

Joves i televisió: l'experiència de Televisió de Catalunya

Youth and television: the Televisió de Catalunya experience

Raül TIDOR
Canal 3XL

RESUM

El català *mola*? Si ens referim que el català pot ser una llengua d'ús habitual en els mitjans de comunicació quan es vol abordar un públic jove, podem dir que el català *pot molar*. Dependrà, però, de com juguem les nostres cartes. L'aparició del Canal 3XL,¹ adreçat a públic jove, ha suposat un repte per a la creació de models lingüístics que equilibrin l'observació de la realitat, la creativitat i la tradició.

L'article exposa com cal treure profit de les possibilitats que obre el món actual i com es poden assolir models que permetin connectar amb el públic jove. S'ha procurat construir un model normatiu però alhora viu i fresc, que incorpori el llenguatge dels blocs, de Facebook o dels SMS (amb la fragmentació del discurs que això comporta), i que permeti afirmar, sense cap mena de dubte, que el català *mola*.

PARAULES CLAU: ús social del català, joves, mitjans de comunicació, televisió, consum cultural.

ABSTRACT

Is Catalan “cool”? If this means that Catalan can be a language that is ordinarily used in the communication media when seeking to reach out to young people, it may be said that Catalan can be “cool”. It all depends, however, on how the media play their cards. The appearance of Channel 3XL, which is addressed to young people, has faced the challenge of creating language models that strike a balance between the observation of reality, creativity and tradition.

This paper describes how advantage should be taken of the possibilities offered by today's world and how to achieve models that will allow young people to relate to the media. It has been sought to build a model that is prescriptive as well as fresh and lively; that incorporates the language of blogs, Facebook or text messages (with the fragmentation of the discourse that this entails), and that will allow it to be affirmed, beyond the shadow of a doubt, that Catalan is “cool”.

KEY WORDS: social use of Catalan, youth, communication media, television, cultural consumption.

CORRESPONDÈNCIA: Raül Tidor. Televisió de Catalunya. C. de la TV3, s/n. 08970 Sant Joan Despí. Tel.: 934 999 333.

1. Va deixar d'emetre l'1 d'octubre de 2012. (N. de l'e.)

El català *mola*? És una pregunta fàcil de formular, però difícil de respondre. Puntualitzem què volem dir amb la pregunta. Vol dir que el català pot ser una llengua d'ús habitual (normal i normalitzada) en els mitjans de comunicació quan es vol abordar un públic jove? Que el català que els joves veuen i senten a la televisió pot ser vist tan a prop com el que fan servir a Internet? Si tot plegat s'engloba dins la pregunta, llavors podríem respondre: «sí, el català *pot molar*». I ho pot fer depenent de com juguem les nostres cartes. Perquè, al capdavall, els mitjans audiovisuals s'alimenten de diverses fonts com ara la creativitat, la tradició i, sobretot, la realitat. Tinguem-ho sempre present: la realitat és el punt d'arribada i de tornada dels mitjans de comunicació, la seva font d'inspiració i el seu gran destinatari. És una realitat que hem de «vestir» amb capes de creativitat, tenint molt present la tradició, que seria tot l'equipatge que portem a l'esquena i que ens pot donar més joc del que ens pensem. Depenent de quina proporció fem servir a la nostra fórmula entre l'observació de la realitat, la creativitat que li afegim i les picades d'ullet a la tradició, arribarem al nostre públic o serem rebutjats. Depenent de la proporció, ens veuran com a imaginatius i divertits o com a grotescos i paròdics.

I en el cas dels joves, aquest equilibri és especialment delicat, i un sol moviment en fals ens farà travessar línies que trenquen el nostre discurs. Quines cartes hem de jugar, doncs, perquè el català *moli*? D'entrada, una obvietat: per arribar als joves, o bé has de ser jove o bé tenir esperit jove. O ets un d'ells o bé has de pensar com ells. Si no compleixes cap d'aquestes condicions, ho tens una mica magre... o *xungo*, que dirien ells.

De fet, el que és tan obvi en el fons no és tan habitual com pot semblar. A Anglaterra, el canal E4 (la branca juvenil del Channel 4, canal que va néixer als anys vuitanta com a alternativa «jove» a l'adult i encarcarada BBC) va donar llum verda a un projecte amb una equació lògica: una sèrie, barreja de drama i comèdia, dirigida a joves i escrita per joves, per guionistes d'entre vint i vint-i-tres anys. La majoria d'aquests guionistes no tenia experiència prèvia a televisió, i provenia de la blocosfera, de les xarxes socials, de lideratge d'opinió al 2.0. Resultat? *Skins*, un èxit total entre els joves, que destacaven sobretot la versemblança de les històries i el llenguatge dels protagonistes. Normal. Els personatges de les sèries parlen i fan coses de joves perquè està escrit des de l'experiència, des de la realitat més pròxima. Sembla lògic i natural, però traslladem-ho a les sèries i programes fets a Espanya i a Catalunya i d'idèntica temàtica. Són qualsevol cosa excepte creïbles, versemblants. I, per descomptat, pocs dels guionistes d'aquestes sèries solen estar a la vintena. Seria recomanable adoptar el model *Skins*? No sé si aquesta és la gran solució, però ens hauria de fer reflexionar sobre com assimilem la realitat en els nostres discursos. D'entrada, s'hauria de traduir i ser conscient dels usos i hàbits que envolten els joves.

Abans d'entrar en detall, hem de tenir en compte un fet que es repeteix generació rere generació: el jove és radical. Els seus judicis de valors se solen moure en dos extrems: *mola vs. és una puta merda*. Així, sense matisos. Sense raonaments sofisticats. Blanc o negre. Es pot canviar l'expressió, però el missatge serà el mateix: o sabem captar el seu ritme natural o el rebuig serà total. Acostar-se als joves no ha estat mai

fàcil, i l'àmbit lingüístic no n'és cap excepció. El salt generacional no és nou, però els usos i hàbits que marquen la realitat dels joves han canviat moltíssim la darrera dècada. Actualment, els joves dediquen bona part de les seves hores de lleure a Internet i videojocs. La televisió (amb les cadenes de televisió al capdavant) ha deixat de ser la pantalla que mana, per posar-se a la cua dels murs de les xarxes socials, els avatars dels jocs multijugadors en línia, etc. Amb ells, arriben neologismes, barbarismes, anglicismes i més *ismes* que sovint se'ns escapen. La lectura es fragmenta, els discursos llargs i en bloc perden terreny davant la immediatesa, i els salts entre petites unitats d'informació es mengen els discursos lineals. I tot d'una, els mitjans «tradicionals» ens quedem bocabadats, sense capacitat de reacció. Què fem? Insisteixo: no podem negar aquesta realitat, i les possibilitats que ens obre. En comptes de fer veure que no passa res, hem d'afegir a aquest públic acostumat a la rapidesa i a la fragmentació de missatges tot el que comporta la creativitat i la tradició. Sona fàcil, però no ho és gens ni mica.

Podríem triar molts àmbits lingüístics per veure com es pot aplicar aquesta «fórmula», amb alguns de ben obvis com ara el tecnològic, però un que sempre m'ha cridat l'atenció és el dels insults. Si obviem els més barroers, els insults diuen molt de la cara més escatològica, divertida i surrealista del català. Però a l'era d'Internet, de la globalització i de la connexió total, quan hem de crear textos, discursos i situacions que incloguin insults i girs propis dels joves, salta la sorpresa. No és tan obvi i fàcil com sembla. Per exemple, als patis de les escoles de la plana de Vic (d'on és un servidor) amb una majoria desbordant de catalanoparlants, els nens s'insulten en castellà. I això és insòlit, perquè si alguna cosa som els catalans és un poble ric en escatologia, metàfores florides i jocs de paraules que involucren panteons familiars i religiosos. Llavors, per què els joves s'insulten en castellà? Doncs, perquè a moltíssima gent li sona més insult, més fort i més dur. I tot és una qüestió d'hàbit, del que el públic dona per fet que és habitual. El cine n'és una bona mostra: ens sona igual una seqüència de Tarantino en castellà i en català? No, perquè en la majoria de casos hem vist aquestes pel·lícules directament doblades al castellà, i ho donem com a normal i prevalent. Per tant, d'entrada, el que tenim és un problema d'hàbits. De debò ens sona més fort i dur «hijo de puta» que «fill de puta»?

Pitjor encara: estem tan acostumats a sentir certs productes audiovisuals en castellà que, quan els traductors i actors de doblatge han introduït la creativitat, ens ha sonat estrany. És a dir, sona a realitat adulterada i els joves ho rebutgen. Afortunadament, no sempre és el cas. Tenim casos en la nostra història recent que demostren que, si juguem bé els tres elements comentats anteriorment, la connexió amb el públic jove és possible. És ben conegut el cas de la sèrie *Bola de drac*, que arriba primer en català (amb un sonadíssim *boom* entre els més joves, a inicis dels anys noranta) i després a la resta de la Península. Un dels personatges de la sèrie, en Vegeta, recollia el testimoni de gran insultador del capità Haddock de *Tintín* per obrir la capsula dels trons. Vista la impossibilitat de traduir literalment els insults japonesos, es va optar per recórrer a la tradició, a paraules en desús per a la majoria de joves. En boca d'aquest personatge, amb un context d'animació i aventures, l'efecte va ser fulminant:

superat el «xoc» inicial, els joves recuperen expressions «antigues» i les adopten com a pròpies. Quan veuen l'equivalent castellà, no ho veuen més dur, sinó més artificial i infinitament més pobre. Per tant, hem invertit el flux de manera natural. Frases com «ets un tifa», «ets un baliga-balaga» i altres frases d'en Vegeta han marcat diverses generacions de catalans.

Uns altres personatges que també van crear escola als anys noranta van ser els de la sèrie anglesa *Els joves*. En aquesta sèrie hi havia una suma d'incorreccions, argot de carrer i surrealisme sense frens. Era del tot impossible traduir literalment el que deien els personatges; per tant, es va optar per afegir-hi girs lingüístics propis del català i frases tretes de la realitat del moment, com el mític «ei, tios» del *hippy* Neil (inexistent en la versió original), que han creat escola. Potser el model lingüístic d'*Els joves* era un dels referents de la sèrie *Plats bruts*, plenes de *tios*, *buenos* i *vales*. Segur que a més d'un li xiulaven les orelles, però la sèrie va assolir una fita que encara és hora que una altra sèrie de producció pròpia repeteixi: els nens imitaven els personatges a les escoles. I això vol dir que també imitaven el que deien personatges tan entranyables com en López i en David: barbarismes, incorreccions diverses i alhora paraules cent per cent catalanes integrades en un discurs coherent, fluid i natural.

Ara bé, què passa quan l'any 2010 es crea un canal com el 3XL² adreçat al públic jove? Doncs que no podem replicar exactament cap dels mecanismes de les sèries anteriors. Les sèries *Misfits* i *The Inbetweeners* en són una prova, perquè tenen un llenguatge que va molt més enllà que qualsevol dels exemples anteriors: són sèries més crues, directes i més farcides d'argot de carrer. La realitat ha canviat, i el llenguatge de les noves sèries també. Els lingüistes dels estudis de doblatge i de TV3 van entendre la peculiaritat del canal i de les sèries, la necessitat de tenir un llenguatge normatiu sense perdre la frescor de carrer que transmeten aquestes sèries. El resultat ha merescut elogis de la nostra audiència. Un cop més, després de veure *The Inbetweeners* i *Misfits* en català, la versió en castellà els sonarà estranya, fins i tot artificial.

Aquestes sèries ens demostren que podem arribar als joves tocant diverses notes, de les més incorrectes a les que revifem la tradició catalana, les paraules pròpies d'una terra, o d'un moment històric que ara podem reinterpretar. Aquesta via obre portes a la creativitat, i encara seria l'hora que n'aprofitéssim les possibilitats.

Prenem nota del que ha fet Joaquín Reyes amb la seva tropa de *Muchachada Nui* i *La hora chanante*. Reyes va adoptar una vis còmica arriscada: en els seus gags, els personatges sempre parlen amb accent del seu Albacete natal. Reyes ha fet que els joves de tot el país hagin adoptat paraules com *viejuno*, o les terminacions en *ico* en el seu dia a dia, en els seus perfils de Facebook, als seus mòbils, etc. Podem fer-ho nosaltres amb la diversitat dialectal que té el català? Definitivament, sí. Podem fer-ho inspirant-nos directament en les expressions de carrer més sorprenents, incorrectes i descarades? Definitivament, sí.

Ara bé, cap dels dos casos és fàcil d'aplicar. Els guionistes de la sèrie de gags *Vinagre*, per exemple, ho van intentar, i en casos puntuals la van encertar de ple, amb

2. Va deixar d'emetre l'1 d'octubre de 2012. (N. de l'e.)

expressions extretes directament del dia a dia de molta gent. Qui no hagi sentit a dir mai «a l'igual» potser hauria de tenir més contacte directe amb joves. La creativitat i la imaginació sempre són uns elements que ens permeten afegir noves capes a la realitat. Un exemple: als països anglosaxons hi ha una paraula prohibida (bé, més d'una, tampoc cal enganyar-nos...): *fuck*. Com sap qualsevol persona amb uns mínims coneixements d'anglès, *fuck* és una paraula multiusos, que funciona com a verb, adverb, etc. Què podem fer davant la prohibició? En sèries com *Battlestar Galactica*, davant la prohibició de dir *fuck* és van inventar una paraula, *frak*, que es feia servir exactament com el *fuck* de tota la vida. Tothom ho entenia, però no se saltava cap llei.

Seguint l'exemple de *Battlestar Galactica*, al Canal 3XL, els nostres presentadors (com a cara visible d'un món de ficció que ens permetia aquest malabarisme) fan un homenatge a aquesta expressió fent servir com a insult la paraula *flac*. *Flac* sona com *fuck* en anglès, però és una paraula ben catalana: flac, prim, no gras. És un joc de paraules que l'audiència ha acceptat, i que ens ha obert la porta al joc amb la tradició. «Flac, tros de fong» i girs de carrer com ara «si o què» han començat a calar entre la nostra audiència, que adopta aquestes expressions com a pròpies. De fet, creiem que ha d'anar a més, que cal ser més imaginatiu i imprevisible per sorprendre l'audiència. El famós *fuck* sembla fàcil de traduir, però *no cardis* no és ben bé el mateix que *no fotis*. Llavors, com ho traduïm? S'admeten suggeriments...

No hi ha, doncs, una única via per impactar i recollir tot el que implica el món dels joves. El que és clar és que seria recomanable treure's moltes manies de sobre. No cal maleir els ossos a fenòmens com ara el llenguatge SMS, la presència brutal d'anglicismes a Internet o la minorització del català respecte al castellà en molts àmbits del dia a dia. El que cal és actuar, mirant amb detall aquesta realitat i adonar-nos que televisió (juntament amb la resta de mitjans «tradicionals») i Internet es retroalimenten a gran velocitat. Acabem amb els tòpics que els joves ja no miren la *tele*. Per què, si això és cert, nens i no tan nens imiten i parlen en els seus blocs, murs i SMS com els personatges de *Crackòvia* i *Polònia*? La gent jove continua mirant la *tele*, però el cicle de retroalimentació entre mitjans i realitat s'ha accelerat i s'ha enriquit amb nous mitjans. És repte nostre, doncs, saber extreure els elements clau d'aquesta realitat i d'aquests nous mitjans, i aportar creativitat, diversió i imaginació. Podem regirar l'armari, perquè potser les solucions lingüístiques més imaginatives ja estan inventades des de fa temps o bé seguir l'exemple de sèries com *Skins* i buscar talent i recursos al present més ràpid i fugaç que ens proporciona Internet. Sumem-ho i traguem-ne el còctel més explosiu possible. Segur que els joves no tindran cap mena de por de fer-lo servir. Llavors podrem dir sense ànims d'equivocar-nos que el català no és que *moli*, és que el català *mola* i és de puta mare.

Perdoneu, però algú ho havia de dir...