

La importància de la tele convencional

«*És molt més fàcil guanyar batalles i créixer en un entorn TDT mancat d'oferta en català que no pas guanyar-les a la immensitat d'internet*»

Recentment, Plataforma per la Llengua ha publicat un estudi sociolingüístic fet als instituts de Valls on s'explicava una dada reveladora: un 62.7% dels alumnes adolescents dels centres miraven la televisió convencional. Els canals més mirats eren FDF, Antena 3, TV3, Neox, Disney Channel, Telecinco i Boing. És a dir, tots els que emeten sèries de ficció, la quota generalista catalana representada per TV3, i la quota generalista espanyola representada per Antena 3 i Telecinco. Aquestes dades recollides a Valls encaixen amb els estudis internacionals i també amb el tipus de consum que fan els alumnes adolescents que he tingut els darrers anys a l'àrea metropolitana de Barcelona i que em fan tenir claríssim que la televisió lineal està ben viva.

És per això que cal combatre la idea -fruit de la simplificació de determinades reivindicacions- que la televisió convencional està condemnada a desaparèixer perquè les noves generacions ja no la fan servir. No. El problema amb el consum de televisió convencional entre les noves fornades de catalans no és que no la mirin, és que no tenen canals autocentrats en català i que, per tant, miren altres coses i tenen referents només en una direcció cultural i lingüística. Referents i móns que, per cert, acaben tematitzant els seus TikToks, *stories* i tuits. Perquè allò que cal entendre és el fet multiplataforma del consum de mitjans dels joves, que no té res a veure amb la linealitat, i si no que li preguntin a Twitch: la seducció al vol funciona.

El rei de la simplificació del consum de mitjans entre els joves és el director de TV3, Vicent Sanchis, que cada cop que té un micròfon a davant es dedica a dir que no veu clar obrir un canal juvenil de TDT "perquè no està clar que els joves consumeixin televisió convencional". Res més lluny de la realitat, les noves fornades consumeixen televisió de manera diferent, però i tant que miren l'enèsima repetició d'*Aquí no hay quien viva*, *Padre de familia*, *La isla de las tentaciones*, *Modern family*, i qualsevol cosa que se'ls posi per davant a la TDT i els quadri una mica. No, no cal fer servir més com a argument per no invertir en un canal juvenil potent que "els joves no miren la TV" i que per això val més continuar gastant-se tots els diners en el rumb televisiu envellit dels darrers 10 anys.

Busqueu-vos una altra excusa per no sortir de la vostra zona de confort perquè els joves sí que miren la TDT, i si us digneu a invertir diners en la seva franja d'edat, trobareu els consumidors. I no només això, sinó que creareu referents i podreu influir creant diàleg entre el contingut que emetreu i allò que els joves catalans crearan a les xarxes. A més, des del cantó professional podreu impulsar figures catalanoparlants que no invisibilitzin el català a les xarxes. És molt més fàcil guanyar batalles i créixer a un entorn TDT mancat d'oferta en català, que no pas guanyar-les a la immensitat d'internet: és més fàcil competir contra 40 canals que no pas contra milions de milions de creadors.

Fa un parell de setmanes estava fent zàping a la nit, amb un ull al maleït Twitter i un altre a la TV del menjador, i vaig quedar-me enganxat al canal Esport 3, on emetien el programa Onze, d'actualitat esportiva. No és un programa que miri habitualment, de fet, era el primer cop que el mirava. Just en el moment en què vaig posar el canal, el presentador, en Francesc Garriga (que vaig pensar que tenia prou gràcia), explicava la dinàmica d'un concurs que estava a punt de començar en directe, i on els telespectadors podrien participar a temps real mitjançant Kahoot!, la plataforma de concursos personalitzats que s'empra a totes les classes de Catalunya, i d'arreu del món.



La meva sorpresa va ser quan en qüestió de només un parell de minuts, mil persones havien decidit anar al web de Kahoot!, i fer la gestió per participar en el concurs, que bàsicament consistia a respondre preguntes de la vida de Messi: si havia nascut aquí o allà, o si era de Newell's o River. La gràcia i la motivació pels usuaris que van decidir participar era aconseguir colar un nom d'usuari graciós a la pantalla d'un canal de la TDT, i feien servir els mateixos jocs de paraules divertits que els professors ens trobem a classe.

La dada no és baldera, mil interaccions aconseguides en segons, mil conversions, mil persones disposades a interactuar amb un programa durant deu minuts, i no és baldera perquè aquest fet implica que hi ha milers de joves de *nick* graciós (com a les classes d'ESO, batxillerat i FP) mirant aquell canal de TV, tot i tenir el canal Esport 3 només un 0.5% de quota de pantalla. Imagineu-vos amb calés i estratègia, quina bomba multiplicadora podria ser un canal lineal pensat per joves i amb lògica multiplataforma. Espavilem. Un eventual govern PP-Vox ens hauria de trobar amb els deures audiovisuals fets (a la CCMA i a la llei audiovisual del Congrés), i a poder ser ben rodats.