prioritzar un o més tipus d'interacció o objectiu social/comunitari,

amb una evolució en el temps (fases de desplegament del pla).

També, durant el curs de la dinamització, caldrà establir quins esdeveniments pot ser més beneficiós esponsoritzar i en quins termes, analitzant-los en termes d'àmbit o sector. Per exemple:

- Anàlisi del *breakdown* d'activitats a incloure al pla per àmbit: tècnic, legal, formació general FLOSS, social, cultural, ...
- Anàlisi d'esdeveniments i activitats que promocionen la comunitat lliure o sector FLOSS en general per sector: universitari, empresarial, cooperatius (l'economia col·laborativa), formació professional, i administració pública

4.5. Plataformes de comunicació habituals en comunitats FLOSS

Com a part de l'estudi preliminar s'ha explorat quines són les plataformes més comunes que les comunitats FLOSS utilitzen per a les seves comunicacions. A continuació relacionem les que hem trobat de forma més habitual, sense que la llista pretengui ser exhaustiva.

Lògicament, aquesta llista ha de servir per a definir en quines d'aquestes plataformes FlossBCN ha de tenir presència com a marca pròpia.

4.5.1. Twitter

Twitter és un servei de microblogging que permet als seus usuaris d'enviar i llegir missatges de text d'una llargada màxima de 280 caràcters anomenats tuits o piulades

4.5.2. Google+

Google+ és un servei de xarxa social basat en HTML5. Google+ integra tots els serveis socials de Google i té funcionalitats semblants a Facebookm de la que és competència directa.

4.5.3. LinkedIn

LinkedIn és una xarxa social orientada als professionals i els negocis. El principal propòsit d'aquesta xarxa és posar en contacte i establir col·laboracions entre professionals qualificats.

4.5.4. Meetup

Meetup és una plataforma que a través d'un sistema de subscripció permet als seus usuaris organitzar-se en grups per a planificar trobades i reunions.

4.5.5. Telegram

Telegram és una aplicació de missatgeria instantània gratuïta i feta amb programari lliure que permet enviar i rebre missatges a través d'Internet. Permet crear grups i enviar imatges i vídeos. Un dels seus objectius és proveir una major privadesa i seguretat en comparació amb altres aplicacions similars

4.5.6. Whatsapp

WhatsApp és un programa de missatgeria instantània per a telèfons intel·ligents, propietat de Facebook. A banda de missatges, aquesta aplicació permet també enviar i rebre fitxers amb imatges, vídeos, ubicació i contactes, així com missatges en grups de fins a 100 persones i llistes de distribució.

4.5.7. Identi.ca

Identi.ca és un servei de xarxa social i microblogging de codi obert. Permet als usuaris enviar missatges o notes fins a 140 caràcters de longitud. Està basat en el programari de filosofia distribuïda StatusNet sobre les especificacions de OpenMicroBlogging.

4.5.8. Slack

Slack és una plataforma propietària basada al núvol que proporciona serveis de comunicació i col·laboració a grups de treball, creant espais de treball virtuals. Entre d'altres funcionalitats, permet a comunitats i grups reunir-se en una sala de chat simplement amb una invitació a través d'una URL. Slack és l'acrònim de "Searchable Log of All Conversation and Knowledge"

4.5.9. Reddit

Reddit és un lloc web basat en codi lliure de marcadors socials i agregador de notícies on els usuaris poden compartir enllaços a continguts web. Altres usuaris poden votar a favor o en contra dels enllaços, fent que aquests apareguin més o menys destacats.

4.5.10. Medium

Medium és un servei de publicació de blogs. Un cop es publica l'entrada, es pot utilitzar i recomanar a altres persones, de forma semblant al funcionament del Twitter. Els escrits es poden votar d'una forma similar al funcionament del Reddit, i el contingut es pot assignar a un tema específic.

4.5.11. Youtube

YouTube és un lloc web en el qual els usuaris poden penjar i compartir vídeos, creant els seus propis "canals". És molt popular gràcies a la possibilitat d'allotjar vídeos personals de manera senzilla.

4.5.12. Vimeo

Vimeo és una altra plataforma web en el qual els usuaris poden compartir i emmagatzemar vídeos, perquè altres usuaris els puguin visionar i comentar. Vimeo no admet pel·lícules, programes de televisió o vídeos comercials. En general, només admet contingut que hagi estat creat pel propi usuari.

4.5.13. Facebook

Facebook és una xarxa social que permet d'afegir gent com a amics, i enviar-los missatges i compartir enllaços, fotografies i vídeos, entre altres coses.

4.6. Entrevistes

En el curs de l'anàlisi, hem fet algunes entrevistes i recollit comentaris d'actors que participen en ecosistemes FLOSS. Citem a continuació algunes de les respostes que ens han semblat rellevants:

- **Lina Monaco, investigadora en e-topia, Zaragoza**

És interessant estudiar el que la ciutat de Saragossa està promovent amb e-topia. Segons la investigadora Lina Monaco "E-Topia busca la participación ciudadana en las iniciativas maker y desarrollo open-source. Integran trabajos entre universidades, fablabs, centros de arte, y el departamento de ciudad inteligente de Zaragoza. E-topia busca impulsar iniciativas open-source a través del arte y educación."

Principalment els cursos i tallers temàtics que realitzen estan finançats per fons de l'Ajuntament de Saragossa. Aquests tallers i fons estan enfocats al coding i al desenvolupament "maker" en espais d'energia, aigua, o art. Un exemple és OpenUrbanLab.org.

Molts projectes fan un crowdfunding, decidit per vots, i l'Ajuntament fa un matching grant 1:1

- **Tomás Diaz, instigador at Fab City Research Laboratory, and co-founder of Smart Citizen**

"Si hay algo bueno, hay que hacerlo público, y perder el miedo de liberar los desarrollos, y dejar que lidera la sociedad civil. Hay un temor de contar con la capacidades de la gente local."

- **Vlad Cavalcanti, Channel Manager EMEA South para Atlassian**

"Si Atlassian está presente en un evento, mucha gente va a participar, porque vienen a aprender, o hacer contactos. Nosotros podemos apoyar eventos que organizan las comunidades en Barcelona, enviando personas para contar

nuestras soluciones. Es un win-win para nosotros y para la comunidad".

Aquestes entrevistes i contactes aporten idees i validen algunes de les aproximacions que fa el projecte. Per exemple:

- L'Ajuntament de Barcelona ja fa cursos i tallers temàtics sobre Open Source a través de Barcelona Activa i Cibernàrium. Per què no oferir aquests tallers sota la marca FlossBCN?
- El projecte no hauria de ser formalment liderat per Ajuntament de Barcelona, com diu Tomás Díaz "dejar que lidere la sociedad civil". O en altres paraules més adaptades al nostre cas, cal que el projecte el faci seu el propi ecosistema FlossBCN i "s'autolideri".
- Vlad Cavalcanti ens valida que empreses internacionals del món FLOSS estarien disposades a invertir i participar en esdeveniments a Barcelona si es crea l'entorn adequat.

5. PARTICIPANTS A L'ECOSISTEMA

Perquè el pla de dinamització pugui ser efectiu ens cal definir a qui ha d'anar dirigit, o en altres paraules, qui són els integrants de l'ecosistema FLOSS de Barcelona. Aleshores podrem definir i segmentar quina és l'audiència o receptors de les accions del pla i, després d'examinar i entendre les seves tipologia, necessitats i receptivitat específica, formular els missatges, mitjans d'accés i accions més adients.

5.1. Qui integra l'ecosistema FlossBCN?

En general podem considerar que l'ecosistema FlossBCN està obert a tothom qui vulgui participar. Es tracta d'una “megacomunitat” oberta en la qual els principals criteris d'admissió són la pròpia *voluntat de participació* i *respectar els principis del Programari Lliure*. En general podem pensar que algú que no formi part de l'ecosistema no tindrà cap interès en participar, per la qual cosa no cal establir criteris específics de participació.

Pot ser convenient, però, establir uns criteris mínims que haurien de poder aplicar-se en aquelles en situacions en que la voluntat de participació d'un agent s'enfronti clarament als objectius essencials de FlossBCN. Aquests criteris bàsics han de ser, lògicament, objectius i basats en la declaració d'intencions del projecte.

5.1.1. Criteris de participació

- *Involucració al món FLOSS local*: tots els membres de l'ecosistema FlossBCN han de tenir alguna mena d'involucració al món FLOSS local. Aquesta involucració ha d'entendre's en un sentit no limitatiu, de forma que qualsevol rol a les comunitats locals (no únicament desenvolupadors) es considera adequat i la vinculació no té perquè ser permanent ni formal.
- *Residència a l'àrea de Barcelona*: inicialment l'ecosistema ha d'estar format pels actors residents a la ciutat de Barcelona, però també en aquest cas el criteri ha d'entendre's de forma no limitant, ja que l'ecosistema FLOSS en realitat no té fronteres geogràfiques definides. Per tant, des d'aquest punt de vista han de considerar-se part de l'ecosistema FlossBCN actors no directament residents a la ciutat però que d'alguna forma -per proximitat geogràfica o per relació amb comunitats

locals- tenen incidència a l'ecosistema de la ciutat.

- *Més enllà del programari*: actualment la filosofia de compartir coneixement de forma oberta i lliure que ha iniciat el moviment FLOSS s'ha estès a entorns molt diferents del pur desenvolupament de programari. El món de les tecnologies “open” i col·laboratives abasta camps molt diversos que, a més a més, acostumen a estar en contacte proper. Un ecosistema FLOSS no es pot limitar actualment únicament al món del programari, per la qual cosa hem d'entendre l'ecosistema FlossBCN format també per actors no directament relacionats amb projectes de software. Cal tenir en consideració, doncs, que l'ecosistema ha d'incloure també qualsevol mena d'iniciativa “open”, com per exemple poden ser les xarxes obertes, l'Open Data, l'Open Design, l'Open Manufacturing, l'Open Hardware o, en general, qualsevol iniciativa que fomenti el coneixement obert i creat de forma col·laborativa.

5.2. Segmentació dels integrants

Als efectes d'ajustar les accions i missatges de la dinamització de l'ecosistema, podem segmentar els seus integrants de diverses maneres, amb determinades característiques pròpies. Aquesta segmentació ajudarà els dinamitzadors de la comunitat a definir les persones i entitats «target» per cada tipus de activitat, els canals i missatges més útils per a assolir els objectius, i a identificar les activitats que normalment més els interessen.

Utilitzem els interessos segons la classificació anterior:

- KS: Knowledge Sharing
- MS: Marketing and Sales
- PS: Problem Solving
- NS: Networking and Socialising

5.2.1. Per tipus de col·lectius

- Empreses: interès més comercial però també tecnològic (MS, NS)
- Associacions: interès enfocat al seu àmbit particular (KS, PS,

NS)

- Administracions públiques: interès comunitari (KS, PS)
- Comunitats de projectes: interès en el projecte/producte (KS PS, NS)
- Universitats i centres educatius (KS)
- Persones: interès propi pel creixement tecnològic i de contactes personals (KS, NS)

5.2.2. Per tipus de funció

- Programadors (KS)
- Project Leaders (KS, PS)
- Community Managers (NS)
- Formadors (KS)
- Usuaris (PS)
- Emprenedors (MS, NS)
- “Influencers” (assessors, consultors, periodistes, ...) (KS, NS)

5.2.3. Per agrupació temàtica

- Comunitats específiques (per ex. BlockChain, Creative Commons, ...)
- Fab Labs
- Comunitats Open Data
- Comunitats Open “Everything”

5.3. Persones i organitzacions claus

Serà important identificar els actors i persones "clau" en la dinamització del sector FLOSS en general i a Barcelona en particular. Aquesta informació ha de provenir del Mapa FlossBCN: qui són els project leaders, community managers d'organitzacions rellevants, quins user groups importants existeixen, organitzacions públiques rellevants (Ex. Barcelona Activa, LocalRet, Universitats) i privades (Ex. Softcatalà, IAAC, CATPL), etc.

A partir d'aquesta identificació, serà més fàcil promoure i difondre les activitats del pla a través d'aquestes persones i les seves pròpies «comunitats d'interès».

Els actors més destacats sorgiran de manera dinàmica a través de les activitats portades a terme dins de l'ecosistema, i més visiblement a través de la seva activitat a la plataforma FlossBCN. El pla podrà llavors «apalancar-se» sobre la influència d'aquestes persones per a motivar més els integrants de la comunitat a participar als esdeveniments, compartir les seves activitats, experiències i èxits, i, en definitiva, crear un ecosistema més dinàmic i profund.

6. EINES I CANALS DE COMUNICACIÓ

Un cop hem establert els objectius del pla i tenim definits els participants de la comunitat amb els seus interessos i les «audiències», hem de prendre decisions sobre com (a) arribar a aquestes audiències i (b) fer participar aquests integrants de l'ecosistema, és a dir, quins són els canals de (inter)comunicació (entesos en el sentit ampli) més adients i eficients en termes cost-benefici.

Per exemple, cal establir quan serà més eficient un contacte personal o interactiu o un contacte tipus “broadcast” o un intermedi i analitzar el tipus de plataformes i activitats online que promocionen una comunitat o sector FLOSS. Aquesta anàlisi podrà ser utilitzada, si es desitja, per al disseny de la plataforma objecte d'una altra proposta (veure punts següents).

6.1. Plataforma FlossBCN

Una eina important de dinamització ha de ser la pròpia plataforma FlossBCN. Aquesta plataforma serà el lloc de consulta del mapa FlossBCN i en un primer moment el seu contingut serà el resultat del mapa que s'està elaborant. El disseny de la plataforma, però, ha de permetre que els propis integrants de l'ecosistema mantinguin actualitzat el mapa, actualitzant les seves dades i aportant-ne de noves. Això només serà factible si connectar-se i utilitzar la plataforma proporciona als seus usuaris un incentiu suficient, en termes de visibilitat i accés a bona informació.

L'objectiu principal és que la plataforma esdevingui el punt de contacte de referència per a l'ecosistema de codi obert de Barcelona. Per això és necessari que proporcioni unes funcionalitats i facilitats mínimes als usuaris.

La dinamització, des del punt de vista de la plataforma, té com a objectiu que els integrants de l'ecosistema FlossBCN la considerin una referència de “qui és qui”. Per la idiosincràsia i extensió de l'ecosistema ha de poder ser autogestionada pels propis usuaris. No pot funcionar “top-down” ni de forma centralitzada. La plataforma ha de poder reflectir la xarxa complexa de coneixement que és l'ecosistema FLOSS.

A l'annex 3, incloem les nostres recomanacions de funcionalitats per a la plataforma FlossBCN.

6.2. Comptes “FlossBCN” a xarxes socials

Deguda a la importància de les xarxes socials (professionals), serà essencial per als dinamitzadors de la comunitat gestionar comptes en aquestes xarxes. Considerem que les xarxes més destacades per als objectius del projecte són:

- Twitter
- LinkedIn
- Reddit
- Telegram

6.3. Altres canals importants

Per a aprofitar de la implicació de l'Ajuntament de Barcelona a la primera fase del projecte de dinamització, seria interessant també comptar amb:

- Mitjans de publicació / departament de comunicacions de l'AJB.
- La possibilitat de determinar un espai físic (com p.e. la Fàbrica Fabra i Coats) com a una «Casa FlossBCN» per a moltes accions de comunicació i de col·laboració de l'ecosistema FlossBCN i aprofitar també dels seus propis canals de comunicació (per exemple, si fos Fabra i Coats, <http://ajuntament.barcelona.cat/fabraicoats/es>, amb agenda, butlletí, etc.)
- Els canals de les principals associacions de la comunitat (CatPL, Universitats, Barcelona Free Software, Softcatalà...) i identificar un interlocutor específic per a cadascuna d'elles, per tal d'establir una col·laboració a nivell de comunicació i organització d'accions (calendari, espais, audiències...).
- Els canals i eines del actors del sector ICT/tecnològic a Barcelona (Synergy, COEIC, CATEI, etc.) que podrien afegir l'eix «FLOSS» a les seves pròpies activitats i comunicacions.

7. PLA DE COMUNICACIÓ

Totes les accions de comunicació de la dinamització hauran d'adaptar-se al canal o entorn dins del qual es portin a terme, però hauran també de contenir un **missatge** essencial comú. En el nostre cas aquest missatge haurà d'estar vinculat, evidentment, als elements que formaran part de l'Ecosistema FlossBCN (basats en la infraestructura del Mapa FlossBCN), i d'alguna forma serà el que haurà de moure a l'acció als receptors a nivell estratègic.

7.1. Missatge

Els ecosistemes FLOSS són producte de centenars d'iniciatives, molt diverses entre elles, que tenen com a denominador comú la idea de compartir coneixement de forma oberta i de generar-ne de nou de forma col·laborativa. El missatge de FlossBCN ha d'estar totalment en línia amb aquesta filosofia si volem que arribi i sigui reconegut per l'audiència FLOSS, respectant la diversitat dels actors de l'ecosistema.

Per això és important que en totes les accions i iniciatives de FlossBCN no es perdi mai de vista un missatge subjacent important:

«FlossBCN és un facilitador d'informació, comunicacions i interaccions a l'ecosistema que ha de percebre's tan transparent i poc directiu com sigui possible.»

No obstant, amb la evolució de la comunitat, les activitats i els esdeveniments, aquest missatge per part dels dinamitzadors evolucionarà, i serà important realitzar una reflexió periòdica sobre el missatge i paper dels dinamitzadors de FlossBCN. Podran tenir un paper més o menys important en funció de la pròpia dinàmica de l'ecosistema. Quan més activa la comunitat, menys hauran de fer.

7.2. Activitats de comunicació FlossBCN

A nivell estratègic, l'acció de comunicació dins del pla de dinamització ha d'enfocar enfortir els enllaços i relacions entre els

actors, per a trobar una situació de sostenibilitat o autonomia de la comunitat. En aquest sentit, mes enllà del missatge i comunicacions generals sobre l'ecosistema, serà important incloure continguts interessants pels actors:

- Esdeveniments
 - A nivell internacional, esdeveniments als quals Barcelona podria estar interessada a participar d'alguna forma, oferint seu o patrocini. Planificació d'accions sobre aquests esdeveniments per al 2018 (en tant que sigui possible), 2019 i 2020
 - Esdeveniments nacionals o internacionals que poden ser atrets a Barcelona (generalistes sobre open source o particulars d'un projecte).
 - Definició d'un possible esdeveniment "*FOSS for Cities*" en base a projectes localitzats a Espanya o països veïns, amb actors locals essencials de l'àmbit universitari, empresarial i públic.
- Accions:
 - Activitats pròpies de la comunitat a Barcelona (veure secció sobre meetups, unconferences, etc.) de tot tipus (KS, MS; PS, NS, etc.)
 - Línies de col·laboració amb altres plataformes i projectes públics espanyols i europeus en el sector FLOSS. (Networking)
- Continguts
 - Identificació de continguts i esdeveniments interessants per a compartir i difondre a la comunitat («Knowledge Sharing»): blog posts, nous articles, experiències, etc.

7.3. Marca FlossBCN

FlossBCN té alguns trets que podrien ser assimilables als d'una **marca col·lectiva**. Una marca col·lectiva és una marca registrada per alguna organització o associació que poden utilitzar els seus membres per a identificar-se ells mateixos amb els valors de la marca (nivell de qualitat, origen geogràfic, o alguna altra característica de peculiaritat), determinant les regles per a poder utilitzar la marca en el comerç.

Una marca col·lectiva és substancialment diferent d'una marca convencional. Una marca tradicional identifica un producte davant del públic pel seu fabricant i, de vegades, per les seves

característiques Una marca col·lectiva, tanmateix, pot ser utilitzada per una gran varietat d'organitzacions i, simplement, identifica que aquesta organització pertany al col·lectiu que representa la marca. Lògicament, els valors que aquesta marca transmeti al públic seran determinants perquè una organització vulgui utilitzar-la o no.

És important no confondre, especialment en el nostre cas, una marca col·lectiva amb una marca de certificació. En general una marca col·lectiva pot ser utilitzada per les organitzacions que la controlen, mentre que una marca de certificació pot utilitzar-la qualsevol, sempre i quant compleixi els requeriments de la certificació i passi les auditories corresponents.

Des del punt de vista estratègic podria ser bona idea posicionar FlossBCN, en certs aspectes, com una marca col·lectiva que faci de paraigües o “wrapper” de totes les iniciatives FLOSS de la ciutat que ho desitgin. No es tracta evidentment de formalitzar-la, com a a tal, sinó simplement de prendre el concepte de marca col·lectiva com a model inspirador. Creiem que això tindrà una sèrie de beneficis i facilitarà enormement que FlossBCN esdevingui una referència dins de l'ecosistema per diversos motius:

- A l'ecosistema FLOSS de Barcelona hi han presents moltes iniciatives diverses i té ja una maduresa important. És molt més eficient que FlossBCN es recolzi amb el que ja s'està fent que començar com si fos un projecte totalment nou.
- Per la pròpia naturalesa de l'ecosistema, no és senzill que iniciatives tipus “top-down” tinguin èxit i podria donar-se el cas, segons l'aproximació que es faci, que algunes comunitats vegin FlossBCN com una ingerència o competència de les institucions públiques a les seves pròpies iniciatives. El fet de posicionar-la com a marca col·lectiva, pertanyent a l'ecosistema FLOSS de Barcelona evitaria aquest risc.
- És molt important que en tota l'estratègia de comunicació no es percebi la iniciativa FlossBCN com una ingerència institucional al funcionament adhoc de les pròpies comunitats que formen l'ecosistema. El posicionament com a “wrapper” facilitador, al que qualsevol agent FLOSS pot adherir-se o no voluntàriament evitarà aquest risc
- El posicionament com a marca col·lectiva crea un marc de treball en el que es poden enquadrar moltes altres iniciatives del pla de dinamització.
- Les regles d'ús es poden crear de manera participativa per tots els membres de la comunitat, amb una plataforma de participació de tipus Decidim.

7.4. Estratègia específica en xarxes socials

El principal objectiu de FlossBCN a les xarxes socials en les que tingui presència no es pot equiparar al d'una empresa comercial, que moltes vegades cerca principalment tenir una gran xifra de seguidors o visites per poder fer publicitat massiva dels seus productes. Al nostre cas el que realment importa és arribar als membres de l'ecosistema FlossBCN per dinamitzar el propi ecosistema, per la qual cosa el criteri de publicació ha de ser més qualitatiu que quantitatiu. No podem simplement obrir un perfil corporatiu en mitjans socials i llançar tuits, posts, fotos o vídeos sense un criteri de publicació estricte i en línia amb els objectius del projecte, sinó que les publicacions han de seguir una estratègia específica en mitjans socials.

Per altra banda, hem de considerar també que els propis membres de FlossBCN no són homogenis i podem trobar una diversitat molt alta. Des del punt de vista de xarxes socials una distinció important és el grau d'implicació que un participant a FlossBCN pot arribar a oferir a l'ecosistema. Tan importants per al projecte FlossBCN són els membres altament actius com els “participants legítims perifèrics” o lurkers, aquells que simplement segueixen un grup però no comparteixen mai res.

No oblidem tampoc que les xarxes socials poden arribar, potencialment, a qualsevol lloc del món. Per això també és convenient tenir en compte la variable geogràfica dels destinataris quan es plantegin les comunicacions.

a. Concepte

El nostre cas, l'estratègia en mitjans o xarxes socials comprèn aquelles activitats amb les quals cerquem guanyar la col·laboració dels usuaris i implicar-los en comunicacions o altres iniciatives. La idea és promoure i desenvolupar la comunitat virtual que desitgem crear al voltant de la marca FlossBCN, guanyant la implicació dels receptors.

Cada mitjà social té les seves particularitats i no tots els missatges són adients a cada plataforma. Així per exemple, Twitter pot ser un mitjà molt efectiu per establir vincles amb públics professionals i enllaçar a continguts en altres mitjans, mentre que Facebook podria ser més adequat si volguéssim accedir a consumidors finals amb continguts “lleugers”. LinkedIn, en canvi, només ens servirà per a

contactar amb públic professionals i els continguts han de tenir també una orientació més professional i rigorosa.

b. Fases

L'estratègia a les xarxes socials ha d'estar alineada amb l'evolució temporal del projecte descrita als punts anteriors. Així, s'haurà d'anar adaptant en el temps per a ajustar-se als objectius de cada moment.

c. Plataformes

Es recomana inicialment:

- Twitter: plataforma de comunicació ràpida i general per tot tipus de continguts
- LinkedIn, plataforma professional, creant un «grup» propi
- Reddit: plataforma d'agregació de notícies i informació

8. FASES I ACCIONS

El pla de dinamització haurà de fixar les accions concretes a desenvolupar durant els propers 12/24 mesos i una estimació dels recursos econòmics, humans i/o d'infraestructura necessaris per a dur-les a terme.

Aquestes accions formaran el “*promotion mix*” del pla i consistiran en activitats diverses, que poden anar des de la creació de materials promocionals o presència en mitjans a accions concretes de promoció o esponsorització d'esdeveniments.

Contemplem 3 fases per a la dinamització de l'ecosistema FLOSS de Barcelona:

8.1. Fase 1: Difusió local de la comunitat i marca FlossBCN

Difusió local de la comunitat i marca FlossBCN i involucració dels agents rellevants.

Aquesta fase la poden definir com les primeres passes per la posta en marxa de l'ecosistema i les eines de comunicació i col·laboració. El principal objectiu d'aquesta fase ha de ser aconseguir donar a conèixer el projecte de comunitat FlossBCN entre les persones que formaran la mateixa i aconseguir el màxim grau d'involucració.

Per això, en aquesta fase, l'audiència més interessant és la que pugui tenir una participació potencial més activa. Les activitats i comunicacions, doncs, han d'estar en una **línia molt informativa** sobre els mecanismes de funcionament del propi projecte i amb propostes concretes a la participació.

Des del punt de vista de **l'audiència**, es de preveure que les persones més actives en un primer moment seran aquelles que ja han estat més participatives en altres projectes FLOSS a Barcelona. Per això, en aquesta fase, caldrà fer un treball específic de recerca i accés als perfils d'aquestes persones (pe. a les xarxes socials que es posaran en marxa).

Aquesta fase ha de durar únicament uns pocs mesos, no més de 3 ó 4 mesos.

- **Campanya específica de difusió inicial del projecte i la marca, amb mitjans i aliances**
 - Esdeveniment específic i exclusiu de presentació de la

- iniciativa (Digital Cities, Octubre 2018)
 - Campanya específica amb Barcelona Activa
 - Associacions FLOSS locals i internacionals
 - Grups d'usuaris existents
 - Influencers
- **Tasques de dinamització de la plataforma i xarxes socials**
 - Selecció de notícies
 - Selecció d'esdeveniments
 - Selecció d'articles i altres continguts reproduïbles
 - Suport als usuaris de la plataforma

8.2. Fase 2: Consolidació de la comunitat i marca FlossBCN

Consolidació de la comunitat al voltant de la Plataforma FlossBCN com a eina col·laborativa, de les activitats pròpies i dels membres de la comunitat, i enfortiment de la marca FlossBCN a nivell local.

Un cop superada la fase inicial anterior, l'ús de les eines de dinamització de l'ecosistema (plataforma, xarxes socials, activitats...) haurà de modificar-se, convertint-se cada cop més en **altaveu dels projectes de l'ecosistema FLOSS de la ciutat** i reduint progressivament les informacions sobre el propi projecte FlossBCN que no siguin veritables novetats.

Durant aquesta fase, per exemple, ha d'expandir-se el nombre de seguidors i participants a les xarxes socials pròpies de FlossBCN i incorporar perfils que no necessàriament formin part del "nucli dur" de l'ecosistema FLOSS de Barcelona. És d'esperar, doncs, que durant aquesta fase els ratios d'activitat per usuari es vagin reduint progressivament quan es vagin incorporant usuaris menys "activistes" del FLOSS,

El principal objectiu d'aquesta fase és que els canals FlossBCN (plataforma, xarxes socials) esdevinguin un canal més dels habituals entre els que utilitzen o segueixen les persones que formen part de l'ecosistema FLOSS de Barcelona.

La idea és dinamitzar efectivament el col·lectiu professional FLOSS

de Barcelona (entès “professional” en sentit ampli, incloent-hi també totes les persones i organitzacions que sense haver fet del FLOSS la seva professió o mitjà de negoci tenen una aproximació que va més enllà de la curiositat o el pur divertiment).

La durada d'aquesta fase hauria de ser aproximadament d'uns 12 mesos i la seva consolidació és crucial per poder passar a la següent fase.

- **Tasques de dinamització de la plataforma i xarxes socials**
 - Selecció de notícies
 - Selecció d'esdeveniments
 - Selecció d'articles
- **Reunions / Esdeveniments**
 - Meetups trimestrals FlossBCN (Networking, Knowledge Sharing)
 - Celebració del Software Freedom Day amb algun esdeveniment especial FlossBCN (Barcamp, Citycamp, Hackaton, ...).
 - Reunions «sectorials» (Universitats, projectes de recerca, productes / projectes particulars)
- **Activitats**
 - Organització d'activitats pròpies del projecte, com per exemple un «BCN FLOSS Awards», tallers de formació,
- **Altres**
 - Possibilitat de crear un “*Carnet*” membre FlossBCN, amb beneficis que puguin fer-lo atractiu (accés a serveis municipals preferencials, accés a la Casa FLOSS BCN, descomptes en establiments o empreses floss-friendly), i guanyar i utilitzar «punts FlossBCN»
 - Campanya marketing: «*BCN is FLOSS friendly*»

8.3. Fase 3: Posicionament de la comunitat i marca FlossBCN a nivell internacional

Posicionament de la comunitat i marca FlossBCN a nivell internacional, com a pol i eina d'atracció de talent.

Consolidada la fase 2 estarem en condicions d'incorporar un nou objectiu principal a les activitats i comunicacions de l'ecosistema, consistent en donar a conèixer el projecte a nivell internacional. Això

no vol dir deixar de fer les activitats realitzades a la fase anterior, ja que el creixement i el servei a la comunitat local sempre ha de ser un objectiu a no perdre de vista.

Durant aquesta fase, però, s'han de començar a utilitzar també els canals a les xarxes socials de FlossBCN per a posicionar la marca a nivell internacional i atraure talent FLOSS a la ciutat. Això implica afegir al missatge elements que puguin tenir interès no únicament local i, com es va fer a la fase 1, un treball específic de recerca i accés als perfils rellevants, ara a nivell europeu i internacional en general, que puguin potencialment tenir interès en una iniciativa com FlossBCN

Proposta d'iniciatives que puguin tenir bona difusió internacional i generin interès a les comunitats FLOSS

- Atracció d'algun Summit d'una gran comunitat o esdeveniment rellevant
- Creació d'un gran esdeveniment temàtic anual o bianual (Ex. FLOSS i Smart Cities, FLOSS i BlockChain, FLOSS i fabricació flexible, ...). Cercar contacte amb agents locals i veure la seva predisposició.
- Alternativament, crear una convenció FLOSS genèrica de caire europeu o regional (Sud d'Europa). Amb recolzament de la FSF, potser?
- Creació d'una criptomoneda local FlossBCN, utilitzable a l'ecosistema FlossBCN

8.4. Fase preliminar: transició des de la situació actual

Previ a la posta en marxa del present projecte FlossBCN, l'Ajuntament de Barcelona ja ha realitzat algunes activitats en xarxes socials sota la marca "FlossBCN". Aquestes activitats han consistit bàsicament en organitzar i difondre uns meetups sobre software lliure a la ciutat.

NOTA: En aquesta secció ens referirem al projecte prèviament existent que fins ara ha representat la marca flossbcn com a "flossbcn actual", i al projecte que plantegem en aquest document i que ha d'engegar-se un cop presentat el Mapa Floss de Barcelona com a "nou flossbcn".

Aquest projecte preexistent al que fem referència s'autodivineix de la següent forma:

“flossbcn is a non-profit and grassroots community whose mission is to become a platform and a summit for professionals, companies, researchers, and students inside the scope of Free-Libre and Open Source Software to discuss and share experiences also promoting events where everybody with an interest in FLOSS is welcome to exchange their knowledge.

We want to grow the free software community in Barcelona and scale solutions to tackle Business and city's challenges.”

Aquesta definició, malgrat que té objectius comuns amb el projecte Mapa FLOSS de l'Ajuntament de Barcelona, no correspon ni expressa clarament els plantejaments de Mapa FLOSS. Per tant ens sembla necessari, si volem utilitzar la marca “flossbcn” per al projecte Mapa FLOSS, reposicionar-la, sense que això suposi, lògicament, perdre la feina feta fins ara ni trencar la continuïtat del que ha estat fins ara el projecte flossbcn actual.

El projecte flossbcn ha creat comptes en algunes xarxes i plataformes socials per la seva difusió:

- Email: flossbcn@gmail.com
- Web: <http://flossbcn.org>
- Twitter: [@flossbcn](https://twitter.com/flossbcn) (Tweets: 32, Followers: 166)
- Facebook: <https://www.facebook.com/flossbcn/>
- YouTube: Canal floss bcn (https://www.youtube.com/channel/UCmQvIcAvC3WIGeBdIS8_8EA)
- Loomio: <https://www.loomio.org/flossbcn>
- Instagram: [floss_bcn](https://www.instagram.com/floss_bcn)
- Evensi: [@flossbcn](https://www.eventbrite.com/organizations/organization-flossbcn)
- Eventbrite: [@flossbcn](https://www.eventbrite.es/o/flossbcn-17501156500) (<https://www.eventbrite.es/o/flossbcn-17501156500>)

Algunes d'aquestes xarxes s'utilitzaran al “nou” flossbcn. Seria imprescindible, com s'ha indicat al pla, que el projecte “nou flossbcn” estigui present i es vagi consolidant a les xarxes socials com a referent de l'ecosistema FLOSS de Barcelona, per la qual cosa considerem necessari poder mantenir la coherència entre la marca del projecte i els comptes a les xarxes socials.

Creiem que la forma més senzilla i que pot donar millor continuïtat al projecte flossbcn actual és reposicionar-lo en relació al nou flossbcn, de tal forma que esdevingui una iniciativa autònoma i pugui mantenir la seva activitat en l'organització d'esdeveniments i trobades, però sota una altra marca més específica. Així, proposem que la marca i xarxes flossbcn es reservin per al projecte “nou flossbcn” i el

projecte “flossbcn actual” adquireixi un nom diferent que l'identifiqui com a projecte autònom i alhora el vinculi al nou flossbcn. Només a títol d'exemple, podria adoptar la marca “flossbcn unconference”, “flossbcn meetup” o alguna similar que respongui bé al seu contingut i vocació.

El nou flossbcn necessitarà gestionar directament des del moment de la seva presentació i posta en marxa les xarxes socials més rellevants. La forma més simple de fer això és simplement transferir la titularitat i administració dels comptes a l'Ajuntament de Barcelona, per a que aquest pugui delegar l'administració en la persona que actuarà com a Community Manager del projecte.

Paral·lelament, el projecte “flossbcn actual” podria crear comptes nous amb la seva nova marca, si ho desitja, i fer una transició des d'un comptes als altres, amb les comunicacions adients als usuaris actuals, explicant la situació i el perquè del reordenament.

La transició, seria doncs, de la següent forma:

- S'acorda una data de traspàs de comptes (per exemple la data de presentació oficial del projecte flossbcn)
- Abans d'aquesta data “flossbcn actual” tria una nova marca i crea els nous comptes amb la nova marca
- Una mica abans del traspàs “flossbcn actual” fa les comunicacions de canvi en tots les seves xarxes socials
- Arribada la data es transfereixen els usuaris administradors i contrasenyes al community manager de “nou flossbcn”

No totes les xarxes socials que té actives “flossbcn actual” seran utilitzades per “nou flossbcn”. D'aquesta forma, podria considerar-se la possibilitat de conservar sense alteració aquells comptes que “nou flossbcn” no hagi de fer servir, almenys mentre es mantingui aquesta consideració. Concretament, “nou flossbcn” no té previst utilitzar en un primer moment els serveis de Loomio, Evensi o Eventbrite, que “flossbcn actual” sí té actius.

8.5. Carta d'activitats

Es proposa una selecció d'activitats possibles per a la dinamització de la comunitat, en funció de les fases descrites i el nivell d'intensitat de la activat dinamitzadora. Cada nivell té una implicació pressupostària diferent. Es podria accelerar la implementació del pla, per exemple, posant accions suggerides per a la Fase 2 i/o la Fase 3 en fases anteriors.

8.5.1. Nivell Bàsic: enfocant en particular la difusió activitats locals

Dinamització plataforma	Organització esdeveniments propis	Assistència esdeveniments tercers	Relacions institucionals / entitats	Altres
Campanya difusió				Benchmarking i anàlisi i seguiment passiu d'esdeveniments i accions a nivell nacional e UE e global
notícies periòdiques	meetup FLOSSBCN trimestral cursos i tallers formació FOSS bàsica (BCN Activa)	assistència recursos per a esdeveniments i accions de tercers (baix nivell/reduït)	captació passiva membres ecosistema	
Manteniment calendari esdeveniments Manteniment BD integrants FLOSSBCN Manteniment Mapa FLOSSBCN Creació continguts bàsics i enllaços a articles interessants, recerca de continguts existents publicables FAQs monitorització forums de la plataforma alt i baix usuaris seguiment dels usuaris i interaccions promoció esdeveniments locals (passiu) Blog / newsletter mensual Xarxes Socials – activitat bàsica reactiva		meetups, barcamps, hackathons, User groups presència Moderador Comunitat		
	FLOSSBCN Annual (promoció local)	Jornades Universitàries Catalanes FOSS		
	Premis anual FLOSSBCN			
				Clínica Foss: panel d'experts (remot)

8.5.2. Nivell mig: extensió de la activitat per a la consolidació i extensió regional

Dinamització plataforma	Organització esdeveniments propis	Assistència esdeveniments tercers	Relacions institucionals / entitats	Altres
creació continguts propis periodicitat elevada	FossFair local	assistència recursos per a esdeveniments i accions de tercers (nivell mig)	captació activa membres ecosistema	assistència crowdfunding projectes locals
entrevistes	MakersFair local	support local a Software Freedom Day	captació patrocinadors comunitat	Accions "Marca FLOSSBCN" - logo, segell
promoció material altres plataformes FLOSS (JoinUP, etc.)	cursos i tallers formació tecnologia/temàtics hackathon tecnologies pròpies	Assistència per a trobar Ponències experts locals	Enllaços amb entitats regionals (Red.es, CCAA Esp)	Marketplace passiva (anuncis)
plataforma de votació / participació de membres	meetup FLOSSBCN bimensual FLOSS Challenges (10)	hackathons tecnologies tercers	Llançament de la Fundació FREEBCN	
newsletter setmanal	FLOSS for Cities Annual (promoció regional)	Jornades d'Invesitgació FLOSS	creació de "User Groups locals"	Brigades o Task Force
Xarxes Socials – activitat intensiva promotora	FLOSS BCN Exhibició (Promoció local) Ponències experts locals			anàlisi de mètriques

8.5.3. Nivell intensiu: promoció activa i internacionalització

Dinamització plataforma	Organització esdeveniments propis	Assistència esdeveniments tercers	Relacions institucionals / entitats	Altres
Preparació o difusió de Webcasts	cursos i tallers formació comunitat	Assistència Summit global (OSCON, LinuxCon, etc.)	captació patrocinadors esdeveniments	Gestió Activa Marketplace
Podcasts periòdics Newsletter diària	City Camp FLOSS Challenges (20)	Assistència Conferència Annual mega project o Free software Europe Backstage South Europe (Berlin) Assistència per a trobar Ponències experts internacionals	Enllaços amb entitats UE	Bossa de treball
	FLOSS for Cities Annual (promoció mundial) Ponències experts internacionals FLOSS BCN Exhibició (Promoció UE)			Marca FLOSSBCN – segells nivells
	meetup FLOSSBCN temàtic i mensual			

9. RECURSOS

Perquè el pla de dinamització pugui ser efectiu, necessitarà recursos econòmics i d'altres tipus per implementar les accions suggerides.

9.1. Recursos físics i electrònics

- Plataforma FlossBCN com espai virtual de l'ecosistema
- Espais per a esdeveniments conferències, unconferències diversos, Beer-meetups, etc.
- La casa del FLOSS BCN coworking, espais comuns de discussió, sales presentacions, biblioteques, ...

9.2. Recursos econòmics

Respecte dels recursos econòmics, s'ha de distingir entre els recursos per a la dinamització inicial i continua de la comunitat, i els recursos per a les activitats pròpies i alienes dels membres de la comunitat.

Per a la dinamització inicial, a la secció 11 es presenten unes estimacions pressupostàries inicials del pla de dinamització en funció de les accions a implementar.

L'objectiu a mig termini és, però, que el projecte pugui autofinançar-se. Cal pensar, doncs, mecanismes per a substituir de mica en mica el finançament directe requerit per a portar a terme la dinamització i les activitats de l'ecosistema FlossBCN. Una forma de fer-lo seria fomentar dins de la comunitat una economia col·laborativa per a les accions (desinteressades o no) pròpies de la comunitat. Exemples:

- “Carnet” FlossBCN: definició de beneficis entre socis, amb accés a serveis municipals preferencialment, bicings gratis, accés a la Casa FLOSS BCN, etc.
- Challenges per a mantenir el “carnet”
- Moneda local: retribucions en moneda FlossBCN, empreses “FLOSS” que les acceptin, ...

Una altra via de finançament són, lògicament, els patrocinadors o *sponsors*, que poden ser de diferents tipus:

- *Sponsors* i altres tipus de patrocinadors que facin aportacions

per a finançar la comunitat com un tot (patrocini a FlossBCN de forma genèrica). Exemples:

- *Sponsors* comercials o projectes FLOSS amb model de negoci amb finançament (Moodle, etc.)
- Establir convenis amb fundacions (p.e. Fundació Mozilla, Fundació Linux) o altres associacions, entitats i membres de la comunitat internacional interessada en el moviment FLOSS. Preparar un pla de cost/benefici per aquestes relacions.
- *Sponsors* i altres tipus de patrocinadors que facin aportacions per a finançar projectes concrets de FlossBCN. Exemples:
 - Ajudes al sector privat per a events “Made in FlossBCN”
 - *Sponsors* públics o privats per a premis «BCN FLOSS Awards»

9.3. Recursos organitzatius

Més enllà dels recursos econòmics i físics, la comunitat es beneficiarà enormement de l'ajuda organitzativa de les entitats públiques i privades que participen i promouen aquesta comunitat. Es tracta de posar a disposició de la comunitat elements d'aquestes entitats per a facilitar l'organització de les activitats de l'ecosistema. És un esforç col·laboratiu en el que participen tots, i conforme la filosofia FLOSS, quants més participin, més beneficis s'obtenen. Així, és interessant plantejar, per exemple:

- Facilitats per a organitzar, portar i difondre esdeveniments i accions FlossBCN: aprofitar els departaments de comunicació i canals de comunicació i de difusió dels membres de l'ecosistema
- Aspectes jurídics: ajuda per a temes de convenis amb tercers, negociació dels aspectes legals d'activitats de la comunitat, sol·licitud i gestió d'una marca nacional/UE «FlossBCN».
- Participació activa de les persones més rellevants de les entitats públiques i privades a la comunitat (voluntat de participar en formacions, ponències, fires/exposicions), assegurant que aquesta participació forma part de les seves funcions.

9.4. Recursos humans

9.4.1. Responsable de gestió de la comunitat

Una figura imprescindible per a la dinamització és el gestor de la comunitat FlossBCN. Aquesta gestió es realitzarà principalment a través de la plataforma i xarxes socials del projecte, però també hauran de donar-se altres tipus d'interaccions amb la comunitat. Podem entendre, de forma informal, que el perfil del dinamitzador correspon a un “Community Manager Open Source amb una bona dosi de relacions públiques”.

Passem a continuació a formalitzar aquest perfil professional:

a. Descripció

El responsable de la comunitat és la cara visible de la plataforma FlossBCN, responsable de gestionar les comunicacions en els dos sentits. Evidentment ha de tenir facilitat per a utilitzar les eines de comunicació digitals però també ha de ser capaç de moure's amb fluïdesa amb les eines més tradicionals. És el responsable de les comunicacions a la comunitat incloses les eventuales comunicacions de premsa, gestor dels continguts de FlossBCN a les xarxes socials, dinamitzador d'esdeveniments, editor de continguts propis i responsable de la redifusió de continguts de tercers específics.

Les comunicacions de FlossBCN es faran essencialment amb eines online però també poden donar-se situacions de FlossBCN i interacció en persona, per la qual cosa la definició del perfil ha de contemplar totes dues situacions. En definitiva, el responsable de la comunitat serà un dels principals contribuïdors a la creació de la dinàmica de la comunitat i el valor de la marca FlossBCN.

b. Tasques a desenvolupar

- Creació de continguts propis de FlossBCN. Redacció i edició de blogs, articles, notícies, comunicacions i material en general per a la plataforma i els canals de comunicació social definits.
- Moderació dels continguts creats per tercers als mitjans propis de FlossBCN.
- Marketing de FlossBCN. Gestió i difusió de la marca FlossBCN, gestionant la presència i impulsant el creixement de la marca a les xarxes socials i altres mitjans.
- Gestió de relacions amb els membres de la comunitat.

Atenció i suport als membres de la comunitat sobre qualsevol aspecte de la mateixa, responent directament o redirigint la consulta a qui correspongui. Aquesta atenció és independent del canal a través del qual arribi (fors, formularis de satisfacció, email, etc)

- Estratègia de comunicacions i marketing. Contribució al disseny i adaptació de l'estratègia de comunicacions i marketing de FlossBCN, proporcionant indicacions de com executar-la. És també el responsable de la seva execució en el seu àmbit de treball.
- Anàlisi. Utilització de les eines d'anàlisi i mesura disponibles per a la creació d'informes i mètriques sobre les activitats realitzades i resultats obtinguts. Elaboració de propostes i iniciatives per a la millora d'aquestes mètriques.

c. Requisits i habilitats necessàries

- Personalitat oberta, afable i amb facilitat de tracte amb desconeguts. Coneixedor de les regles socials del món FLOSS.
- Habilitats lingüístiques excel·lents, tant orals com escrites. Especialment bona capacitat per a la redacció escrita i capacitat de síntesi i organització en el discurs. Ha de poder-se expressar perfectament en català i castellà i tenir un bon nivell en anglès.
- Capacitat d'utilització de les eines online del projecte. Solvència en la utilització de les eines de comunicació social que estaran disponibles al projecte. Encara que no cal experiència específica en cadascuna d'elles, sí que és necessari un contacte previ amb blogs, fors, eines de microblogging, etc.
- Imprescindible una molt bona comprensió de l'ús de les xarxes socials des d'un punt de vista corporatiu. Nocions sobre la normativa de propietat intel·lectual, de protecció de dades i ètica periodística.
- Interès i contacte previ amb el món FLOSS. És imprescindible un bon coneixement del funcionament de les comunitats de programari lliure, idealment havent participat d'alguna forma en el moviment FLOSS.
- Coneixement de les TICs. És molt recomanable que el gestor de la comunitat tingui una formació sobre les TIC, ja que els continguts de la comunitat que gestionarà tenen un fort component tècnic. Gran part dels membres de la comunitat FlossBCN són tècnics i enginyers, per la qual cosa una

interlocució tècnica fluïda és imprescindible.

- Habilitats genèriques per a una feina de gestió: capacitat d'organització, bona gestió del temps, capacitat de desenvolupar diverses tasques alhora, intel·ligència, visió estratègica, capacitat de treball sota pressió, capacitat de treball en equip, facilitat de tracte, ...
- Predisposició a horaris flexibles. En algunes ocasions pot ser necessari realitzar tasques fora del horaris de treball habituals.
- Interès i experiència en les relacions públiques. Desitjable experiència d'alguna mena en relacions públiques des de comunitats de programari lliure o similars.
- Educació. Desitjable titulació universitària en alguna branca de ciències socials com relacions públiques, psicologia, sociologia, administració d'empreses, marketing o periodisme, complementada per estudis tècnics o experiència rellevant en el àmbit TIC.

9.4.2. Responsable d'esdeveniments, patrocinadors i aliances

FlossBCN no és només una xarxa social professional: és un espai i una xarxa d'activitats, esdeveniments, lloc per a trobar i crear competències, intercanviar experiències, establir relacions tècniques (al voltant de projectes) i fins i tot, fer negoci.

Per tant, un segon perfil important és el responsable de coordinar l'organització d'esdeveniments i accions de l'ecosistema, crear relacions de col·laboració entre membres de FlossBCN i amb entitats d'altres indrets i captar fons i patrocinadors. Podem entendre, també de forma informal, que aquest perfil correspon a un «Alliance Manager Open Source» amb una bona dosi de capacitat d'organització.

Passem a continuació a formalitzar aquest perfil professional:

a. Descripció

El responsable d'aliances i patrocinadors de la comunitat és la cara visible de FlossBCN fora de la plataforma tècnica. Evidentment ha de tenir facilitat per a les relacions humanes, ha de ser coneixedor de la idiosincràsia del món FLOSS però també tenir una alta capacitat de tracte fora del món tecnològic de l'open source. És el responsable de l'organització d'esdeveniments propis de FlossBCN,

d'aconseguir la col·laboració d'altres entitats a FlossBCN i de que valorin la marca FlossBCN i d'obtenir finançament i patrocinadors per a les activitats de FlossBCN.

El responsable de la comunitat serà el principal contribuïdor a la creació de la marca FlossBCN fora de la plataforma tecnològica.

b. Tasques a desenvolupar

- Desenvolupar iniciatives orientades a difondre i donar valor a la marca FlossBCN més enllà de la plataforma tècnica
- Col·laborar en l'elaboració de la estratègia d'aliances i recerca de patrocinadors
- Participar en la recerca activa de potencials entitats col·laboradores i patrocinadors, executant l'estratègia d'aliances i recerca de patrocinadors
- Assegurar l'actualització de la informació relativa a aliances corporatives als canals de comunicació existents, amb la intervenció del community manager.
- Donar suport al community manager creant o proporcionant continguts propis del seu àmbit de treball
- Participar en fors, grups de treball i altres entitats de les quals FlossBCN decideixi formar part
- Relacions públiques. Gestió de les peticions d'informació que puguin arribar a FlossBCN de comunitats, empreses o individus, i en particular d'altres mitjans de comunicació. Foment de relacions amb altres actors de la indústria del programari lliure, incloses la creació i gestió de campanyes específiques.
- Planificació i presència en esdeveniments. Assegurar la presència de FlossBCN als esdeveniments i meetups rellevants per a la dinamització de FlossBCN. Organització i planificació d'esdeveniments propis de FlossBCN.
- Estratègia de comunicacions i marketing. Contribució al disseny i adaptació de l'estratègia de comunicacions i marketing de FlossBCN, proporcionant indicacions de com executar-la. És també el responsable de la seva execució en el seu àmbit de treball.
- Anàlisi. Realitzar l'avaluació i seguiment de les activitats desenvolupades, creant els informes de resultats adequats. Proposar millores en aquest àmbit.

c. Requisites i habilitats necessàries

- Personalitat oberta, afable i amb facilitat de tracte amb desconeguts. Coneixedor de les regles socials del món FLOSS.
- Alta competència relacional, capacitat d'interlocució d'alt nivell. Capacitat de presa de decisions, iniciativa i autonomia. Capacitat de lideratge, d'organització, de planificació i de negociació
- Habilitats lingüístiques excel·lents, tant orals com escrites. Ha de poder-se expressar perfectament en català i castellà i tenir un bon nivell en anglès. Capacitat per a parlar en públic.
- Interès i contacte previ amb el món FLOSS. És imprescindible un bon coneixement del funcionament de les comunitats de programari lliure, idealment havent participat d'alguna forma en el moviment FLOSS.
- Coneixement de les TICs. És molt recomanable que el gestor de la comunitat tingui una formació sobre les TIC, ja que els continguts de la comunitat que gestionarà tenen un fort component tècnic. Gran part dels membres de la comunitat FlossBCN són tècnics i enginyers, per la qual cosa una interlocució tècnica fluïda és imprescindible.
- Habilitats genèriques per a una feina de gestió: capacitat d'organització, bona gestió del temps, capacitat de desenvolupar diverses tasques alhora, intel·ligència, visió estratègica, capacitat de treball sota pressió, capacitat de treball en equip, facilitat de tracte, ...
- Predisposició a horaris flexibles. En algunes ocasions pot ser necessari realitzar tasques fora del horaris de treball habituals.
- Interès i experiència en les relacions públiques. Desitjable experiència en la captació de col·laboradors i patrocinis, especialment des de comunitats de programari lliure o similars.
- Interès i experiència en l'organització d'esdeveniments, conferències o congressos, especialment en el món del programari lliure o similars.
- Educació. Desitjable titulació universitària en alguna branca de ciències socials com relacions públiques, psicologia, sociologia, administració d'empreses, marketing o periodisme, complementada per estudis tècnics o experiència rellevant en el àmbit TIC.

9.5. Moneda FlossBCN

Com una forma de dinamització i promoció de l'ecosistema FlossBCN es planteja la possibilitat de crear i posar en marxa una moneda local que es pugui utilitzar dins d'aquest ecosistema. Els aspectes de la posta en marxa d'un projecte d'aquestes característiques estan fora de l'abast d'aquest pla, però apuntem aquí alguns aspectes essencials del que hauria de ser aquest projecte.

9.5.1. Aspectes tecnològics

La posta en marxa d'una criptomoneda no és tecnològicament complexa i de fet la tecnologia blockchain sobre la que es sustenta és cada cop més "main stream". Ajuntament de Barcelona ja té un projecte de criptomoneda en marxa, el "rec", i encara que en un àmbit molt diferent, els components tecnològics serien els mateixos en gran part.

9.5.2. Aspectes legals

Els aspectes legals de la posta en marxa d'una criptomoneda recolzada per una administració local poden ser complexes. Barcelona, però, ja té una gran part del treball fet amb la posta en marxa del "rec", per la qual cosa possiblement només seria necessari validar que jurídicament el nou projecte és homologable al projecte "rec".

9.5.3. Incorporació d'actors que acceptin pagaments i cobraments

Aquest aspecte és potser el més important i alhora difícil d'aconseguir. La funció principal de la moneda "FlossBCN" seria que s'utilitzés per a fer transaccions dins l'ecosistema, i això implica que els actors hi confiïn i la utilitzin com a mitjà de pagaments i cobrament.

Caldria fer un bona difusió de la moneda i convèncer a empreses i botigues que puguin estar relacionades amb el món FLOSS que la incorporin com un mitjà de pagament. Podria ser necessari, per a aquesta tasca, comptar amb un soci estratègic.

Algunes idees en aquest sentit són:

- L'ús dels espais de la "casa de FlossBCN" es poden abonar

amb la criptomoneda

- Alguns comerços del 22@ l'accepten com a mitjà de pagament
- Algunes empreses proposen pagar part dels salari en criptomoneda als empleats que ho desitgin
- Als esdeveniments que s'organitzin sota la marca de FlossBCN és una moneda acceptada

9.5.4. La moneda FlossBCN com a eina de promoció de la ciutat

La repercussió mediàtica de la posta en marxa d'una moneda d'aquestes característiques podria tenir un gran impacte, fins i tot a nivell internacional, entre les comunitats tecnològiques i les de les economies socials i col·laboratives.

Donat que Barcelona ja té una gran part de la feina feta amb la posta en marxa del “rec”, creiem que l'opció de la moneda FlossBCN pot resultar molt atractiva.

10. MONITORITZACIÓ

El pla contindrà també alguna eina que permeti mesurar l'efectivitat de les accions que es vagin realitzant. Per això és imprescindible tenir ben fixats els objectius del pla, haver-los associat a algun paràmetre de mesura i contemplar, durant l'execució del pla, l'adquisició de dades i la seva comparació amb les mètriques objectiu. Aquestes mesures d'efectivitat poden contemplar tant aspectes quantitius com qualitius.

10.1. Indicadors

Entre els indicadors que es poden mesurar destaquem:

- a) Eines i KPIs per mesurar l'efectivitat de la plataforma tècnica FlossBCN:
 - Indicadors de nivell d'ús de la plataforma
 - Nombre d'usuaris, projectes, entitats
 - Analítiques estàndards de xarxes socials
 - Nombre de continguts publicats (articles, blogs, notícies, etc.)
 - Nombre de missatges privats (intra-usuaris)
 - Likes/follows
 - Indicadors de nivell d'acceptació de la plataforma
 - Permanència a la plataforma
 - Seguiment d'intensitat d'activitat / connexió individual

- b) Eines i KPIs per mesurar l'efectivitat de l'activitat de dinamització de la comunitat FlossBCN
 - Indicadors d'esdeveniments propis
 - Nombre d'esdeveniments propis
 - Estadístiques d'esdeveniments (participació, durada, materials, difusió, etc.)
 - Indicadors d'esdeveniments de tercers
 - Nombre d'esdeveniments de tercers que han utilitzat la marca FlossBCN

- Estadístiques d'esdeveniments (participació, durada, materials, difusió, etc.)
- c) Eines i KPIs per mesurar l'efectivitat i l'acceleració de relacions econòmiques al voltant del FLOSS
- Projectes locals publicats internacionalment
 - Nombre de projectes
 - Estadístiques habituals de projectes
 - Cursos i tallers sobre competències FLOSS realitzats localment
 - Nombre de cursos i participació, etc.
 - Contactes facilitats per la comunitat
 - Contractes privats/públics promocionats per FlossBCN
 - Llocs de treball creats o mantinguts

11. CALENDARI I PRESSUPOST

Cal fer una estimació del cost que tindrà l'execució del del pla de dinamització, ja que d'alguna forma s'haurà de dotar dels recursos econòmics necessaris per a dur-lo a terme.

Aquesta estimació del cost estarà directament relacionada amb les accions a realitzar definides amb anterioritat, que a la vegada estaran vinculades als objectius del pla. Això permetrà posteriorment, si és necessari, prendre decisions sobre quines accions són prioritàries en cas de que l'execució del pla es pugui portar a terme només parcialment.

11.1. Pressupostos

Presentem a continuació una estimació dels recursos econòmics anuals que caldran per a executar el pla de dinamització.

En el cas de que la partida correspongui que finalment s'externalitzi el preu estimatiu ha d'entendre's que és sense impostos.

- Pressupost per a tasques de dinamització i monitoratge de la plataforma
 - Perfil “Community Manager” a temps parcial (600 hores): 15.000 EUR

- Pressupost per a tasques de captació de patrocinadors, entitats col·laboradores i organització d'esdeveniments
 - Perfil “Responsable aliances” a temps parcial (400 hores): 14.000 EUR

- Hosting de la plataforma
 - Opció “normal”: 3.000 EUR
 - Opció “amb èxit”: 7.200 EUR

- Tasques d'administració de sistemes per al manteniment de la plataforma
 - Administració 24/7 i actualitzacions hosting: 1.000 EUR

- Resolució bugs i petició de millores software
 - Resolució incidències: 3.000 EUR
 - Actualització programació mapa tic: 1.000 EUR
 - Millores a la plataforma i crear noves funcionalitats (aprox. 200 hores de programador): 10.000 EUR

- Organització d'esdeveniments propis i participació en esdeveniments externs:
 - A determinar, segons proposta (veure full de càlcul a l'Annex 4)

Taula resum:

Perfil "community manager"	15000 EUR
Perfil "aliance manager"	14000 EUR
Hosting plataforma	3000-7200 EUR
Administració sistemes	1000 EUR
Resolució bugs i millores	14000 EUR
Participació esdeveniments	A determinar

12. ANNEX 1 – BENCHMARKING D'ACTIVITATS

Conferències

Exemples de conferències FOSS:

- **OSCON:** Open Source Convention.
Des de 1999, OSCON és un dels punts centrals del moviment open source. És una conferència tradicional, amb sessions, tutorials pacrics, tallers i presentacions.
<https://conferences.oreilly.com/oscon/oscon-or>
- **LinuxCon:** convenció anual organitzada per la Linux Foundation, primer al Regnet Unit i més tard a Estats i Units i Japó. Darrerament es combina amb el Open Source Summit i s'organitza a diferents ciutats del món.
https://en.wikipedia.org/wiki/Open_Source_Summit
- **Open Source Bridge:** Open Source Bridge és una conferència anual focalitzada en desenvolupament de comunitats. Participen desenvolupadors, hardware hackers, organitzadors de comunitats i persones involucrades al món open source en general, incloent-hi representants del món empresarial.
<http://opensourcebridge.org>
- **Open Expo Europe:** OpenExpo Europe és una de les principals fires professionals sobre Open Source, Free Software i Open Economy (Open Data i Open Innovation). Se celebra anualment a Madrid.
<https://openexpoeurope.com>.
- **Librecon** (<https://www.librecon.io>). Librecon és un esdeveniment internacional de referència al sud d'Europa del sector de les tecnologies obertes. Està organitzat per ESLE, l'Associació d'Empreses de Tecnologies Lliures i Coneixement Obert d'Euskadi i Deutsche Messe, entitat alemanya d'organització de congressos.
<https://www.librecon.io>

BarCamps

Exemples de BarCamps:

- **BarCampApache.** Se celebra a diferents ciutats cada any (veure llista a <https://wiki.apache.org/apachecon>)
- **BarCamp Open Science,** Moltes vegades els BarCamps estan associats a altres esdeveniments, Aquest és un exemple, concebut com un previ de la Open Science Conference a Berlin.
<https://www.open-science-conference.eu/barcamp>
- **CAT BarCamp Portland.** La pàgina d'aquest BarCamp descriu perfectament la filosofia d'aquesta mena de desconferències.
<http://catbarcamp.org/>

CityCamps

Exemples de CityCamps:

- **CityCamp Raleigh.** Three days of talks, workshops, and hands-on problem solving, to reimagine the way the web, applications, technology, and participation will shape the future of the city. First CityCamp in 2011, one edition each year
<http://citycampnc.org/venue/>
- **CityCamp Brighton,** first edition in 2010 and one each year until 2014 with more than 100 participant each year. The topic was how to make Brighton a better city.
<https://www.facebook.com/CityCampBrighton>
- **CityCamp Colorado,** since 2010 (in Denver) to 2013, linked to OpenColorado. Annual CityCamp in a different city each year. The attendees at the first CityCamp Colorado created a local Open Government Directive.
<https://opencolorado.org/2012/11/14/citycamp-colorado-wrap-up/>
- **CityCamp Honolulu,** created not only for developers, but also civic groups, etc...
<https://www.facebook.com/CityCampHNL>
- **CityCamp Kansas City,** first edition in 2012 with 150 participants
<https://opensource.com/government/12/4/sharing-opensource-journey-kansas-city>
Kansas City has a project of digitalization
<https://www.kcdigitaldrive.org>

- **CityCamp Oakland**, in the contest of OpenOakland (<https://openoakland.org>), several editions since 2012.
<https://www.eventbrite.com/e/citycamp-oakland-2018-our-city-our-future-tickets-43679460442#>

FOSS Fairs

Exemples de FOSS Fairs:

- **FOSS Fair** (North Carolina), since 2009 each year.
<https://www.facebook.com/NcsuFossFair/>
<http://technologytank.org/2015/01/22/free-and-open-source-software-fair/>

Hackathons

Exemples de Hackathons:

- **Hack KC** (Kansas City), two day hackathon where people write apps that solve community problems. it's a FREE event that brings together people with the passion for doing good to collaborate in developing technology solutions that help others. Nonprofit professionals, urbanists, civic hackers, government staff, developers, designers, project managers, community organizers , etc.. Program of 2018
<https://www.kcdigitaldrive.org/event/hack-kc-2018/>
- **Mozilla hackathon (Global Sprint)** annual international public event with participant from more than 20 countries, The Global Sprint isn't just about open source code — teachers, artists and activists will share their ideas and projects, too.
<https://foundation.mozilla.org/opportunity/global-sprint/>
<https://medium.com/read-write-participate/global-sprint-2018-what-we-built-6253d48aafe8>
- **Open Source Security Hackathon**: 3-days hackathon with the aim of collaborating on challenging programming problems in the field of cybersecurity, 4th edition held in Luxembourg.
<https://securitymadein.lu/events/4th-open-source-security-hackathon/>
- **HackIllinois**: University of Illinois' 36 hours hackathon on free and open source software and hardware with members of the open source community from projects like ASpache HTTPd

and Gulp.js. Held since 2016. More than 1150 hackers participated at the 2018 edition:

<https://medium.com/@bhasin.rohin/hackillinois-2018-an-inside-look-at-running-an-open-source-collegiate-hackathon-bcf6e837c48b> <https://2018.hackillinois.org>

<https://medium.com/@HackIllinois/open-source-2017-b322ad688471>

Open Source Summits

Exemples de FOSS Summits:

- **Innovation Summit Raleigh.** The summit is part of the project of making Raleigh a city of innovation. First edition held in January 2012, one each year (in 2018 will be on November 9th). Brought together many professionals which held keynotes and then split into groups. The Innovate Raleigh Summit was the first domino to fall, adding real momentum and effort behind branding Raleigh as a city of innovation
<https://www.innovateraleigh.com>
- **Paris Open Source Summit.** It is the result of the merger of two iconic Open Source events: Linux Solutions and the Open World Forum. The event strives to expose technological innovations, the reality and economic vitality of the solutions and major players of the digital sector, as well as their impacts on society.
<http://www.opensourcesummit.paris>
- **Open Source Summit Europe (OSSEU).** Event organized by the Linux Foundation, it is one umbrella name for LinuxCon, ContainerCon, CloudOpen and the Open Community Conference. It is the leading conference for developers, architects and other technologists – as well as open source community and industry leaders – to collaborate, share information, learn about the latest technologies and gain a competitive advantage by using innovative open solutions. Over 2,000 persons are expected to participate at OSSEU in 2018, Edinburgh (there are open source summit in America as well, this year in Vancouver, and in Japan).
<https://events.linuxfoundation.org/events/open-source-summit-europe-2018/>.

User Groups

Exemples de FOSS User Groups:

- **TriLUG:** The Linux Users Group of the Triangle. Serving Raleigh, Durham, Chapel Hill, and RTP. Have a monthly meeting.
<https://trilug.org/about/>
- **TriDUG:** Triangle DB2 User Group. The group is comprised of DB2 users on all platforms with a common desire to become more proficient in this comprehensive database management technology. Meetings are held quarterly and provide a chance to learn how to use DB2 more effectively and give insights into projects at other businesses.
<http://www.tridug.org>
- **TriJUC:** The Triangle Java Users group provides Java-related information to its members, to facilitate contacts between its members, and to promote the use of Java technology in the mid-North Carolina area.
<https://localwiki.org>
- **Open Source Networking User Groups:** locally managed groups that are passionate about network transformation through open source. 37 groups and about 7100 members.
<https://www.meetup.com/it-IT/pro/osnug>
- **Denver Open Source Users Group:** users group studying the applications of open source to business software development. Funded in 2011, about 2000 members.
<https://www.meetup.com/it-IT/DOSUG1/>
- **OSHUG** (Open Source Hardware User Group): A group of people with a shared interest in Open Source Hardware. They hold regular meetings in and around London.
<http://oshug.org>
- **Colorado Springs Open Source Users:** group discussing the benefits of using open source projects and developing open source softwares. funded in 2008, about 1100 members.
<https://www.meetup.com/it-IT/csopensource/>
- **Libre Boston**
<https://www.meetup.com/es-ES/desktop-linux-users-group/>
- **FreeBSD** user groups:
<https://www.freebsd.org/usergroups.html>

13. ANNEX 2 – EXEMPLES D'ASSOCIACIONS

Presentem a continuació, simplement a mode d'exemple de la gran variat que podem trobar, diferents tipus d'organitzacions existents al món "open":

a. Internacionals

- **Free Software Foundation** (<https://www.fsf.org/community/>)

Libre Planet: conferència anual des de 2008, habitualment a Boston, per a entusiastes del software lliure i persones interessades en punts de connexió entre tecnologia i justícia social.

<https://libreplanet.org/2018/social/>

- **Code for America** (<https://www.codeforamerica.org>)

Annual Summit: Summit de 3 dies de durada, amb estructura tradicional (keynotes, breakout sessions, networking events, workshops, etc. Al 2018 s'ha realitzat del 30 de maig al 1 de juny a Oakland, California

<http://www.cvent.com/events/code-for-america-summit-2018/custom-35-e12d85b157b94d69b80d8911cc641d36.aspx>

b. Locals

- **Hispalinux** (<http://hispalinux.es>)

Associació espanyola d'usuaris de Linux, amb el propòsit de disseminar i promoure el software lliure "Linux".

<http://hispalinux.es>

- **Asociación española de Drupal** (<https://asociaciondrupal.es>)

Associació sense ànim de lucre creada per voluntaris amb l'objectiu d'esdevenir una referència i punt de trobada de la comunitat Drupal en llengua espanyola.

Està organitzada en grups locals, que promouen meetups locals, com el Drupal Global Training Days o les Global Sprint Weekends

<https://asociaciondrupal.es/content/grupos-de-trabajo>

Organitzen també els Drupal Camp Spain, amb més de 10

edicions ja realitzades, i els Business Days, orientats al mercat empresarial.

<https://2018.drupalcamp.es>

<https://2018.drupalcamp.es/business-day>

- **Fab Lab Barcelona** (https://fablabbcn.org/about_us.html)
Organitzen esdeveniment i workshops
<https://fablabbcn.org/events.html>
També són els organitzadors de la Fab Academy a Barcelona amb el MIT
https://fablabbcn.org/fab_academy_18.html
- **Made Makerspace Barcelona** (<http://made-bcn.org>)
Organitzen esdeveniments i workshops relacionats amb fabricació personal
<https://github.com/mademakerspace/Wiki/wiki/About-Made#workshops-and-events>
<https://github.com/mademakerspace/Wiki/wiki/Resources-for-Members#communication>
<https://github.com/mademakerspace/Wiki/wiki>
- **Mob Barcelona**
Espai de coworking amb la intenció de crear comunitat
<http://mob-barcelona.com/schedule/>
- **Olabs Barcelona** (<http://www.o-labs.org/agenda/>)
- **Barcelona Urban Lab** (<http://www.22barcelona.com/content/view/698/897/lang,en/>)
Tenen com a objectiu fomentar l'ús de la ciutat com a laboratori social
- **Barcelona Lab** (<https://enoll.org/network/living-labs/?livinglab=barcelona-laboratori>)

- **Barcelona Tech City** (<https://barcelonatechcity.com/en/>)
Hub tecnològic que organitza diferents esdeveniments
<https://barcelonatechcity.com/en/events/>

14. ANNEX 3 – PLATAFORMA FLOSSBCN

14.1. Funcionalitats de la plataforma

Funcionalitats que proposem per a la plataforma tècnica que suportarà l'ecosistema FlossBCN

Publicació de notícies

- Possibilitat de publicar notícies pròpies
 - Autoria pròpia de notícies relacionades amb l'ecosistema
 - Notícies publicades pels membres de l'ecosistema - amb moderació-
 - Possibilitat de subscripció
- Facilitat per a agregar notícies d'altres mitjans i publicacions -locals i internacionals-
 - El moderador ha de tenir un criteri de selecció de fonts i notícies
- Blog d'opinió
 - Autoria pròpia
 - Obert als membres de l'ecosistema -amb moderació-
 - Basat en criteris d'autoria i temàtica (qui publica, què és pot publicar i quins suports s'admeten)
- Mapa dels actors de l'ecosistema de codi obert de Barcelona (perfil tipus "LinkedIn"), amb representació geogràfica.
 - Ha de ser un aparador d'empreses, entitats i persones
 - Editable directament pels interessats
 - Distinció entre perfil personal i perfil empresa/entitat
 - Possibilitat de crear llistes de contactes per invitació dels interessats (tipus LinkedIn)

- Possibilitat de convidar empreses i persones externes a integrar-se a l'ecosistema
- Sistema de missatgeria intern
- Existència de grups d'interès (tipus fòrum, converses, repositori de docs, etc). Grups moderats i per invitació.
- Publicació d'ofertes de treball i participació en projectes (veure secció marketplace)
- S'han d'establir els criteris de participació
- Directori de recursos
 - Externs
 - Selecció de recursos externs
 - criteris d'inclusió
 - Facilitador d'accés a recursos internacionals
 - Propis
 - Creació de recursos propis en mode Wiki, pels integrants de l'ecosistema
- Aparador de projectes i iniciatives
 - Publicades pels membres de l'ecosistema, tipus Wiki -amb accés restringit i moderació-
- Agenda d'activitats
 - Creada de forma col·laborativa per l'ecosistema
 - El dinamitzador de la plataforma ha d'incloure també els esdeveniment rellevants
- Possibilitat de realitzar enquestes
 - Sobre la pròpia plataforma
 - Sobre qualsevol tema de l'ecosistema

Eines d'interacció

- Eines pròpies
 - Mur
 - Fòrums de discussió
- Fàcilment intregable amb altres plataformes
 - FaceBook

- Twitter
- ...

Marketplace

Seria desitjable que l'eina permetés també algunes funcionalitats pròpies d'un marketplace

- Facilitat per a la publicació d'ofertes i demandes específiques que generin Intercanvis entre els actors
- Publicació de projectes (informatiu)
- Publicació ofertes i demanda treball/projectes/contractes
- Publicació de licitacions

KPIs i SEO

- Han de poder-se obtenir indicadors d'ús de la plataforma sobre els diferents aspectes
 - Usuaris, connexions, pàgines més vistes, ...
- Eines per a posicionament dels continguts als buscadors, per tal que el Community Manager pugui crear els metatags i dades pertinents

14.2. Aspectes tècnics de manteniment de la plataforma

- Ubicació de la plataforma (IMI o un proveïdor extern)
- Valoració de la despesa econòmica de hosting i gestió tècnica
- Recursos tècnics necessaris per al manteniment

14.3. Aspectes d'ús de la plataforma

a. Dinàmica de la plataforma

- D'entrada la plataforma ha de ser el més oberta possible, però ell Community Manager haurà de poder moderar:
 - els actors/perfils (qui entra)

- els continguts (que es publica)
- les interaccions (que es diu)

b. Activitats del moderador

Tasques bàsiques del moderador:

- selecció de notícies
- moderació plataforma
- recerca de recursos

c. Normes d'ús de la Plataforma

A definir.

Dinamització i autogestió

La dinamització, des del punt de vista de la plataforma, té com a objectiu que els integrants de l'ecosistema FlossBCN la considerin una referència de “qui és qui”. Per la idiosincràsia i extensió de l'ecosistema ha de poder ser autogestionat pels propis usuaris. No pot funcionar “top-down” ni de forma centralitzada. La plataforma ha de poder reflectir la xarxa complexa de coneixement que és l'ecosistema FLOSS.

Estructura bàsica

- L'element bàsic de la plataforma és l'usuari. Cada persona que forma part de FlossBCN ha de poder tenir el seu usuari si ho desitja.
- Aquest usuaris han de poder crear pàgines de tipus “entitat”. Cada entitat té 1 o més usuaris “owners”, que són els responsables de mantenir la informació vinculada.
- També han de poder existir pàgines de tipus “projecte”, amb els seus usuaris “owners”.
- En un principi, l'usuari que crea la pàgina d'entitat o projecte és el seu owner.
- Aquests owners poden vincular a altres usuaris a les seves pàgines (per exemple, els empleats d'una empresa, o els integrants d'una comunitat).
- Altres usuaris poden “subscriure's” a les entitats o projectes, per a rebre informació sobre el que es publiqui (notícies o esdeveniments)

- Els continguts i esdeveniments, com a mínim, han de poder-se etiquetar i classificar per diferents conceptes (tecnologia, propòsit, tipologia, etc). El concepte també hauria de poder-es aplicar a entitats i projectes.

Tipus d'informació

- Cada usuari ha de ser responsable de mantenir el seu perfil, amb les seves dades bàsiques.
- Les pàgines d'entitats i projectes també tenen el seu perfil “expositiu”
 - Han de poder contenir enllaços a les pàgines de l'entitat (web, Twitter, FaceBook, LinkedIn, ...)
- La informació dinàmica bàsica consisteix en notícies, articles “blog” i esdeveniments, que són generades i s'associen a les entitats i/o projectes. S'ha de definir l'estructura de cada tipus d'informació.
- Cal que la informació sigui “líquida”, és a dir, pugui moure's fàcilment entre plataformes. Els continguts i esdeveniments han de poder ser també simplement links a altres plataformes i que automàticament el contingut aparegui atractiu a la plataforma (ex. Twitter o Facebook quan enllacen continguts). També amb enllaços a una web empresarial, a un blog privat o a un sistema d'esdeveniments com meetup. La idea és facilitar a l'usuari la creació de contingut a la nostra plataforma sense que hagi de tornar a escriure el que ja ha editat en un altre lloc.
- Facilitat per a enllaçar els continguts a altres xarxes socials - típicament Twitter- i facilitat per a compartir-los amb un click a les xarxes socials de l'usuari (el típic botó “comparteix a Twitter”)

14.3.2. Connexions entre usuaris

- Seria interessant poder tenir un sistema de connexió entre usuaris -tipus Linkedit-
- Qualsevol usuari pot vincular-se a les pàgines de projectes i entitats a mode de “seguidor”, perquè li arribi els nous continguts generats.
- També hauria de poder subscriure a temàtiques -etiquetes-

- Sistema de missatgeria intern

14.3.3. Sistema de recerca

- La plataforma ha de permetre etiquetar els continguts de forma flexible.
- Les etiquetes han de poder ser creades fàcilment.
- Han de poder-se filtrar els continguts, entitats i projectes de la forma més flexible possible. Ex. Esdeveniments d'una temàtica la propera setmana, usuaris interessats en un tema o empreses amb un tipus de coneixement específics

14.3.4. Marketplace

- Seria interessant disposar d'un marketplace, on es puguin oferir i demandar “coses” -feina, participació en projectes, finançament, etc-. Los ofertes i demandes han de “caducar” transcorregut un temps i poder-se retirar un cop cobertes.
- Aquesta estructura hauria de la plataforma hauria de ser una secció específica i clarament separada de la resta. Els usuaris haurien de poder crear i respondre a aquests continguts específics del marketplace.

14.3.5. Continguts “corporatius”

- El propi projecte FlossBCN també ha de poder publicar notícies, articles i esdeveniments:
 - Continguts corporatius, propis de FlossBCN
 - Continguts seleccionats (La “selecció de FlossBCN”). Agregació des de la pròpia plataforma o sistemes externs amb molta facilitat
 - Oportunitats de finançament
 - ...
 - La subscripció a aquests continguts ha de ser automàtica quan un usuari es dona d'alta a la plataforma.
- Generació automàtica de Newsletter

- Seria interessant que la plataforma generés un Newsletter de forma automàtica amb els continguts seleccionats per Community Manager
- El homepage ha de ser la pàgina corporativa de FlossBNC

14.3.6. Secció “Directori de recursos”

Seria interessant disposar d'una secció “Directori de recursos”

- Externs. Selecció de recursos FLOSS externs
- Facilitador d'accés a recursos internacionals
- Propis. Creació de recursos propis en mode Wiki, pels integrants de l'ecosistema

14.3.7. Enquestes i votacions

- Eina que permeti generar enquestes i presentar resultats de forma àgil sobre diferents temes que pugui plantejar el moderador i fins i tot els usuaris.
- Sistema que permeti votar els continguts, per a posicionament a la pròpia plataforma

