



Director:
ALBERT SÁEZ

el45

Preu: 2 €
Diari + Lecturas: 3 €

DISSABTE
11 de maig del 2024

EDICIÓ CATALÀ

CAT

Edició digital:
ELPERIODICO.CAT

el Periódico

ELECCIONS 12M

PANORAMA | P. 6 A 12

David Zorrakino / Europa Press



MÍTING FINAL A LA VALL D'HEBRON

Sánchez aspira a una victòria àmplia d'Illa per «guanyar bé i poder governar»

Nico Tomás / ACN



TANCAMENT DE CAMPANYA A ELNA

«Senyors de Madrid, preparin-se, perquè ja tornem», proclama Puigdemont

Aragonès nega que el duel sigui «cosa de dos» i crida a evitar que el Rei «es passegi per la Generalitat»

Feijóo demana a Bellvitge el vot als simpatitzants de Vox i Ciutadans

Catalunya tanca la campanya amb un pols entre el PSC i Junts i sense aclarir els possibles pactes

A LA RECERCA DE NOUS TALENTS A TIKTOK, YOUTUBE I SPOTIFY

El català en l'audiovisual queda en mans dels 'influencers'

3Cat vol convertir el seu nou canal juvenil en una eina per estendre entre la generació Z l'ús de la llengua ● Cultura ha creat un programa de beques per a creadors de continguts

TEMA DEL DIA | P. 2 A 4

ESTRATÈGIA DEFENSIVA

El Sabadell confia en el rebuig dels petits accionistes de l'opa hostil

PANORAMA | P. 18

ASSEMBLEA GENERAL

L'ONU millora l'estatus de Palestina com a Estat observador

PANORAMA | P. 16

DAVANT L'ATHLETIC

El Barça femení celebra la seva novena Lliga a l'estadi Johan Cruyff

PERSONES | P. 45

Jordi Cotrina



JOVES I CLIMA

Alumnes de secundària imaginem iniciatives contra la sequera

PERSONES | P. 28 | 29



Tema del dia: Aposta del sector audiovisual

IGNASI FORTUNY
Barcelona

En un context d'evident retrocés de l'ús social del català, de canvi d'hàbits ja consumats a l'hora de veure, sentir o escoltar qualsevol tipus de producte audiovisual o no, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) va aprovar a finals del 2022 un pla estratègic per connectar amb una generació, la Z –ells la situen més o menys entre els 16 i els gairebé 30 anys–, amb la qual, precisament, tot això sembla accentuar-se. Del primer hi ha un pupurri alarmant de dades: per exemple, l'Enquesta a la Joventut de Catalunya d'aquell any (2022) deia que l'ús habitual del català entre els joves de 15 a 34 anys era del 25,1% quan el 2007 la xifra era del 43,1%.

Del segon, la CCMA manejava alguns indicadors preocupants: el principal, que menys del 2% del contingut a les xarxes socials és en català. Aquest fet és realment alarmant, més amb l'algorisme fent de les seves, ja que dels seus estudis es treuen conclusions com que el 88,6% de la generació Z entra diàriament a les xarxes socials i passen 3,48 hores amb la pantalla. Si en aquesta pantalla no hi ha oferta en català, ¿què veuran, llegiran, els joves catalans?

Generar contingut

La «bola de neu» –defineix Cristina Villà, directora d'Innovació i Estratègia Digital de 3Cat– de continguts en aquesta llengua havia de començar a rodar ja. Diu Villà que l'objectiu era generar contingut en català per distribuir allà on aquesta generació consumeix l'audiovisual, les xarxes socials. I, alhora, que això es convertís en una eina per estendre l'ús social de la llengua.

A preguntes d'aquest diari, la consellera de Cultura, Natàlia Garriga, considera «fonamental» la creació del canal Sx3, «que ha fet que l'oferta infantil en català passi de la marginalitat a liderar la franja d'edat», així com la creació d'EVA. «Amb aquestes apostes, els mitjans públics en català estan recuperant el seu

paper de referent audiovisual i comunicatiu i es configuren com una potent eina per tornar a fer del català una llengua atractiva per a les noves generacions», defensa. La conselleria que dirigeix ha posat el focus en l'audiovisual i ha augmentat substancialment la inversió en el sector català: de 9,9 milions el 2021 a 34,3 el 2023.

En el record de tots, segurament, aquest precedent exitosíssim que va ser el canal Super3 per a diverses generacions. «Volem crear una nova marca, un projecte amb vocació social first basat en les xarxes socials», comenta Villà sobre el projecte que el juliol del 2023 va començar a caminar amb cert secretisme sota el nom d'EVA, dins del paraigua de la plataforma 3Cat, el Netflix de TV3, però també amb vida pròpia a Instagram, TikTok, Youtube i Spotify.

El secretisme de l'arrencada era, en definitiva, part de la mateixa estratègia. «Era important no crear una cosa paternalista, una cosa com de grans cap a joves.

No volíem boomejar. No volíem caure en aquest efecte contrari que diguessin: 'Això que volen que consumeixi, precisament per això no ho vull consumir'». El cap del projecte ho resumeix així: «Un nou espai de continguts per a joves que s'adaptés als seus hàbits de consum, buscant també generar i recolzar la comunitat de creadors en català, estimular aquesta creació, ser referents de continguts de qualitat

i, sobretot, tractar els temes que els importen des de la humilitat».

L'estratègia de difusió dels continguts a la xarxa, que uneix nombrosos projectes en una sola identitat, és per a l'analista de marca i mestra d'internet Janira Planes un error: «3Cat, en general, intenta arribar a tot el públic possible sense entendre que actualment les comunitats online estan ultrafragmentades». «Inverteixen molts diners en la producció i, comparativament, no estan fent el mateix en la distribució», sentència.

A partir d'aquí, van buscar cares conegudes a la xarxa des de

EVA

La penúltima bala per salvar el català

El canal de 3Cat, enfocat en les xarxes socials, vol recuperar el públic juvenil i, alhora, ser una eina per estendre l'ús social de la llengua en un moment de retrocés

l'experiència de programes ja propis com LOFT, de Catalunya Ràdio. Spursito, que ha desenvolupat la seva carrera com a streamer en castellà, va ser dels primers amb un programa d'entrevistes produït de manera associada amb MonMedia, productora de Jordi Basté. Mateixa empresa que produeix una de les novetats més recents, Xef Marín, programa de cuina amb l'influencer Arnau Marín.

Ja veieu, molts dels espais els condueixen criatures autòctones d'internet (també solen convidar als seus espais altres personatges dels seus cercles d'Instagram). Un producte diferent d'aquests és el que segurament sigui el programa estrella del canal EVA, La Turrà, conduït de manera excel·lent per la *maître* Alba Riera, i produït per La Manchester Radiofònica, de Ricard Ustrell.

Xarxes socials

Però més enllà de programes per a la plataforma 3Cat que després seran condensats en clips per a la xarxa, EVA –amb una treballada plantilla de rostres diversos– té molt contingut pensat estrictament per a les seves xarxes socials: en total ja han collit més de 124 milions de reproduccions amb 5.700 publicacions (a Instagram acumulen 32.000 seguidors i a TikTok, 48.000).

Alguns d'aquests vídeos els fa Ayoub Borbata, un jove fixat per EVA que va arribar a Arbúcies des del Marroc amb 7 anys i que és exemple d'integració a TikTok (240.000 seguidors) amb clips en català amb la seva mare. «Intento donar exemple perquè la gent s'integri, que vegi que tothom pot parlar català, que et pots integrar a partir de la llengua», exposa Borbata, que diu que confia que algun dia pugui viure del seu contingut.

Cristina Villà reconeix que van passar-se «moltes hores a TikTok buscant creadors». També apunta que es van fer càstings anunciats en campus universitaris per seduir rostres interessats en la comunicació sense cap trajectòria prèvia.

Un missatge cap als joves i els futurs comunicadors que, amb el





Silvia Cópulo

La meitat del jovent de 15 a 34 anys parla habitualment en castellà, davant d'una quarta part que s'expressa més en català. La resta utilitza els dos idiomes, i un grup petit parla altres llengües, segons l'Enquesta de la Joventut de Catalunya del 2022. En síntesi, el jovent de Catalunya usa majoritàriament el castellà per a comunicar-se. I la tendència creix. Atès que allò que garanteix la supervivència d'una llengua és que els seus parlants l'usin, si els joves l'abandonen, no hi ha relleu generacional lingüístic.

¿Què hi podem fer? El català forma part de la riquesa cultural de Catalunya i n'és l'idioma propi; però, si no volem que es transformi en una llengua de museu, o que es percebi com un idioma institucional o reverencial, lligat a determinats usos i ideologies, l'hem d'usar en totes les situacions, i cal que es promoguin polítiques positives i simpàtiques adequades a tots els segments de la població.

Les noves generacions no senten la llengua com l'element identitari més significatiu, ni personalment ni com a país. On i com es comuniquen i s'interrelacionen? La resposta és clara: a les plataformes i a les xarxes socials, on influencers i instagramers determinen els marcs mentals, els models i la llengua als seus milers de seguidors. A favor, per tant, que es promogui que els joves usin a les xarxes un català divertit, il·luminador i còmplice (encara que no sigui tan genuí), que els defineixi i generi proximitat emocional.

Personalment, tinc l'honor de coordinar el jurat del premi de curts de cinema Ments Despertades, del Grup SomVía, sobre salut mental i benestar emocional. Hi participen adolescents de secundària, batxillerat i mòduls professionals de centres d'ensenyament de Catalunya. Fer-ho en català puntua. M'impacta veure els codis d'un cinema nou, en què s'inclouen les xarxes com a subllenguatge, en què ells i elles especialment actuen com a protagonistes de la seva realitat emocional. Fent cinema en català desenvolupen la creativitat, el treball cooperatiu del grup, fan salut emocional i donen noves vides al català. Es tracta d'això. ■



De dalt a baix, els 'influencers' Nadine Romero i Alex Tous, presentadors de 'Pisos d'estudiants'; las noies del videopòdcast 'No cardis'; Xènia Casado i Berta Aroca, de 'Loft'; la Turra, i Arnau Marín.

«Els mitjans públics en català recuperen el seu paper de referent audiovisual»

NATÀLIA GARRIGA
CONSELLERA DE CULTURA

«No volíem 'boomejar', crear una cosa paternalista, com de grans cap als joves»

CRISTINA VILLÀ
DIRECTORA INNOVACIÓ 3CAT

«La indústria ja està creada, és molt fort. La pregunta ara és: ¿pot exportar?»

ALBERT LLORETA
ANALISTA DE MARCA

sector amb escasses sortides professionals, des de l'àmbit acadèmic cou. «D'una banda, si volen ser rellevants no poden evitar sentir-se atrets per aquests nous canals i àmbits. D'altra banda, les vocacions més conscients detecten els perills del que s'ha donat a anomenar creació de continguts en comptes de periodisme», assenyala el professor de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), David Vidal. «En aquesta tensió entre voler ser al lloc on avui passen les coses i la inquietud per no haver d'abandonar una feina vocacional de despertar i crítica és on viuen la majoria d'estudiants», sentència.

Vidal també qüestiona l'estratègia de la CCMA d'anar a la recerca del públic jove a través de continguts, tal com diu ell, «de factura clarament diletant». «El desembarcament d'aquests productes, sense coneixements tècnics ni intel·lectuals darrere, només pel fet de convocar una suposada audiència jove que fuig dels mitjans convencionals, és un error que només s'explica des del desconeixement de qui se sent amenaçat per una nova cultura que no comprèn i davant la qual només se li acut comprar el que més brilla a l'aparador sense saber si funciona», sentència.

El realitzador audiovisual Albert Lloreta, fundador de la fàbrica de creació digital La Fera, celebra que «com a país hàgim entès que fa falta regar aquest ecosistema». Precisament, La Fera i la Fundació Carulla també promouen unes ajudes a creadors amb el programa L'Embrí. «Fa falta un impuls perquè els creadors professionalitzin els seus continguts, per crear contingut exportable, atractiu, que surti de la producció per la producció. La indústria ja està creada, és molt fort, en dos anys hem passat de no tenir un ecosistema gaire professionalitzat a tenir molts professionals que treballen de manera estable. La pregunta ara és la següent: ¿aquesta indústria pot exportar? ¿Serem capaços de crear continguts genuïns que en-ganxin fora?». ■

Aposta del sector audiovisual

L'univers de les xarxes socials tenia un forat per als creadors de contingut en català. Els 'influencers' han trobat una plataforma de suport a través d'EVA, el canal digital de TV3 per a la generació Z, que comparteix continguts específicament pensats per ser consumits a internet.

El nou 'star-system' català

ALBA GIRALDO
Barcelona

Juliana Canet

La reina de l'ecosistema d'internet en català

La reina de l'*star-system* català d'internet. Nascuda a Cardedeu el 1999, va ser una de les primeres *influencers* que va decidir crear contingut només en català. Quan va començar a guanyar rellevància, la CCMA va veure en ella l'oportunitat d'acostar els seus continguts al públic jove. Sense pèls a la llengua, alguna vegada s'ha vist involucrada en polèmiques, però s'ha convertit en un dels referents per a les noves generacions.

Sempre s'ha declarat una amant del safareig (és a dir, la premsa del cor), assisteix a catifes vermelles i analitza les últimes notícies dels famosos —amors, ruptures i baralles, principalment. Però també alimenta els seus perfils amb vídeos del seu dia a dia, recomanacions culturals i col·laboracions amb marques en la seva faceta d'*influencer*. Forma part del programa de ràdio *Que no surti d'aquí* de Catalunya Ràdio i és una cara recurrent d'alguns programes de 3Cat.

Instagram: +111 mil seguidors.
TikTok: +100 mil seguidors.



Berta Aroca

Una 'influencer' pionera i sense filtres

Una altra de les pioneres en el món *influencer* en català. La jove de Mataró, de 22 anys, va començar creant continguts en castellà a YouTube, però quan TikTok va començar a agafar força entre els joves, Aroca va decidir fer el salt a la nova plataforma i publicar vídeos íntegrament en català. És amiga de Juliana Canet (en xarxes socials presumeixen de bona relació), de manera que sovint s'uneixen per crear continguts. Debaten sobre temes tan banals com «els noms de noia que mai posarien a les seves filles».

Presenta el programa *Loft d'iCat* amb Xènia Casado. Un espai sense filtres a iCat que últimament li ha portat algun problema. I és que recentment s'ha vist immersa en la seva primera gran polèmica com a *influencer* al criticar Lola Lolita per confessar que no havia tingut relacions sexuals en un mes. Aroca no va trigar a demanar disculpes públicament.

Instagram: +57 mil seguidors.
TikTok: +236 mil seguidors.



Arnau Marín

El xef amb pocs consells culinaris

Conegut per la seva passió per la cuina i les receptes que comparteix a les seves xarxes socials, l'*influencer* (o Xef Marín) posa a prova les habilitats culinàries d'algunes de les personalitats catalanes amb més repercussió a internet al seu programa d'EVA. Això sí, com ell mateix deixa clar, a través dels seus vídeos no pretén donar consells gastronòmics perquè no és xef professional. Mentre prepara diferents plats amb alguns *tiktokers*, conversa amb ells sobre temes de debat a internet.

Tot i que al seu programa de 3Cat parla en perfecte català amb els convidats, en els seus perfils de les xarxes socials prefereix utilitzar el castellà. Poc se sap de la seva vida sentimental més enllà que fa gairebé un any va sortir a la llum la seva relació amb la també *influencer* Paula Gonu. Mesos després van anunciar públicament la seva ruptura i van confirmar que mantenien una bonica amistat.

Instagram: +449 mil seguidors.
TikTok: +196 mil seguidors.



Spursito

De la Kings League a presentar un programa

El seu nom real és Martí Miras. Després d'haver-se fet conegut a través de YouTube, aquest *streamer* andorrà ha format part dels últims esdeveniments més importants d'internet, com la Kings League de Gerard Piqué i Ibai Llanos (com a president de l'equip de futbol Rayo de Barcelona), en La Vetllada de l'Any (com a presentador de la primera i competint en la segona) i en el GTA espanyol *Marbella Vice* (amb el seu popular personatge Juan Demonio). A Twitch, és un dels creadors amb més seguidors; acumula més d'1,4 milions.

Miras va confessar que el salt a EVA i al contingut en català li feia «molta il·lusió». En el seu programa *Spursito & Company*, l'*streamer* entrevista personatges coneguts. Pel seu plató ja han passat el presentador Carles Porta, el cantant Miki Núñez, el director J.A. Bayona, el Mago Pop i el mateix Piqué, entre d'altres.

Instagram: +829 mil seguidors.
TikTok: +1,8 milions de seguidors.



Cèlia Espanya

La defensa de les varietats dialectals catalanes

La *tiktoker* és una de les últimes integrants de l'*star system* català d'internet. Nascuda a Amposta, la creadora de contingut es va fer viral en un primer moment després del seu pas pel programa de Cuatro *First dates*, en què va declarar que buscava un «catalanet» (sense gaire èxit, ja que li van presentar un noi de Londres que vivia a Elx i la seva cita va fracassar). Espanya a poc a poc va començar a compartir vídeos del seu dia a dia a TikTok i, després de guanyar rellevància a internet, va fitxar per 3Cat.

La jove recentment va rebre el premi a la Innovació de Plataforma per la Llengua per la seva defensa i promoció de la llengua catalana i, més concretament, del seu dialecte. La jove defensa que la seva arribada a EVA suposa un gran pas perquè l'accent de les Terres de l'Ebre s'integri a l'«escenari mediàtic». A 3Cat participa en programes com *Clímax* i sol exercir com a reportera de carrer.

Instagram: +33 mil seguidors.
TikTok: +22 mil seguidors.