

diumenge, 12 d'abril de 2026

L'estratègia darrere la pantalla: Entre la creativitat i el col·lapse

El grup de xarxes socials s'ha construït al voltant d'una pregunta que ens persegueix constantment: com és possible dedicar-se 24/7 a generar contingut i, alhora, continuar sent persones funcionals? La realitat és que, sovint, l'objectiu i la pràctica entren en conflicte.

El nostre repte és clar: dotar la Setmana de la Comunicació d'un enfocament **jove, fresc i actual**. Però aquest objectiu ens planteja dubtes inevitables: què defineix realment el contingut "jove"? És suficient l'ús de memes o estem caient en tòpics? Dir "icònic" a tot arreu és una decisió comunicativa o simplement una falta de recursos? I el més important: ho entendreà l'audiència o estem creant un codi que només desxifrem nosaltres?

A nivell pràctic, la nostra feina és un cicle infinit: pensar idees, descartar-les, recuperar projectes oblidats i, finalment, publicar amb l'esperança que l'algoritme ens sigui favorable. Tot plegat ens porta a preguntes existencials: això que hem creat és realment graciós o resulta forçat? Ens estem esforçant massa o ens hem quedat curts? Qui ha validat aquesta publicació? (Quan la resposta som nosaltres mateixos, sabem que estem en terreny perillós).

Un dels elements clau de la nostra tasca és simular espontaneïtat. Però la veritat és que darrere de cada story hi ha més debat i anàlisi que en qualsevol grup de WhatsApp a altes hores de la matinada. Res és realment casual, per molt que ho sembli.

Ser el grup de xarxes també implica gestionar una percepció externa errònia: la idea que "només estem amb el mòbil". Sí, ho estem, però cada minut de pantalla amaga una estratègia, una gestió de crisi i, per què no dir-ho, una bona dosi de pressió. Hem buscat transmetre una comunicació viva i amb sentit de l'humor; sense aquesta vàlvula d'escapament, el projecte hauria estat insostenible.

Així que, la pròxima vegada que algú pensi que la nostra feina és senzilla, que es faci aquesta pregunta: seríeu capaços de gestionar aquesta producció constant de contingut i memes sense perdre la vostra **identitat digital** pel camí?

Nosaltres seguim buscant la resposta. Però, de moment, aquí seguim.

Atentament,

El grup de xarxes socials (Setmana de la Comunicació)

