



MANEL VIDAL i CLÀUDIA RIUS

«Productes fets a Internet, com ‘La Sotana’, estan fent la feina que hauria de fer la CCMA»

Manel Vidal i Clàudia Rius són dues de les persones que hi ha al capdavant de dos dels podcasts de moda en català. El primer és un dels responsables de *La Sotana*, “un programa d’esports, és a dir de futbol, és a dir, del Barça”; la segona del *Gent de Merda*, l’espai mil·lennista per excel·lència. Nascuts un el 1989 i l’altra el 1994, reflexionen sobre com és o hauria de ser l’oferta audiovisual en llengua pròpia.

Per Xavier Puig i Sedano / @xavierps7
Fotografies de Sira Esclasans

S’estan fent podcasts en català per sobre de les possibilitats?

—MANEL VIDAL: Jo crec que n’estem fent per sota. És molt incipient ara mateix. *La Sotana* va començar el 2014. No vam ser el primer ni molt menys. Jo n’havia fet un el 2013, que llavors sí que era una cosa bastant anecdòtica. Ara comença a haver-hi una mica d’oferta, però no em sembla molt variada.

—CLÀUDIA RIUS: Fora ha explotat fa temps, aquí anem una mica tard. Potser perquè tenim molta cultura de ràdio. Sí que és veritat que ara la gent comença a fer-ne i escoltar-ne. Ajuda que Spotify hagi obert una secció on te’ls trobes. Abans havies d’anar a plataformes com iVoox, que la gent més jove no té. De superfamosos només hi ha *La Sotana*, però. A la resta els escolta poca gent.

—Per què està creixent aquest sector?

→ —MV: En part perquè s'ha fet més fàcil l'accés. En part per una concatenació lògica. Si en altres països ja se n'estava fent...

—CR: Crec que ara se n'estan fent més perquè tenim referents que han funcionat. En aquest cas, *La Sotana* és important. Tot i que ja se'n feien abans. Hi havia un podcast de tecnologia que es diu Mossega la poma.

—Per tant, per fer el *Gent de Merda*, els ajuda el fet que hi hagués *La Sotana*?

—CR: Jo estic segura que si no hi hagués hagut *La Sotana*, o algun referent... D'on treus les idees?

—D'on les va treure Manel Vidal les idees?

—MV: Jo en feia un, en aquell moment, que era extremadament amateur sobre converses absurdes. Impossibles d'escoltar. Es deia *Port-Au-Prince Young Hostel*. Ho feia amb gent que venia del podcast musical. Tenien gràcia perquè eren gent amb bon gust musical i alhora era com si fos un paio en un búnquer. Tenia aquesta gràcia. Aquesta és la referència que jo tenia en aquell moment. No n'escoltava, d'americans. Tu n'escoltes?

—CR: Jo sí.

—MV: *La Sotana* sorgeix del fet que jo fes això i que hi hagués un grup de WhatsApp on parlàvem de futbol. Vam decidir fer el mateix, gravar-ho i publicar-ho. Amb la petita trampa que teníem un amic tècnic de so, que facilita les coses.

—CR: Per mi els referents eren reportatges curts anglesos. Com els de la BBC. Però, per exemple, la Rita de *Gent de Merda* n'escoltava moltíssims.

—MV: Jo tinc amics que també. Un podcast d'economia que es diu *Planet Money*, el serial que va ser un fenomen que va anar creixent...

—CR: Jo n'escoltava un que es deia *Death, Sex and Money* que parlava de sexe i diners.

—Quina és la clau perquè productes com els seus funcionin?

—CR: Jo crec que ser propers i no voler semblar res. A l'hora de crear *Gent de Merda* dèiem que havia de ser una conversa de bar amb quatre noies i un micro. Això és el que fa que la gent se senti identificada i tot flueixi.

—MV: Al principi, ens passava que els nostres referents eren programes de ràdio *mainstream* catalana. Com més ens vam allunyar d'intentar imitar allò, més va funcionar. Es va fer més interessant.

—CR: No cal que t'assemblis a la ràdio. Tampoc en la tria de temes, no cal que et cenyeixis a l'actualitat. Vam portar la Núria Graham, que acabava de treure un disc, i no li vam preguntar sobre el disc. Ja en parla tothom.

—La sensació és que els seus podcasts beuen molt de Twitter. Teniu la sensació que el vostre nínxol de públic ve molt d'aquesta bombolla del Twitter català?

—MV: La tenim moltíssim aquesta sensació. Era autoconsum. Beviem de Twitter en el sentit que uns quants de nosaltres ens vam conèixer allà. A més



a més, la promoció era tota per Twitter i la majoria dels oients venien d'allà. Fa un parell d'anys, vam aconseguir trencar aquesta barrera amb la solució de penjar-ho a YouTube. Un cop la gent es pot subscriure directament al producte, trenques una mica la bombolla. Ara, em sembla a mi, sortim del món de Twitter.

—CR: Costa molt. Quan vam començar, jo tenia clar que no volia que semblés una cosa de Twitter i que convidéssim la gent de Twitter. Perquè al cap i a la fi som els mateixos i és una franja que ja està molt coberta pel que fa a consciència i llengua. Volia que fos una cosa per a joves o per a gent que no estigués a Twitter. Al final, però, hi acabem caient perquè la gent amb qui ens movem o trobem interessant, en gran part, és a Twitter. Intentem sortir de la bombolla, però, de moment, hi estem completament. M'agradaria que gent castellanoparlant o no indepe escoltés *Gent de Merda*.

—MV: A *La Sotana* sí que hi ha una franja que ens escolta, a qui no li agrada el futbol, no és del Barça o, fins i tot, no és catalanoparlant. Tot i que el gruix és catalanoparlant i indepe.

—Hi ha gent a qui el futbol no li agrada que escolta *La Sotana* i gent a qui no li interessin els continguts que escolta el *Gent de Merda*. Per què creieu que passa?

—CR: Al final no atrapes a la gent pels continguts, sinó pel que se'n desprèn. Com que al final parlarem de coses que traspassen el camp d'especialització del convidat, potser t'interessa igual i t'ho passes bé.



—**Enfocaven algun target concret quan pensaven el podcast?**

—MV: Nosaltres no vam pensar cap línia estratègica. A mesura que ho vas fent, t'adones que arribes a un *target* en concret, de gent que està a la universitat o l'acaba d'acabar, sobretot. I gent que era crítica amb la junta directiva del Barça. Això s'ha pogut ampliar amb el temps.

—CR: Nosaltres volíem que fos un programa per a la franja jove i en català. Que parlés de coses que normalment en català no es parlen als mitjans. Esperem que sigui gent molt variada.

—**Trien el català com a llengua d'ús. Es fixen en el català que fan servir?**

—MV: A mi m'ha passat una cosa: al principi era molt espontani, però amb el pas del temps, per una decisió política, m'hi he anat fixant. Fins i tot en una cosa secundària com el fet que els referents que faig servir al guió també siguin de l'imaginari català. Tenim la tendència, per l'hegemonia cultural castellana o anglosaxona, de buscar referents que no siguin els nostres. Si has de parlar d'un segrest, durant molts anys hem parlat d'Ortega Lara. Però, aquí hi ha la farmacèutica d'Olot, que és un referent 100% català.

—CR: Jo no m'hi fixo. Però, no m'hi fixo conscientment. Hi haurà gent que trobarà que parlem malament el català i que diem castellanismes o anglicismes. Clar que puc parlar bé el català, i quan escric a Núvol ja m'hi fixo i l'escric bé. Però, quan estic parlant a *Gent de Merda*, crec que el català que faig servir afectarà molt al to que tingui el programa. Vull sonar natural i espontània.

—MV: Com a persona que vull que es facin coses en català i vull que els meus fills parlin català, el més important és que hi hagi volum. Que hi hagi el *Gent de Merda*, *La Sotana*, *La Penúltima*... Però, darrerament, he començat a pensar més en la correcció del català. Encara que la pugui sacrificar, m'he anat fixant en quina mena de català estem parlant. Tenim una cosa, els catalanoparlants, sobretot els de l'àrea metropolitana de Barcelona, que fa que les coses que són punyents, molen o són insults ens surtin en castellà. Tinc una guerra amb mi mateix per dir coses en català que potser no sonen tan naturals. Després, si el català pot ser genuí... de puta mare.

—CR: La doble batalla és entre ús i genuïtat. Hi ha llocs on el català ha de ser més genuí. Llocs amb més audiència, com ha passat amb *La Sota-*

na. En el cas de *Gent de Merda*, que tampoc ens escolta tanta gent, jo prioritzo l'ús.

—**El fet que algunes de les persones del món del podcast hagin fet el salt als mitjans *mains-tream* ajuda a fer que hi hagi més oferta en català?**

—MV: No sé si la gent fa el càlcul. Crec que la gent que es posa a fer podcast bàsicament vol dir coses. Això és l'hòstia. Dir coses amb els teus amics és el millor pla de la història. És com tenir un grup de música sense haver de saber tocar cap instrument.

—CR: A nosaltres, el típic *hater* de Twitter, ens va preguntar si creàvem això perquè volíem arribar no sé on.

—MV: La gent té idees que no havies tingut tu encara.

—CR: També hi havia la sensació que teníem coses a dir, zero espai als mitjans grans, perquè no sabem com hi hem d'entrar, i la nostra veu quedava absolutament invisibilitzada. Si Internet ens permet crear-nos l'espai, fem-ho.

—MV: També és una mica generacional això de primer fer una cosa i després ja es veurà... A més, els productes on treballem sempre seran diferents de la cosa que fem a fora. El podcast i Internet et donen una llibertat que fa que continuï sent diferent. I quan dic diferent, vull dir millor.

—CR: Una de les coses que fa únic *Gent de Merda* és que no hi ha absolutament ningú per sobre ni per sota.

—MV: T'ho sents més propi.

—CR: Vaig crear *Gent de Merda* perquè tenia ganes de fer una cosa meva.

—**Fins a quin punt els va marcar el fet que, quan eren més joves, a la televisió pública en català hi hagués un espai com el 3XL o programes com *Bola de Drac*...?**

—MV: Ens marca segur. Una cosa de la qual en aquell moment era inconscient és que et crea un imaginari col·lectiu propi. Els primers referents audiovisuals que tinc són catalans.

—CR: El que és supervaluós és que allò era la normalitat absoluta. Nosaltres no ens plantejàvem que miréssim continguts en català. Era normal. Això és el que és desitjable.

—MV: No ho tinc molt pensat. Són decisions polítiques de gent en despatxos que poden assolir una normalitat com va passar en els dibuixos, o no fer-ho, com va passar amb el rock català. Són decisions polítiques semblants.

—CR: Per què dius això del rock català?

—MV: Era més artificial. Bé, potser la gent s'ho va creure en aquell moment.

—CR: Jo m'ho creia. Formava part del que era normal.

—MV: Carles Sabater és un altre exemple de referents. En la cosa fosca i negra, està bé que hi hagi referents en català.

→ —Vol dir que també enganxa el fet que els seus programes parlin de coses tabú o en un llenguatge poc formal...

—MV: Sí. Això costa poc si tens complicitat amb la gent que estàs. Són diferents tipus de tabús. El *Gent de Merda* són tabús...

—CR: Som blanquíssims...

—MV: No tant. Quatre noies parlant de sexe, és lamentable, però és tabú. No es fa molt en català.

—Tenen algun referent preferit del que miraven en català?

—CR: Les *Espies de veritat*, que eren quatre noies. També hi havia una que la cançó deia "ferros, la vida és complicada".

—MV: Bola de Drac, Musculman, Shin Chan, l'Arale...

—CR: El Detectiu Conan!

—MV: El mateix Super3. El Tomàtic és una de les deu figures més importants de la meua vida, tranquil·lament. Crear aquell cosmos propi, va funcionar molt.

—Els preocupa que les generacions que venen no trobin aquests referents en català?

—Tots dos: Moltíssim.

—MV: La Internet, que ens ha donat moltes coses bones, té el problema que ha democratitzat moltíssim, en el mal sentit de la paraula, l'accés dels infants a l'animació.

—CR: Hi ha tants problemes. Un és que les administracions públiques han anat tardíssim i no han apostat pel català en plataformes com Netflix o HBO. Un altre és que la gent gran, quan van arribar aquestes plataformes, no entenia què estava passant i les van comprar totes. I a l'hora de tenir fills, potser no van entendre que potser sí que els calien aquests referents en català.

—MV: Segur que hi ha responsabilitat per part dels pares. Ara bé, quan el teu fill plora, i jo no soc pare, el que vols és que calli. Si el que els fa callar és *La patrulla canina*, doncs fot-li amb *La patrulla canina*. La responsabilitat és totalment de l'Administració, de les televisions públiques i de les productores del seu voltant que no han fet cap mena de gest. Quan peta la crisi, l'aposta de l'Administració és la cosa barata. Deixen de prioritzar els dibuixos i aposten pel contingut fàcil i amb un retorn més immediat com l'*Esport 3*, el futbol o la fórmula 1. Ningú es plantejava deixar de pagar la lliga de campions. No sé qui va prendre la decisió, però és terrorista.

—CR: És el problema de pensar a curt termini. Hi haurà molta gent que mirarà un partit del Barça, però a llarg termini no estaràs creant futurs espectadors del teu canal. La culpa majoritària la té les poques ganades d'estar al dia i d'adonar-se què està passant al voltant de la CCMA. Productes fets a Internet, com *La Sotana*, estan fent la feina que hauria de fer la CCMA, la Generalitat i



les productores. Ja els ho poden agrair. Hi ha algú que està portant un pes que no l'hauria de portar.

—Si la presidenta en funcions de la CCMA, Núria Llorach, els pregunta què cal fer, què li dirien?

—CR: Que cal tornar a apostar i que la pasta vagi per productes per als més petits. Els diria que apostin per contingut digital, però fet de baix a dalt.

—MV: Per a mi és la clau. Que deixin d'agafar la gent com la màquina de les fires que és un ganxo i que subvencionin i posin pasta perquè la gent creï amb llibertat. Si cal, publicant només a Internet.

—CR: Per què funciona la Juliana Canet? Perquè és l'espontaneïtat pura. Això passa perquè és ella. És aquest tipus de contingut al que has de donar suport. No has d'agafar una cosa que triomfa i portar-la al teu context, és també el context el problema. La gent no vol veure coses ultrapreparades. S'ho carrega. Mata persones, mata talents.

—MV: Com a espectador, el filtre de TV3 sempre es carrega l'espontaneïtat de les coses. Per exemple, els Venga Monjas quan van anar a l'APM?. No sé quina és la solució.

—CR: És molt difícil per a la CCMA, perquè es tracta de canviar tot el seu model de funcionament. És molt difícil.

—MV: És un transatlàntic.

—CR: El que fan ara és adquirir idees i fer-les. No han de funcionar així. Han d'intentar estar atents al que està funcionant i fer que tirin. Ha de donar la sensació que es mouen per elles soles, que no els tapa el paraigües de TV3.

—MV: Cal invertir en creadors joves. A part d'invertir en Internet, la CCMA hauria de fer-ho en continguts que no acabin arribant a TV3, per evitar que la gent que fa contingut bo en català es passi al castellà. Si no és imprescindible, no cal posar-hi la mosca de TV3. ●