

Mèdia

TELEVISIÓ

La interpretació de *City of stars*, de la banda sonora de *La La Land*, supera els dos milions de reproduccions a YouTube. RTVE



ALEJANDRA PALÉS
BARCELONA

Quan TVE va anunciar que tornava a apostar per *Operación Triunfo* com el vaixell insígnia de la cadena hi havia poques esperances que el format que va donar la fama a David Bisbal pogués enganxar els espectadors, especialment tenint en compte que el 2011 Telecinco va cancel·lar el programa havent emès només cinc gales. Tot i els recels, l'edició ha aconseguit connectar amb una nova generació –la mil·lennial– que compagina el visionat de les gales setmanals amb el consum del canal 24 hores, que està disponible de forma gratuïta a YouTube.

Malgrat les dades d'audiència d'aquesta nova edició no s'acosten ni de bon tros a les de la primera –aleshores el concurs va tenir un *share* mitjà del 44,2% i la final la van veure més de 12 milions de persones–, les sis gales que s'han emès fins ara demostren que el programa és un revulsiu per a la graella de TVE. Totes han tingut xifres de seguiment per sobre la dada mitjana d'audiència de la cadena al novembre, que va ser del 10,6%. A això s'hi han de sumar les reproduccions del material online: el canal 24 hores compta amb 129.379 subscriptors.

La nostàlgia i l'adaptació a la realitat de la societat actual són dos dels elements que Mercè Oliva, professora de comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, assenyala com les claus de la renovació de l'èxit d'aquest format que l'any 2001 va revolucionar el panorama televisiu d'Espanya unint el format de *talent show* amb el de *reality*. "L'edició del 2017 neix de la nostàlgia d'aquella primera edició i, sobretot, de l'especial *El reencuen-*

tro, en què els concursants recordaven què va significar el programa", explica Oliva, que ha analitzat l'impacte d'aquest format en els seus treballs acadèmics.

Per a la professora, una de les curiositats d'aquesta edició és que és calcada a la primera, inclòs el retorn a la cadena original. "No hi ha canvis en les regles del joc, el plató i l'estructura del programa són idèntics als dels inicis", assegura, i afegeix que, a més, les referències a la primera edició són habituals. De fet, el 25 de desembre

TVE farà una gala de Nadal amb els concursants d'aquesta edició i alguns dels primers *triumfitos*.

Diversitat sexual

Si hi ha un element que separa l'edició del 2017 de la del 2001 és l'obertura del programa a la diversitat sexual, un aspecte exemplificat per la Marina, concursant de 18 anys que ha explicat el seu procés de sortida de l'armari i la relació amb la seva parella trans per normalitzar-la davant de l'audiència. El petó que va fer en di-

recte a la seva parella va rebre una resposta entusiasta dels internautes, que celebraven que la concursant donés visibilitat a la comunitat LGTBI a la televisió pública espanyola.

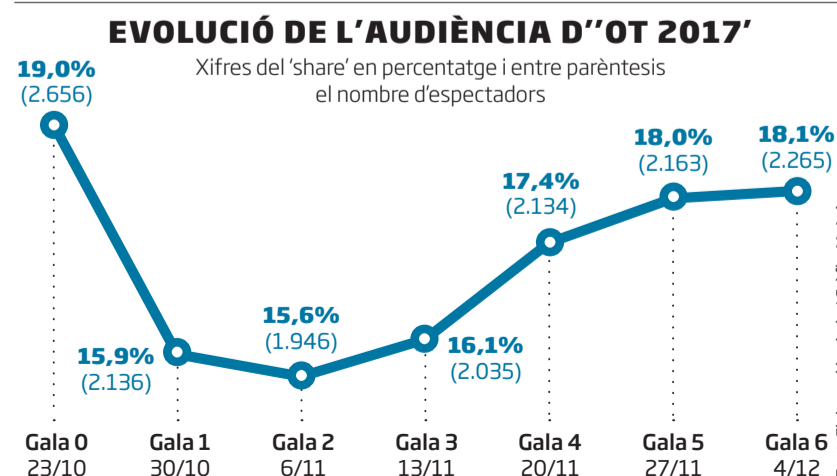
Segons Oliva, el fet que la productora hagi apostat per ampliar l'espectre dels concursants ha aconseguit que el programa apel·li a altres públics que fins ara no trobaven representació en el format. "Trenca amb el que es podia esperar del programa, que sempre s'ha vist tradicional", explica. A més, el càsting de concursants, format per nois i noies molt joves que majoritàriament no van veure la primera edició, ha intentat allunyar-se dels perfils més comercials.

El moviment fan

La interacció del programa amb l'àmbit digital, que no estava tan desenvolupat quan *OT* va debutar a la televisió, porta associada una dinàmica de fenomen fan pròxima a la de les sèries de ficció. El fet que hi hagi molt material a la xarxa, més enllà del que es veu a les gales, ha provocat, per exemple, que els espectadors facin els seus propis muntatges de vídeo especulant amb possibles relacions entre els seus concursants preferits, un comportament conegut en l'argot seriòfil com a *shipping*, paraula que es fa servir pel desig de voler emparellar dos personatges. "Al final, *OT 2017* està generant una comunitat similar a les que es formen al voltant d'una sèrie de ficció", diu Oliva. De fet, aquest fenomen ha sigut capdal perquè *OT* remuntés la caiguda d'audiència habitual després de l'estrena. L'atenció dels internautes cap a l'Alfred i l'Amaia, dos dels preferits del públic, que a la tercera gala van interpretar la cançó *City of stars*, de la pel·lícula *La La Land*, ha propiciat l'ascens de les xifres d'audiència del programa. ■

'OT' treu rèdit de la nostàlgia

El 'talent' manté l'essència del format però s'adapta als canvis socials per arribar a una nova generació



Relleu
Els primers 'triumfitos' s'uniran als concursants actuals a la gala de Nadal

LGTBI
L'actual edició d'OT s'ha obert a la defensa de la llibertat sexual