

47

---

# QUADERNS DEL CAC

---

**Cinema, ficció audiovisual  
i diversitat lingüística**



Consell  
de l'Audiovisual  
de Catalunya

2021

**Consell editorial:**

Yvonne Griley (editora), Salvador Alsius, Victòria Camps, Dolors Comas d'Argemir, Rafael Jorba, Elisenda Malaret, Santiago Ramentol, Joan Manuel Tresserras

**Direcció:**

Emili Prado

**Consell de redacció:**

Sylvia Montilla (coordinadora general)

**Redacció:**

Martí Petit, Esther Rodríguez i Alexandra Sureda.

**Consell assessor científic:**

Monica Ariño, Lluís Bonet (Universitat de Barcelona), Milly Buonanno (Università degli Studi di Roma "La Sapienza"), Marc Carrillo (Universitat Pompeu Fabra, Barcelona), Divina Frau-Meigs (Université Paris 3-Sorbonne), Ángel García Castillejo, Maria Jesús García Morales (Universitat Autònoma de Barcelona), François Jongen (Université Catholique de Louvain), Margarita Ledo (Universidade de Santiago de Compostela), Joan Majó (Cercle per al Coneixement), Andrea Millwood Hargrave (International Institute of Communications, Oxford University), Miquel de Moragas (Universitat Autònoma de Barcelona), Nancy Morris (Temple University, Filadèlfia), Tomás de la Quadra-Salcedo (Universidad Complutense de Madrid), Alessandro Pace (Università degli Studi di Roma "La Sapienza"), Jordi Pericot (Universitat Pompeu Fabra, Barcelona), Francisco Pinto Balsemão (Consell Europeu d'Editors), Monroe E. Price (University of Pennsylvania), Artemi Rallo (Universitat Jaume I, Castelló), Philip Schlesinger (Glasgow University), Miquel Tresserras (Universitat Ramon Llull, Barcelona), Imma Tubella (Universitat Oberta de Catalunya), Manuel Ángel Vázquez Medel (Universidad de Sevilla), George Yúdice (University of Miami), Ramón Zallo (Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea).

*Quaderns del CAC* és una revista electrònica anual que es publica el mes d'octubre en català, castellà i anglès. S'ha editat en paper en català des del número 1 (any 1998) al número 35 (desembre de 2010).

La revista vol motivar l'anàlisi i debat crítics sobre la cultura i els mitjans audiovisuals en el món contemporani. Editada pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, pretén ser una plataforma d'aproximació al camp de la comunicació i cultura audiovisuals des de diferents perspectives disciplinàries, i amb una atenció particular a la recerca europea i internacional.

Els articles de la revista són textos originals i inèdits que han superat un procés de doble revisió cega per parells, després d'una valoració inicial de qualitat i adequació per part del Consell de redacció. La publicació es compromet a informar els autors i autores del resultat positiu o negatiu de l'avaluació dels articles en un termini màxim d'un mes i mig després de la presentació de l'article.

Les normes d'estil per presentar articles i crítiques de llibres es publiquen a les pàgines finals de cada número.

Les opinions expressades als articles publicats a *Quaderns del CAC* pertanyen als autors i autores dels textos i no són compartides necessàriament per la revista.

---

**Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

President: Roger Loppacher i Crehuet

Conseller secretari: Daniel Sirera Bellés

Conselleres: Carme Figueras i Siñol i Yvonne Griley i Martinez

Dipòsit legal: B.21285-2011 (català versió electrònica)

ISSN (paper): 1138-9761 / ISSN (electrònic): 2014-2242

<http://www.cac.cat>

A/e: [quadernsdelcac@gencat.cat](mailto:quadernsdelcac@gencat.cat)

---

## Sumari

---

<b>Presentació</b>	<b>3</b>	<b>Agenda</b>	<b>85</b>
<b>Tema monogràfic: Cinema, ficció audiovisual i diversitat lingüística</b>	<b>5</b>	Revista de llibres	85
		Revista de revistes	89
		Revista de webs	93
<b>Autora convidada</b>			
<b>MARGARITA LEDO ANDIÓN</b>		Guia per a la presentació d'articles	95
Cinema amb denominació d'origen	5	Guia per a la presentació de crítiques	97
<b>MARTA PÉREZ PEREIRO, MARIJO DEOGRACIAS HERRILLO I M. SOLIÑA BARREIRO GONZÁLEZ</b>			
Films insígnia, polítiques audiovisuals i circulació. Els casos de <i>Pa negre</i> , <i>Handia</i> i <i>O que arde</i>	13		
<b>ENRIQUE CASTELLÓ-MAYO, PIETARI KÄÄPÄ, KATE MOFFAT I ANTÍA LÓPEZ-GÓMEZ</b>			
Posicionament de veus alternatives a l'Europa audiovisual: el cas de la política lingüística catalana, gallega, basca i sami	25		
<b>HÅKAN CASARES BERG I HENRIQUE MONTEAGUDO ROMERO</b>			
La joventut gallega i les pantalles. Una aproximació sociolingüística	37		
<b>PABLO ROMERO FRESCO</b>			
Accessibilitat i estandardització: el dilema de la subtitulació en gallec	49		
<b>Articles</b>	<b>63</b>		
<b>CRISTINA SANCHEZ-SANCHEZ</b>			
La felicitat allà on no hi és: estudi comparatiu dels índexs de benestar i el discurs electoral espanyol	63		
<b>Crítica de llibres</b>	<b>81</b>		
<b>REBECA ESCRIBANO GUILLAMÓN</b>			
AGUADO, J.M. <i>Mediaciones ubicuas. Ecosistema móvil, gestión de identidad y nuevo espacio público</i>	81		
<b>ANTONIO LORIGUILLO-LÓPEZ</b>			
MARZAL-FELICI, J.; SOLER-CAMPILLO, M.; LÓPEZ-OLANO, C. <i>Participación ciudadana y medios de comunicación públicos, 1: Conceptos y teorías</i>	83		



---

## Presentació

---

Us presentem el número 47 de *Quaderns del CAC*, dedicat a la temàtica **Cinema, ficció audiovisual i diversitat lingüística**. Vàrem proposar aquest tema moguts per la constatació que la pandèmia de la Covid-19 ha posat de manifest que la ciutadania fa un consum molt alt de ficció, tant de cinema com de sèries. També s'han constatat canvis en la manera d'accedir a aquests productes audiovisuals. Aquesta realitat ha col·locat el focus sobre quina és la presència (o l'absència) de les obres audiovisuals en llengües minoritàries en les dietes mediàtiques de les persones.

Aquest focus ha amplifcat les veus d'alarma sobre la salut del sector de la indústria audiovisual en les llengües pròpies de les nacions sense estat i de les nacions petites. S'han identificat un conjunt de problemes als quals s'hauria de posar remei si es vol garantir la supervivència d'aquesta indústria i, per extensió, de la diversitat dels continguts. El futur del sector de la producció audiovisual en llengües minoritàries passa per assegurar una oferta significativa de cinema i sèries per a les persones parlants d'aquestes llengües, i per aconseguir un nivell de circulació rellevant que projecti la diversitat de les cultures.

L'article de ploma convidada per a aquest número el signa **Margarita Ledo Andión**, catedràtica de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universidat de Santiago de Compostela, on dirigeix el grup de recerca Estudios Audiovisuales i ha dut a terme diferents projectes de recerca internacionals sobre la temàtica d'aquest número. A part d'una abundant contribució acadèmica reconeguda internacionalment, l'autora té una dilatada filmografia en llengua gallega. La seva darrera pel·lícula, *Nación* (2020), ha rebut diferents guardons. El seu article "Cinema amb denominació d'origen" traspua aquesta doble condició d'investigadora i realitzadora que li permet formalitzar l'experiència i, per aquesta via, fer propostes de coneixement que permeten interpretar la complexitat del fenomen des de la pluralitat d'angles implicats, que van dels estudis fílmics a les polítiques de comunicació, de la indústria a la geopolítica, de la retòrica de la diversitat a la homogeneïtzació cultural, de la creació al consum i, al centre de tot, la llengua, el rol dels cinemes de nacions petites, amb estat o sense, com a vehicle d'envigoriment de les llengües.

**Marta Pérez Pereiro, Marijo Deogracias Horrillo i M. Soliña Barreiro González** aborden el problema de la visibilitat del cinema produït en llengües minoritàries a l'Estat espanyol. En l'article "Films insígnia, polítiques audiovisuals i circulació. Els casos de *Pa negre*, *Handia* i *O que arde*", analitzen la contribució dels anomenats *films insígnia* (pel·lícules que assoleixen notorietat perquè han estat premiades en festivals i han obtingut èxit de taquilla projectades en la seva llengua original) a donar visibilitat a aquestes cinematografies que topen normalment amb dificultats de circulació i es veuen obligades a recórrer al doblatge per a la seva projecció a les pantalles espanyoles. El treball tracta d'identificar els factors que han contribuït a l'èxit de tres casos de les cinematografies catalana, basca i gallega.

**Enrique Castelló-Mayo, Pietari Kääpä, Kate Moffat i Antía López-Gómez**, en l'article "Posicionament de veus alternatives a l'Europa audiovisual: el cas de la política lingüística catalana, gallega, basca i sami" aborden el rol de la subtitulació d'obres audiovisuals en llengües no hegemòniques com a eina per potenciar la interculturalitat. Fan un escrutini de les reglamentacions europees i les seves transposicions, en relació amb la determinació de l'origen de les obres audiovisuals, la promoció de les llengües i la diversitat cultural. La mirada de la situació relativa a Catalunya, Galícia i el País Basc dona pas a una anàlisi aprofundida d'un cas singular, el dels sami, que evidencia les múltiples contradiccions entre les declaracions d'intencions de les regulacions i la praxi dels mercats i els estats.

**Håkan Casares i Henrique Monteagudo Romero** se centren en l'anàlisi de l'impacte que tenen sobre les llengües i les identitats els usos comunicatius propiciats per les tecnologies de la comunicació relacionades amb els consums audiovisuals. Aborden la problemàtica que se suscita en les comunitats de llengües minoritzades, que veuen com les pràctiques comunicatives amb aquestes tecnologies són dominades per les llengües hegemòniques, alhora que apunten la possibilitat de fer servir les seves capacitats per crear espais de comunicació descentralitzats i xarxes horitzontals

que permetin potenciar l'ús de les llengües pròpies. En l'article "La joventut gallega i les pantalles. Una aproximació sociolingüística", s'apropen als usos i a les actituds lingüístiques dels joves gallecs en l'àmbit de l'audiovisual i les tecnologies de la informació i la comunicació.

**Pablo Romero Fresco** aborda el debat de la qualitat lingüística en la subtitulació de productes audiovisuals, tant per al públic que desconeix la llengua com per a les persones parlants de la llengua amb discapacitats auditives, en l'article "Accessibilitat i estandardització: el dilema de la subtitulació en gallec". L'autor contextualitza a escala internacional la doble funció de la subtitulació, com a eina d'estandardització lingüística i com a eina d'accés, i exposa la complexitat de conciliar aquestes dues finalitats quan la parla conté errors lingüístics. L'anàlisi del cas d'una llengua minoritzada en perill d'erosió molt accentuat com el gallec serveix per subratllar la complexitat del debat.

A la secció d'articles, **Cristina Sanchez-Sanchez** analitza els discursos sobre la felicitat en el debat polític amb l'article "La felicitat allà on no hi és: estudi comparatiu dels índexs de benestar i el discurs electoral espanyol". L'article presenta els resultats d'un estudi de contingut dels indicadors de felicitat, popularitzats en alguns països com a eina per mesurar el benestar social, i la presència d'aquests indicadors en el discurs polític formulat en els espots televisius dels partits polítics espanyols a la campanya de les eleccions generals del 2021.

**Emili Prado i Pico**  
Director

## Cinema amb denominació d'origen

### MARGARITA LEDO ANDIÓN

Catedràtica de Comunicació Audiovisual  
Universidade de Santiago de Compostela  
[margarita.ledo@usc.gal](mailto:margarita.ledo@usc.gal)  
ORCID: [0000-0003-2001-1498](https://orcid.org/0000-0003-2001-1498)

#### Resum

*El gens sospitós sistema dels Oscar, quan va valorar les obres candidates a la millor pel·lícula en llengua estrangera, va rebutjar el film seleccionat per Portugal perquè estava parlat majoritàriament en anglès. La seva substitució precipitada va recaure en una joia, en una pel·lícula en crioulo capverdès, Vitalina Varela, 2020, de Pedro Costa, estrenada en sales amb subtítols en gallec i en català. Ironia històrica perfecta de la llengua subalterna passant per damunt de la del —un dia— colonitzador, al mateix temps que la representa. Perquè les llengües tampoc es poden mantenir al marge de la geopolítica en què s'insereixen.*

#### Paraules clau

*Cinema, llengües minoritzades, diversitat, subtítol, ajuts públics.*

#### Abstract

*When assessing the films that were candidates for the Best International Feature Film, the unimpeachable system of the Oscars rejected the film chosen by Portugal because most of the dialogue was in English. It had to be quickly replaced, and a gem was chosen: a film spoken in Cape Verdean crioulo, Vitalina Varela (2020) by Pedro Costa, which premiered in cinemas with subtitles in Galician and Catalan. This is the perfect historical irony of the subaltern language rising above the former colonising language while also representing it. After all, languages are not passive bystanders in the geopolitics within which they are embedded.*

#### Keywords

*Film, minoritised languages, diversity, subtitling, public aid.*

Com a símptoma de goig i de malestar, *Vitalina Varela* sobrevola aquest text com a peça mestra que permeti acoblar la doble cara d'una realitat paradoxal que se singularitza en la relació entre llengües minoritzades, de fet, o com a representació, al cinema i a l'audiovisual. L'entrada que proposem travessa la producció d'obres de diferent tipologia, però vol arribar a aquesta zona d'ombra de l'audiència, de les persones que volem mirar obres en la nostra pròpia llengua, i que en fer-ho li donem existència. La pantalla —en totes les seves variants— és el lloc on aquesta trobada que va de la idea a la projecció, esdevé esdeveniment. I si ens preocupa la visibilitat de les pel·lícules que produïm és per la seva contribució a redefinir, com a nova variable de recerca i com a operador social, el paper del cinema en llengües minoritzades, tant en el camp dels estudis fílmics com en el de les polítiques de comunicació.<sup>1</sup>

Des d'on parlem, tot i que amb situacions específiques, les llengües minoritzades al cinema i a l'audiovisual són aquestes altres llengües pròpies i cooficials amb el castellà, de les nacions de l'Estat espanyol: catalana, euskara, galega. Per això fem nostre un article d'Ella Shohat i Robert Stam (1985: 35-58), a partir d'un recorregut —per Russel, Wittgenstein, Derrida— en el qual en afirmar la igualtat de totes les llengües, remarquen

que si bé totes van ser creades iguals, algunes s'erigeixen en "més iguals que d'altres": *...all languages are created equals, some are made 'more equal than others'. Inscribed within the play of power, languages are caught up in artificial hierarchies rooted in cultural hegemonies.* Inscrites en els jocs de poder, les llengües estan incorporades en jerarquies artificials amb base en l'hegemonia cultural. O, simplement, perquè compten amb mecanismes que discriminen.

#### Eppur si muove...

Fa temps que Philippe Meers, professor de la Universitat d'Antwerpe i referència en l'anàlisi del cinema flamenc, adverteix de la necessitat de nous tòpics, a més d'altres aproximacions als cinemes nacionals, per evitar que certa estandardització limiti tant la llibertat creativa d'autores i autors com el poder inclusiu de les llengües. Ho comentaria un cop més en el debat de la sessió de tancament del Simposi internacional "As linguas e o cinema" (Santiago de Compostela, 12-13 de desembre de 2019). Parlàvem de les així denominades "petites cinematografies" o, en una variant més explícita, de

cinema de nacions petites, amb Estat o sense, i de les seves diferents maneres d'institucionalització, però amb la llengua com a distintiu. Del dret, per tant, i de la pertinència, des del rodatge a l'exhibició, de parlar de cinema en versió original, en VO. De no amagar la llengua. Debatíem sobre el paper de la VO com una peça de l'engranatge de la diversitat, en la seva consideració de "patrimoni material i immaterial"; del dret a veure i de la necessitat de polítiques que garanteixin l'accés a les obres europees en les diferents llengües en espais estables –més enllà dels circuits d'esdeveniments–; de polítiques que duen de la mà l'articulació de xarxes públiques de sales o el disseny de programes d'ajuda a les sales independents, els objectius dels quals abracen el cinema "amb accent" (Naficy 2001), i que s'agrupen sota el *label* "Europa Cinemas".

Ens convocava el projecte de R+D+i "Eu\_Vós. Patrimonio cultural inmaterial. Para un programa europeo de subtitulado en lenguas no hegemónicas", una recerca que continuava i incorporava els resultats de dues perquisicions anteriors i 10 anys d'estudi i propostes entorn del cinema "amb denominació d'origen" com a objecte d'interès per a les polítiques públiques, per a l'àmbit de les indústries creatives i per a l'acció intercultural, un cinema que sobrepassa el seu paper com a "cas" per a anar cap a un nou model en construcció.

Així, des de les petites cinematografies en llengües minoritzades com a lloc d'enunciació, més enllà d'alguns indicadors que proposen Mette Hjort i Duncan Petrie (2007) en identificar-les, seguint criteris quantitatius, amb el cinema del que presenten com a *small nations* per la seva població, dimensió geogràfica o producte interior brut, ens quedem amb la referència que fan al que en el seu moment es va denominar "Tercer Cinema" –amb ressons del text seminal del cubà García Escudero, "Por un cine imperfecto", de "Cine Liberación" des de l'Argentina, de Sanjinés i el seu "Cine del pueblo" o del "Cinema Novo" brasiler– al qual aquesta autora i autor incorporen el cinema de les nacions sense Estat europees, aquelles nacions, comenten, que van estar subjectes a una nació dominant per un període de temps tan llarg com perquè la relació de poder esdevingués una qüestió estructural per a les dues parts. En una obra de compilació anterior (Hjort & MacKenzie 2000), diferents autors i autores es plantegen la posada al dia de la definició "cinema nacional", més enllà de l'aparell estatal, a través del paper del cinema precisament en la construcció de la cultura pròpia, fet que no és aliè als anomenats, de vegades, nous-nous cinemes per diferenciar-los, i vincular-los alhora, als moviments dels anys seixanta-setanta.

Per a aquest viatge també hi incorporem com a material l'"Agenda 2020" de la UE, perquè ens situava davant d'un paisatge agradable, definit per la conjunció entre diversitat lingüística i audiovisual, just el que ens disposem a observar a través del cinema com aquell producte al qual se li va atribuir un paper substantiu en la formació –des de projectes d'alfabetització cinematogràfica a l'ús del cinema per a l'aprenentatge de llengües o la(les) identitat(identitats)– i, sobretot, al qual es reconeix un paper transitu, en acte, no com

un resultat de la(les) cultura(cultures) nacional(nacionals), sinó més aviat com un operador perquè aquestes mateixes cultures s'expressin, és a dir, existeixin. En resum, el cinema serà un producte, entre altres productes, que crea cultura i que és alhora un lloc que entrellaça creativitat, rendibilitat econòmica i consens social. Veure, com a dinàmica per imaginar la nació i amb una funció similar a la d'altres consums mediàtics, sempre amb ressons de Benedict Anderson (1993) o de Martín-Barbero (2014: 15-33), el cinema com a mitjà, però també com a mediació per deixar constància, en paraules de l'autor colombià, de la llarga temporalitat del que és cultural en el que significa de contradicció permanent amb la temporalitat cada dia més curta del mercat.

El poder discursiu del terme *nació* –que deixa d'identificar-se amb l'aparell estatal coercitiu i convencional per adoptar el seu sentit historicopolític com a construcció comunal, com a espai sociocomunicatiu– propicia noves entrades en l'àmbit de la classificació dels films, a més de l'estabilització d'un aparell crític que ens interessa tornar a visitar.

Quant a la definició de *diversitat*, tal com l'apliquem en la sèrie de projectes, entre el 2009 i el 2019, "Cine, diversidad y redes", "Hacia el espacio digital europeo: el papel de las pequeñas cinematografías en V.O." o "EU-VOS", recull i actualitza els consells del professor brasiler Muniz Sodré en advertir-nos sobre la necessitat de precisar el terme: «A menudo la gente entiende *diversidad* como reconocimiento de la pluralidad de costumbres, formas de vida y cosas por el estilo, pero para mí, –va recalcar en una entrevista amb el *Grupo de Estudios Audiovisuales* de la USC<sup>2</sup>–, es la ocupación de territorios diferenciados, es reconocer la posesión que uno tiene de su lugar. La diversidad es "agenciamiento", formación para la acción, hacer propios los diferentes recursos de comunicación, económicos, financiero, en suma, todo lo necesario para no ser un simple objeto de la mirada del otro». Per exemple, en el cas de cinema, és la capacitat de producció autònoma, comenta.

Pedra angular en aquest procés, la capacitat d'intervenció social amb la diversitat com a referència es vehicula, de manera singular, a través de pronunciaments i associacions, i es deixa veure en programes de futur que ja comencen a donar els seus fruits i que descriurem més endavant.

### Sobre diversitat, distorsió i declaracions formals

El 17 de desembre de 2016, advertint que no es va aprovar cap instrument que reconegui completament ni protegeixi en conjunt els drets lingüístics a Europa, organitzacions de la societat civil com ELEN (European Language Equality Network) o UNPO (Unrepresented Nations and Peoples Organisation), entre d'altres, signaven a Donosti, Euskadi, el "Protocol per a la garantia de drets lingüístics" (en endavant, el Protocol), una acció que enllaça amb l'estat de necessitat en el qual se situa una reflexió com la que desenvolupem en establir vincles llengua-identitat, llengua-realitat (societat), treballar sobre la



posada en relació amb altres realitats i diferenciar per a cada context l'aplicació de les mesures que es proposen i el tipus d'aquestes mesures.

Amb ressons de la posició UNESCO (2009: 37) i de la seva decisió d'anar més enllà de considerar les llengües com a simple mitjà de comunicació per passar a pensar-les, en plural, com a ordit de les expressions culturals, vehicle de les identitats, dels sistemes de valors i de les visions del món, i recollint l'informe de 2003 "Vitalitat lingüística i llengües en perill", que proporciona els indicadors d'anàlisi que aplica el Protocol, la idea de "gestió democràtica de la diversitat" com a actiu d'una "Europa més justa basada en la igualtat", en la seva introducció parteix de consideracions com la següent:

"Totes les llengües són l'expressió d'una identitat col·lectiva i d'una manera diferent de percebre i de descriure la realitat, per tant, han de poder gaudir de les condicions necessàries per desenvolupar-se en totes les funcions [...]. Per això, creiem que totes les comunitats lingüístiques tenen dret a organitzar i gestionar els recursos propis amb la finalitat d'assegurar l'ús de la seva llengua en totes les funcions socials; així com a disposar dels mitjans necessaris per assegurar la transmissió i la projecció futures de la llengua."

Però s'haurà de confrontar amb un escenari polític que és, també, el que vam detectar en la nostra recerca precedent (Ledo-Andión, López-Gómez & Pérez-Pereiro 2016: 309-331) quan conclouem:

"Entre 1996 y 2016 se aprecia una cierta deriva del modelo en red de sistemas periféricos interconectados, un modelo de desarrollo económico suscrito por las autoridades comunitarias al inicio del periodo señalado: hacia un nuevo modelo de afluentes, dos décadas más tarde, destinados a nutrir una arteria central europea de corte comercial. Y es en esta variación de modelo, y en el consiguiente cambio de perspectiva: de la conciliación de intereses de desarrollo económico con intereses de desarrollo socio-cultural, a la instalación en una perspectiva netamente económica; donde podemos hallar una respuesta a la disfuncionalidad comercial –expresado en términos comunitarios– del cine distribuido y exhibido en VO procedente de pequeños y medianos países."

Així, un dels interrogants a resoldre s'amaga en el sentit efectiu del que Tristan Mattelart (2013: 755-772) denomina "la deconstrucció de las nociones de cultura e identidad nacionales que estaban en el centro del edificio teórico de la economía política crítica de la comunicación" per presentar-les com a "asfíxiadoras de la diversidad cultural" per part de posicions que van, segons aquest autor, de la deriva de cert aparell interpretatiu dels *Cultural Studies* (CS) als *think tank* neoliberals i que impliquen un gir teòric respecte de "la defensa [en els setanta] de las culturas nacionales como una garantía

de diversidad cultural", que és, precisament, on situem el cinema, i al paper de les institucions: a garantir-la i contrarestar el domini absolut dels fluxos transnacionals que, en resum, va quedar plasmat en el binomi intercanvi desigual.

Sense entrar en aquells aspectes dilemàtics que el text apunta a propòsit de determinats textos dels CS a partir dels vuitanta, no podem deixar d'esmentar quelcom que entra de ple en l'àmbit de la nostra recerca i en el sentit i la urgència de reclamar mesures polítiques –assegurar i garantir un programa de subtítulat– per al cinema en llengües no hegemòniques com els dos casos, dissimilars, que presentem. I que, en línia amb el Protocol (apartat 2 de l'article 3) entenem que l'única manera de promoure la diversitat lingüística es facilitar les condicions socials, polítiques i econòmiques favorables al desenvolupament de les llengües.

### Un o dos apunts teòrics

Amb l'objectiu de localitzar certes contradiccions en estat latent que pol·linitzen el pensament acadèmic, adoptem com a referència-font per al sentit del que és nacional aquella frase que ens regala Anderson a *Imagined Communities* (1993: 25), l'assaig crític que sobrevola el pensament entorn de la construcció de la nació en el procés històric i en diferents espais geopolítics: independentment de la desigualtat i l'explotació que, en efecte, puguin prevaler en cada cas, la nació es concep sempre com una companyonia profunda, horitzontal. I ens agafem a un desig que ja reclamava l'etnògraf, poeta i cineasta quebequès Pierre Perrault en dir que les nacions neixen de la memòria, però que a la memòria no li falta imaginació. Activem, així, el valor d'aquest nou fragment per a un discurs amorós que travessa l'experiència del cinema en llengües minoritzades, per fixar la nostra atenció en el que denominem "Estat de l'Art", en la seva intimitat i en les seves variacions essencials, que recollim en aquesta panoràmica amb punts d'ancoratge en les conclusions dels projectes de recerca esmentats, indicadors d'un nou discurs que no exclou el que és polític de l'anàlisi del que és cinematogràfic o, si es prefereix, la responsabilitat institucional en la producció, l'accés i el consum culturals.

1. **Noves notacions en el camp del pensament** que, des de l'estat-nació com a únic territori d'anàlisi, se separa d'aquest marc institucional dominant i va cap a altres notacions com la de les nacions sense Estat per considerar-la com a espai sociocomunicatiu que, si és el cas, tindrà en la llengua el signe d'una identitat mil·lenària. Cita obligada, el treball desenvolupat per Schlesinger (2000) i l'obertura a una lògica que inclou l'ús de la llengua pròpia al cinema i el dret a mantenir-la en tots els espais d'exhibició i circulació de les pel·lícules, lògica que ens condueix directament cap a les polítiques de subtítulat, fins fa molt poc esquivades en els programes europeus.
2. **Canvis en la producció científica**, que donaran lloc a classificacions com la d'Stephen Crofts (2006: 44-58), de

vegades contestades des de posicions conservadores pel fet d'incloure un apartat per als "regional or national cinemas whose culture and/or language take their distance from the nation-states which enclose them", i que apunten cap a un canvi qualitatiu en l'àmbit metodològic en singularitzar les nacions petites (amb Estat o sense) en situació de conflicte i convocar els perquè (ideològics i polítics) de negar-les o amagar-les.

3. **Estabilització d'un aparell crític** que, tal com comenta Philippe Meers a propòsit de l'obra *The cinema of small nation* (2007), resum de les dues primeres dècades d'aquesta presa de posició, reivindica una anàlisi més matisada d'una sèrie de petites cinematografies nacionals. L'emergència del que Meers denomina "subnacional", al costat d'adjectius estàndard com *internacional*, *regional* o *global*, es complementa amb visions-font com les de Higson (1989) i el seu article "The Concept of National Cinema", fins a Elsaesser (2015), que considera la reivindicació del cinema nacional formant part d'un procés politicocultural, o Christie (2013), en puntuar que el cinema pot esdevenir nacional "en el sentit de parlar per i per a la nació en moments de crisi política i d'alliberament".

4. **L'audiència com a subjecte** en l'acoblament entre formació, producció, distribució i exhibició. Emergeix així el que en primer terme té a veure amb la construcció —dins i fora— d'un públic, aspecte que ja va problematitzar Andrew Higson en aquest article, qui en fixar els paràmetres per al cinema nacional posa el focus "*on the activity of national audiences and the conditions under which they make sense of and use the films they watch*", i conclou amb aquest interrogant: "*For what is a national cinema if it doesn't have a national audience?*"

## Declaracions i marc de mediació

Òbviament, tot el que s'ha exposat més amunt corre en paral·lel, quan no entrellaçat, amb canvis en institucions de mediació ja referides com UNESCO, que triem com a manifestació de la relació de forces entre interessos diferents i que es tradueix en avenços i reculades. Així, en una lectura diacrònica de la posició UNESCO, Jacques Guyot, professor de la universitat París 8 i col·laborador del Grupo de Estudios Audiovisuales, GEA, en un article publicat a *Quaderns del CAC*, en comparar el contingut de la Declaració universal sobre la diversitat cultural (2001) i la Convenció (2005) adverteix en aquesta darrera una reculada respecte del text que inicia el mil·lenni, a més de l'oblit (interessat) de les polítiques de comunicació o de referències explícites a l'hegemonia de certes llengües en el sistema mediàtic, incloent-hi les xarxes.

«El preàmbul de la Convenció de la UNESCO de 2005 sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals assenyala que "la diversitat lingüística és un element fonamental de la diversitat cultural" i insisteix en el paper determinant de l'educació

per promoure les llengües del món. Aquest recordatori és sens dubte beneficiós i ho seria encara més si la recomanació en qüestió, al capdavant bastant laconica perquè seguidament tan sols apareix una vegada més en el document d'un centenar de pàgines, hi fos, per una banda, explícitament definida —què s'entén per *diversitat lingüística*— i per l'altra, desemboqués en mesures concretes.» (Guyot 2017: 29-35)

Ens aturem ara en els principis rectoris i els vaivens de les consegüents mesures a aplicar que inclouen determinats documents europeus, perquè, si esdevenen un programa amb data d'execució preceptiva, farien avançar, de manera significativa, la visibilització, les possibilitats d'intercanvi i el reconeixement de les cinematografies objecte de la nostra atenció.

Des que el 1992 els estats membres del Consell d'Europa van ratificar a Estrasburg la Carta Europea de les Llengües Regionals i Minoritàries (CELRM), diverses iniciatives internacionals, estatals i locals han coincidit a destacar el paper estructural de les llengües no hegemòniques en el desenvolupament i la preservació de la diversitat cultural. És el cas de l'Informe Mundial de la UNESCO del 2009 esmentat, que vincula el plurilingüisme i la traducció al foment del diàleg intercultural, i exhorta a formular polítiques nacionals de cara a l'ús funcional de totes les llengües de la societat, o el Dictamen del Comitè de les Regions sobre la protecció i el desenvolupament de minories lingüístiques històriques, d'acord amb el tractat de Lisboa.

A nivell pràctic, el 2013 el Parlament Europeu afegeix als programes Erasmus+ i Europa Creativa una disposició que inclou ajuts al finançament del subtítol com a via per facilitar l'accessibilitat i la circulació de les obres europees. El setembre d'aquell mateix any, el Parlament aprova la Resolució sobre llengües europees amenaçades de desaparició i la diversitat lingüística a la UE. D'altra banda, en un gir qualitatiu en l'àmbit de responsabilitats polítiques, aquest document apel·la a la consideració de la diversitat lingüística com a dret fonamental.

No obstant això, en la seva aplicació en determinats àmbits que, com el cinematogràfic, només completen el procés amb la circulació i l'exhibició de les obres, aquest cúmul de preses de posició s'acostumen a quedar en simple rutina, si més no, en mera descripció. Ho testifica la UE mateixa en la recentíssima "Conference on Language technologies and digital equality in a multilingual Europe" (27.09.2018). Afavorida pels Verds i l'Aliança Lliure Europea, amb la diputada Ana Miranda, del Bloc Nacionalista Gallec (BNG), com una de les responsables, les i els participants en el Panell sobre igualtat digital van criticar la manca d'un marc regulador i, en concret, el caràcter no vinculant per als estats membres de la Carta de les Llengües Regionals i Minoritàries. En aquest sentit, ja es van cronificar els continus crits d'atenció a Espanya —i a la Xunta de Galícia— en els informes elaborats pels comitès d'experts del Consell d'Europa sobre l'incompliment dels compromisos que se'n deriven.

### Una maleïda dècada en reculada

Convençuda que els intersticis de l'entramat oficial sempre ofereixen un terreny de joc més obert, per a la posada a punt de l'estat de la qüestió tirem la vista enrere i ens fixem en una iniciativa –creiem que l'única– que va comptar amb el suport d'un president de Govern, Rodríguez Zapatero. Ho fem a través de la premsa:

“...ayer miércoles sí fue un día histórico en el Senado. Tras dos intensas horas de debate, el pleno de la Cámara Alta aprobó definitivamente, por 134 votos a favor, 115 en contra y ninguna abstención, la ampliación del uso de las lenguas cooficiales. A partir del 1 de enero de 2011, se podrá emplear el catalán, el gallego y el euskera –y por descontado, el castellano– en la discusión de mociones en el hemiciclo.

La primera piedra se dispuso el 28 de abril cuando el PSOE aceptó tomar en consideración la propuesta firmada por 34 senadores nacionalistas.”

Juanma Romero, *Público*, 22.07.2010

Un any després, la coneguda com a cambra territorial aprovava una moció per fomentar la diversitat cultural i garantir el dret de la ciutadania a accedir als continguts cinematogràfics i audiovisuals en versió original, i subratllava, amb una referència explícita, l'impuls de mesures per desenvolupar l'oferta en versió original en les llengües oficials de les comunitats autònomes, a més d'incidir a incorporar aquests continguts en l'educació amb vista a millorar l'aprenentatge d'idiomes, entre els quals assenyala, de nou, les llengües oficials a les comunitats autònomes.

Passada una dècada resulta paradoxal –i una paradoxa no es resol, cal donar-li una alternativa, Walter Benjamin *dixit*– que els indicadors pràctics converteixen en lletra morta el que es declarava en aquesta –diguem-ne que entenedora– moció.

De nou, en un context propici, al començament d'abril d'aquest any 2021, organitzacions diverses –A Mesa pola Normalización Lingüística (Galiza), Kontseilua (Euskal Herria), Ciemen y Plataforma per la Llengua (Catalunya), Escola Valenciana y Acció Cultural del País Valencià (País Valencià) e Iniciativa pel Asturianu (Asturies)– aconsegueixen que el Congrés dels Diputats aprovi una Proposició no de llei sobre la realitat plurilingüe i la igualtat lingüística.

Anades i vingudes, precarietat i urgència, la inestabilitat continua sent el terme que defineix el mal d'amors de llengua, cinema i audiovisual, mal d'amors que afecta, en diferent grau, les polítiques lingüístiques, culturals i comunicatives específiques, qualitativament molt diferents, dels governs de Catalunya, Euskadi i Galiza, aprofita el moment d'eleccions i reapareix mitjançant entitats socials, per al cas, Plataforma per la Llengua aquest 2021, que, alhora que reclama que es compleixi la llei del cinema aprovada pel Parlament, mira cap a les altres plataformes per exigir-li al Govern “que impulsi l'oferta de doblatge i subtitulació al català de sèries i pel·lícules

en les plataformes *online*, tot denunciant que a finals del 2019 només hi havia quatre títols en català a Netflix.”<sup>39</sup>

Mal d'amors que és, també, el que es deixa sentir en aquests cops rere la porta quan l'escriptora i traductora gallega María Reimóndez i el músic Éric Dopazo, a partir de l'experiència de consum audiovisual en pandèmia, es pregunten: *por que algunas [personas] pueden hacerlo na súa lingua e outras non?* Ho fan en una crida a través de Charge.org, perquè en els catàlegs de HBO, Netflix, Movistar+, etc. s'hi incloguin continguts en llengua gallega. A més d'assenyalar la passivitat de la Xunta, la petició qualifica com a vital aquesta oferta i enumera aspectes com la creació d'ocupació, la familiarització de la comunitat internacional amb el galleg i la contribució a la diversitat lingüística mundial.

### La professió i l'acadèmia es donen la mà

I en aquest mapa difús irromp una nova temporalitat que ocupa espais concrets per mitjà de pràctiques i objectius ben definits i cridats a enllaçar les peces que en l'àmbit institucional potser es mantinguin, a propòsit o per atzar, separades. Ens referim a l'aparició d'associacions com Pròxima cine, constituïda el 15 de maig de 2000, que aplega més d'una desena de distribuïdores, o Promio, xarxa de cinemes independents, l'acta fundacional de la qual és del 29.09.2020.

Als seus estatuts –articles 4.1 i 4.2–, Pròxima estableix com un dels seus objectius “fortalecer su visibilidad [*del cine independiente*] y trayectoria a nivel nacional e internacional, así como la defensa del cine en lenguas co-oficiales del Estado en versión original o subtitulada al castellano” i assenyala l'audiència com a tasca comuna de tots i cadascun dels sectors, de la creació a l'exhibició, cridats a col·laborar per “aumentar el número de espectadores del cine que defendemos, con la clara intención de integrar y trabajar conjuntamente con todas las partes implicadas dentro del sector cinematográfico, para proyectar un cine de calidad que defienda el cine como cultura”.

En el mateix sentit –objectius 1, 2 i 3–, l'aposta de Promio parla de quotes de pantalla per tal de “facilitar el acceso a una ventana de exhibición en salas a aquellas películas que representen nuestra riqueza cultural y las distintas realidades y lenguas del estado” o de fomentar la versió original i/o subtitulada. Així, en la presentació pública que aquesta associació realitza en el marc del Festival de Cine Europeo de Sevilla, el novembre del 2020, en comparar la situació amb la d'altres països de l'entorn en què estem inclosos per nombre de pantalles, volum d'ingressos i assistència (França, Regne Unit, Alemanya i Itàlia), després de subratllar el seu treball a favor de la diversitat cultural, criden l'atenció cap a la manca de qualsevol mesura protectora similar “a la que gaudeixen els nostres col·legues europeus”.

En aquesta mateixa línia, pocs dies després, Promio dona una sèrie de passos vis a vis cap a les institucions amb responsabilitats en les polítiques del cinema, començant per

l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), al qual se sol·licita un programa d'ajuts específics per a sales. En la seva argumentació, alhora que descriu l'especificitat i l'estat general de les sales independents, la dificultat de la situació com a conseqüència de la pandèmia, recorda la seva tasca en la distribució d'aquest altre cinema, reclama "un reconocimiento por parte de la Administración a la altura de nuestras homólogas europeas" i formula tres propostes concretes. La primera es refereix a la pertinència d'una convocatòria d'ajuts a la diversitat en la programació que, a més d'augmentar el nombre de sales a la xarxa Europa Cinemas, explica Promio, "está pensada para que aquellas salas que ya acceden a algún tipo de ayuda autonómica (Euskadi, Catalunya), puedan también plantearse incrementar ligeramente la diversificación de programación con el fin de alcanzar los estándares europeos, y que aquellas CC. AA. que no disponen de medidas de estímulo, puedan diseñarlas a partir de los modelos ya existentes". La segona proposta recull la urgència per completar la digitalització de les sales i la tercera mira cap a una figura de mediació amb la finalitat de "regular y dirimir eventuales conflictos entre las diferentes actividades cinematográficas".

Per fi, distribució i exhibició, les baules més oblidades de la cadena, es manifesten com a basilars en tot el que representa el cinema.

Perquè el públic potencial per als films en llengües velades, aquest públic sotmès per llarg temps a maneres de distribució espacial i a una seqüenciació temporal a partir del "day and date" que defineixen la indústria i l'aparició continuada de nous títols amb obsolescència ràpida (VERHOEVEN 2011); aquest públic que es va mantenir segregat en cercles jeràrquics que van classificar les zones des del centre cap al suburbi, dels països d'origen cap a les diàspores i les perifèries, dels llocs que s'habituen cap als espais de consum –grans superfícies comercials–, captiu en cercles que no es van trencar amb la distribució digital –en simultani– i que s'accentuen amb la selecció de les obres i de les llengües per part de les plataformes hegemòniques; aquest públic té l'oportunitat d'exercir com a tal, amb els mateixos drets que qualsevol altre públic, però per això necessita que les institucions que actuen en nom seu secundin tant la versió original i el subtítulat, com el pas dels circuits de festivals a les sales independents, a llocs de trobada i part substantiva dels recursos i les funcions que li donen cos al cinema. Perquè no oblidem que la distribució i l'exhibició fan que les pantalles s'il·luminin.

I deixem per al darrer apartat un extracte dels resultats del projecte EU-VOS com a símptoma de joia. El retrat-típic de les persones expertes que van contribuir a aquests resultats i que procedeixen del camp acadèmic (34,7%), professional (57,1%) i institucional (8,2%), és el d'una persona de 48,16 anys, de dominant masculina (67,3% homes i 32,7% dones) i que en el 79,3% dels casos resideix a l'Estat espanyol (Catalunya: 14,3%; Euskadi: 24,5%; Galiza: 24,5%, d'altres: 16,3%) i en el 20,4%, a la resta d'Europa.

Extraiem els aspectes de més consens –superior al 90 per cent– en les respostes a un qüestionari Delphi de 49 preguntes, que es va organitzar al voltant de 5 grans blocs temàtics: 1. Demanda de produccions cinematogràfiques en llengües no hegemòniques i programes de suport a la creació i la difusió. 2. Doblatge, subtítulat i preservació de la diversitat lingüística europea. 3. Subtítulat des de/a llengües no hegemòniques. 4. Altres formes de distribució de continguts audiovisuals en llengües no hegemòniques. 5. Situació de la traducció i del subtítulat en llengües no hegemòniques a l'Estat espanyol.

D'entre les opinions a destacar, com a recomanació i com a possibilitat, en triem cinc que condensen aspectes tractats en aquest article i que només depenen de la voluntat política:

1. La promoció i el suport a la producció cinematogràfica en llengües no hegemòniques ha de ser abordada en l'àmbit estatal i no només autonòmic/regional.
2. La UE hauria de garantir fons per al desenvolupament de programes d'estímul del subtítulat de les obres cinematogràfiques des de/a llengües no hegemòniques.
3. El finançament públic del subtítulat a llengües no hegemòniques hauria d'incloure la cessió dels drets d'explotació amb la finalitat d'afavorir-ne la distribució/explotació en múltiples plataformes (cinema, festivals, televisions, etc.)
4. Els subtítulats finançats o creats sota l'empara del finançament públic haurien de ser realitzats i avaluats segons criteris de qualitat consensuats per comitès experts integrats per especialistes en lingüística i traducció audiovisual. I potser valgui la pena destacar com a dominant l'opinió a favor que els subtítols han d'estar en mans públiques (departaments de Cultura de les administracions, filmoteques i biblioteques, televisió pública, etc.)
5. La distribució de continguts subtítulats a llengües no hegemòniques per part de les plataformes VOD pot millorar la consideració i/o l'ús d'aquestes llengües.

## Coda

Comencem aquest text amb *Vitalina Varela* com a símptoma de joia i d'una certa malaltia que afligeix el binomi cinema-llengua. Per què, ens podem preguntar? Perquè en la seva doble cara, com a significat reprimat (*symptom*), com a problema, o com a goig (*sinthom*), com a *jouissance*, per mantenir el terme amb el qual l'explica Lacan i que conec a través de l'aplicació que realitza Slavoj Žižek (2006) a "Alfred Hitchcock, o ¿hay alguna forma correcta de hacer un *remake* de una película?", pressento que només revelant la invisibilitat, en el nostre cas el cinema en llengües minoritzades, podem treballar la relació diversitat-cinema com aquest lacanià "gaudi que es fa carn", com aquell relat amb el qual ens expliquem i que, adaptant la lletra i la música de Reimóndez i Dopazo, està en la nostra manera de parlar, de pensar, de sentir, de decidir.

## Notes

1. Amb aquest fil conductor, a [www.estudiosaudiovisuais.org](http://www.estudiosaudiovisuais.org) es poden consultar els nostres tres darrers projectes: *Cine, diversidad y redes* (2009-PN119); *eDCINEMA: Hacia el Espacio Digital Europeo. El papel de las cinematografías pequeñas en versión original*. (2012- PN071) i *EU-VOS: Patrimonio Cultural Inmaterial. Para un programa de subtítulo en lenguas no hegemónicas* (CSO2016-76014-R)
2. Realitzada el 30 de maig de 2013 en el marc del Congreso Ibercom: comunicació, cultura e esferes de poder. Santiago de Compostel·la, 29-31 de maig de 2013.
3. Vegeu *Ara. Cultura*, 21.01.2021, Xavi Serra, "El cinema entra en campanya".

## Referències

- ANDERSON, B. *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. Londres: Verso, 1983. Edició en espanyol: *Comunidades imaginadas*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica, 1993. ISBN: 98789681638672.
- BERGFELDER, T. "National, transnational or supranational cinema? Rethinking European film studies". *Media, Culture & Society*, 2005, maig. Vol. 27, 3, pàg. 315-331.
- CHRISTIE, I. "Where is National Cinema Today (and We still need it?)". *Film History*, 2013. Vol. 25. número 1-2, pàg. 19-30.
- CROFTS, S. "Reconceptualising National Cinema/s". A: VITALI, V.; WILLEMEN, P. (eds.) *Theorising national cinema*. Londres: Palgrave MacMillan, 2006. ISBN: 978183902841.
- ELSAESSER, T. "Cine transnacional, el sistema de festivals y la transformación digital". *Fonseca, Journal of Communication*, 2015, n.º 11, jul-des, pàg. 175-196.
- GUYOT, J. "La Convenció de la UNESCO de 2005 o l'impensat de la pluralitat lingüística". *Quaderns del CAC*, 2017, 43, vol. XX-juliol, pàg. 29-35. [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q43\\_Guyot\\_CA\\_0.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q43_Guyot_CA_0.pdf)
- NAFICY, H. *An accented cinema. Exilic and Diasporic Filmmaking*, Princeton: Princeton University Press, 2001. ISBN: 9780691043914.
- HIGSON, A. "The concept of national cinema" *Screen*, 1989, 30- 4, pàg. 36-47.
- HJORT, M.; PETRIE, D. *The cinema of small nations*. Edimburg: Edinburgh University Press, 2007. ISBN: 9780253220103.
- KONTSEILUA. *Protocol per a la Garantia dels Drets Lingüístics*. Donosti: Kontseilua, 2015. [http://protokoloa.eus/wp-content/uploads/2018/07/protokoloa\\_cat.pdf](http://protokoloa.eus/wp-content/uploads/2018/07/protokoloa_cat.pdf)
- LEDO ANDIÓN, M.; LÓPEZ GÓMEZ, A.; PÉREZ PEREIRO, M. "Cine europeo en lenguas de naciones sin estado y pequeñas naciones". *Revista Latina de Comunicación social*, 2016, 71, pàg. 309-331. <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1097/17es.html>
- MATTELART, T. «Sobre la deconstrucció de la "diversidad cultural"». *Denken Pensée Thought My[]*, e-zine de Pensamiento Cultural Europeo, 2013, 44, pàg. 755-772.
- MARTIN BARBERO, J. "Diversidade em convergencia". *Matrizes*, 2014, 8, 2, pàg. 15-33. <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/90445/93216>
- MEERS, P. "The cinema of small nations". *Historical Journal of Film, Radio & TV*, 2011, Març. Vol. 31, 1, pàg. 147-149.
- NAFICY, H. *An accented cinema. Exilic and Diasporic Filmmaking*. Princeton: Princeton University Press, 2001. ISBN: 9780691043914.
- SCHLESINGER, P. "The sociological scope of nacional cinema". A: HJORT, M.; MACKENZIE, S. (ed.). *Cinema and nation*. Londres i Nova York: Routledge, 2000. ISBN: 9780415208635.
- SHOHAT, E.; STAM, R. "The cinema after Babel: language, difference, power". *Screen*, 1985, 26, 3-4, pàg. 35-58.
- UNESCO. *Vitalidad y peligro de desaparición de las lenguas*. UNESCO: París, 2003. [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/LVE\\_Spanish\\_EDITED%20FOR%20PUBLICATION.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/LVE_Spanish_EDITED%20FOR%20PUBLICATION.pdf)
- UNESCO. *Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural*. UNESCO: París, 2009. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000184755\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000184755_spa)
- VERHOEVEN, D. "Film Distribution in the Diaspora. Temporality, Community and National Cinema". A: MALTBY, R.; BILTEREYST, D; MEERS, P. (ed.). *Exploration in New Cinema History*. Malden i Oxford: Wiley-Blackwel, 2011. ISBN: 9781405199490.
- ZIZEK, S. *Lacrimae rerum. Ensayos sobre cine moderno y ciberespacio*. Madrid: Debate, 2006. ISBN: 8483066599.



# Films insígnia, polítiques audiovisuals i circulació. Els casos de *Pa negre*, *Handia* i *O que arde*

## MARTA PÉREZ PEREIRO

Professora de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la  
Universidade de Santiago de Compostela

[marta.perez.pereiro@usc.es](mailto:marta.perez.pereiro@usc.es)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5260-4485>

## MARIJO DEOGRACIAS HERRILLO

Doctoranda en Ciències Socials per la Facultat de Ciències  
Socials i de la Comunicació de la Universitat del País Basc  
(EHU/UPV)

[mariajose.deogracias@ehu.eus](mailto:mariajose.deogracias@ehu.eus)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6297-8579>

## M<sup>a</sup> SOLIÑA BARREIRO GONZÁLEZ

Professora de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la  
Universidade de Santiago de Compostela

[mariasolina.barreiro@usc.es](mailto:mariasolina.barreiro@usc.es)

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-8932-6474>

Article rebut el 05/04/21 i acceptat el 12/07/21

### Resum

*El cinema en les llengües minoritàries de l'Estat espanyol ha estat invisibilitzat per les dificultats de circulació de films petits i per la necessitat de doblar-los per a la seva inclusió al mercat espanyol, en el qual la versió original subtitulada és una opció minoritària. La presència del que denominem films insígnia, premiats en festivals internacionals i que s'exhibeixen en llengua original, contribueix a una certa visibilitat d'aquestes cinematografies. En aquest assaig analitzem tres casos — Pa negre (2010), Handia (2017) i O que arde (2019)— i les polítiques audiovisuals que van fer possible la seva producció i visibilització en festivals i cartelleres.*

### Paraules clau

*Cinema, subtitulació, circulació, llengües minoritàries, polítiques audiovisuals.*

### Abstract

*Cinema in minority languages in Spain has remained invisible due to the difficulties entailed in circulating small films and the need to dub them in order for their inclusion in the Spanish market, where the subtitled original version (SOV) is a minority option. The presence of what we call flagship films, which have won awards at international festivals and exhibited in their original language, contributes to bringing these films some visibility. In this essay, we analyse three cases — Pa negre (2010), Handia (2017) and O que arde (2019)— and the audiovisual policies that made it possible to produce them and give them visibility in festivals and film listings.*

### Keywords

*Cinema, subtitling, circulation, minority languages, audiovisual policies.*

## 1. Introducció

En les dues últimes dècades, la indústria cinematogràfica europea ha estat sotmesa a profundes transformacions tecnològiques (la irrupció digital i l'arribada de les plataformes de vídeo a petició), econòmiques (la crisi de 2008 i la provocada per la Covid-19 el 2020) i legislatives (directives de serveis de comunicació audiovisual de 2010 i 2018). Si la nova realitat del mercat únic digital europeu (Comissió Europea 2015) i les complicacions dels films comercials per fer-se lloc en la distribució i exhibició internacionals és difícil, la situació del cinema en llengües minoritàries és molt més complexa. La transformació lèxica de la globalitat a la transnacionalitat semblava que havia bandejat la tensió entre el centre (entès com els denominats *West European big five*, és a saber, el

Regne Unit, França, Alemanya, Itàlia i Espanya) i la perifèria, en la qual se situen cinematografies de països més petits, de nacions sense estat o de comunitats lingüístiques minoritàries, però el debat geopolític s'ha complicat, i "les jerarquies i diferències d'escala encara importen, i potser importen encara més que en l'era analògica" (Szczepanik *et al.* 2020: 1).

Així doncs, malgrat la protecció de la qual gaudeixen les llengües minoritàries i regionals europees des de 1992 mitjançant la Carta europea de les llengües regionals i minoritàries i dels intents dels programes europeus de finançament de l'audiovisual, sobretot a través del programa MEDIA, les ocasions en les quals un film en una llengua minoritària aconsegueix fer-se visible, tant en el seu territori nacional com en l'europeu, són escasses. La distribució és el taló d'Aquil·les del cinema europeu (Parlament Europeu 2020),

que s'enfronta a les produccions de Hollywood i als productes de plataformes com Netflix o HBO que, a més de procurar incomplir les normes de quota de pantalla per a produccions europees que estableix la Comissió Europea, intenten esquivar les lleis audiovisuals de cada territori.

Els *small cinemas*, denominació que manllevem de Hjort i Petrie (2007) per definir aquestes cinematografies de petita escala, baix pressupost i produïdes, en molts casos, en llengües minoritàries, tenen dificultats per mostrar-se no només en els mercats internacionals, sinó també en els nacionals. En el cas de les nacions sense Estat, el fet de pertànyer a un Estat que regula l'audiovisual i té una llengua dominant fa que l'exclusió sigui encara més notable. A l'Estat espanyol, tret de petites correccions operades en les successives legislacions, com la que estableix la Llei 55/2007, de 28 de desembre, del cinema, que regula la quota de pantalla doble per a versions subtítulades a les diferents llengües oficials, el cinema de les llengües cooficials i minoritàries es fa difícil de veure a les vies tradicionals de distribució i exhibició cinematogràfiques. La tradició, fermament consolidada, del doblatge audiovisual, contribueix encara més a invisibilitzar les llengües minoritàries, que desapareixen en doblatges forçats a l'espanyol amb la intenció de competir en igualtat de condicions amb produccions rodades en aquesta llengua. No obstant això, hi ha excepcions notables a les quals en aquest treball denominarem *films insígnia*, que presenten models d'èxit de producció i distribució, de manera que poden marcar noves rutes per a films petits. Hem triat les pel·lícules *Pa negre* (2010), *Handia* (2017) i *O que arde* (2019) com a films insígnia, no només per la seva significació cultural, sinó perquè presenten els resultats de diferents polítiques audiovisuals i estratègies de visibilització, decisives per transformar les xarxes de distribució i exhibició i, fins i tot, la relació de l'audiència amb els seus hipotètics cinemes nacionals.

## 2. Talent, polítiques i festivals de cinema

L'èxit dels *small cinemas* està supeditat a una sèrie de condicions que passen per qüestions econòmiques, però també relatives al capital cultural de les produccions:

Diversitat de l'expressió cinematogràfica, assegurar un percentatge de la taquilla nacional més que respectable, guanyar nombrosos premis en el circuit internacional de festivals, aconseguir algunes mesures per a la distribució a escala nacional, supranacional i internacional, i proporcionar una plataforma perquè actors, directors, directors de fotografia i altres professionals tinguin oportunitats cinematogràfiques dins i fora de la indústria nacional de manera regular per mantenir i desenvolupar les seves habilitats (Hjort 2007: 26).

Entre aquestes condicions per produir cinema en nacions petites destaquen l'impuls del talent i la potenciació dels ajuts públics. L'exemple que ofereix Hjort és el de Dinamarca, que, malgrat ser un país amb una tradició cinematogràfica consolidada en les primeres dècades del segle XX, va augmentar el suport públic al talent en un sistema mixt d'ajuts públics promogut pel Danish Film Institute (DFI) a la fi de la dècada de 1980 amb la intenció d'internacionalitzar la seva producció. Així doncs, la Llei del cinema de 1989 eliminava la condició de rodar en llengua danesa per atreure coproducció internacional i, al mateix temps, finançava el talent jove mitjançant uns ajuts en els quals no es requeria el retorn econòmic. Si bé el finançament del talent va suposar el naixement de moviments premiats i reconeguts internacionalment com ara *Dogma95*, en el qual van destacar figures ja consolidades com Thomas Wintenbergs o Lars von Trier, Hjort adverteix que l'aposta global per rodar en llengua anglesa podria fer minvar el capital cultural de les produccions i limitar la presència d'elements identitaris.

Tant les diferents polítiques i lleis audiovisuals orientades a la protecció d'un cinema nacional com la projecció d'aquest talent cinematogràfic poden, d'una banda, generar una etiqueta visible, bàsicament la d'un cinema nacional i, per altra banda, caure en alguns perills. La idea complexa de nació, en el sentit d'"imagined community" (Anderson 1983) que trasllada el cinema al competitiu mercat internacional pot desenvolupar, al mateix temps, una estratègia d'exotització (Figuerola 2001) quan es redueixen a clics els diferents elements nacionals en destacar els que es consideren més diferents. En el mateix sentit es pronuncia Elsaesser (2015), que parla d'"autoexotització" quan són els i les cineastes qui incorporen aquests aspectes, de vegades pintorescs, per poder-se mostrar com a diferents tant en el mercat internacional com en els nacionals. Les dificultats perquè les petites cinematografies es facin visibles s'han demostrat en treballs previs (Ledo, López i Pérez 2016; Manias-Muñoz, Barreiro, Rodríguez 2017; Pérez Pereiro, Deogracias Horrillo 2021), en els quals s'afirma que les nacions sense Estat troben més problemes per desenvolupar "l'etiqueta de 'cinema nacional' associada al seu territori, a causa de pressupostos significativament inferiors i a la dependència de polítiques estatals" (Ledo, López i Pérez 2016). Cal que aquestes cinematografies desenvolupin en les seves pròpies polítiques audiovisuals una proposta per créixer i posicionar-se, ja que "hi ha una relació directa entre la inversió institucional en promoció i distribució i l'impacte d'aquesta inversió en les taquilles, particularment la nacional" (ibíd 2016).

Precisament aquesta presència a les taquilles nacionals és un dels condicionants de l'èxit d'un cinema nacional, tal com indicava Hjort, i, al mateix temps, una altra de les dificultats singulars de les produccions de les nacions sense Estat. En aquest sentit, l'èxit a les taquilles estatals contribueix de manera positiva en les de les nacions que formen part de l'Estat. Seguint l'argument de Higson (1989), que es preguntava per la possible



existència d'un cinema nacional sense un públic nacional, convé analitzar com el cinema de les nacions sense Estat es comporta a les taquilles de l'Estat i com les polítiques desenvolupades per les seves institucions audiovisuals respectives contribueixen a millorar la seva presència a les sales de cinema.

A la formació de l'etiqueta "cinema nacional" hi contribueixen, amb tot, factors externs al sistema audiovisual propi. El sistema de festivals, que ha crescut i ha desenvolupat un circuit global, serveix com a element sancionador de la cinematografia contemporània, encara que aquesta importància en la creació d'èxit global no s'ha reconegut fins fa poc. Així, doncs, "el paper dels festivals s'ha subestimat: festivals tradicionals com els de Canes i Venècia han estat sempre l'autèntic origen de les noves onades de cinema nacional, de la mateixa manera que han estat els creadors reals dels autors" (Elsaesser 2015: 187). A més, i a causa de l'hegemonia en la distribució de les grans empreses americanes, els festivals actuen com a circuits alternatius en els quals la diversitat lingüística i artística estan garantides. "Els múltiples nivells d'intervenció cultural (entre la part internacional-global i la nacional, regional i local) han donat lloc a una presència més àmplia de films de diversos orígens geogràfics, en què es presenten múltiples llengües. El caràcter internacional dels festivals de cinema, per tant, els posiciona com a espais privilegiats per a la preservació de la diversitat lingüística" (López-Gómez, Vallejo, Barreiro, Alencar 2020: 241-242).

### 3. Metodologia

Aquest assaig és part de la recerca desenvolupada en el projecte "EUVOS. Patrimoni Cultural Immaterial. Per a un programa europeu de subtitulació en llengües no hegemòniques",<sup>1</sup> en el qual s'analitzava la influència de la traducció audiovisual, preferentment la subtitulació, com un dels elements que faciliten la circulació de les cinematografies produïdes en llengües minoritàries. En aquest cas, s'exploraran tres casos d'estudi: els models de producció, distribució i exhibició dels films *Pa negre* (2010), *Handia* (2017) i *O que arde* (2019), i es farà especial atenció en les polítiques que van propiciar l'èxit d'aquests films a les taquilles de l'Estat espanyol. A més de l'anàlisi de dades de finançament, distribució i taquilla, s'han fet 31 entrevistes als directors, productors, distribuïdors i gestors culturals per tal d'interpretar correctament aquestes dades.<sup>2</sup> La comparació de tots tres models permetrà no només valorar les transformacions del mercat audiovisual espanyol en l'última dècada, a causa de la cronologia de producció dels tres casos, sinó també comprovar com les polítiques desenvolupades en cada territori han contribuït al desenvolupament de films insígnia que poden servir de model per a noves produccions. També permetrà explorar l'acceptació per part del públic de la versió original subtitulada i en altres llengües oficials de l'Estat espanyol.

### 4. *Pa negre*, el català sona als Goya

*Pa negre* (Villaronga 2010) guanya el 2011 el Goya a la millor pel·lícula. És la primera vegada, en els 23 anys d'existència d'aquests premis, que una pel·lícula en una llengua pròpia que no és el castellà obté aquest guardó. Fins i tot l'anglès havia aparegut anys abans que el català, el galleg o el basc quan *El sueño del mono loco* (Trueba 1989) i *Los otros* (Amenábar 2001) havien estat premiades com a millor pel·lícula espanyola. L'èxit de *Pa negre* va fer visible l'existència d'altres cinemes parlats en altres llengües nostres. El seu reconeixement va ser institucional i també popular: va recaptar 2.680.155 € i la van arribar a veure 439.744 espectadors (ICAA: 2021) a Espanya. A Catalunya va ser la segona pel·lícula en recaptació el 2011 després de *Midnight in Paris* (Allen 2011) (Caballero 2013: 108), va obtenir 9 premis Goya i 13 premis Gaudí i va ser la pel·lícula seleccionada per representar Espanya als Oscar.

*Pa negre* és el resultat d'unes polítiques públiques desenvolupades des de la Generalitat de Catalunya per obtenir films de qualitat, majoritaris i amb un ampli recorregut, finançant menys pel·lícules, però dotant-les millor. *Pa negre* sembla que ha inaugurat el camí a la visibilitat de les llengües i cinematografies basca, amb *Loreak* (Garaño i Goenaga 2014) i *Handia* (Arregi i Garaño 2017), o gallega, amb *O que arde* (Laxe 2019).

#### 4.1 D'una llei de cinema integral a subvencionar versions

Una ràtio molt baixa de persones espectadores per subvenció i la voluntat de donar visibilitat a un cinema fet en llengua catalana van provocar un canvi en el finançament de la producció cinematogràfica a Catalunya durant el govern tripartit de PSC, ERC i ICV-EUiA (2006-2010): més pressupost a menys pel·lícules per millorar la seva circulació. Segons Antoni Lladó, director de l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) entre 2007 i 2011, aquest finançament va ser "molt interessant perquè sense perjudicar el cinema més d'autor es va voler donar un suport especial a un cinema que tenia una voluntat de difusió més massiva" (2014). Conscients que el cinema requereix finançament però que aquest finançament ha de donar "visibilitat al producte" per fer-lo "rendible socialment (...) es va apostar molt per la qualitat i per la difusió i va haver-hi sort. Hi va haver cinc o sis produccions d'una certa envergadura" (2014). Aquestes produccions van ser *Pa negre* (Villaronga 2010), *Bruc* (Benmayor 2010), *Herois* (Freixas 2010) i *Eva* (Maíllo 2011). *Pa negre* ha estat la que ha tingut més recorregut, recaptació i públic.<sup>3</sup>

Aquesta política de finançament formava part d'una llei del cinema que pretenia reorganitzar i potenciar la cinematografia catalana en totes les fases, des de la producció fins a l'exhibició. Aquestes actuacions, però, es van veure frustrades per conflictes polítics, legals i econòmics. La llei de cinema, aprovada pel

Parlament de Catalunya el 2010, va ser la primera que va legitimar els objectius d'accés fílmic en llengua pròpia i que va recórrer en el preàmbul a la Convenció de la Unesco sobre la diversitat cultural (BOE 2011, núm. 191: 69.175). A més del foment i promoció d'un nombre de produccions pròpies en VOC (versió original en català) menor però de major repercussió, els seus objectius bàsics eren la millora de la distribució i exhibició en català, per això es proposava la creació d'una xarxa de sales publicoprivada que prioritzaria l'exhibició de films produïts a Catalunya, a Europa i films d'interès artístic i cultural produïts fora d'Europa amb subtítols en català. Es volia garantir un 50% de les sessions cinematogràfiques en català en un termini de cinc anys (BOE 2011, núm. 191: 69.183).

El Partit Popular i Ciutadans van recórrer davant del Constitucional<sup>4</sup> la Llei del cinema i la Comissió Europea la va considerar el 2012 “discriminàtoria” envers els films europeus pel sobrecost de traducció que implicaria un 50% de projeccions en català. Segons la Comissió, el cinema és una mercaderia i la protecció del cinema en llengua pròpia s'oposa a la lliure competència a Europa. També s'hi va oposar el Gremi d'Empresaris de Cinemes de Catalunya (81% de la quota de pantalla), amb un tancament patronal el febrer de 2010. A aquest context conflictiu, s'hi va afegir la crisi econòmica amb les seves dràstiques retallades pressupostàries en política audiovisual —52,64% el 2011 (Barreiro 2015)— i un canvi de govern del tripartit a un govern de dretes (CiU). La llei va caure aviat en la inoperància pressupostària i en la paràlisi judicial, gairebé sense haver-se aplicat.

El Parlament de Catalunya va reformar la llei l'abril de 2014. Va excloure de les quotes les pel·lícules europees, va fer desaparèixer els terminis per aconseguir l'equilibri lingüístic en l'exhibició i va deixar a la voluntat dels empresaris l'accés al cinema en català (BOPC 2014: 27).

Aquest nou règim es vehicula des de 2015 mitjançant convocatòries anuals de subvencions i d'acords bilaterals orientats des del Servei de Foment de l'Ús del Català tant a les sales tradicionals com a les noves finestres de difusió digital (VoD, televisió connectada, etc.) (Departament de Cultura 2015, 2016, 2017 i 2018). Aquesta estratègia es complementa amb una sèrie d'acords bilaterals amb Movistar+ o amb Filmin, la qual cosa va contribuir al naixement de FilminCat. La distribució tradicional també va entrar en aquests acords bilaterals (Cinemes Texas) i no es van deixar de banda els festivals, entre els quals destaca el Festival Internacional de Sitges, amb un 60% de les projeccions subtítolades en català el 2017 (Barreiro i Clares-Gavilán 2020).

D'una llei integral es va passar a ajuts directes a la subtítolació i al doblatge, es van assumir les constriccions del lliure mercat i es van suavitzar els principis que animaven les intervencions polítiques. S'ha demostrat que aquesta estratègia és útil per incrementar el nombre de pel·lícules i audiovisuals als quals s'accedeix en llengua catalana. Des que es van aplicar aquests

ajuts el 2015 el nombre de públic espectador a Catalunya de pel·lícules subtítolades en català va augmentar un 500% (de 24.123 el 2014 a 133.346 el 2016 [Idescat 2020]), però si mirem les pel·lícules en VOC s'observa un declivi d'espectadors sense recuperació. El punt àlgid va ser entre 2010 i 2011, quan les polítiques de suport a la producció de menys films amb més diners van començar a tenir èxit; l'any d'*Herois* (2010), *Bruc* (2010), *Eva* (2011), *Pa negre* (2010), i la seva reestrena després dels Goya de 2011.

La política actual augmenta la quantitat de films en català en diferents pantalles, però no necessàriament la diversitat cinematogràfica, perquè són les productores qui trien què es tradueix i, per tant, configuren l'oferta en català. En aquest sentit s'expressa Ramon Castells, director de l'àrea d'estudis del ConCA (Consell Nacional de la Cultura i dels Arts), que planteja centrar els esforços en la producció pròpia si el que es vol és fomentar la diversitat fílmica en llengua pròpia:

“Si volem productes de qualitat en llengua catalana és més important que hi hagi productes propis, relacionar la creació pròpia del territori amb la llengua pròpia del territori abans que fer una transposició d'aquests productes que ens arriben i adaptar-los a la nostra llengua per fer-los més accessibles” (Castells 2018).

#### 4.2 Llengua, circulació, diversitat

El setembre de 2010 s'estrena *Pa negre* al Festival de Sant Sebastià. A l'octubre arriba a les sales amb 70 còpies doblades al castellà i 30 en versió original en català, de les quals 40 es projecten a Catalunya. Abans de finalitzar l'any havia aconseguit 139.000 persones espectadores i 870.000€ (Corbella 2017). Les 14 nominacions als Goya faciliten una segona ronda de distribució a les sales, quan amb prou feines es podia veure a Barcelona, Madrid, València i Balears; llavors arriben 36 còpies doblades i 4 en VOC. Aquest nombre s'ampliarà fins a les 100 una vegada rebí els 9 Goya, entre els quals a la millor pel·lícula, millor direcció i millor guió adaptat. Els premis van ser una promoció fonamental que va facilitar pràcticament una reestrena d'una pel·lícula que, malgrat tot, estava aconseguint un bon recorregut. Segons la seva productora, Isona Passola, el febrer de 2011, “en les 17 setmanes mai no hem baixat d'estar entre les 20 pel·lícules amb més recaptació per còpia” (González 2011).

*Pa negre* sembla que ha iniciat el camí a la visibilitat de les altres nostres llengües al cinema a Espanya. L'administració va donar suport al film econòmicament de manera prioritària per aconseguir una pel·lícula en català rellevant, amb recorregut i que permetés l'accés no només en llengua pròpia sinó a la cultura pròpia. El pressupost va ascendir a quatre milions, dels quals Massa d'Or Produccions va aportar mig milió i les vendes internacionals, 200.000€; la resta van ser subvencions, drets d'antena o crèdits públics amb garantia. L'esforç de les polítiques públiques, aplicades a un bon producte, va facilitar

la visibilitat d'un film, d'una cinematografia, d'una llengua i d'una cultura. El nombre d'espectadors a Catalunya de films en llengua pròpia no ha tornat a ser el mateix que el 2010-2011.<sup>5</sup>

## 5. *Handia*, la més gran

*Handia* (Garaño i Arregi 2017) es va estrenar en la 65<sup>a</sup> edició del Festival Internacional de Cinema de Sant Sebastià i va ser premi especial del públic. A les sales hi va arribar el 20 de desembre; va recaptar 750.072,15€ i va obtenir 133.296 espectadors (ICAA 2021). S'ha convertit en la pel·lícula més taquillera en llengua basca fins avui. També ha estat la segona cinta en basc candidata a la millor pel·lícula als Goya, després de *Loreak* (Garaño i Arregi 2014). Cap de les dues no va obtenir aquest premi, però *Loreak* va ser triada per competir en la 88<sup>a</sup> edició dels Oscars, en la categoria a la millor pel·lícula de parla no anglesa, i *Handia* va guanyar 10 de les 13 nominacions que tenia i va ser la cinta més premiada. Sens dubte va ser un gran èxit per a la parella de directors, que van tornar a repetir la fórmula, aquesta vegada sumant Jose Mari Goenaga a l'equip de direcció, a *La trinchera infinita* (Garaño, Arregi, Goenaga 2019), amb 15 nominacions i 4 premis Goya.

La llengua principal a *Handia* és el basc, però s'hi intercalen converses en castellà com a segona llengua, i fins i tot s'hi sent anglès i francès i una mica d'àrab i portuguès, un fet innovador en el cinema en llengua basca i que trenca amb la tendència que s'havia seguit fins aleshores en la producció de cinema en basc. Segons Tamayo i Manterola (2019: 287), “obre pas al multilingüisme i se suma a la tendència actual de reflectir la realitat de les societats bilingües i multilingües en la ficció”. D'aquesta manera, la subtitulació es converteix en un aliat del basc. Hi és present des de l'inici del projecte, fet que els directors veuen com a natural i necessari, en part a causa de la seva cultura de festivals de cinema. Afirmen que “si l'espectador ha de llegir subtítols no li sol importar que la pel·lícula sigui en basc; no suposa un obstacle” (Garaño 2020).

*Handia* es va distribuir en VOS-basc, VOS-castellà i doblada al castellà, a més de VOS-anglès (fora d'Espanya). Va sortir amb 92 còpies (30 en basc i la resta en castellà). Els directors d'*Handia* recorden que en el seu primer llargmetratge, *80 egunean* (2010), van imaginar una pel·lícula bilingüe però es van veure obligats a triar, ja que abans es considerava més difícil programar una pel·lícula en VOS, i finalment es va rodar en basc. Han passat 10 anys des de *80 egunean* i el nombre de pel·lícules rodades en aquesta llengua ha anat en augment, en resposta a les mesures i als convenis adoptats pel Govern Basc al costat de la televisió pública basca en suport al cinema en basc (Manias Muñoz 2015). Així ho demostren les dades. Garaño afirma que “el percentatge de públic que ha vist les còpies en basc amb subtítols és més elevat que el percentatge de les còpies doblades. De fet, ha funcionat millor la VOS que

la doblada” (Garaño 2020). Segons dades de la distribuïdora A Contracorriente Films, el 79,42% del públic va veure *Handia* a les sales en VOS.

### 5.1. Polítiques de suport al cinema en basc

Al contrari que Catalunya i Galícia, el País Basc no té cap llei pròpia de cinema. No obstant això, el Pla basc de la cultura (2013) ja plantejava que la “nova generació de cineastes, amb gran èxit i experiència adquirida en el camp del curtmetratge”, i que desenvolupa la seva activitat en basc, generaria “una oportunitat d'abordar definitivament la qüestió pendent del Zinea Euskaraz (cinema en basc)” (Govern Basc 2003: 6). Aquesta nova generació de cineastes estava lligada a la iniciativa Kimuak, impulsada per l'administració basca a través d'Ettxepare Euskal Institutua - Institut Basc i d'Euskadiko Filmategia - Filmoteca Basca, per elaborar curtmetratges en basc. La qüestió de Zinea Euskaraz feia referència a com desenvolupar una política estable de suport al cinema en llengua basca perquè rodar en basc no ha estat mai una exigència per accedir a les subvencions de l'administració basca, encara que al principi sí que es va plantejar, per al seu finançament, que els exteriors es rodessin a Euskadi, o que el 75% del personal tècnic i actors fos resident de la comunitat autònoma basca (Roldán 1996). No es planteja impulsar la producció periòdica en basc fins que no es defineixi l'estratègia audiovisual a través del Llibre Blanc de 2003 (Azpillaga 2013). Per aquest motiu no hi ha hagut un requeriment lingüístic de manera sistemàtica per accedir a aquests ajuts, exceptuant la sèrie documental *Ikuska* (1970-1985) i les versions cinematogràfiques d'obres literàries dels anys vuitanta, com *Ke arteko egunak* (Eceiza 1989), que van tenir un gran ressò tant al País Basc com a l'Estat espanyol, encara que no precisament la producció en basc. De fet, la temàtica d'aquelles pel·lícules i els mètodes de producció van provocar una gran discussió respecte a la identitat i al caràcter d'aquell cinema (Macías 2010).

Actualment, i encara que en la convocatòria de subvencions sí que es fa una discriminació positiva pel que fa a l'ús del basc, es refereix a l'interès artístic global del projecte (en llargmetratges, 10 punts com a màxim sobre 75; a més, els projectes en basc gaudeixen de límits d'ajuts més flexibles i queden lliures de l'exigència de primera o segona pel·lícula del director o directora que s'aplica als projectes de baix pressupost). Només en la creació de guions s'ha establert, des de 2008, una política específica de quotes amb una reserva d'ajuts per a la creació en basc (al voltant del 50%). En aquest sentit, les contribucions d'EiTB a la producció audiovisual basca resulten més significatives que els ajuts del Govern Basc. A més, des de 2007 aquestes contribucions sí que estan subjectes a quotes d'inversió en producció en basc (30%), la qual cosa s'ha traduït en un mínim de dos llargmetratges de ficció i un d'animació en basc anuals. EiTB va fer una inversió de 4,3 milions d'euros el 2017 (EiTB 2019: 38-39) i de 5,7 milions el 2019.

## 5.2 Nous inversors

Gràcies a l'èxit que va obtenir la cinta *Loreak* els directors van poder rodar *Handia* amb el doble de pressupost (3,7 milions d'euros). Es va convertir en la segona producció en basc més cara de la història després de *Dragoi ehiztaria* (Barko 2012), (Espinell 2018) i va superar la mitjana de cost de producció de llargmetratges d'anys anteriors (MCUD: 2018, pàg. 343).

La cinta va comptar amb subvencions de la Diputació Foral de Guipúscoa (80.000 €), el Govern Basc (345.000 €) i el Ministeri de Cultura, a través de l'ICAA (980.000 €), que van suposar el 37,8% del pressupost (Herederó: 2019, pàg. 99). A més, hi van participar EITB, TVE, Euskaltel i Film Factory Entertainment. La plataforma Netflix s'hi va sumar, més o menys, amb una tercera part del pressupost (Garaño 2020). Malgrat que la participació de Netflix ha suposat ampliar o assegurar el pressupost, també ha condicionat la seva distribució: a Europa va ser a càrrec de Netflix, que es va encarregar de subtitular la pel·lícula a les diferents llengües dels països on la plataforma ofereix el seu catàleg. Actualment, *Handia* és a la plataforma Netflix en VOS en tots els països en els quals té presència. Com apunta Katixa Agirre (2021), “des del punt de vista de la llengua basca, com a llengua minoritària, ser present en una plataforma que arriba a llars de tot el món suposa un bon impuls i un primer pas per al seu coneixement”, encara que correspon als ens públics apostar pel cinema en llengües minoritàries (Agirre 2019).

Cal destacar que des d'*Aupa, Etxebeste!* (Asier Altuna i Telmo Esnal 2005), el cinema en basc vivia per primera vegada a la història una producció i exhibició regular de llargmetratges (Agirre 2021) amb el suport, com apuntàvem, de la corporació pública EITB, dels ajuts del Govern Basc i també, de manera efímera, del nou fons de finançament de cinema en llengües cooficials amb càrrec als pressupostos generals de l'Estat, recollit en la Llei del cinema de 2007 i instaurat el 2009, però que el Partit Popular va retirar el 2013. Encara que recentment s'ha fet públic que la modificació del Reial decret 1090/2020 que regula aquesta llei preveu ampliar els límits dels ajuts, seria convenient que es definissin de manera que no quedessin a la mercè del govern de torn perquè, com s'ha vist, el suport de les polítiques públiques, més enllà de ser necessari per garantir el finançament, ajuda a normalitzar el cinema en llengües minoritàries tant a l'hora de produir-lo com de consumir-lo. També seria interessant impulsar ajuts a la subtitulació perquè les sales puguin apostar per la VOS.

## 6. *O que arde* (2019). Dels ajuts al talent a la confirmació d'un model d'autors

La primavera de 2019, el premi Un Certain Regard del Festival de Canes a *O que arde* no només confirmava Oliver Laxe com l'autor més reconegut del moment de l'Estat espanyol, sinó que

ratificava la presència del cinema gallec com una constant en els principals circuits del cinema europeu. El premi va suposar el suport definitiu perquè el públic espanyol s'atrevis a anar al cinema a veure una pel·lícula en VOS, una experiència que ha estat progressivament menys marginal. Totes les còpies d'*O que arde* es van exhibir en aquesta versió, de manera que el cap de setmana d'estrena 54 sales van projectar el film en llengua gallega subtitulada a l'espanyol. Així doncs, *O que arde* va tenir el 2019 71.037 espectadors (ICAA 2020) en la seva estrena a les sales i uns altres 24.394 el 2020 (ICAA: 2021), en aprofitar l'impuls dels premis Goya a la millor direcció de fotografia per a Mauro Herce i a la millor actriu revelació per a Benedicta Sánchez, en el primer trimestre de l'any, i abans que les sales de cinema tanquessin durant el confinament provocat per la Covid-19. Les dades de taquilla, amb una recaptació de 530.110 € al territori espanyol, a més, situaven en els primers llocs de distribució una empresa petita ubicada a Galícia, Numax, i van convertir la cinta en la pel·lícula gallega més vista de la història. Aquestes dades van confirmar l'èxit d'una política audiovisual dedicada al suport al talent.

## 6.1 Política audiovisual gallega: entre el cinema comercial i el finançament del talent

La política audiovisual desenvolupada pels successius governs gallecs, amb més articulació a partir de 2005, ha incorporat la tensió art-indústria a l'hora de finançar projectes. L'esdeveniment CineGalicia el 1989, en el qual es van portar a les sales tres films, dos en VO gallega, *Sempre Xonxa* (Chano Piñeiro 1989) i *Urxu* (Carlos Piñeiro i Alfredo García Pinal 1989), i un de doblat al gallec, *Continental* (Xavier Villaverde 1989), posava en evidència l'ambició que el cinema gallec fes present a les pantalles en la llengua pròpia. No obstant això, la dècada següent va ser especialment estèril per al cinema en llengua vernacle. L'aprovació de la *Lei 6/1999 do audiovisual* reconeixia “la importància cultural, social i econòmica, com a instrument per expressar el dret a la promoció i divulgació de la seva cultura, la seva història i la seva llengua, com a dades d'autoidentificació” (1999: 11.033) i la Xunta de Galícia dotava, en el període 2000-2001, amb 2 milions d'euros les subvencions, però hi havia una mancança, que el sector denuncia en els anys següents, en el suport a la circulació de les pel·lícules. Així, l'Associació Gallega de Productores Independents (Agapi) presenta un pla estratègic en què es reivindica la “implantació de fórmules més proteccionistes (...), de foment de la col·laboració amb multinacionals de distribució, ajuts per a la promoció i la difusió” (Roca et al. 2016: 163). A més, el sistema d'ajuts en aquest període no considerava obligatòria la producció en llengua gallega, per la qual cosa molts dels rodatges es feien en espanyol. El gallec apareixia, en bona part dels casos, en la versió doblada obligatòria per justificar el suport de la Televisió de Galícia que, en virtut de la cessió de drets, feia una sèrie d'emissions d'aquesta versió.

En el període 2005-2009, i sota l'estructura bicèfala del Consorci de l'Audiovisual i l'Agència Audiovisual Gallega, es va iniciar una aposta més decidida per les produccions en llengua gallega, ja que era un requisit imprescindible, o almenys puntuable, en alguna de les convocatòries. Des de llavors es divideixen en un model pensat per administrar l'esmentada tensió art-indústria i inclouen un suport explícit a la promoció i la circulació de les obres finançades. D'una banda, es mantenen els ajuts a produccions i coproduccions "de contingut cultural gallec" (AGADI 2020), en les quals es fa una distinció entre les que aspiren a realitzar-se amb un pressupost inferior a 1.200.000 €, en les quals es valora primordialment la diversitat cinematogràfica, i aquelles amb un pressupost superior, que han de presentar "un especial valor cinematogràfic, cultural i social" (AGADIC 2020). En tots dos casos, l'ús de la llengua gallega és un element positiu, en la mesura que es poden obtenir punts si es fa servir en el rodatge.<sup>6</sup> En canvi, l'ús de la llengua gallega és obligatori en la convocatòria de "Subvencions de creació audiovisual per al desenvolupament i promoció del talent audiovisual gallec". Aquest sistema d'ajuts, que es va iniciar el 2007 i es convoca anualment excepte el 2012,<sup>7</sup> s'organitza en tres modalitats: ajuts al guió, a la realització de curtmetratges i de llargmetratges, dotats amb 5.000, 6.000 i 30.000€, respectivament. Es pot establir, per tant, "una correlació entre la dimensió econòmica del projecte audiovisual i la tria de la llengua, de manera que l'espanyol es relaciona amb les produccions de major pressupost, mentre que el gallec s'associa als films de pressupost més reduït" (Roca *et al.* 2016: 174).

Pel que fa al suport directe a la circulació de l'audiovisual gallec, el 2014 es van convocar les "Subvencions per a la promoció, comercialització i exhibició *do produto audiovisual galego*", perquè es va considerar que calia que les produccions adquirissin visibilitat als mercats internacionals. L'objectiu principal d'aquests ajuts era que les pel·lícules es poguessin presentar en els festivals de cinema reconeguts per la International Federation of Film Producers Associations (FIAPF), la qual cosa ha permès que produccions petites, però amb potencial artístic, hagin pogut tenir presència en festivals com Locarno, Rotterdam, Canes o la Berlinale. En aquest sentit, i gràcies als ajuts al talent audiovisual, es va gestar l'èxit internacional de l'anomenat Novo Cinema Galego (NCG), que va demostrar, a l'efecte de visibilitat, la major rendibilitat d'uns ajuts orientats a una producció més artística i experimental que el finançament pensat per a produccions més convencionals.

Els autors i les autores novells van veure impulsades les seves carreres amb els ajuts del talent i van permetre que, amb la presència dels seus films en els principals festivals i mercats, l'etiqueta de Novo Cinema Galego fos reconeguda internacionalment. L'èxit en premis i a taquilla d'*O que arde* no és, per tant, un element sorpresa, sinó que són les polítiques i el talent les que poden impulsar el llançament d'un film-

insígnia que, a més, desequilibra per primera vegada aquesta pugna entre la part artística i industrial en aconseguir que un film d'autor sigui ben rebut per la crítica i pel gran públic.

## 6.2 Finançament i distribució d'*O que arde*

*O que arde* s'articula com una coproducció espanyola (50,13%), francesa (30,75%) i luxemburguesa (18,90%), per tant, va obtenir finançament d'institucions de tots tres països i, en l'àmbit supranacional, ajuts europeus. En aquest sentit, un dels suports fonamentals de la cinta va ser el que va proporcionar el programa de coproducció europea Euroimages, que va dotar la producció amb 200.000€. Aquest ajut públic, igual que el que va concedir Cinémas du Monde (CNC), el programa del cinema francès per finançar cinema internacional, va tenir en compte que el film era part d'una cultura minoritària i que es rodaria en una llengua minoritària europea.<sup>8</sup> El programa AFS CineWorld de Luxemburg també va dotar el film amb 200.000 €. No obstant això, l'ajut públic més quantios va ser el d'AGADIC, que va finançar la pel·lícula amb 209.109 € en la modalitat de llargmetratges de menys d'1.200.000 €. El film també va obtenir un dels ajuts esmentats per a la promoció i difusió de l'audiovisual gallec. Resulta significatiu que l'ICAA sigui l'organisme públic que concedeix un ajut més baix al film (103.654 €), quan la qualificació final de la pel·lícula és espanyola, potser a causa de certa indefinició de l'estatut "obra difícil" que es modifica en els ajuts el 2015.

## 7. Discussió i conclusions

La comparació dels processos de producció i distribució i els resultats d'exhibició dels tres casos d'estudi, *Pa negre* (2010), *Handia* (2017) i *O que arde* (2019), permet treure algunes conclusions sobre l'evolució que la producció i recepció del cinema en llengües minoritàries de l'Estat espanyol ha tingut en els últims anys.

En primer lloc, convé destacar la importància del que hem denominat films insígnia, que serveixen per marcar un camí per a altres produccions en les llengües cooficials de l'Estat. Les dades de producció dels tres films, pròpies d'una producció europea de grandària mitjana, demostren que hi ha espectadors que volen veure les seves cultures i llengües a la gran pantalla (Taula 1).

Taula 1. Dades de producció i exhibició a Espanya

	Pressupost producció	Nombre d'espectadors	Recaptació
<i>Pa negre</i> (2010)	4.000.000 €	439.744	2.680.155 €
<i>Handia</i> (2017)	3.700.000 €	133.296	750.072,15 €
<i>O que arde</i> (2019)	1.219.991 €	95.431	530.110 €

Font: ICAA, 2021. Elaboració pròpia.

En aquest sentit, *Pa negre* (2010) sembla que va obrir la veda als films en llengües minoritzades de l'Estat als Goya, i va contribuir a popularitzar els cinemes fora dels seus territoris i a fomentar la diversitat. L'èxit de la pel·lícula es va deure a unes polítiques públiques pensades per potenciar la visibilitat de la cinematografia catalana, que van portar les cotes d'espectadors de films en català a uns nivells que no s'han tornat a aconseguir i que semblen haver arribat a audiències menys especialitzades del cinema en les llengües de l'Estat que no són el castellà.

La cinta sobre el gegant d'Aia, *Handia* (2017), ha suposat un canvi respecte a l'ús del basc com a llengua vehicular de la pel·lícula, ja que s'hi mostra com a llengua local però també com a llengua internacional. El basc és una part important en una cinta multilingüe en què comparteix espai amb altres llengües hegemòniques amb total normalitat. D'aquesta manera, la subtitulació es converteix en un aliat natural del consum de cinema en basc. *Loreak* (2014) ja s'havia convertit en un film insígnia gràcies al seu èxit, que els directors van aprofitar per dur a terme un projecte molt més ambiciós com és *Handia* (2017). Però més enllà del que la plataforma Netflix ha pogut aportar en la seva producció, una vegada més s'evidencia que el suport institucional, en aquest cas via EITB, és clau per normalitzar el cinema en llengües minoritàries, un suport que ha de ser constant i regular.

L'èxit d'*O que arde* (2019), tant en festivals com Canes com en taquilla, la converteix en un film insígnia, que vol substituir *Sempre Xonxa* (1989) com a emblema del cinema gallec trenta anys després. A més de mostrar el resultat positiu dels ajuts al talent creats per l'administració gallega, que van impulsar l'obra d'autors com Oliver Laxe, un dels representants del Novo Cinema Galego, va demostrar que existeix un públic per al cinema en versió original subtitulat. En aquest sentit, la pel·lícula ha permès que la llengua gallega sonés en sales de tot l'Estat, la qual cosa la va situar entre les 20 més vistes de l'any 2019.

Tot i això, el nombre de sales que ofereixen VOS, així com el nombre de persones espectadores, que continua sent marginal en comparació dels que miren pel·lícules doblades, fa pensar que calen mesures per impulsar la versió original subtitulada de films rodats en les llengües minoritàries de l'Estat. De fet, tant Passola com Goenaga consideraven que les seves pel·lícules havien funcionat molt bé en versió original a les sales de

Madrid, en part a causa de la cultura cinèfila en VOS i a la concentració de població. Com Barcelona, que a principis de 2020 disposava de 13 sales en versió original.

Les polítiques autonòmiques per al foment de la seva cinematografia, més o menys eficaces, s'enfronten a una desídia estatal per contribuir a la diversitat fílmica al territori, per potenciar una cinematografia en totes les llengües de l'Estat i relativa a tota la seva diversitat cultural. De fet, des de 2013 els diferents governs d'Espanya han incomplert l'obligació de subvencionar les produccions en llengües cooficials, recollida en la Llei 55/2007. La modificació d'aquesta llei, mitjançant el Reial decret 1090/2020, de 9 de desembre, preveu ampliar els límits d'aquests ajuts: "les obres audiovisuals rodades íntegrament en alguna de les llengües cooficials diferents al castellà que es projectin a Espanya en aquest idioma cooficial o subtitulat podran obtenir fins a un 80% de finançament" (BOE 2020: 112.857). Aquesta ampliació del percentatge subvencionable pot permetre explorar l'acceptació de les llengües cooficials, respectant la versió original, i compensar les complicacions derivades d'uniques polítiques europees que centren les seves accions en llengües amb Estat, deixant desamparades les polítiques per a llengües de nacions sense Estat, i validen principis com la lliure competència enfront de la diversitat. No obstant això, l'Avantprojecte de llei general de comunicació audiovisual (Govern d'Espanya 2021) no recull cap indicació expressa referent a implementar una política de quotes per a les produccions en llengües minoritàries, malgrat defensar al llarg del seu articulat la importància de la diversitat. En qualsevol cas, l'impuls a les produccions cinematogràfiques en llengües cooficials no només ha de recaure en les institucions autonòmiques, sinó que s'ha d'acceptar que són llengües igual d'oficials que la llengua de l'Estat nació.

A més, tenint en compte que la distribució és un dels punts més febles del cinema europeu, entenem que un programa específic per contribuir a la creació de subtítols en llengües minoritàries seria el següent pas lògic per obtenir l'èxit dels films insígnia analitzats. En aquest sentit, aquest programa podria formar part de les mesures per millorar la circulació del cinema europeu promogudes pel subprograma MEDIA, ja que, en tractar-se de mesures supranacionals, podrien oferir cobertura a les llengües recollides a la Carta europea de les llengües regionals i minoritàries. En aquest sentit, que el mateix

ICAA oferís dades de les versions doblades i subtítolades, al costat de les dades de quota de pantalla, ajudaria en futures anàlisis de filmografies en llengües minoritàries, i altres llengües estrangeres.

La importància del talent i dels programes destinats a impulsar-lo, juntament amb polítiques audiovisuals que afavoreixin la visibilitat de produccions minoritàries, poden contribuir al fet que l'expressió cinematogràfica sigui més diversa i al fet que els films insígnia en llengües minoritàries deixin de ser excepcions a la norma.

## Notes

1. FEDER / Ministeri de Ciència, Innovació i Universitats - Agencia Estatal de Recerca / ref. CSO0216-76014-R.
2. Aquestes entrevistes són part de la recerca desenvolupada al projecte EUVOS, a més de les realitzades expressament per a aquest treball. En la bibliografia es recullen només aquelles de les quals s'extreuen citacions o aquelles en què els seus entrevistats se citen al cos del text.
3. *Bruc* va recaptar 1.187.515,31€ i va sumar 188.653 persones espectadores; *Herois* va sumar a taquilla 470.202,35€ i van anar a veure-la 76.549 persones; *Eva* va obtenir 904.675,54€ i va tenir 142.261 persones espectadores; *Pa negre* va recaptar 2.680.155€ i van arribar a veure-la 439.744 persones.
4. Íntegrament o per articles, en concret aquells que recolzaven aquesta política cultural pròpia en el nou Estatut d'autonomia (2006), recorregut pel PP i declarat parcialment inconstitucional el 2010 pel Tribunal Constitucional.
5. Malgrat que l'Idescat encara no té disponibles (en data 23/06/2021) les dades de 2017 completes ni les de 2018, podem suposar que malgrat la gran circulació i premis d'*Estiu 1993* (Simón 2017), tampoc no es van aconseguir les xifres de 2010-2011 perquè no hi havia un grup de films destacats i pels indicis d'unes dades més reduïdes en el conjunt d'Espanya (197.592 persones espectadores segons l'ICAA).
6. Cal indicar que l'ús del gallec com a llengua de rodatge suposava, el 2008, 25 dels 60 punts necessaris per aconseguir finançament, mentre que en la convocatòria de 2020 es reduïa a 10 punts en un màxim de 150.
7. El fet que no s'haguessin convocat els ajuts al talent de 2012 va provocar una reacció de preocupació en el sector que es va canalitzar en un manifest signat per 41 dels cineastes beneficiaris en anys anteriors (Pérez Pena 2012).
8. Aquestes dades es van obtenir en una entrevista feta al productor de la pel·lícula, Xavi Font, el juliol de 2020.

## Referències

- AGIRRE, K. "Streaming Minority Languages: The Case of Basque Language Cinema on Netflix". *Communication & Society*, vol.34, núm.3, 2021. DOI: [10.15581/003.34.3.103-115](https://doi.org/10.15581/003.34.3.103-115) [Consulta: 31 de maig 2021].
- AGIRRE, K. "Basque language on Netflix: the extraordinary case of Handia (2017)". [En línia]. A: 17th International Conference on Minority Languages (ICML XVII). *Book of abstracts. Thursday 23 May 2019*. Leeuwarden (Països Baixos): Mercator – European Research Centre on Multilingualism and Language Learning, Friske Akademy, 2019. [https://icml.eu/fileadmin/mercator\\_conference/icml/schedule/Abstracts\\_23-05.pdf](https://icml.eu/fileadmin/mercator_conference/icml/schedule/Abstracts_23-05.pdf) [Consulta: 27 de desembre de 2020].
- AZPILLAGA, P. "Euskadiko ikus-entzunezko industriaren erronkak". *Jakin*. 2013, núm. 194/195, 61-76.
- BARREIRO, M.S. "Crise e conflito. A oportunidade perdida da Lei do Cine. A indústria cinematográfica catalana 2008-2012". A: LEDO ANDIÓN, M. (coord.) "eDCinema: Cara o Espazo Dixital Europeo. O papel das cinematografías pequenas en versión orixinal". Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela, 2015, 53-77.
- BARREIRO, M.S.; CLARÉS GAVILÁN, J. "Public policies and strategies to foster access to films in a minority language. Catalonia and film subtitling 2015-2017". *The International Journal of Cultural Policy*, 2021, vol 27:3, publicat el 2020. DOI: [10.1080/10286632.2020.1743698](https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1743698)
- CABALLERO MOLINA, J.J. "El sector cinematogràfic". A: CIVIL SERRA, M.; BLASCO GIL, J.J.; GUIMERÀ ORTS J.A. (eds.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2011-2012*. Barcelona: Incom-UAB, Generalitat de Catalunya, 2013, Colección Lexikon Informes, núm. 3, 97-114. <http://www20.gencat.cat/docs/EADOP/Publicacions/Continguts/epubs/lexikon/InformeDeLaComunicacioACatalunya11-12.epub> [Consulta: 4 de gener de 2021].
- CATALUNYA. Resolució CLT/265/2015, de 29 de gener, per la qual es dona publicitat a l'Acord del Consell d'Administració de l'Oficina de Suport a la Iniciativa Cultural pel qual s'aproven les bases específiques que han de regir la concessió de subvencions en l'àmbit del foment de la llengua catalana. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* (23 de febrer de 2015), núm. 6816. <https://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/6816/1406400.pdf> [Consulta: 5 de gener de 2021]
- CATALUNYA. Resolució CLT/1438/2016, de 27 de maig, per la qual es dona publicitat a l'Acord del Consell d'Administració de l'Oficina de Suport a la Iniciativa Cultural, de 26 de maig de 2016, de modificació de les bases específiques que han de regir la concessió de subvencions en l'àmbit del foment de la llengua catalana. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* (13 de juny de 2016), núm. 7140.

<https://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/7140/1505464.pdf> [Consulta: 5 de gener de 2021]

CATALUNYA. Resolució CLT/782/2016, de 22 de març, per la qual es dona publicitat a l'Acord del Consell d'Administració de l'Oficina de Suport a la Iniciativa Cultural de 22 de març de 2016, pel qual s'aprova la convocatòria per a la concessió de subvencions en l'àmbit del foment de la llengua catalana per a l'any 2016. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* (4 d'abril de 2016), núm. 7091. <https://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/7091/1484514.pdf> [Consulta: 5 de gener de 2021]

CATALUNYA. Resolució CLT/948/2017, de 2 de maig, per la qual es dona publicitat a l'Acord del Consell d'Administració de l'Oficina de Suport a la Iniciativa Cultural, pel qual s'aprova la convocatòria per a la concessió de subvencions en l'àmbit del foment de la llengua catalana per a l'any 2017. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* (8 de maig de 2017), núm. 7364. <https://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/7364/1608987.pdf> [Consulta: 5 de gener de 2021]

CATALUNYA. Resolució CLT/612/2018, de 26 de març, per la qual es dona publicitat a l'Acord del Consell d'Administració de l'Oficina de Suport a la Iniciativa Cultural, pel qual s'aproven les bases específiques que han de regir la concessió de subvencions en l'àmbit del foment de la llengua. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya* (5 d'abril de 2018), núm. 7592. <https://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/7592/1668501.pdf> [Consulta: 5 de gener de 2021]

CATALUNYA. Llei 20/2010, del 7 de juliol, del cinema. <https://portaljuridic.gencat.cat/eli/es-ct/l/2010/07/07/20> [Consulta: 20 d'abril de 2019]

CATALUNYA. Projecte de Llei de modificació de la Llei 20/2010, de 7 de juliol, del Cinema. *Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya* (14 d'abril de 2014), núm. 301. [https://www.parlament.cat/document/nom/23.Pjlei\\_cinema.pdf](https://www.parlament.cat/document/nom/23.Pjlei_cinema.pdf) [Consulta: 20 d'abril de 2019]

COMISSIÓ EUROPEA. *A Digital Single Market for Europe: Commission sets out 16 initiatives to make it happen*. Brussel·les: Comissió Europea, 2015. [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_15\\_4919](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_15_4919) [Consulta: 28 de octubre de 2021]

CONSEJO VASCO DE CULTURA – GOBIERNO VASCO. *Informe realizado en base a las reuniones del grupo de trabajo de Audiovisuales del Plan Vasco de la Cultura*. País Basc: Gobierno Vasco, octubre de 2003. <[https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/pv\\_audiovisual/es\\_6630/adjuntos/Grupos\\_audiovisual.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/pv_audiovisual/es_6630/adjuntos/Grupos_audiovisual.pdf)> [Consulta: 7 de desembre de 2020]

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC). Núm. 7. Primer quadrimestre de 2017. Barcelona: CAC, maig de 2017. [https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-10/BIAC7\\_CA.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-10/BIAC7_CA.pdf)

CORBELLA, J.M. "Llums i ombres en les sales de cinema". Barcelona: Observatori de la Producció Audiovisual, Universitat Pompeu Fabra, 2017. [https://www.upf.edu/web/opa/blog/asset\\_publisher/yQKw17oByteS/content/id/8382633/maximized#\\_X\\_LsVOB7m\\_s](https://www.upf.edu/web/opa/blog/asset_publisher/yQKw17oByteS/content/id/8382633/maximized#_X_LsVOB7m_s) [Consulta: 4 de gener de 2021]

DEPARTAMENT DE CULTURA – GENERALITAT DE CATALUNYA. *Informe de Política lingüística 2018*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2019 <<https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/informepl/arxius/IPL-2018.pdf>> [Consulta: 6 de desembre de 2019]

DEPARTAMENT DE CULTURA – GENERALITAT DE CATALUNYA. *Programa de suport a la subtitulació en català*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2019.

DIPUTACIÓN FORAL DE GUIPÚZCOA. "149.000 euroko ekarpena Gipuzkoako bost ekoizpen zinematografiko finantzatzen laguntzeko". [En línia]. Donostia: Diputación Foral de Gipuzkoa, 2016. <https://www.gipuzkoa.eus/eu/-/cine> [Consulta: 24 de gener de 2021]

EITB. *EITB Memoria Integrada RSE/EINF 2019* [En línia]. Bilbao: EITB, 2019. [https://www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/Memoria\\_Integrada\\_RSE\\_EINF\\_EiTB\\_2019.pdf](https://www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/Memoria_Integrada_RSE_EINF_EiTB_2019.pdf) [Consulta: 18 de gener de 2021].

ELSAESSER, T. "Cine transnacional, el sistema de festivales y la transformación digital". *Fonseca, Journal of Communication*, 2015, núm. 11, 175-196. <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/13440>

ESPANYA. Anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual. <https://avancedigital.mineco.gob.es/es-es/Participacion/Paginas/DetalleParticipacionPublica.aspx?k=355> [Consulta: 16 juny 2021]

ESPANYA. Real Decreto 1090/2020, de 9 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 1084/2015, de 4 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine. BOE (9 de desembre de 2020), núm. 322. <https://www.boe.es/boe/dias/2020/12/10/pdfs/BOE-A-2020-15877.pdf> [Consulta: 14 de gener de 2021]

ESPANYA Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine. BOE (29 de desembre de 2007), núm. 312 <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-22439-consolidado.pdf> [Consulta: 10 de gener de 2020]

ESPINEL, R. "Ander Sistiaga se alza con el Goya a Mejor Dirección de Producción". [En línia]. Producción Audiovisual.com, 2018. <https://produccionaudiovisual.com/produccion-cine/ander-sistiaga-goya-mejor-direccion-produccion/> [Consulta: 7 de gener de 2021].

EUROPA. Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la



prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual). *Diario Oficial de la Unión Europea* (15 d'abril de 2010), núm. 95/1 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=ES> [Consulta: 9 de gener de 2021]

EUROPA. Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado. *Diario Oficial de la Unión Europea* (28 de noviembre de 2018), núm. 303/69. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018L1808&from=EN> [Consulta: 9 de gener de 2021]

FIGUEROA, A. *Nación, literatura, identidad: comunicación literaria e campos sociais en Galicia*. Vigo: Xerais, 2001.

GARCÍA, S. "Pa Negre costó cuatro millones de euros, financiados en un 82% con fondos públicos". *Expansión*, 18 de gener de 2011. <https://www.expansion.com/2011/01/18/catalunya/1295387939.html> [Consulta: 5 de gener de 2021]

GONZÁLEZ, L. "Pa Negre vive su segundo 'efecto Goya'". *El Mundo*, 14 de febrer de 2011. <https://www.elmundo.es/elmundo/2011/02/14/cultura/1297672546.html> [Consulta: 4 de gener de 2021]

HEREDERO, C.F.; CAIMÁN CUADERNOS DE CINE (eds.). *Industria del cine y el audiovisual en España. Estado de la cuestión. 2015-2018*. Jaen: Festival de Málaga, 2019. ISBN: 978-84-09-09451-6 [https://festivaldemalaga.com/Content/source/img/superdestacados/20200401110850\\_159\\_super\\_destacado\\_descarga.pdf](https://festivaldemalaga.com/Content/source/img/superdestacados/20200401110850_159_super_destacado_descarga.pdf) [Consulta: 2 de febrer de 2021]

Higson, A. "The concept of National Cinema". *Screen*, 1989, volum 30, tema 4, 36-47.

HJORT, M. "Denmark". A: HJORT, M.; PETRIE, D. (eds.). *The cinema of small nations*. Edimburg: Edinburgh University Press, 2007.

HJORT, M.; PETRIE, D. *The cinema of small nations*. Edimburg: Edinburgh University Press, 2007.

INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (IDESCAT) – GENERALITAT DE CATALUNYA. *Anuari Estadístic de Catalunya 2017: Cinema en català. Pel·lícules, sessions, espectadors i recaptació. Per tipus de versió*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2019 <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=778> [Consulta: 5 de gener de 2020]

Ledo Andión, M.; López-Gómez, A.; Pérez Pereiro, M. "Cine europeo en lenguas de naciones sin estado y pequeñas naciones". *Revista Latina de Comunicación Social*, 2016, núm. 71, 309–331. DOI: 10.4185/RLCS-2016-1097

LÓPEZ-GÓMEZ, A.; VALLEJO, A.; BARREIRO, M.S.; ALENCAR, A. "Found in Translation: Film Festivals, Documentary, and the Preservation of Linguistic Diversity". A: VALLEJO, A.; WINTON, E. (eds.) *Documentary Film Festivals. Vol 1. Methods, History, Politics*. Cham (Suïssa): Palgrave MacMillan- Framing Film Festivals Series, 2020. ISBN-10: 3030173194. ISBN-13: 978-3030173197, pàg. 241-263.

MACIAS, J. "Cine vasco: ¿un debate cerrado?". *Zer: Revista de estudios de comunicación / Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 2010, núm. 28, 31-48. ISSN-e 1137-1102. DOI: 10.1387/zer.2342

MANÍAS-MUÑOZ, M. *Euskarazko zinemaren produkzioa eta finantzazioa (2005-2012): Hamaika fikziozko film luzeren azterketa ekonomikoa* [tesi doctoral], Bilbao: UPV/EHU, 2015. [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/18536/TESIS\\_MANIAS\\_MU%c3%91OZ\\_MIREN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/18536/TESIS_MANIAS_MU%c3%91OZ_MIREN.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [Consulta: 7 de gener de 2021]

MANÍAS-MUÑOZ, M.; SOLIÑA-BARREIRO, M.; RODRÍGUEZ, A.I. "Public policies, diversity and national cinemas in the Spanish context: Catalonia, Basque Country and Galicia" *Communication & Society*, 2017, núm. 21–30, 125–145. DOI: [10.15581/003.30.1.125-145](https://doi.org/10.15581/003.30.1.125-145)

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE - GOBIERNO DE ESPAÑA. *Anuario de Estadísticas Culturales*. Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte, 2018. DOI: [10.4438/030-15-291-3](https://doi.org/10.4438/030-15-291-3)

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE – GOBIERNO DE ESPAÑA. *ICAA Catálogo de cine español. Películas clasificadas*. Madrid: ICAA, 2021. <https://sede.mcu.gob.es/CatalogoICAA/Peliculas/Detalle?Pelicula=133910> [Consulta: 7 de gener de 2020]

OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA – GOBIERNO VASCO. *Plan de actuación. Ejercicio 2013*. País Basc: Gobierno Vasco, 2013.

[https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb\\_planak/es\\_plan\\_mem/adjuntos/plan\\_actuacion\\_2013.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb_planak/es_plan_mem/adjuntos/plan_actuacion_2013.pdf) [Consulta: 7 de diciembre de 2020]

PAÍS BASC. Orden de 25 de junio de 2019, del Consejero de Cultura y Política Lingüística, por la que se convoca y regula la concesión de subvenciones, en el ejercicio 2019, a la producción audiovisual. BOPV (8 de juliol de 2019), núm. 128. <https://www.euskadi.eus/y22-bopv/es/bopv2/datos/2019/07/1903336a.pdf> [Consulta: 7 de gener de 2021]

PAÍS BASC. Orden de 29 de enero de 2020, del Consejero de Cultura y Política Lingüística, por la que se regula y convoca el régimen de concesión de subvenciones durante el ejercicio 2020 a la creación cultural. BOPV (17 de febrer de 2020), núm.32. <https://www.euskadi.eus/y22-bopv/es/bopv2/datos/2020/02/2000862a.pdf> [Consulta: 7 de gener de 2021]

PARLAMENT EUROPEU. *Lux Prize Website*, 2020. <https://luxprize.eu/why-and-what> [Consulta: 20 de febrer de 2020]

PÉREZ PENA, M. “Lanzan unha campaña para recuperar as axudas ao talento”. *Praza Pública*, 20 juny 2012. <https://praza.gal/cultura/lanzan-unha-campana-para-recuperar-as-axudas-ao-talento> [Consulta: 22 de gener de 2021]

PEREZ PEREIRO, M.; DEOGRACIAS HORRILLO, M. “Barriers and opportunities for cinema distribution in European minority languages. The case of *O que arde* in the Digital Single Market”. *Language & Communication*, 2016, núm. 76, 154-162. DOI: [10.1016/j.langcom.2020.11.006](https://doi.org/10.1016/j.langcom.2020.11.006)

ROCA BAAMONDE, S.; PÉREZ PEREIRO, M.; RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, A.I. “Cines nacionales y lenguas no hegemónicas. La invisibilidad del gallego frente a las políticas de diversidad cultural”, *Cuadernos de Información y Comunicación*, 2016, núm. 21, 157-177.

ROLDÁN LARRETA, C. “Euskera y cine: una relación con ictiva” *Fontes Linguae Vasconum*, 1996, vol. 71, 163–176.

SZCZEPANIK, P.; ZHRÁDK, P.; MACEK, J.; STEPAN, P. *Digital Peripheries. The online circulation of audiovisual content from the small market perspective*. Nova York: Springer, 2020. ISBN: 978303448509

TAMAYO, A., MANTEROLA, E. “La creación, la traducción y el tratamiento lingüístico en *Handia*”. *Hikma*, 2019, 18 (1), 283-314. DOI:10.21071/hikma.v18i1.11407

## Entrevistes

BARREIRO, M.S. Entrevista realitzada a Ramon Castells Ros, director de Estudis del Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA) de la Generalitat de Catalunya. Març del 2018 [Sense publicar].

DEOGRACIAS HORRILLO, M. Entrevista realitzada a J. Garaño, director de cinema. 28 de desembre de 2020 [Sense publicar].

PÉREZ PEREIRO, M. Entrevista realitzada a Xavi Font, productor i compositor musical. 7 de gener de 2020 [Sense publicar]

PÉREZ PEREIRO, M. Entrevista realitzada a Ramiro Ledo, director i programador de Dúplex Cinema. 8 de gener de 2020 [Sense publicar]

SOLIÑA BARREIRO, M. Entrevista realitzada a Antoni Lladó, director de l’Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) del Departament de Cultura de la Generalitat (2007-2011). 13 de març de 2014 [Sense publicar]

# Posicionament de veus alternatives a l'Europa audiovisual: el cas de la política lingüística catalana, gallega, basca i sami

## ENRIQUE CASTELLÓ-MAYO

Professor associat del Departament de Ciències de la Comunicació – Facultat de Ciències de la Comunicació - Universidade de Santiago de Compostela

[enrique.castello@usc.es](mailto:enrique.castello@usc.es)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1915-3990>

## KATE MOFFAT

Investigadora postdoctoral Leverhulme del Centre for Cultural and Media Policy Studies - School of Creative Arts, Performance and Visual Cultures - University of Warwick

[Kate.Moffat@warwick.ac.uk](mailto:Kate.Moffat@warwick.ac.uk)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5909-668X>

## PIETARI KÄÄPÄ

Professor associat en Mitjans i Comunicació del Centre for Cultural and Media Policy Studies - School of Creative Arts, Performance and Visual Cultures - University of Warwick

[P.Kaapa@warwick.ac.uk](mailto:P.Kaapa@warwick.ac.uk)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1616-2058>

## ANTÍA LÓPEZ-GÓMEZ

Professora associada del Departament de Ciències de la Comunicació – Facultat de Ciències de la Comunicació - Universidade de Santiago de Compostela

[antiamaria.lopez@usc.es](mailto:antiamaria.lopez@usc.es)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0995-7875>

**Article rebut el 21/04/21 i acceptat el 14/07/21**

### Resum

Una de les hipòtesis en què es basa aquest article és que la normalització de la subtítolació en el camp audiovisual, particularment en llengües no hegemòniques, contribueix a fer més fluida i consolidar la comunicació dialogada i l'acceptació intercultural, en casos tan variats com el català, el gallec, el basc o el sami. Al mateix temps, com suggereix l'estudi del cas sami al final del capítol, aquests mecanismes per a la inclusió i la diversitat també poden tenir un efecte advers i continuar reforçant formes d'exclusió i la normalitat hegemònica de les llengües dominants, en què, a més, el poder s'exerceix mitjançant una política lingüística i de subtítolació en les llengües dominants (i no només en anglès).

### Paraules clau

Llengües minoritzades, diversitat cultural, cinema, Europa, subtítolació audiovisual.

### Abstract

One of the hypotheses on which this article is based is that the normalisation of subtitling in the audiovisual field, particularly in non-hegemonic languages, contributes to facilitating and consolidating dialogued communication and intercultural acceptance in instances as diverse as the Catalanian, Galician, Basque and Sámi cases. Simultaneously, and as the Sámi case study towards the end of the chapter suggests, these mechanisms for inclusion and diversity can also have an adverse effect and further strengthen modes of exclusion and the hegemonic normality of dominant languages where, furthermore, power is wielded through the use of subtitling and linguistic policies in dominant languages (and not only English).

### Keywords

Minoritised languages, cultural diversity, cinema, Europe, audiovisual subtitling, audiovisual content.

## Introducció: llengües minoritàries o minoritzades?

En primer lloc, cal aclarir les definicions de *llengua minoritària* i *llengua minoritzada*, encara que només sigui des del punt de vista lèxic:

- L'ús del concepte *llengua minoritària* és clarament quantitatiu i descriptiu (pràcticament estadístic), relacionat amb el nombre de parlants d'una llengua específica en un territori determinat, així com amb la seva relació amb altres llengües dominants.
- L'ús del concepte *llengua minoritzada* és clarament qualitatiu i crític (gairebé combatiu), relacionat amb una

llengua (independentment del seu nombre de parlants) l'ús de la qual ha quedat restringit, freqüentment per motius polítics o socials.<sup>1</sup> Amb l'expressió *llengües minoritzades* es fa referència a les llengües marginalitzades, fins i tot en perill d'extinció, en comparació d'altres llengües hegemòniques de les quals es fa un ús prevalent (Williams i Williams 2016).

Una de les hipòtesis en què es fonamenta aquest article (així com el projecte d'investigació en què es va basar) és que la normalització de la subtítolació en el camp audiovisual, particularment en llengües no hegemòniques, contribueix a fer

més fluida i consolidar la comunicació dialogada i l'acceptació intercultural, almenys a llarg termini (Baker 2018: 453-467). Encara que en aquest article (així com al projecte d'investigació del qual prové) l'estudi es limita a l'entorn europeu, la situació cultural inicial que s'estudia es podria extrapolar a una escala més globalitzada (amb els matisos geoculturals corresponents), a l'hora de considerar la subtitulació com un element pal·liatiu de la minoria lingüística. La subtitulació audiovisual respecta la integritat lingüística de l'obra artística original, per tant, és possible considerar aquest tipus de traducció no invasiva com un fet inequívocament cultural i, per aquest motiu, com una forma sistemàtica de producció i transmissió de significats entre cultures diferenciades (Cómitre 2015: 1).

A més de la seva rellevància cultural inequívoca, també té moltes repercussions socials, derivades de l'ús de la subtitulació audiovisual (Ogea 2020), que es poden analitzar en diferents àmbits:

1. *Àmbit educatiu*: per la seva eficàcia demostrada com a eina d'immersió en una llengua estrangera.
2. *Àmbit psicosocial*: com a eina social inclusiva per a grups amb discapacitats sensorials.
3. *Àmbit cultural-identitari*: com a eina capaç de prioritzar els esdeveniments culturals (especialment els de caràcter audiovisual) que podrien definir millor una societat específica.
4. *Àmbit material-textual*: com a eina per preservar la integritat del contingut original de l'obra.

No obstant això, reconeixem l'existència de diverses dificultats en aquest intent (professionals, ideològiques, polítiques i socials) d'ampliar el potencial cultural de la subtitulació a tot l'univers audiovisual. Sense intenció d'identificar completament aquestes dificultats, val la pena centrar-se en algunes formes de lleure electrònic en auge, com les procedents del sector dels videojocs, en què la subtitulació es concep com un element perturbador en relació amb el caràcter diegètic i la gestió operativa de qualsevol joc (Amato *et al.* 2019). Aquesta no és una qüestió menor: parlem d'un sector amb uns ingressos totals de 133.670 milions d'euros el 2019 a tot el món, segons les xifres de l'Associació Espanyola de Videojocs (2019: 47). El 2019, el 45% dels ingressos totals (60.184 milions d'euros) va procedir dels videojocs instal·lats en telèfons mòbils o tauletes.

A més de reconèixer el paper sociocultural dels videojocs com un dels exponents principals de la cultura digital (AEVI 2019: 12), les seves característiques lingüístiques els converteixen en un objecte d'anàlisi particularment interessant:

Los videojuegos no son solo la primera opción de ocio audiovisual en España. También se han convertido en un espectáculo de masas. Es muy destacable el auge de los e-sports, tanto en audiencias como en ingresos. Los contenidos producidos y consumidos en lengua española y las grandes competiciones internacionales auguran un esperanzador futuro. (AEVI 2019: 12).

Per tant, ens trobem en un mercat dominat per la dinàmica del doblatge en les llengües hegemòniques i molt reticent a utilitzar subtítols. Aquesta és la raó per la qual, des del camp dels estudis de traducció audiovisual, els especialistes tenen en compte aquests doblatges de millor qualitat (potser un mal menor), però no la pràctica del doblatge en si:

Lo cierto es que en el sector de los videojuegos es posible encontrarse con grandes obras en las que participan profesionales del mundo del doblaje que realizan un trabajo digno de las mejores películas de Hollywood, pero también con obras en las que la inversión en doblaje es mínima y se lanzan al mercado trabajos de tan baja calidad como el de *Age of Pirates: Caribbean Tales* (2006), en el que los actores no actúan, se limitan a leer con prisa y sin sentimientos los diálogos, sin preocuparse tan siquiera por la sincronía labial. (Méndez 2015: 74).

En qualsevol cas, falten altres interessos acadèmics o culturals en relació amb els videojocs, més enllà de les posicions funcionals que identifiquen els videojocs amb el lleure, sense grans pretensions, i que, per aquest motiu, trien pràctiques interlingüístiques més immediates i un accés assequible, independentment de la concepció de l'obra original.<sup>2</sup>

Conscients de la importància de la subtitulació com a fet cultural, proposem destacar la necessitat de donar prioritat a la subtitulació audiovisual davant d'altres eines (el doblatge, principalment) per normalitzar els usos socials d'una llengua no hegemònica i, per tant, afavorir la transició d'una "llengua de comunicació" a una "llengua de cultura" (Hakmon 2019). Des d'aquest punt de vista, destaquem la nostra distància respecte de l'afirmació de Grève i Van Passel (1971: 173) segons la qual l'ensenyament lingüístic en si mateix conté *ipso facto* un ensenyament cultural, ja que la llengua representa, en essència, un dels aspectes principals de la cultura d'una comunitat. Per part nostra, considerem que és necessari superar els apriorismes (també els culturals) per tenir en compte el context i, per tant:

- D'acord amb "la lingüística de la comunicació", considerem que el domini d'una llengua requereix alguna cosa més que el control d'un codi lingüístic determinat (Pudelko i Tenzer 2019).
- S'han de tenir en compte aquells aspectes directament relacionats amb l'acte comunicatiu en particular.

Només des d'aquestes premisses és possible avaluar la capacitat de la subtitulació per transmetre (sense alterar el fet original de l'obra cinematogràfica o audiovisual) els aspectes socials, físics, culturals, artístics i estilístics del context sociocultural precís: en altres paraules, la subtitulació garanteix els significats de les expressions i els actes discursius en context (Sánchez 2004: 9-17).

De fet, la proposta de "competència comunicativa" desenvolupada per Canale i Swain (1980: 1-47) que implica el domini

de quatre competències o subcompetències (lingüística, socio-lingüística, discursiva i estratègica) es va completar més tard amb una altra competència, la sociocultural. Tal com adverteix Robles (2002: 720), en el desenvolupament de la competència comunicativa en una llengua determinada, és necessari ensenyar una sèrie de pràctiques socials i valors culturals, dels quals, pel fet d'estar molt relacionats amb la llengua i els seus usos, no és possible prescindir.

En aquest sentit, l'espai mediàtic, pel seu sobredimensionament i capacitat de polarització, superaria de lluny la capacitat de l'educació regulada per actuar com a factor decisiu en la determinació de les opcions lingüístiques entre les franges de població més joves (Giralt; Nagore 2019). Segons l'argumentació de Seosamh Ó Murchú:

Els infants aprenen una "llengua" totalment nova de la televisió, que apliquen en situacions d'aprenentatge formals que utilitzen entre ells per expressar sentiments i emocions que coincideixen amb conjunts d'experiències representades a la televisió (Ó Murchú 1991: 89-90).

La incorporació de determinats codis audiovisuals en la relació social és un fet que Seosamh Ó Murchú (1991) situa durant la infància. Aquesta afirmació té conseqüències imprevisibles, ja que és la franja d'edat que constitueix la promesa de perdurabilitat d'una llengua: una qüestió que és especialment difícil en el cas de les llengües no hegemòniques.<sup>3</sup> Així, com a conseqüència del que s'afirma en aquesta secció, podem concloure, amb Arndt (2018), que l'evolució d'una "llengua de comunicació" a una "llengua de cultura" es basa en la combinació de dos conceptes: el de la normalització lingüística i el de la pertinença geocultural.

Per mostrar aquests reptes, la dinàmica i la política complexes que sorgeixen en el context de la cultura cinematogràfica sami destaquen la manera en què l'ús de llengües dominants subtítulades (ja sigui l'anglès o llengües hegemòniques nacionals com el finès i el noruec) com a eina lingüística "universal" també pot recrear algunes d'aquestes dispersions de poder i contribuir a la marginalització d'una minoria dins d'una minoria, és a dir, els sami com a part de la cultura mediàtica noruega o finlandesa. És un concepte reforçat pel fet que la normalització de la llengua hegemònica és tan dominant que és possible que les generacions més joves de sami no parlin fluidament el seu propi dialecte de la llengua sami. Com suggereix l'estudi del cas sami al final del capítol, aquests mecanismes per a la inclusió i la diversitat també poden tenir un efecte advers i continuar reforçant formes d'exclusió i la normalitat hegemònica de les llengües dominants, en què, a més, el poder s'exerceix mitjançant la subtítolació en les llengües dominants (i no només en anglès).

### Diversitat cultural en el debat i la pràctica política a Europa

És sorprenent que el reconeixement de la subtítolació com a

tema de debat dins de la pràctica política comunitària sigui molt recent. Com molts altres fets culturals vindicats, aquest reconeixement depenia de la conscienciació social en relació amb una amenaça determinada: la pressió d'algunes cultures hegemòniques que, repetidament, han demostrat un potencial intrusiu agressiu, justificat freqüentment amb l'excusa de la globalització irrefrenable (Shiyi 2020).

Amb el pas del temps, aquestes nacions "atacades" s'han afanyat a desenvolupar estratègies conjuntes per a la promoció i la protecció de les seves cultures respectives, primer en els àmbits cultural i econòmic i, finalment, en la generació d'una jurisprudència específica, basada en reglaments proteccionistes.<sup>4</sup>

En les últimes dues dècades, cal destacar la promulgació el 2003 de la Convenció per a la salvaguarda del patrimoni cultural immaterial, el precedent de la qual es troba el 1989 amb la Recomanació sobre la salvaguarda de la cultura tradicional i popular de la UNESCO. Tots dos reglaments anuncien els riscos greus de determinades dinàmiques de globalització i transformació social: el deteriorament, la destrucció parcial o, fins i tot, la desaparició total de patrimoni cultural immaterial.<sup>5</sup>

L'octubre de 2005, la UNESCO va adoptar a la seva Conferència General la Convenció sobre la protecció i la promoció de la diversitat de les expressions culturals,<sup>6</sup> com a continuació i extensió de la Declaració universal sobre diversitat cultural,<sup>7</sup> que va ser aprovada per la mateixa institució el 2001. La Convenció de 2005 és pionera en el dret internacional per la seva promoció i vocació proteccionista del patrimoni cultural i lingüístic de les cultures, en relació amb les accions hostils de tercers països (Keating 2018).

Per això, la Convenció de 2005 va situar els sectors cultural i creatiu entre els sectors de creixement més ràpid a escala mundial: amb un impacte del 6,1% a l'any en l'economia mundial, van representar una contribució mundial de 4.300 milions de dòlars. D'altra banda, la Convenció de 2005 va identificar els sectors culturals i creatius com el pilar principal del Creixement Econòmic Inclusiu i, per tant, contribueix als objectius de l'Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible.<sup>8</sup>

Cal reconèixer tres factors importants per considerar aquesta convenció com una "fita històrica".

- 1) El reconeixement mundial de l'essència dual (cultural i econòmica) de qualsevol expressió cultural contemporània.
- 2) El reconeixement de la sobirania dels estats (però també de la seva ciutadania) en l'adopció, el manteniment o la cancel·lació de les polítiques proteccionistes i els promotors de la diversitat cultural.
- 3) Com a conseqüència dels dos reconeixements anteriors, la Convenció de 2005 promou la governança participativa de la ciutadania en relació amb la gestió del seu patrimoni cultural material i immaterial.

El 2007, la Unió Europea va ratificar la Convenció de 2005, destacant al mateix temps la defensa de la cultura europea entesa com un fet divers. Posteriorment, el Consell d'Europa va incorporar un protocol estricte en relació amb la promoció

i la preservació de la cultura en tots els acords comercials comunitaris (Rabinovych 2020). Les noves mesures inclouen:

- Un estímul real per a la consolidació de la política comercial (en un nivell inclusiu i expansiu) de la Comunitat Europea, que va reorientar la seva estratègia de posicionament a escala planetària.
- Un desafiament a l'hegemonia dels EUA, en primera instància, així com a la posició semihegemònica d'alguns països emergents, mitjançant aliances bilaterals.

No obstant això, aquesta proliferació de declaracions en defensa d'una Europa unida en la diversitat amaga una certa contradicció o paradoxa, segons com es miri (Sekulić 2020). És innegable que, amb la ratificació de la Convenció de 2005, els estats membres de la Unió Europea van promoure conjuntament una política exterior (intensiva i expansiva) per defensar la seva cultura.

Llavors, per què determinats espais comunitaris (reconeguts per la seva identitat diversa, amb una llengua oficial o cooficial i territorialment localitzada en els límits d'Europa) van incitar a promulgar reglamentacions concretes (amb més o menys fortuna, més o menys eficaces) per protegir la distribució i l'exhibició de produccions audiovisuals en les seves llengües vernacles i amb resultats tan diferents? (Pérez Pereiro; Deogracias Horrillo 2021). Per ser específics, aquest és el cas, d'una banda, de Galícia, Catalunya i el País Basc, a la península Ibèrica, o, d'altra banda, també és el cas de la península Escandinava, entre molts d'altres.

Per resumir la situació a Galícia, hi ha dos reglaments que són pràcticament contemporanis amb la ratificació europea: d'una banda, la Llei 4/2008, de 23 de maig, per la qual es crea l'Agència Gallega de les Indústries Culturals. De l'altra, la Llei 9/2011, de 9 de novembre, dels mitjans públics de comunicació audiovisual de Galícia:

- a) En relació amb la primera llei, és un reglament fonamental destinat a l'organització i al desenvolupament del teixit empresarial del mercat cultural galleg. La Llei 4/2008 especifica que el desenvolupament del mercat cultural galleg es basa en la protecció i en la contribució a la consolidació de les indústries culturals gallegues.<sup>9</sup>
- b) En relació amb la segona llei, és una reglamentació de la gestió en la prestació dels serveis públics de comunicació audiovisual en què la comunitat autònoma de Galícia té jurisdicció. La Llei 9/2011 especifica dos principis rectoris de la gestió en la prestació dels serveis públics de comunicació audiovisual. En primer lloc, la promoció i la divulgació de la cultura i la llengua gallegues, així com la defensa de la identitat de Galícia. En segon lloc, però no per això menys important, la promoció de producció audiovisual pròpia i d'emissions que contribueixin a la projecció de Galícia a l'estranger i a la informació adreçada a les comunitats gallegues a l'estranger.<sup>10</sup>

Continuant el nostre viatge a Catalunya, trobem diversos reglaments fonamentals que inclouen una actualització activa

dels reglaments que governen el funcionament de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, creada el 1983, en adaptació a un context canviant:

- a) Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.<sup>11</sup> En aquest text legal, destaca l'associació de la funció del servei públic amb la divulgació i la promoció de la llengua catalana, mentre que (entre els principis generals de programació) hi ha la designació del català com a llengua institucional de prestació dels serveis públics de comunicació audiovisual de la Corporació Catalana dels Mitjans Audiovisuals.<sup>12</sup>
- b) Decret Llei 2/2010, de 30 de març, que modifica la Llei 11/2007.
- c) Llei 20/2010, de 7 de juliol, sobre cinema, que s'orienta al desenvolupament de l'oferta cinematogràfica en català, ja sigui en versió original, doblada o subtitulada.<sup>13</sup>
- d) Llei 2/2021, de 22 de febrer, de modificació de diverses lleis en matèria audiovisual.
- e) Instrucció general del Consell de l'Audiovisual de Catalunya per la qual es modifica la Instrucció general sobre la presència de la llengua i la cultura catalanes i de l'aranès en els mitjans de comunicació audiovisual, promulgada el 12 de setembre de 2018.<sup>14</sup>

Per acabar aquest breu resum legal, ens aturem en el cas basc, en el qual trobem dos decrets fonamentals:

- a) El Decret 231/2011, de 8 de novembre, sobre comunicació audiovisual, que inclou les condicions per a la reserva d'emissions totalment en llengua basca.<sup>15</sup>
- b) Decret 179/2019, de 19 de novembre, sobre la normalització de l'ús institucional i administratiu de les llengües oficials a les institucions locals al País Basc.<sup>16</sup> No obstant això, la subtitulació en basc de pel·lícules que es mostren en sales comercials ha sigut una pràctica apartada de les pantalles del País Basc (Barambones 2011: 10).

Tal com es pot veure, en tots els casos analitzats hi ha una proliferació de reglaments amb un denominador comú:

1. Són normes i reglaments que sorgeixen com una adaptació territorial d'altres promulgacions internacionals.
2. Són normes i reglaments que tenen una vocació general i prescindeixen d'un desenvolupament explícit de determinats recursos (tecnològics, culturals, idiomàtics, socials, educatius, etc.) com la subtitulació.
3. Són normes i reglaments que, inexplicablement, eludeixen la definició explícita de què es podria considerar una obra audiovisual gallega, catalana o basca.

Per tant, arribem al nucli de la qüestió d'aquest article: és factible establir criteris per a la inclusió i exclusió d'una obra audiovisual per establir-ne l'origen? O més clarament: és possible establir la nacionalitat d'una obra audiovisual determinada (i, per extrapolació, de qualsevol obra cultural) tenint en compte l'àmplia varietat d'influències transnacionals

que són la base de la major part de la producció cultural audiovisual contemporània? (Kulyk 2020).

Certament, no és un problema local o actual (limitat als casos analitzats), sinó un problema amb uns límits d'abast històric i mundial: l'origen geocultural d'una obra audiovisual sembla condemnat a diluir-se. Des d'un punt de vista històric:

- Començant per les empreses conjuntes, promogudes a Europa per les grans empreses nord-americanes després de la Segona Guerra Mundial, amb les famoses accions comercials del *blind-booking* i el *block-booking* (Biltreyst *et al.* 2019).
- Continuant amb la reacció europea (tardana, parcial i incoherent) en forma de coproduccions, que arribaven a l'extrem en la denominada fórmula de producció *euro-pudding* entre diversos països europeus (Hammett-Jamart *et al.* 2018).

A escala mundial, la lògica convencional dominant, basada en l'elaboració de continguts fàcilment digeribles, dissenyats per al mínim denominador comú de les emissions, és clara: com més "locals" i "identitaris" siguin els continguts audiovisuals, més aliens seran de la *Reader's Encyclopaedia* (Eco 1979) i, per tant, es percebran com a estranys i desconeguts.

Així mateix, no és sorprenent que trobem el mateix problema en l'espai audiovisual europeu. Per això, en el marc dels programes institucionals per al suport financer del sector audiovisual, la nacionalitat europea de l'obra audiovisual es perd en la complexitat dels reglaments següents:

- Reglament (UE) núm. 1295/2013 del Parlament Europeu i del Consell, d'11 de desembre de 2013, pel qual s'estableix el programa Europa Creativa (2014-2020).
- Proposta de Reglament del Parlament Europeu i del Consell pel qual s'estableix el programa Europa Creativa (2021-2027) i es revoca el Reglament (UE) núm. 1295/2013 COM/2018/366 final - 2018/0190 (COD).

Només en l'article 14 del segon reglament (dedicat a la definició d'entitats admissibles) trobem una referència al reconeixement de les empreses com a europees, però no de les obres audiovisuals que produeixen. El subprograma MEDIA reconeix una empresa com a europea quan es troba en territori de la Unió i és propietat de ciutadans residents als estats membres de la UE, als països de l'Acord Europeu de Lliure Comerç (AELC) i en altres països que participin en el subprograma MEDIA (De Turégano 2018). Aquesta no és una qüestió menor, ja que el reconeixement d'una empresa com a europea obre la possibilitat de sol·licitar les subvencions considerades al subprograma MEDIA.<sup>17</sup>

En conclusió, el segell "Fet a Europa" d'una obra audiovisual determinada depèn d'un autèntic "sudoku" de percentatges tangibles de situació territorial (que inclou, entre d'altres variables, el capital que finança la producció i l'equip humà que la fa possible), però que exclou altres factors materials (igualmente rellevants) com les opcions lingüístiques originals

de l'obra audiovisual i, per tant, la seva integritat cultural pròpia (Betz 2001).

És cert que en algunes transposicions dels reglaments marc europeus als estats membres és possible trobar algunes referències remotes a aquest problema. Així, si tenim en compte els sistemes de subvencions i ajudes per al cinema gestionats per l'Estat espanyol, s'assenyalen alguns criteris preferencials per a les obres que opten per llengües no hegemòniques en la producció audiovisual (Fernández-Blanco i Gil 2018).

No obstant això, cal destacar que són "criteris preferencials" i no decisius; per tant, no requereixen que es mantingui l'opció lingüística original de la producció audiovisual (o que, com a mínim, estigui complementada per una subtitulació acurada) durant els processos de distribució i exhibició posteriors.

### Posicionament dels mitjans sami: política lingüística i cultural

Per aprofundir més en les repercussions de l'establiment de "criteris preferencials" per a les llengües minoritàries en els contextos culturals cinematogràfics en què la política de la llengua continua avançant de maneres complexes, aquesta part de l'article (efectivament un estudi d'un cas de poder i política en el cinema d'una llengua minoritària) explora el paper de les llengües minoritàries i els mitjans audiovisuals als països nòrdics. Ens centrem en els mitjans sami i les maneres en què contribueixen a descobrir algunes de les desigualtats de poder entre les pràctiques hegemòniques i les cultures cinematogràfiques minoritàries, fins i tot en contextos que es consideren marginalitzats o minoritaris en si mateixos. Els països nòrdics s'inclinen per un concepte molt més ampli de minoria i marginalitat del que facilita un marc cultural cinematogràfic nacional i la manera com podrien funcionar les relacions de poder en la indústria cinematogràfica internacional. El punt de partida per a nosaltres és que les cinc cultures cinematogràfiques nacionals nòrdiques (Finlàndia, Suècia, Dinamarca, Noruega i Islàndia) són en si mateixes cultures cinematogràfiques petites i marginalitzades, amb una infraestructura de producció i finançament nacionals i per a petits públics que sovint són nacionals (o regionals), amb les seves polítiques lingüístiques i de diversitat respectives (vegeu Gustafsson i Kaapa 2015).<sup>18</sup> No obstant això, l'èmfasi es posa més enllà d'aquesta "marginalitat" i se centra en el cinema sami, una minoria dins d'una minoria. Els sami són una minoria ètnica autòctona de la regió de Lapònia (s'estima que la població sami és de 164.000 persones a tot el món, de les quals 133.000 resideixen a Lapònia), una zona que s'estén per les parts septentrionals de Noruega, Suècia, Finlàndia i la península de Kola, a Rússia. Com a conseqüència d'això, els seus mitjans de subsistència polítics i econòmics estan extremament arrelats als sistemes judicials d'aquests estats-nació més grans i, per tant, més poderosos. L'anàlisi següent es basa en una part de la recerca que hem dut a terme sobre

les pràctiques dels cineastes sami i les polítiques designades per la constitució hegemònica de les autoritats estatals (vegeu també Kaapa 2014; 2017) i facilita un compendi del seu desenvolupament en els últims deu anys.

El cinema i els mitjans són vehicles importants per articular els drets i interessos de la població sami en la seva pròpia llengua i es converteixen en mitjans clau per expressar les preocupacions indígenes sobre la sobirania, l'erradicació cultural i la representació errònia. Aquest no ha sigut sempre el cas: l'autonomia d'aquesta indústria mediàtica emergent és particularment significativa perquè els països nòrdics tenen una llarga tradició en l'ús d'una política dels mitjans per reapropiar-se dels símbols i les veus indígenes de maneres que mercantilitzen la població sami. Diverses iniciatives han ajudat a superar aquest procés prolongat d'assimilació. Per facilitar context sobre el desenvolupament històric dels mitjans sami, DuBois (2020, 34-48) debat la revitalització de la cultura sami després d'una onada de protestes contra les infraccions ambientals comeses a Noruega a finals de la dècada de 1970 i durant la dècada de 1980. El cinema i la cultura mediàtica es van convertir en part d'aquesta revolució per restablir el rol i la influència de la creació de la imatge de la població sami des d'una perspectiva indígena. Tot i això, el cinema sami s'ha desenvolupat d'una manera relativament independent en cadascun dels països nòrdics esmentats anteriorment. A Suècia i a Finlàndia i, en menys mesura, a Rússia, la producció cinematogràfica sami ha sigut marginal, amb un suport limitat de les institucions culturals nacionals. No obstant això, la cultura cinematogràfica i mediàtica sami ha crescut constantment fins a convertir-se en una indústria remarcable, i Mecsei (2015) destaca la manera com els sami a Noruega han desenvolupat una bona base com a pioners mundials en l'establiment de mitjans indígenes, com una empresa reconeguda amb una llista creixent d'associacions de col·laboració de mitjans mundials i col·laboracions, tant amb actors indígenes com no indígenes.

L'Institut Cinematogràfic Sami Internacional (ISFI), amb seu a Noruega, va ser el primer impuls el 2007 per establir els mitjans sami com una indústria, encara que continua sent efectivament una filial de les institucions culturals noruegues, com debatrem aquí. Anteriorment a això, el primer metratge sami, de Nils Gaup i guardonat amb un Oscar, *Ofelaš/ Pathfinder* (1987), va donar pas a un panorama cinematogràfic i mediàtic ric i divers dirigit per cineastes i productors sami de tota la regió. L'ISFI forma part d'una reforma per crear una identitat sami col·lectiva, que abans només s'havia reflectit en pantalla. Des de llavors, l'ISFI ha evolucionat ràpidament amb avenços en noves produccions mediàtiques i s'ha estès per mitjà d'empreses i plataformes d'emissió escalables. La llengua té un paper cada cop més visible i complex en la configuració del desenvolupament d'aquestes estratègies i enfocaments i equilibra les convencions de la política representativa i temes com l'espiritualitat, amb les exigències canviants dels nous públics (vegeu Christensen 2013 i Fonneland i Kraft 2013).

## Històries cinematogràfiques sami en context

Per il·lustrar la manera com es desenvolupen aquestes discrepàncies de poder en la cultura cinematogràfica, el 2012, la Fundació Cinematogràfica Finlandesa (FFF) va crear una iniciativa de finançament dedicada a desenvolupar la producció cinematogràfica sami, un moviment que va marcar un avenç significatiu en el reconeixement de la situació marginal del cinema sami als països nòrdics. Tot i que el fons es va conceptualitzar com a part d'un impuls explícit de la diversitat i la inclusió per part de l'FFF per centrar-se en el desenvolupament de temes i pràctiques de producció cinematogràfics marginals, també reforça moltes de les desigualtats a les quals intenta fer front. Hi ha diversos nivells d'aquestes pràctiques que requereixen una anàlisi crítica, que va des de qüestions de representació fins a preocupacions per la igualtat d'accés al finançament i la infraestructura de la producció cinematogràfica.

Per començar, les desigualtats infraestructurals són una causa i una conseqüència de la representació desigual de la comunitat sami per part de les seves poblacions "amfitriones" dominants. La majoria d'aquestes representacions procedeixen de Finlàndia i Noruega (vegeu Mecsei 2015 per a més informació sobre la producció cinematogràfica noruega). Per exemple, els productors finlandesos han representat els sami com a forces malvades o místiques de la natura en pel·lícules com *The Curse of the Witch (Noidan kirot, Teuvo Puro, 1927)* i *The White Reindeer (Valkoinen Peura, Erik Blomberg, 1952)*, respectivament. En tots dos casos, l'èmfasi s'ha situat en la conceptualització de Lapònia com un territori indomable, en termes típicament explotadors i colonialistes, que cal que sigui domesticat per herois masculins de raça blanca.

En contrast amb aquesta llarga tradició de representacions exòtiques dels "mítics" sami, els documentals i les pel·lícules de ficció de directors sami com Katja Gauriloff, Ellen-Astri Lundby, Nils Gaup i Paul-Anders Simma, entre d'altres, se centren en els drets indígenes i en les complexitats de la coexistència dins de les estructures d'estat-nació. Tot i això, aquesta atenció és limitada ja que, tant les pel·lícules com els seus directors s'han considerat "aliens" en relació amb les cultures nacionals dominants. Per il·lustrar això, el debat sobre les pel·lícules de Gaup, especialment les obres èpiques històriques distribuïdes internacionalment com *Pathfinder (Ofelaš, Noruega, 1987)* i *The Kautokeino Rebellion (Kautokeino opprøret, Noruega, 2008)*, ha generat un debat considerable al voltant de la cultura i la política sami, amb interpretacions que les situen com a contribuents importants al cinema noruec (Iversen 2005) o com a produccions escandinaves amb un compromís polític (Nesting 2008). Aquestes perspectives mostren que les pel·lícules de Gaup no són només "pel·lícules sami", sinó que també s'han incorporat en diversos "cànon". En l'àmbit nacional, es consideren cinema minoritari i patrimoni cinematogràfic, amb una recepció i un reconeixement de premis nacionals que representen una incorporació a la constitució multicultural del cinema noruec. Malgrat el reconeixement de



la causa sami, això perpetua l'alteritat que els ha caricaturitzat al llarg de la història de la cultura cinematogràfica nòrdica.<sup>19</sup>

Certament, aquestes preocupacions s'estenen a la producció i política cinematogràfiques. El Ministeri d'Educació i Cultura de Finlàndia va crear un programa el 2012 dissenyat per revitalitzar la llengua sami i col·locar la població sami en una posició més igualitària dins de l'estat finlandès. Segons la Constitució, les minories indígenes tenen dret a defensar i desenvolupar la seva llengua nadiua. Per tant, la missió de l'estat és facilitar-ho; especialment, atès que el paper de la llengua és menor i s'enfronta al problema de la migració fora de Lapònia (Opetus- ja Kulttuuriministerio 2012). Aquesta iniciativa política es fa palesa en la "política d'almoines" practicada per les institucions de les nacions dominants en destacar la importància dels drets indígenes. En aquesta dicotomia, es concedeix un estatus especial als sami, com a espècie amenaçada. També queda clar que la seva activitat i expressió culturals requereixen el suport "de dalt" per facilitar el seu desenvolupament continu.

En aquest cas, les pel·lícules i els cineastes sami, inclòs el seu compromís amb la sobirania lingüística, participen en el que Charles Taylor anomena "política del reconeixement" (Taylor 2011), que fa referència a l'esforç constant de les poblacions minoritàries per reclamar la sobirania cultural i política a les dominants, al mateix temps que es reconeix el paper constitutiu que aquestes majories hegemòniques continuen tenint, fins i tot en l'autodeterminació de la minoria; en poques paraules, la població sami no seria considerada com una minoria si no fos pels actes de marginació històrica perpetrats per les potències hegemòniques.<sup>20</sup>

Elina Kivihalme, la comissària responsable de la creació del fons sami de la Fundació Cinematogràfica Finlandesa, destaca els aspectes més problemàtics de la política del reconeixement. Segons ella, la tradició oral en particular planteja unes dificultats clares, ja que la manera de narrar històries tradicional, sovint cíclica, és difícil de transcriure en guions competitiu. Tot i així, aquest nivell de diferència fa que les pel·lícules siguin interessants i rellevants com a part del mosaic multicultural, encara que al mateix temps també fa que es considerin massa diferents per poder competir amb altres produccions de manera igualitària. Mentre que Kivihalme destaca que fora d'aquesta iniciativa els productors sami no ocupen una posició especial en l'obtenció de finançament, sinó que han d'oferir projectes de qualitat que compleixin els requisits de l'FFF, el concepte de "discriminació positiva" continua sent una preocupació significativa. Així, els fons sami es consideren fons que es podrien destinar a altres grups desfavorits o marginalitzats en altres anys, inclosos aquells que participen en polítiques de representació i reconeixement molt més hegemòniques, com els nens i els joves al cinema finlandès.

Certament, des de la perspectiva sami, el major nombre de recursos i un reconeixement més elevat són beneficiosos. I de manera realista, l'única manera d'aconseguir-ho és adoptar algunes de les convencions de l'esfera cultural dominant, reproduint l'essencialisme estratègic de Gayatri Chakravorty

Spivak (Spivak 1988). Això indica una estratègia que intenta aplicar els elements constituents clau de la identitat sami quan és necessari, però també amb el tipus de distància crítica que permeti la reflexivitat. D'alguna manera, la política de les pel·lícules sami actua com un tipus de reescriptura de les narratives nacionals que un altre teòric de renom de l'etapa postcolonial, Homi Bhabha (Bhabha 1994), revela en moltes obres d'escriptors immigrants. La diferència en aquest cas és que els sami no descabdellen les narratives nacionals dominants sinó que plantegen, com a mínim, narratives paral·leles, o fins i tot objeccions fonamentals, a la majoria de pràctiques que pertanyen a aquestes narratives.

La infraestructura de producció cinematogràfica sami a Finlàndia abona i desafia al mateix temps la sobirania retòrica, un fet que es filtra en l'exhibició internacional d'aquestes pel·lícules. Esdeveniments com els festivals de "cinema indígena" Skabmagovat i el Festival de Cinema Àrtic dediquen els seus catàlegs a aquesta expressió de l'alteritat. Dit més fàcilment, quan moltes d'aquestes pel·lícules es projecten en aquests esdeveniments igualitaris, es mostren com a pel·lícules sami o indígenes, una etiqueta que crea supòsits normatius sobre el contingut i el seu nivell previst de participació en el debat del festival. Tot i així, molts d'aquests festivals no existirien sense recórrer a l'essencialisme estratègic i a l'oportunitat de reescriure les narratives històriques, amb el suport de fons d'autoritats culturals com el Ministeri d'Educació i Cultura de Finlàndia.

D'una manera lleugerament similar, quan l'any 2012 l'FFF va anunciar els fons per al cinema sami, molts dels directors més rellevants van rebre finançament, inclosos Simma i Gauriloff, per a projectes que se centraven en la representació de la política sami. Per mitjà d'això, sembla com si el cinema sami, almenys a Finlàndia, hagués pogut adquirir més suport i presència, però des del punt de vista de les infraestructures es mantenen moltes limitacions, almenys pel que fa a la seva percepció estatal oficial.

### Una minoria dins d'una minoria: els sami a la UE

Al mateix temps, la relació dels cineastes i les institucions culturals sami amb la UE és complexa. Un informe encarregat pel Consell Sami després de l'Arctic Stakeholder Forum el 2017 destaca que els sami no disposen ni d'una representació general ni de posicions de negociació directes a Brussel·les. Com mostrem a continuació, la cultura mediàtica sami està atrapada en els mateixos sistemes burocràtics, tant a escala nacional com en el context de la política cultural europea. Des de la perspectiva de la UE, la cultura cinematogràfica sami ha rebut suport indirecte de projectes com INDIGEE 2, finançat per la Comissió Europea. El projecte es va dissenyar per promoure l'esperit emprenedor i la independència econòmica a la regió de Lapònia i productors cinematogràfics com Odd Levi Paulsen han utilitzat el finançament per desenvolupar les seves pròpies empreses mediàtiques (2015). No obstant això,

el Consell Sami destaca la necessitat contínua d'inversions de la UE, tant en formació lingüística, com en més suport per a “un Fons Cinematogràfic Sami que contribueixi a augmentar la producció cinematogràfica sami” (2017: 7). La complexitat dels programes de finançament de la UE és una barrera fonamental per al desenvolupament del sector mediàtic sami. El mateix informe afirma que els marcs pressupostaris a gran escala de la UE són difícils de conciliar amb les necessitats d'una iniciativa mediàtica a petita escala com l'ISFI (pàgina 8). El Consell també afirma que “el sistema de presentació d'informes també requereix molts recursos i sovint no s'inclou en el finançament” (2017, 8). Per aquesta raó, els sami s'enfronten a una lluita que requerirà molta feina per fer front a la burocràcia de la política cultural de la UE per la seva posició “marginal”.

Simultàniament, un informe encarregat per l'Observatori Audiovisual Europeu el 2019 declara que “no hi ha quotes ni altres mesures vinculants relacionades amb la diversitat (basada en l'origen ètnic, social o religiós) en els fons cinematogràfics i audiovisuals a la UE28” (2019, 58). En el cas de la població sami, les institucions culturals nacionals s'han fet càrrec d'aquestes quotes. Nacionalment, els països com Noruega faciliten un suport financer considerable a les organitzacions com l'Institut Cinematogràfic Sami Internacional (ISFI, creat el 2007), que és la pedra angular del sector cultural indígena a l'Europa septentrional. Però també és cada cop més evident que el suport de la producció cinematogràfica sami també té un paper en els mandats de diversitat i inclusió dels seus “socis majoritaris”. Aquests inclouen Norgesfilm, dedicat a desenvolupar serveis de vídeo a demanda per a la indústria cinematogràfica noruega, que va lloar el llançament de Sapmifilm.com en suggerir que “confirma un cop més que Norgesfilm és un soci preferencial per a qualsevol institut cinematogràfic nòrdic, aquesta vegada amb un abast mundial” (2021). Un cop més, els beneficis obtinguts d'augmentar la visibilitat i viabilitat d'un cinema minoritari s'incorporen a les activitats promocionals d'un soci majoritari, que els utilitza per patrocinar les seves pròpies credencials culturals. Al mateix temps, hem vist el reconeixement de la causa sami amb la seva incorporació a la cultura cinematogràfica majoritària amb *Frozen II* (Disney 2019), que no només fa referència als sami des del punt de vista narratiu, sinó que també s'ha doblat al sami per a aquest mercat petit, però culturalment essencial.

I malgrat aquestes indicacions d'abast mundial, els incentius dissenyats per desenvolupar i protegir la cultura sami a Suècia, Noruega i Finlàndia tendeixen a ser aïllats, és a dir, la producció mediàtica sami està subvencionada pels pressuposts estatals respectius per a les emissions públiques, majoritàriament per als públics nacionals o, en el millor dels casos, per a tota la regió nòrdica. No obstant això, atès que la major part dels drets d'emissió són específics segons la regió o el país, no s'estenen més enllà d'aquests confins molt limitats. Per agreujar el problema, des d'una perspectiva regional, la cultura mediàtica indígena no té el suport d'un mandat uniforme o específic. Aquestes preocupacions també afecten la subtitulació, ja

que l'anglès continua sent la llengua principal utilitzada per distribuir el contingut dels mitjans sami a escala transnacional (o alternativament, els subtítols es faciliten en l'idioma nacional hegemònic respectiu, com el noruec o el finlandès).

Al mateix temps, les emissores nacionals, com la noruega NRK, la finlandesa YLE i la sueca SVT, no faciliten subtítols en sami en cap dels programes de parla sami, ni tampoc subtítols en les diferents llengües sami per als programes en noruec, suec i finès. Mentre que hi ha un fort impuls per abordar aquestes qüestions, particularment quan es tracta de reflectir la diversitat de les llengües sami en la subtitulació, hi ha hagut resistència de tots els estats nòrdics a l'hora de donar suport a una indústria mediàtica indígena centralitzada regionalment o a escala transnacional, tot i els esforços de l'ISFI per expandir-se fora de Noruega. Encara que continuen col·laborant amb professionals dels mitjans d'aquests diferents països, l'organització ha tingut dificultats per establir relacions a Suècia i Finlàndia. Es pot afirmar que aquestes qüestions s'accentuen per la relació fragmentada que els sami tenen amb la política de la UE.

## Conclusions i recomanacions

Sovint s'acusa les universitats d'estar enclaustrades en una mena de “torre de vidre” i que, alienes a la multitud embogida, fan recomanacions a tort i a dret sense tenir en compte un sector audiovisual que es troba en una crisi permanent. Sovint s'afirma que és fàcil pontificar des de la universitat sobre el manteniment de la identitat original de l'obra, però no és tan fàcil per als cineastes o distribuïdors europeus que volen que les seves obres audiovisuals aconseguixin la màxima repercussió mundial.

Només cal analitzar la història immediata de l'audiovisual europeu per adonar-se de la fal·làcia d'aquestes diatribes. Europa ha de trencar aquest joc imposat, en què ha fet el paper d'un consumidor receptor des de la meitat del segle XX, mentre altres mercats hegemònics continuen acumulant un poder significatiu com a distribuïdors i productors. Però, al mateix temps, cal recordar les desigualtats de poder que hi ha dins d'Europa i com aquestes desigualtats poden promulgar polítiques similars de desplaçament i marginació o d'hegemonia i alteritat, en què les poblacions minoritàries queden excloses per mitjà de la política d'ús de la llengua. En aquest cas, les nocions com la llengua original o l'ús de la subtitulació poden reforçar una sensació de marginalitat interna en què, per exemple, els sami queden “sobreescrits” per la política lingüística de les seves nacions amfitriones o per les demandes d'un mercat dictat per l'hegemonia de l'anglès.

En aquest sentit, les conclusions que s'assenyalen, com a colofó d'aquest article, pretenen ser recomanacions respectuoses que contribueixin a canviar la dinàmica audiovisual europea actual.

1. Assenyalem la necessitat urgent, en el context polític de la UE, de redefinir la nacionalitat de l'obra audiovisual

- i que es tinguin més en compte les identitats culturals postnacionals i prenacionals com les de la població sami.
2. D'acord amb la definició anterior, serà possible activar un sistema de protecció per al patrimoni audiovisual europeu actual, basat en l'establiment de criteris d'inclusió i exclusió sòlids per a cada obra audiovisual.
  3. En aquesta protecció, serà essencial vincular l'elecció lingüística original de cada obra audiovisual, des de la seva ideació i procés de producció, per poder optar al sistema de finançament audiovisual europeu.
  4. És necessària i urgent una redefinició d'aquestes condicions explícites per a l'ús de les llengües no hegemòniques en origen i la seva conservació per mitjà de la distribució i la divulgació o l'exhibició i el consum, en versió original o subtitulada.
  5. És necessari i urgent reconèixer en l'obra audiovisual un valor patrimonial inequívoc per a la cultura europea en la seva totalitat, així com les seves formes particulars, com a prova de la identitat cultural de cada obra audiovisual.
  6. Els debats sobre la representació de la llengua sami mostren tot un llegat de colonització. Diverses generacions de sami han estat excloses de la llengua com a conseqüència de les polítiques d'assimilació aplicades i encara en pateixen les conseqüències. El cinema i els mitjans poden rectificar aquestes pèrdues, però és important comprendre la manera en què la llengua s'ha convertit en un factor profundament polític en aquest context. La revitalització lingüística és un objectiu principal establert per les institucions culturals nòrdiques, inclosos els organismes cinematogràfics nacionals respectius. No obstant això, arreu, els intel·lectuals destaquen la manera com aquestes inversions reflecteixen una agenda cultural més àmplia per potenciar la diversitat i la inclusió (Moffat 2017). En certa manera, encara que són avenços positius, els organismes cinematogràfics nacionals es beneficien d'aquesta situació com a inversors reconeguts en "cultures marginals o minoritàries". No obstant això, segons els sistemes de finançament actuals, la llibertat i l'impuls creatius dins de la indústria mediàtica sami estan sotmesos a processos reguladors i de valoració que es podria afirmar que reproduïen aquestes condicions marginals (Moffat 2020: 2017).<sup>21</sup>
  7. La llengua també té un paper fonamental en l'accés a aquests recursos. És essencial per a la supervivència de la cultura sami, però també és una part profundament ideològica d'una política cultural utilitzada per classificar o posar de manifest qui pertany a la cultura sami i qui es beneficia del finançament estatal. La inversió contemporània en la llengua també contribueix a la pèrdua de context històric en relació amb l'erradicació de la llengua sami per mitjà de pràctiques colonials. La inversió en la cultura a través de la llengua també allibera i desplaça altres qüestions econòmiques i polítiques. Potser és irònic que les persones alienes a la llengua tinguin més

a dir sobre el tema precisament perquè la seva falta de veu reflecteix les realitats del colonialisme passat i present, especialment tenint en compte que la comunitat sami continua sense tenir veu, de manera literal i figurada, en els fòrums polítics de la UE.

8. El cinema i la cultura mediàtica són eines fonamentals per mantenir viva una llengua. També ofereixen maneres de combatre les idees nocives sobre els sami que encara prevalen a la cultura popular. No obstant això, mirant endavant, cal establir quin tipus d'accés tenen els no parlants al finançament cinematogràfic i mediàtic: com es poden expressar els sami al marge de les diferents agendes culturals. Cal plantejar-se de quina manera les institucions actuals de totes bandes poden capturar i reflectir adequadament aquestes exclusions de manera que se'n responsabilitzin els poders, especialment quan la discriminació dels sami encara preval a tota la regió. En estar marginats a diverses plataformes, ja siguin culturals, polítiques, econòmiques o industrials, els cineastes sami s'enfronten als límits i reptes d'un panorama mediàtic de la UE que no els dona un reconeixement suficient, encara que sovint se'ls posi com a exemple d'avenços positius en les seves cultures cinematogràfiques nacionals majoritàries, sovint en benefici d'aquestes cultures majoritàries i en detriment dels plans polítics o culturals originals dels sami. En aquest cas, mentre que als sami se'ls dona finançament, els seus modes de producció o intents d'agrupar recursos industrials rarament estan protegits per cap tipus de política transregional/transnacional, especialment les que forçarien les institucions culturals nòrdiques a un compromís de suport constant. Això es fa especialment visible com a desigualtat quan institucions com The Nordic Film Fund actuen precisament per protegir i destacar les cinc cultures cinematogràfiques nòrdiques en un mercat transnacional per mitjà del finançament promocional i de coproduccions (a més, és clar, del suport majoritari rebut de les institucions cinematogràfiques nacionals). En contrast, les restes que arriben a mans de la infraestructura de finançament per al cinema i els mitjans sami són menors i, com a molt, fragmentades. Aquestes perspectives reforcen el nostre argument que la inversió en mitjans en llengua sami és part d'una estratègia diplomàtica pública en què el finançament, en aquest cas, és un altre mitjà de control més que d'empoderament.

## Notes

1. FundéuRAE: <https://www.fundeu.es/recomendacion/lenguas-minoritarias-y-lenguas-minorizadas-52/>
2. Les conseqüències d'aquestes tendències han estat analitzades per alguns intel·lectuals de la traducció audiovisual, com Panayiotis (2020), que adverteixen que el mercat dels videojocs supera la indústria cinematogràfica i musical en ingres-

- sos bruts, a més de la seva penetració innegable a les llars del primer món, especialment entre el grup de consumidors joves. No obstant això, queda clar que hi ha una prevalença dels videojocs com a primera opció per a l'entreteniment audiovisual: si aquesta prevalença no inclou una reflexió profunda (i lliure) de l'impacte cultural i social dels videojocs, seran les empreses les que prendran totes les decisions. Tant les que fan referència a la seva cadena de producció i comercialització, com les que pretenen reduir el fet cultural (omnipresència entre les franges d'edat més joves) a un simple fet de consum, situat al marge de la cultura més significativa.
3. Tal com indica O'Connell: "La producció i la traducció de material escrit o audiovisual per a infants és fonamental per al desenvolupament de les capacitats lingüístiques de la generació més jove i, per tant, és de vital importància per a la supervivència de la llengua minoritària en el futur." (O'Connell 2003: 61)
  4. Encara que aquesta és una qüestió que supera els objectius descrits per a aquest article, també seria possible analitzar quin tipus de recursos han desenvolupat altres nacions que, pel fet de no ser reconegudes com a estats, no tenen la capacitat reguladora per protegir les seves identitats culturals respectives: aquest és el cas de la "nació sense estat", segons la definició de Schlesinger (2000: 19-20).
  5. Durant dècades, l'Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la Cultura, més coneguda pel seu acrònim UNESCO (<https://en.unesco.org/>), ha sol·licitat l'ajuda de la comunitat internacional per afavorir la noció de patrimoni en la cultura. Actualment, els programes de la UNESCO estan en consonància amb el compliment dels Objectius de Desenvolupament Sostenible definits a l'Agenda 2030, acordats a l'Assemblea General de l'ONU el 2015.
  6. <https://en.unesco.org/creativity/convention/texts>
  7. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687\\_page=67](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124687_page=67)
  8. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
  9. [https://www.parlamentodegalicia.es/sitios/web/BibliotecaLeisdeGalicia/Lei\\_4\\_2008.pdf](https://www.parlamentodegalicia.es/sitios/web/BibliotecaLeisdeGalicia/Lei_4_2008.pdf)
  10. [http://www.parlamentodegalicia.es/sitios/web/BibliotecaLeisdeGalicia/Lei9\\_2011.pdf](http://www.parlamentodegalicia.es/sitios/web/BibliotecaLeisdeGalicia/Lei9_2011.pdf)
  11. [https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-06/lei\\_11\\_2007.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-06/lei_11_2007.pdf)
  12. [https://www.parlament.cat/document/nom/TL65\\_ES.pdf](https://www.parlament.cat/document/nom/TL65_ES.pdf)
  13. <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-12709-consolidado.pdf>
  14. [https://www.cac.cat/sites/default/files/2018-09/I.G%20CAC\\_modificaci%C3%B3%20I.G%20llengua%20i%20cultura%20catalanes%20i%20aran%C3%A8s.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2018-09/I.G%20CAC_modificaci%C3%B3%20I.G%20llengua%20i%20cultura%20catalanes%20i%20aran%C3%A8s.pdf)
  15. [https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/normativa\\_mcs/es\\_araudia/Decreto%20comunicaci%C3%B3n%20audiovisual.pdf](https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/normativa_mcs/es_araudia/Decreto%20comunicaci%C3%B3n%20audiovisual.pdf)
  16. <https://www.iberley.es/legislacion/decreto-179-2019-19-nov-c-p-vasco-normalizacion-uso-lenguas-oficiales-instituciones-locales-26430171>
  17. En relació amb els reglaments esmentats anteriorment, la consideració de "contingut audiovisual europeu" s'ha integrat en funció de la localització i l'origen dels propietaris de les empreses que són candidates a obtenir fons europeus, així com l'equip tècnic i artístic de producció audiovisual: dos factors que (independentment d'altres factors, com el tema o la llengua original) s'han convertit en els factors determinants definitius de la nacionalitat d'una obra audiovisual.
  18. Aquests cinemes es basen en llengües minoritàries (com el finès i, en menys mesura, les llengües escandinaves) que reben protecció per mitjà d'una política cinematogràfica i legislació nacionals. Per tant, s'observen una sèrie d'elements per a aquests cinc cinemes nacionals que porten a considerar-los com a cinemes petits (vegeu HJORT i PETRIE 2007) o fins i tot marginals, especialment si tenim en compte el paper del cinema finlandès en la "constel·lació" nòrdica, considerat diferent, des del punt de vista cultural i lingüístic, dels seus homòlegs escandinaus.
  19. És un parany lògic, una mena de "trampa 22", que estructura la major part de la producció sami contemporània, que situa la població sami en un paper problemàtic caracteritzat per l'alteritat i la diferència, una posició que és reforçada pel mateix acte d'evocar les identitats sobirana i històrica pròpies. Aquestes contradiccions es reflecteixen en tots els nivells de la cultura cinematogràfica sami. Temàticament, la política del cinema sami contemporani evoca les identitats transitòries i el contrast en els estils de vida. Estèticament i narrativament, les pel·lícules sami combinen pràctiques cinematogràfiques observacionals i activistes amb el tipus de missatges polítics explícits que pertanyen al cinema postcolonial. En aquest sentit, mantenen una posició contradictòria: els seus temes se centren en la injustícia històrica i la importància de la sobirania cultural i política sami, però, com a produccions cinematogràfiques, depenen en gran mesura dels mecanismes de finançament i distribució de l'estat amfitrió, tot i els seus pressuposts reduïts i format digital.
  20. La política d'"atorgar i retenir el reconeixement" (Taylor 2011: 36) adoptada pels estats democràtics d'aquests països nòrdics estructura gran part de la infraestructura de producció i abast temàtic del cinema sami produït. Però, al mateix temps, la política de la diversitat requereix que els i les sami puguin expressar les seves pròpies perspectives, encara que l'abast i l'eficàcia d'aquestes estratègies continuen sent temes de debat.
  21. Efectivament, la dinàmica de finançament en què es basa la indústria mediàtica sami és fragmentada i les organitzacions com l'ISFI han de renovar les seves sol·licituds de finançament cada any. Com a conseqüència d'això, les indústries cinematogràfiques sami no tenen el suport d'un mecanisme de finançament a llarg termini, que els protegeixi i potenciï la seva visibilitat a escala transnacional o fins i tot regional, com la UE.

## Referències

- AMATO, G.; BEHRMANN, M.; BIMBOT, F.; CARAMIAUX, B.; FALCHI, F.; GARCIA, A. VINCENT, E. *AI in the media and creative industries*. arXiv preprint, 2019. arXiv:1905.04175. <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1905/1905.04175.pdf>
- ARNDT, S. "Early childhood teacher cultural otherness and belonging". *Contemporary Issues in Early Childhood*, 2018, 19(4), 392-403. <https://doi.org/10.1177/1463949118783382>
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE VIDEOJUEGOS (AEVI). *La industria del videojuego en España. Anuario 2019* [En línia] <http://www.aevi.org.es/web/wp-content/uploads/2020/04/AEVI-ANUARIO-2019.pdf>
- BAKER, M. *Audiovisual translation and activism*. A: PÉREZ GONZÁLEZ, L. (ed.). *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation*. Londres i Nova York: Routledge, 2018. 453-467.
- BARAMBONES, J. "Una mirada telescópica al cine en euskera: versiones originales, dobladas y subtituladas". *Hermeneus. Revista de Traducción e Interpretación*, 2011, 13, 1-22. <https://recyt.fecyt.es/index.php/HS/article/view/14571/11328>
- BETZ, M. "The Name above the (Sub)Title: Internationalism, Coproduction, and Polyglot European Art Cinema". *Camera Obscura*, 2001, 16(1), iv-45. [https://doi.org/10.1215/02705346-16-1\\_46-1](https://doi.org/10.1215/02705346-16-1_46-1)
- BILTREYST, D.; MALTBY, R.; MEERS, P. (eds.). *The Routledge Companion to New Cinema History* (1a ed.). Londres i Nova York: Routledge, 2019. <https://doi.org/10.4324/9781315666051>
- CANALE, M.; SWAIN, M. "Theoretical Bases of Communicative Approaches to Second Language Teaching and Testing". *Applied Linguistics*, Vol. 1, 1980, 1, 1-47. <http://dx.doi.org/10.1093/applin/1.1.1>
- CHRISTENSEN, C. "Religion som samisk identitetsmarkør. Fire studier av film". Dissertació. Tromsø: University of Tromsø, 2013. <http://ojs.novus.no/index.php/DIN/article/view/709/704>
- COMISSIÓ EUROPEA. "Economic empowerment for indigenous people" [En línia]. Estrasburg: Desenvolupament urbà i regional de la UE – Comissió Europea, 2015. [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/projects/finland/economic-empowerment-for-indigenous-people](https://ec.europa.eu/regional_policy/en/projects/finland/economic-empowerment-for-indigenous-people) [Consulta 28-03-2021]
- CÓMITRE, I. "La transculturalidad en el doblaje y subtulado de los Cuentos de la noche de M. Ocelot" [En línia]. III Simposio Internacional de cultural infantil y juvenil. Ciutat de Mèxic: 2015. <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10145/LA%20TRANSCULTURALIDAD%20EN%20EL%20DOBLAJE%20Y%20SUBTITULADO.pdf?sequence=3> [Consulta: 03-03-2021]
- DE GRÉVE, M.; VAN PASSEL, F. *Lingüística y enseñanza de lenguas extranjeras*. Madrid: Fragua, 1971.
- DE TURÉGANO, T.H. "European Union Initiatives for Independent Filmmakers across Europe". A: BALTRUSCHAT, D.; ERICKSON, M.P. (eds.). *Independent Filmmaking Around the Globe*. Toronto: University of Toronto Press, 2018, 39-52. <https://doi.org/10.3138/9781442620377-006>
- DUBOIS, T. "Áppås: Fresh Snow". A: COCQ, C.; DUBOIS, T.A. (eds.) *Sámi Media and Indigenous Agency in the Arctic North*. Seattle: University of Washington Press, 2020.
- ECO, U. *Lector in fabula: la cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Milà: Casa Editrice Bompiani, 1979.
- FERNÁNDEZ-BLANCO, V.; GIL, R. "Regulating the Mandatory Participation of TV Networks in Financing the Movie Industry: The Case of Spain". A: MURSCHEZ, P.C.; TEICHMANN, R.; KARMASIN, M. (eds.). *Handbook of State Aid for Film*. Cham (Suïssa): Springer, 2018, 403-425.
- FIND GLOCAL. "International Sámi Film Institute" [En línia]. <http://www.findglocal.com/NO/Guovdageaidnu/148842986178/International-S%C3%A1mi-Film-Institute> [Consulta: 25-03-21]
- FONNELAND, T.; KRAFT, S.E. "Sami Shamanism and Indigenous Spirituality". A: SUTCLIFFE, S.; GILHUS, I. (eds.) *New Age Spirituality: Rethinking Religion*. Londres: Equinox Publishers, 2013.
- GIRALT, J.; NAGORE, F. (eds.). *La normalización social de las lenguas minoritarias. Experiencias y procedimientos para la salvaguarda de un patrimonio inmaterial*. Saragossa: Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2019. <https://zaguan.unizar.es/record/79493/files/BOOK-2019-027.pdf>
- HAKMON, Y. "The Relationship Between Spontaneous Creativity & Vocabulary Preservation in Modern Language". A: MIGCCA. 2019 International Conference on Religion, Culture and Art (ICRCA 2019). <http://clausiuspress.com/conferences/ARTSH/ICRCA%202019/19ICRCA035.pdf>
- HAMMETT-JAMART, J.; MITRIC, P.; REDVALL, E.N. "Introduction: European Film and Television Co-Production". A: HAMMETT-JAMART, J.; MITRIC, P.; REDVALL, E.N. (eds.). *European Film and Television Co-production*. Cham (Suïssa): Palgrave Macmillan, 2018, 1-26. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-97157-5>
- KÄÄPÄ, P. "Northern Exposures and Marginal Critiques: the Politics of Sovereignty in Sámi Cinema". A: MACKENZIE, S.; STENPORT, A.W. (eds.) *Films on Ice: Arctic Imaginations, Landscapes, and Populations in Moving Images*, Edimburg: University of Edinburgh Press, 2014.
- KÄÄPÄ, P. "Cyclical Conceptualisations of Time: The Cinema of the Sámi from an Ecocritical Perspective". A: MONANI, S.; ADAMSON, J. (eds.) *Ecocriticism and Indigenous Studies: Conversations from Earth to Cosmos*. Londres i Nova York: Routledge, 2016.
- KEATING, J. *Invisible countries: Journeys to the edge of nationhood*. New Haven i Londres: Yale University Press, 2018.

- KULYK, L. "Film Nationality: The Relevance of This Concept in Europe". *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 2020, 50(2), 71-84. <https://doi.org/10.1080/10632921.2019.1698482>
- OBSERVATORI EUROPEU DE L'AUDIOVISUAL. *Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU*. [En línia]. Estrasburg: Observatori Europeu de l'Audiovisual, 2019. <https://rm.coe.int/mapping-of-film-and-audiovisual-public-funding-criteria-in-the-eu/1680947b6c> [Consulta 24-03-2021].
- O'CONNELL, E. *Minority language dubbing for children*. Dublín: Dublin City University, 2000. [http://doras.dcu.ie/18120/1/Eithne\\_O%27Connell.pdf](http://doras.dcu.ie/18120/1/Eithne_O%27Connell.pdf) [Consulta: 16-03-2021]
- OGEA, M. "Subtitling documentaries: A learning tool for enhancing scientific translation skills". *Current Trends in Translation Teaching and Learning E*. 2020, Vol. 7, 445-478. DOI:10.51287/cttl\_e\_2020\_14\_mar\_ogea.pdf [Consulta: 03-03-2021].
- O MURCHÚ, S. "Scientific translation in languages of lesser diffusion and the process of normalisation". *SENEZ Translation Journal*. Vol. 12, 1991, 77-116. <https://eizie.eus/en/publications/senez/19911001/seosamh> [Consulta: 16-03-21].
- MECSEI, M. "Cultural Stereotypes and Negotiations in Sámi Cinema". A: MACKENZIE, S.; STENPORT, A.W. (eds.) *Films on Ice: Cinemas of the Arctic*. Edimburg: University of Edinburgh Press, 2015, 72-83.
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, R. "Doblaje y videojuegos: La incidencia de la industria del cine en un nuevo sector de ocio". *Quaderns de Cine*. Vol. 10, 2015, 73-82. [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52036/1/Quaderns-de-Cine\\_10\\_08.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52036/1/Quaderns-de-Cine_10_08.pdf)
- MOFFAT, K. "Saamelainen elokuvakulttuuri muotoutuvana "verkostoelokuvana" (Sámi Film Culture as an Emerging "Network Cinema")". *Lähikuva*, 2017, 30(2), 8-26. <https://doi.org/10.23994/lk.65226> (en finès).
- MOFFAT, K. "Sámi Film Production and 'Constituted Precarity'". *Journal of Scandinavian Cinema*, 2020, vol. 10, 2, 191-206.
- PEDERSEN, N. *Implementation of a computer game replay client using the Google Maps API*. *Media Technology and Games*. Copenhague: IT University of Copenhagen, 2010. <http://nikolajp.dk/thesis.pdf> [Consulta: 09/03/2021]
- PANAYIOTIS, V. *The Gaming Industry is bigger than the movie and music industries combined*. Xipre: CYENS – University of Cyprus, Cyprus University of Technology and Open University of Cyprus, 2020. <https://www.cyens.org.cy/en-gb/media/blog/blog-posts/july-2020/the-gaming-industry-is-bigger-than-the-movie-and-m/> [Consulta: 09/03/2021]
- PÉREZ PEREIRO, M.; DEGRACIAS HERRILLO, M. "Barriers and opportunities for cinema distribution in European minority languages. The case of *O que arde* in the Digital Single Market". *Language & Communication*, 2021, 76, 154-162. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2020.11.006>
- PUDELKO, M.; TENZER, H. "Boundaryless Careers or Career Boundaries? The Impact of Language Barriers on Academic Careers in International Business Schools". *Academy of Management Learning & Education*, 2019, 18(2), 213-240. <https://doi.org/10.5465/amle.2017.0236>
- RABINOVYCH, M. "The Rule of Law as Non-trade Policy Objective in EU Preferential Trade Agreements with Developing Countries". *Hague Journal on the Rule of Law*, 2020, 12(3), 485-509. <https://doi.org/10.1007/s40803-020-00145-z>
- REGJERINGEN.NO. "165 millioner kroner til etablerte ordninger i kultursektoren" [En línia]. Noruega: Regjeringen.no. 2021. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/165-millioner-kroner-til-etablerte-ordninger-i-kultursektoren/id2831150/> [Consulta: 04-04-2021].
- ROBLES ÁVILA, S. "Lengua en la cultura y cultura en la lengua: La publicidad como herramienta didáctica en la clase de e/le". *El español, lengua del mestizaje y la interculturalidad*. Actes del XIII Congrés internacional d'ASELE. Múrcia: ASELE, 2003. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2802131.pdf> [Consulta: 11/03/2021]
- SAAMI COUNCIL. *EU Arctic Stakeholder Forum Sápmi Report. We do not need much – but we need it even more*. [En línia]. Sápmi: Saami Council, 2017. [https://static1.squarespace.com/static/5dfb35a66f00d54ab0729b75/t/5e1efd96408e262d9594e353/1579089303194/EU\\_ASF\\_Saami\\_Report\\_FINAL\\_07.04.17.pdf](https://static1.squarespace.com/static/5dfb35a66f00d54ab0729b75/t/5e1efd96408e262d9594e353/1579089303194/EU_ASF_Saami_Report_FINAL_07.04.17.pdf) [Consulta 29-03-2021].
- SÁNCHEZ, D. "Subtitling methods and team-translation". A: ORERO, P. (ed.): *Topics in Audiovisual Translation*. Amsterdam: Benjamins Translation Library 56, 2004, 9-17.
- SCHLESINGER, P. "The sociological scope of "national cinema"". A: HJORT, M.; MACKENZIE, S. (eds.). *Cinema and nation*. Londres i Nova York: Routledge, 2000.
- SEKULIĆ, T. "Dimensions and Contradictions of the European Integration: Deepening Versus Widening". A: SEKULIĆ, T. *The European Union and the Paradox of Enlargement: The Complex Accession of the Western Balkans*. Cham (Suïssa): Palgrave Macmillan, 2020, 23-48. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-42295-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-030-42295-0_2)
- SHIM, T. "Globalization and Global Risks: Some thoughts based on The World is Flat". *International Journal of Contemporary Research and Review*, 2020, 11(05), 21811-21815. <https://doi.org/10.15520/ijcrr.v11i05.810>
- WILLIAMS, G., WILLIAMS, G. *Language, Hegemony and the European Union: Re-examining 'Unity in Diversity'*. Charm (Suïssa): Palgrave Macmillan, 2016. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-33416-5> [Consulta: 30/12/20]

# La joventut gallega i les pantalles. Una aproximació sociolingüística

**HÅKAN CASARES BERG**

Observatorio da Cultura Galega  
Consello da Cultura Galega

**HENRIQUE MONTEAGUDO ROMERO**

Instituto da Lingua Galega  
Universidade de Santiago de Compostela  
[henrique.monteagudo@usc.gal](mailto:henrique.monteagudo@usc.gal)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0682-4524>

*Article rebut el 01/05/21 i acceptat el 27/09/21*

## Resum

*En l'àmbit audiovisual, quin impacte tenen els hàbits comunicatius sobre les llengües i les identitats? Aquest article ofereix una aproximació sobre els usos i les actituds lingüístiques de la joventut gallega en relació amb l'audiovisual i les TIC. El text aborda la problemàtica que se suscita en les comunitats de llengües minoritzades i apunta la possibilitat de crear espais de comunicació descentralitzats i de xarxes horitzontals que potenciïn l'ús de les llengües pròpies.*

## Paraules clau

*Joventut, pantalles, sociolingüística, gallec, audiovisual, llengua.*

## Abstract

*In the audiovisual field, what impact do communicative uses have on languages and identities? This article offers an approach to the linguistic uses and attitudes of Galician youth in relation to the audiovisual sphere and ICTs. The text addresses the problems that arise in communities with minority languages and points out the possibility of creating decentralised communication spaces and horizontal networks that strengthen the use of their own languages.*

## Keywords

*Youth, screens, sociolinguistics, Galician, audiovisual, language.*

Les noves tecnologies de la informació i la comunicació estan revolucionant els mitjans i les formes d'interrelació, la gestió de la comunicació i els hàbits de consum, en particular, dels productes audiovisuals, amb un impacte decisiu sobre les llengües i les identitats. En tot això, el llenguatge hi ocupa un lloc central. Contemplades des del punt de vista de les comunitats de llengua minoritzada, les noves tecnologies tenen un efecte contradictori. D'una banda, estan sotmeses per les llengües i cultures dominants, i contribueixen poderosament a reforçar aquesta posició hegemònica. D'altra banda, ofereixen l'oportunitat d'articular xarxes horitzontals i espais de comunicació descentralitzats, i poden proporcionar noves oportunitats per a les comunitats de llengua minoritària. Les seves possibilitats de futur depenen en bona mesura de la capacitat per aprofitar-les. Aquest desafiament es juga fonamentalment en les generacions més joves, que es troben al centre del tauler en què es disputa aquesta partida.

En aquesta aportació s'ofereix una aproximació sociolingüística de caràcter quantitatiu als usos i actituds lingüístics de la joventut gallega en l'àmbit de l'audiovisual i les noves tecnologies. Les dues fonts de dades principals que s'analitzen amb aquesta finalitat són *l'Enquesta estructural a les llars*, concretament, el mòdul de coneixement i ús de la llengua gallega, elaborada per l'Institut Gallec d'Estadística (2018)<sup>1</sup>

i l'estudi *Practicas e actitudes lingüísticas da mocidade en Galicia*, realitzat pel Consell de la Cultura Gallega (Concello da Cultura Galega) (2017).<sup>2</sup> Situem aquestes dades en perspectiva diacrònica i les analitzarem en el marc de les polítiques lingüístiques desenvolupades pel govern autònom gallec en la darrera dècada.

El cas gallec es pot prendre com a paradigmàtic de la minorització lingüística i, al mateix temps, pot servir de reclam sobre la necessitat de promoure polítiques de diversitat que posin el focus preferent en la joventut i en l'àmbit audiovisual. Les dades que presentem mostren clarament que, sense una política lingüística de suport decidida i ben orientada que permeti aprofitar les oportunitats que ofereixen les noves tecnologies, aquestes tecnologies contribueixen a reforçar la minorització de llengües subordinades com el gallec.

## 1. La situació sociolingüística de Galícia i la seva evolució recent

El context sociolingüístic en què es desenvolupa la joventut a Galícia es pot definir per tres trets: a) arrelament notable del gallec com a llengua parlada per la meitat de la població i coneguda per la quasi totalitat (Monteagudo, Loredó, Vázquez 2016: 37-76), b) bilingüisme desigual, d'arrel i caràcter

diglòssics, amb el castellà com a llengua dominant i el gallec com a llengua subordinada (Monteagudo 2017: 15-19 i 23-28), c) tendències evolutives contradictòries, en què el gallec guanya espais en diferents àmbits socials, especialment en la vida pública i en l'activitat institucional, i el castellà conserva la situació dominant en àmbits decisius (Ramallo 2018: 479-481, Monteagudo 2020: 33-44).

El procés de substitució lingüística, que va experimentar una acceleració extraordinària durant la dictadura franquista, no es va aturar durant el període democràtic/autonòmic, tot i que va experimentar breus fases de reflux i etapes d'alentiment. Tanmateix, polítiques lingüístiques dels diversos agents socials i polítics van afavorir l'ampliació d'àmbits d'ús del gallec en les administracions locals i autonòmiques, en el sistema educatiu i en algunes institucions, i van contribuir a millorar el seu prestigi cultural. En aquest sentit, va ser especialment rellevant la fundació de la Compañía de la Radio Televisión de Galicia, a l'empara de la qual funcionen, des del 1985, una emissora de televisió i una altra de ràdio, que, com veurem, tenen una audiència considerable (Monteagudo 2019: 43-44).

La substitució lingüística del gallec pel castellà s'alimenta de dos tipus de processos de canvi de llengua: a) els que es produeixen a l'interior de les famílies, amb l'abandonament de la transmissió del gallec de progenitors a descendents (Monteagudo, Loredo, Vázquez 2016: 77-93; Loredo, Monteagudo 2017), i b) els que es produeixen quan les persones incorporen el castellà a les seves pràctiques lingüístiques (Monteagudo, Loredo, Vázquez 2016: 103-116). És a dir, de la ruptura de la transmissió lingüística intergeneracional i del canvi de llengua de la persona. En el primer cas, els individus directament afectats són els membres de les generacions més joves, ja que no reben com a llengua inicial l'idioma dels seus pares i les seves mares, que és substituït per l'idioma dominant. En el segon cas, la incorporació del castellà a les pràctiques lingüístiques de la persona gallegoparlant implica la utilització de l'idioma dominant en àmbits en els que ve imposat pel context sociolingüístic i/o per les normes implícites (de caràcter diglòssic) d'ús de cadascuna de les llengües (Monteagudo, Loredo, Vázquez 2016: 95-102 i 117-131).

**Taula 1. Llengua parlada habitualment per la població de 5 a 14 anys, en percentatge**

Any	Més o sempre en gallec	Més o sempre en castellà
2003	40	60
2008	36	64
2013	25	75
<b>2018</b>	<b>26</b>	<b>74</b>

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Institut Gallec d'Estadística.<sup>4</sup>

En una exposició molt resumida, l'anterior és el context sociolingüístic en què es desenvolupa la joventut gallega, un context en què les pressions socials de tot tipus, formals i informals, cap a la castellanització, són particularment intenses i es fan sentir amb força específica sobre els grups d'edat més joves. Així, segons les dades recollides el 2018 per l'Institut Gallec d'Estadística, aquell any, el 31% de la població resident a Galícia parlava sempre en gallec, el 22% el parlava amb més freqüència que el castellà, el 23% parlava més castellà que gallec i el 24% era monolingüe en castellà.<sup>3</sup> Són uns percentatges equilibrats pel que fa a les xifres, però que en la realitat estan molt desequilibrats pel que fa a distribució social, fortament polaritzada, sobretot en els eixos d'hàbitat (urbà - no urbà), nivell educatiu (baix - mitjà - alt), estatus social (acomodat - modest) i edat (cohorts més joves - cohorts grans). En cadascun d'aquests eixos, el castellà és predominant en el primer element del parell i el gallec, en el segon (Monteagudo, Loredo, Vázquez 2016: 117-131).

Comparem les dades que s'acaben d'oferir per al conjunt de la població amb les que presentaven els grups d'edat més joves (taules 1 i 2): segons l'enquesta esmentada, el 2018 parlaven només gallec o més gallec el 26% dels individus d'entre 5 i 14 anys i el 37% de les persones d'entre 15 i 29 anys. Aquestes dades són expressives de l'avenç del procés de substitució i de les dificultats creixents per mantenir la llengua per part dels i les parlants en edat infantil, adolescent o juvenil. En aquests mateixos quadres s'ofereixen dades que permeten fer-se a la idea de l'evolució negativa de l'ús del gallec en les darreres dècades. Tal com es pot comprovar, el període de més retrocés correspon als anys 2008-2013, anys que, no per casualitat, coincideixen amb la fase de debat lingüístic més crispant en l'opinió pública, a conseqüència de la difusió dels discursos sobre la "imposició del gallec", no només des dels mitjans de comunicació dominants, sinó des de les instàncies polítiques de la mateixa autonomia gallega i del Partit Popular, majoritari electoralment a Galícia i a càrrec de la Xunta de Galícia des del 2009 (Monteagudo, Loredo, Vázquez 2016: 189-195; Monteagudo 2021).

**Taula 2. Llengua parlada habitualment per la població de 15 a 29 anys**

Any	Més o sempre en gallec	Més o sempre en castellà
1992	49	51
2008	43	57
2013	37	63
<b>2018</b>	<b>37</b>	<b>63</b>

Font: Elaboració pròpia a partir del Seminari de Sociolingüística 1994, 1995<sup>5</sup> i l'Institut Gallec d'Estadística (2003, 2008, 2013, 2018).<sup>6</sup>



Sembla que les dades del 2018 indiquen que es produeix una reacció defensiva a la comunitat lingüística gallega i, per primera vegada, la macroenquesta de l'IGE no recull un retrocés de l'ús del gallec, sinó un estancament del procés de substitució. D'aquesta manera, en la sèrie històrica d'enquestes sociolingüístiques, es constata per primera vegada un increment de parlants habituals del gallec, del 51,49% (2013) al 52,29% (2018), si se sumen els percentatges referits a "gallec sempre" i "més gallec que castellà". Es tracta d'un increment percentual molt tènue, de només +0,80%, però és interessant constatar que aquest increment correspon sobretot als grups de 5 a 14 anys (+0,98%) i de 15 a 29 anys (+0,70%) i, en menor mesura al de 30 a 49 anys (+0,33%), mentre que en les persones majors de 50 anys el que es registra és un retrocés lleuger del gallec.

És potser el primer símptoma d'una anhelada recuperació? El temps ho dirà, però, en tot cas, un dels terrenys de joc decisius per al futur de l'idioma, que es juga en aquests grups d'edat més jove, és precisament el de les noves tecnologies de la comunicació. Dit d'una altra manera, es juga a les pantalles. I és on nosaltres dirigim l'atenció.

### 3. Antecedents (1): el cant del cigne de la televisió (2003-2008)

Per considerar els antecedents, partirem de dos informes: el primer, sobre la població en general, publicat sota el títol *Lingua, sociedade e medios de comunicación* (Lorenzo Suárez, Ramallo, Casares Berg 2008), i el segon, sobre la joventut en concret, *Mocidade, lingua e redes sociais* (Ramallo 2012), centrat en usos, opinions i actituds de la joventut gallega respecte de la llengua pròpia a les xarxes. L'informe publicat pel Consell de la Cultura Gallega el 2008 sobre llengua i mitjans de comunicació ens permet remuntar-nos a una situació prèvia al boom de les xarxes socials.<sup>7</sup> Tal com assenyalen els autors de l'estudi, el 2003 les noves tecnologies es trobaven encara poc esteses entre la població, amb un nivell de penetració molt baix; la quota de consum diari d'Internet era del 10% i set de cada deu persones mai no havien navegat per la xarxa. No obstant això, en quatre anys, concretament entre el 2004 i el 2007, el percentatge de llars gallegues amb connexió a Internet s'havia incrementat del 21,1% al 32,3%, però, tot i així, com es veu, el 2007 encara no havia arribat a 1/3 de les llars i el percentatge d'accés a Internet per banda ampla amb prou feines superava el 25% de les llars (idem, 190-191).

El perfil de l'usuari habitual d'Internet era un home menor de 40 anys, amb estudis superiors i resident en una ciutat de més de 50.000 habitants. La bretxa de gènere era considerable: el percentatge d'usuaris (71%) duplicava el d'usuàries (29%). Pel que fa a l'edat, gairebé la meitat de les persones que navegaven diàriament a la xarxa tenien entre 26 i 40 anys (47%). L'altra meitat es repartia a parts iguals entre el grup de 18-25 anys i el de 41-65 anys. Per valorar la dada, però, cal tenir en compte

la mida diferent dels intervals: de només vuit anys en el grup més jove (18-25), quinze anys en el grup següent (26-40) i vint anys en el posterior (41-65). Tenint en compte això, és evident que el grup d'usuaris més intensius d'Internet era el més jove.

Pel que fa a la llengua, la navegació per Internet en gallec quedava en percentatges extremament baixos: només un 1,4% navegava en gallec diàriament; un altre 1,3%, diverses vegades a la setmana, i un 1,7%, un cop per setmana, la qual cosa suma un total de 4,4%. El perfil de la persona usuària d'Internet en gallec era semblant al de l'usuari d'Internet en general (idem, pàg. 208-212). Aquestes xifres tan baixes s'expliquen tant pel perfil fonamentalment urbà, d'edat i de nivell sociocultural de la majoria de les persones usuàries (que encaixa millor amb el castellanoparlant tipus que no pas amb el gallegoparlant), com per l'escassíssima oferta a Internet en llengua gallega.

Les valoracions d'aquesta oferta per part de les persones enquestades reflectien fidelment la situació, ja que gairebé tres de cada quatre consideraven que la presència del gallec a la xarxa era escassa (73%), enfront del 70% que consideraven satisfactòria la seva presència a la televisió.<sup>8</sup> Aquesta percepció estava especialment estesa entre les persones de 18 a 25 anys (83%), que tenien el gallec com a llengua habitual i que l'escriuien sense cap dificultat (79%). No obstant això, aquesta percepció era àmpliament majoritària també entre els castellanoparlants (69%) i els bilingües (73%). Aquests resultats apunten que hi havia una demanda més gran de presència del gallec a la xarxa de l'oferta que hi havia en aquella època, en un moment en què la televisió encara era el mitjà de comunicació audiovisual més important, almenys a Galícia.

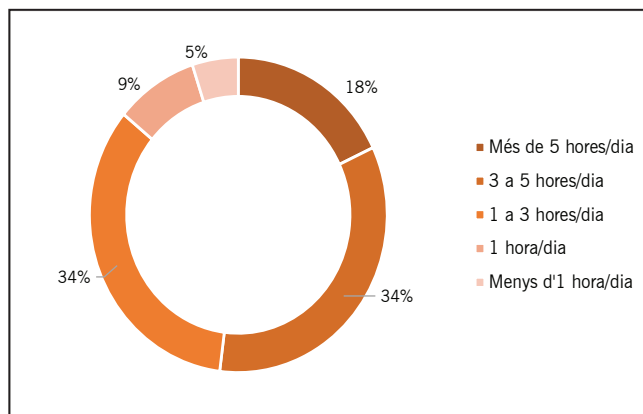
### 4. Antecedents (2): la joventut a les xarxes mitjançant ordinadors portàtils (2012)

A continuació, pararem atenció a un informe enfocat específicament al tema que ens ocupa: *Mocidade, lingua e redes sociais* (Ramallo 2012).<sup>9</sup> La població objecte d'estudi és la joventut gallega estudiant major de 16 anys. Els percentatges corresponents a la llengua habitual, la parlada en el dia a dia dels individus, eren 26% gallec, 54% castellà i 20% totes dues llengües.

El 2012, pràcticament totes les persones joves feien servir diàriament Internet. El 86% passaven més d'una hora al dia connectats i el 52%, més de tres hores (vegeu el gràfic 1). Set de cada deu entrevistats feien servir sempre o gairebé sempre l'ordinador portàtil com a dispositiu de connexió a Internet. El segon dispositiu utilitzat era el telèfon mòbil, a què recorrien un 47% dels nois i les noies. La utilització de l'ordinador de sobretaula suposava el 37%.

L'ús del gallec a les xarxes socials gallegues era molt escàs (Ramallo 2012: 26). En l'informe es recullen diversos arguments adduïts per explicar aquest fet. El principal és el desconeixement dels recursos disponibles, però també cal tenir en compte la percepció d'utilitat que la joventut té de les xarxes socials. Si

Gràfic 1. Ús d'Internet per hores/dia



Font: Ramallo 2012: 7.

la xarxa s'associa només a maneres de comunicació global, les dificultats per al desenvolupament d'una xarxa en llengua minoritària són enormes. D'aquesta manera, per a les persones gallegoparlants, la xarxa constitueix un domini de canvi de les seves pràctiques lingüístiques habituals. En observar el seu comportament a les tres xarxes socials de referència en aquell moment (Twitter, Facebook i Tuenti), es comprova que, entre els gallegoparlants, l'ús exclusiu del gallec només superava el 50% a la darrera xarxa, amb una reducció sensible de l'ús d'aquesta llengua a les altres dues (figures 1 i 2).

L'opinió més estesa era que la presència del gallec a les xarxes era insuficient (70,8%) (Ramallo 2012: 44). Es verifica una relació clara entre la llengua habitual i la percepció de la presència del gallec a la xarxa: el 83% dels qui parlaven habitualment en gallec opinaven que la presència del gallec a la xarxa era insuficient; entre els bilingües, el percentatge era del 74,3%, i en els qui parlaven habitualment castellà, se situava en el 63,8% (ídem: 45). En conseqüència, el 84% de les persones entrevistades demanaven una presència més gran de la llengua a Internet, i aquesta demanda era especialment estesa, com és d'esperar, entre els i les gallegoparlants, i era especialment intensa entre els estudiants universitaris (el 54% demanaven molt més o bastant més gallec) (ídem: 54).

### 5. Joventut i pantalles de mòbils, sense referència a l'idioma (2020)

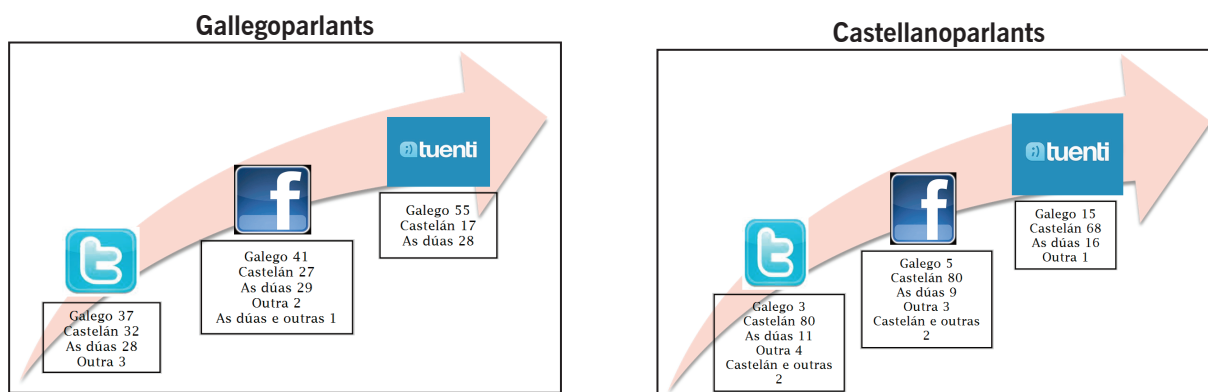
El 2020 es va fer públic l'informe *La juventud y las TIC* de l'Observatori de la Societat de la Informació i la Modernització de Galícia (OSIMGA 2020), dependent de la Xunta de Galícia, que ofereix un conjunt de dades molt il·lustratives sobre l'afer que ens ocupa, però en el qual, de manera sorprenent, i simptomàtica, no es fa referència a la llengua.<sup>10</sup> Segons aquest informe, l'ús de dispositius electrònics entre els individus d'edats compreses entre els 16 i els 34 anys és del 99%, una xifra superior en 15 punts percentuals a la mitjana d'ús de la població d'entre 35 i 74 anys. Per tant, el nivell d'ús d'Internet dels nois i noies gallecs de 16 a 34 anys és gairebé del 100%, i el 98% d'ells ho fan a través de dispositius mòbils, mentre que el 97% participen a les xarxes socials, el 94% accedeixen diàriament a la xarxa i el 56% compren roba i complements a través d'Internet.

Aquest estudi no fa referència a les pràctiques ni a les preferències lingüístiques de la joventut, la qual cosa, tal com també hem indicat, és simptomàtica, ja que es tracta d'un treball de camp promogut pel govern autònom gallec: la invisibilització de la qüestió de l'idioma resulta coherent amb la feblesa de les polítiques de promoció del gallec, com a conseqüència del gir en la política lingüística dels darrers anys, inspirada en el dogma neoliberal de la llibertat de llengua (Monteagudo 2021).

### 6. Joventut, pantalles i llengua gallega: més demanda que oferta (2013/2018)

*L'Encuesta estructural a hogares. Conocimiento y uso del gallego* corresponent al 2018, realitzada per l'Institut Gallec d'Estadística, ofereix una informació valuosa que permet relacionar les variables que donen compte de l'ús de les noves tecnologies amb les variables d'edat i llengua, a més d'oferir dades que faciliten l'anàlisi de la seva evolució.<sup>11</sup> Començant pel consum de televisió en gallec, es constata que és molt més popular entre persones de més edat, especialment entre els majors de 65 anys (taula 3). Les persones joves, de 16 a 29

Figures 1 i 2. Comportament dels gallegoparlants i dels castellanoparlants a les xarxes socials



Font: Ramallo 2012: 29. Respostes: gallec, castellà, les dues, altra llengua, les dues i altres.

**Taula 3. Persones segons la llengua que fan servir per mirar la televisió per edat, en tant per cent. Galícia**

Any	2013	2018
<b>En gallec sempre</b>		
De 16 a 29 anys	1,25	1,49
De 30 a 39 anys	1,21	1,17
De 40 a 49 anys	2,02	1,4
De 50 a 64 anys	2,98	2,74
De 65 o més	5,22	5,67
Total	2,78	2,92
<b>Més gallec que castellà</b>		
De 16 a 29 anys	4,21	4,74
De 30 a 39 anys	6,81	6,31
De 40 a 49 anys	11,26	8,96
De 50 a 64 anys	20,48	16,09
De 65 o més	33,5	26,51
Total	17,09	14,73
<b>Més castellà que gallec</b>		
De 16 a 29 anys	57,65	51,59
De 30 a 39 anys	60,36	58,38
De 40 a 49 anys	58,39	57,92
De 50 a 64 anys	57,44	57,8
De 65 o més	49,75	53,11
Total	56,24	55,75
<b>En castellà sempre</b>		
De 16 a 29 anys	36,9	42,17
De 30 a 39 anys	31,62	34,15
De 40 a 49 anys	28,32	31,72
De 50 a 64 anys	19,09	23,37
De 65 o més	11,52	14,71
Total	23,9	26,6

Font: IGE, *Enquesta estructural a fogares* (2018).

anys, consumeixen proporcionalment molta menys televisió en gallec que la mitjana. D'aquesta manera, si el 17,65% del conjunt dels gallecs consumeixen majoritàriament continguts televisius en gallec, entre la joventut aquest percentatge baixa fins al 6,23%. Pel que fa a l'evolució entre els anys 2013 i 2018, la tendència general de la població és la de consumir menys televisió en gallec, però entre la gent jove és la de mantenir-se o fins i tot incrementar-se lleugerament.

De manera similar, el percentatge de persones que no miren cap contingut televisiu en gallec augmenta a mesura que descendeix l'edat. Si aquest comportament se circumscriu en el 26,6% de la població general, en el cas de les persones que tenen entre 16 i 29 anys augmenta fins al 42,17%. Pel que fa a l'evolució temporal, la tendència és que hi hagi cada cop més

**Taula 4. Persones segons la llengua que fan servir per navegar per Internet, per edat, en tant per cent. Galícia**

Any	2013	2018
<b>En gallec sempre</b>		
De 16 a 29 anys	0,83	1,92
De 30 a 39 anys	0,66	1,51
De 40 a 49 anys	0,62	1,1
De 50 o més	0,59	0,97
Total	0,68	1,29
<b>Més gallec que castellà</b>		
De 16 a 29 anys	2,02	3,5
De 30 a 39 anys	1,64	4,08
De 40 a 49 anys	1,87	3,63
De 50 o més	1,4	3,86
Total	1,74	3,78
<b>Més castellà que gallec</b>		
De 16 a 29 anys	26,96	28,02
De 30 a 39 anys	25,65	25,98
De 40 a 49 anys	22,44	25,59
De 50 o més	18,26	23,65
Total	23,63	25,46
<b>En castellà sempre</b>		
De 16 a 29 anys	70,19	66,56
De 30 a 39 anys	72,05	68,43
De 40 a 49 anys	75,07	69,69
De 50 o més	79,75	71,52
Total	73,95	69,47

Font: IGE, *Enquesta estructural a fogares* (2018).

consumidors i consumidoras de televisió únicament en castellà, i l'increment entre els joves és proporcionalment similar al de la mitjana de la població.

Pel que fa al consum d'Internet, tal com es pot veure a la taula 4, només el 5,42% dels joves consumeixen majoritàriament continguts en gallec, una proporció similar al conjunt de la població (5,07%). El percentatge és escàs en tots els grups d'edat, de manera que no s'observa gran variació. L'evolució temporal mostra una tendència positiva per al gallec, amb escassa variació per la mida reduïda de les xifres. D'altra banda, les persones que no consumeixen cap tipus de contingut en gallec a Internet representen el 69,47% de la població, un percentatge que es redueix lleugerament entre el jovent (66,56%).

**Taula 5. Persones segons la llengua que trien per navegar per Internet quan és possible triar, per edat, en percentatge. Galícia**

	De 16 a 29 anys	De 30 a 39 anys	De 40 a 49 anys	De 50 anys o més	Total
En gallec sempre	8,37	11,16	8,51	5,79	8,13
Més gallec que castellà	9,52	8,47	8,74	8,39	8,72
Més castellà que gallec	26,38	22,36	23,17	23,99	23,91
En castellà sempre	55,73	58,01	59,58	61,82	59,24
Total	100	100	100	100	100

Font: IGE, *Enquesta estructural a fogares* (2018).

**Taula 6. Persones segons la llengua que fan servir per participar a les xarxes socials, per edat, en percentatge. Galícia**

	16 a 29 anys	30 a 39 anys	40 a 49 anys	De 50 anys o més	Total
En gallec sempre	8,84	11,04	7,83	6,43	8,25
Més gallec	16,91	16,57	18,69	19,13	18,03
Més castellà	23,06	20,71	21,5	21,53	21,65
En castellà sempre	51,2	51,69	51,97	52,91	52,07
Total	100	100	100	100	100

Font: IGE, *Enquesta estructural a fogares* (2018).

Tal com es pot observar a la taula 5, quan es dona la possibilitat de triar l'idioma de preferència, les proporcions d'opció pel gallec augmenten de manera important, la qual cosa és un indicador que hi ha una demanda molt superior a l'oferta. La preferència monolingüe en castellà baixa fins al 59,24% del conjunt de la població i fins al 55,73% entre la gent jove. La diferència per edats és molt notable, ja que els més joves són els més proclius al consum de continguts en gallec quan poden triar. Si es mesura la diferència entre els qui no consumeixen Internet en gallec en general i els qui no en consumeixen quan hi ha la possibilitat de triar, es detecta gairebé un 15% de joves que accedeixen a continguts en gallec quan tenen l'oportunitat de triar.

La taula 6 mostra que, a les xarxes socials, el 24,28% de la població fa un ús majoritari del gallec, amb un percentatge similar entre la gent més jove. De fet, la variació entre els diferents grups d'edat és escassa, però cal fer notar que, a mesura que disminueix l'edat, més s'acosten els percentatges d'usuaris en gallec i els de gallegoparlants en general (s'ha de comparar amb les dades que s'ofereixen a l'apartat 1, taules 1 i 2). Les persones que no fan servir mai el gallec a les xarxes socials són una mica més de la meitat (52,07%), també amb variació escassa entre grups d'edat.

D'altra banda, s'observa que el 60,7% de la població vol més continguts en gallec a la televisió i el 54,6% a Internet (taula 7). A més, es percep una evolució positiva per al gallec, però escassa variància per edat. En tot cas, aquest resultat es pot entendre com a indicador de més demanda de productes en llengua gallega.

**Taula 7. Persones a qui els agradaria que hi hagués més continguts en gallec als mitjans de comunicació, per edat. Galícia**

Any	2013	2018
<b>Televisió</b>		
De 16 a 29 anys	56,53	58,15
De 30 a 49 anys	54,22	60,93
De 50 a 64 anys	55,81	61,63
De 65 o més	54,16	60,9
Total	54,93	60,72
<b>Internet</b>		
De 16 a 29 anys	53,35	54,48
De 30 a 49 anys	50,52	56,55
De 50 a 64 anys	48,33	53,71
De 65 o més	41,75	46,45
Total	50,53	54,58

Font: IGE, *Enquesta estructural a fogares* (2018).

## 7. Ús del gallec mitjançant les TIC entre la joventut gallega

Per a aquest apartat es va fer una explotació específica de la matriu de dades d'una recerca de l'Observatori de la Cultura Gallega (2017).<sup>12</sup> Dins d'aquest qüestionari apareixen tres blocs en els quals hi ha categories de resposta que permeten descriure l'ús de determinats mitjans de comunicació i el consum de productes audiovisuals.

### 7.1 Exposició al gallec: la llengua gallega a la televisió, la ràdio, la música i els mitjans de comunicació relacionats amb Internet

Per avaluar l'exposició al gallec dels joves enquestats, es van prendre com a referència tres contextos habituals per a ells: el consum de ràdio i televisió, el consum de música i l'ús de xarxes socials, blogs i altres mitjans de comunicació relacionats amb Internet. Tal com indiquen les dades de la taula 8, en demanar a les persones enquestades que puntuïn, en una escala del 0 al 10, la seva exposició al gallec en aquests camps des de la seva infància, es comprova que el percentatge més gran de respostes superiors al 5 es registra en el consum de ràdio i televisió: el 43,9% indica que hi va haver molta o força presència del gallec

en els programes de televisió que veien de petits, enfront d'un 38,6% que manifesta que aquesta presència era escassa o nul·la. En els dos contextos restants, l'exposició al gallec és inferior, ja que en tots dos casos predominen les puntuacions que xifren aquesta presència per sota del 5: 67,3% en el cas de la música i 61,5% en el de les xarxes socials, blogs i altres mitjans relacionats amb Internet. En tots dos casos, la resposta més habitual és "Gens o gairebé gens de presència del gallec" (puntuació del 0 al 2), que recull respectivament el 46,1% i el 41,5%.

Aquestes dades permeten concloure que els joves gallecs no troben una exposició elevada al gallec en cap dels tres camps, i aquesta exposició és especialment baixa en el consum de música i en les comunicacions per Internet.

L'explotació d'aquestes variables com a indicadors quantitius mitjançant estadístiques com ara la mitjana permet disposar de valors resum que faciliten la comparació (Taula 9). D'aquesta manera, el nivell d'exposició al gallec queda en una mitjana de 4,97 punts sobre 10 en el cas dels programes de ràdio i televisió, valor que resulta clarament superior al registrat tant en l'ús de mitjans de comunicació relacionats amb Internet (3,53) com en el consum de música (3,12).

**Taula 8. Valora la presència de la llengua gallega en una setmana normal en els contextos següents, emprant una escala del 0 al 10 en la qual 0 vol dir "gens de presència" i 10 "molta presència".**

	0 a 2 (Gens o gairebé gens de presència del gallec)	3-4 (Poca presència del gallec)	5 (Ni molta ni poca)	6-7 (Bastanta presència del gallec)	8 a 10 (Molta presència del gallec)
Els programes de ràdio i televisió als quals va estar exposat des de petit	19,1	19,6	17,4	27,6	16,3
La música a la qual va estar exposat des de petit	46,1	21,2	14,8	10,9	7,0
Les xarxes socials, blogs i altres mitjans d'informació relacionats amb Internet	41,5	20,0	14,5	13,5	10,6

Font: Elaboració pròpia a partir del Consell de la Cultura Gallega, *Prácticas e actitudes lingüísticas da mocidade en Galicia*.

**Taula 9. Valora la presència de la llengua gallega en una setmana normal en els contextos següents, emprant una escala del 0 al 10 en la qual 0 vol dir "gens de presència" i 10 "molta presència".**

	Mitjana	Desviació típica
Els programes de ràdio i televisió als quals va estar exposat des de petit	4,97	2,61
La música a la qual va estar exposat des de petit	3,12	2,64
Les xarxes socials, blogs i altres mitjans d'informació relacionats amb Internet	3,53	2,75

Font: Elaboració pròpia a partir del Consell de la Cultura Gallega, *Prácticas e actitudes lingüísticas da mocidade en Galicia*.

La mitjana que resumeix l'exposició al gallec de la franja de joves en el seu consum de ràdio i televisió és del 5,30 en la cohort de 20 a 24, anys, enfront del 4,58 de la més jove. També supera el 5 entre els qui van tenir el gallec com a llengua materna o els qui es van criar parlant tant gallec com castellà (5,34 i 5,56), mentre que baixa al 4,33 entre els qui tenen el castellà com a llengua materna. Segons la llengua que fan servir de manera més habitual, la presència del gallec a la ràdio i televisió consumit només baixa del 5 entre aquelles persones que únicament parlen castellà (4,03).

En el cas de la música a la qual van estar exposats, el nivell d'exposició al gallec en els diversos segments analitzats és sempre inferior al 4 en aquesta escala de 0 a 10, és a dir, se situen en el tram de poca exposició. L'exposició al gallec en la música escoltada des de petit és més gran entre els enquestats que tenen el gallec com a llengua materna (3,72, enfront del 2,47 dels qui es van criar en castellà) i registra els valors més alts segons la llengua habitual entre els qui parlen només o predominantment gallec (3,65 i 3,72, respectivament, en clara contraposició amb el 2,07 dels qui només parlen castellà). La mitjana d'exposició al gallec en les comunicacions per Internet no arriba al 5 en cap segment de la taula de creus, i només en cinc dels vint-i-set segments supera el 4, de manera que també en tots els segments la resposta mitjana se situa en el tram de poca exposició al gallec.

En qualsevol cas, les segmentacions que mostren diferències significatives són diverses, de manera que l'exposició al gallec a la xarxa es redueix al mateix temps que s'incrementa la densitat de població (del 4,19 al 2,87), l'estatus socioeconòmic (del 3,9 al 2,68) i el predomini del castellà en l'escolarització (del 4,38 al 3). En aquest punt, també hi incideix clarament la llengua materna i la llengua d'ús habitual, ja que l'exposició al gallec a la xarxa és molt més habitual entre els joves que tenen el gallec com a llengua materna (4,50, enfront del 2,74 dels qui es van criar en castellà), així com entre els qui habitualment parlen només gallec (4,72) o més gallec que castellà (4,26), enfront d'un 2,43 entre els qui solen parlar només castellà.

## 7.2 Normes d'ús del gallec en situacions bilingües: llengua usada per respondre a un missatge electrònic, SMS o WhatsApp escrit en gallec

El 81,8% dels adolescents gallecs enquestats solen respondre en gallec a les comunicacions que reben escrites en gallec per via electrònica, SMS o WhatsApp (taula 10). Així doncs, al marge del 3,8% que va indicar que respon indistintament, trobem que el 14,4% dels joves gallecs responen en castellà a comunicacions escrites originalment en gallec.

Segons l'anàlisi segmentada, les diferències principals s'estableixen en funció de l'hàbitat de residència, la llengua materna i la d'ús habitual, ja que el percentatge dels qui responen en castellà és més elevat com més gran és l'hàbitat de residència (del 8,75 al 21%) i més rellevant el pes del castellà en la parla diària (del 2% dels segments en els quals predomina l'ús del gallec al 37,5% en el cas dels qui solen parlar només en castellà). També és molt superior entre els qui tenen el castellà com a llengua materna (26,9% enfront del 2,8% dels qui es van criar en gallec). A més, també s'observen diferències significatives en funció del sexe, de l'edat i de l'estatus socioeconòmic, ja que el percentatge del jove que acostuma a respondre en castellà a aquest tipus de comunicacions és 5,1 punts superior entre les dones enfront dels homes i gairebé 7 punts superior entre els menors de 20 anys respecte dels qui tenen de 20 a 24 anys. Per nivells d'estatus, comprovem que entre els de classe mitjana-alta / alta aquest percentatge arriba al 22%, enfront de valors que en la resta d'estatus socioeconòmics oscil·len entre el 10,8% i el 14,7%.

## 7.3. Predisposició a fer servir el gallec en les comunicacions relacionades amb Internet

Tal com s'observa a la taula 11, entre els i les joves gallecs enquestats s'observa una predisposició clarament positiva a fer servir el gallec en les comunicacions per mitjans relacionats amb Internet, ja que més del 66% puntuen aquesta predisposició amb valors entre 8 i 10, en una escala del 0 al 10. D'aquesta manera, el 66,5% de les persones enquestades xifren en valors

**Taula 10. Respostes a la pregunta "Habitualment, quina llengua fas o feies servir per respondre a un missatge electrònic, SMS o WhatsApp escrit en gallec?"**

	Freqüència	Percentatge
Gallec	651	81,8
Castellà	115	14,4
Indistintament ( <i>no citar</i> )	30	3,8
Total	796	100,0

Font: Elaboració pròpia a partir del Consell de la Cultura Gallega, *Prácticas e actitudes lingüísticas da mocidade en Galicia*.

**Taula 11. Indica'ns, si us plau, la teva predisposició a fer servir el gallec en les situacions següents, emprant una escala del 0 al 10 en la qual 0 és “gens disposat” i 10 és “totalment disposat”**

	0 a 2 (Gens o gairebé gens)	3 – 4 (Poca)	5 (Ni molta ni poca)	6 – 7 (Bastanta)	8 a 10 (Molta)	Total
En un correu electrònic a un amic	12,7	7,1	13,6	11,6	54,9	100,0
En un WhatsApp	12,1	7,1	11,9	11,4	57,5	100,0
En una xarxa social com ara Facebook o similar	11,5	8,4	13,6	10,7	55,8	100,0

Font: Elaboració pròpia a partir del Consell de la Cultura Gallega, *Prácticas e actitudes lingüísticas da mocidade en Galicia*.

**Taula 12. Indica'ns, si us plau, la teva predisposició a fer servir el gallec en les situacions següents, emprant una escala del 0 al 10 en la qual 0 és “gens disposat” i 10 és “totalment disposat”**

	Mitjana	Desviació típica
En un correu electrònic a un amic	7,01	3,37
En un WhatsApp	7,16	3,30
En una xarxa social com ara Facebook o similar	7,05	3,27

Font: Elaboració pròpia a partir del Consell de la Cultura Gallega, *Prácticas e actitudes lingüísticas da mocidade en Galicia*.

entre 8 i 10 la seva predisposició a fer servir el gallec en un correu electrònic, un altre 66,5% fa el mateix respecte de la predisposició a fer-lo servir en una xarxa social com Facebook, mentre que el 68,9% ho afirma respecte de l'ús de WhatsApp. En el vessant negatiu, cal assenyalar que al voltant del 12% dels joves enquestats manifesten cap o gairebé cap predisposició a l'ús del gallec en aquests tres camps (puntuacions de 0 a 2). Aquests percentatges se situen entre el 19% i el 20% si tenim en compte també aquelles persones que indiquen puntuacions inferiors al 5 en aquesta escala del 0 al 10.

En analitzar aquestes variables ja no com a nominals, sinó com a quantitatives, podem obtenir la mitjana que resumeix aquesta predisposició (taula 12). Els valors obtinguts mostren una predisposició del 7,16 sobre 10 a fer servir el gallec en un WhatsApp, del 7,05 a fer-lo servir en una xarxa social com Facebook i d'un 7,01 a fer-lo servir en un correu electrònic a un amic o amiga. És a dir, de mitjana, se situarien en una posició de “bastanta predisposició” a l'ús del gallec.

Si fem servir aquesta anàlisi quantitativa en l'anàlisi segmentada, observem que aquesta predisposició positiva a fer servir el gallec en les comunicacions per Internet varia significativament en funció de l'edat, l'hàbitat, el nivell d'estudis, l'estatus socioeconòmic, la llengua materna, la llengua habitual i la presència del gallec al llarg de la vida formativa. En els tres usos possibles es detecta més predisposició entre les persones enquestades de 20 a 24 anys (valors en l'ordre del 7,6) que entre les de 15 a 19 anys (valors entre el 6,3 i el 6,5). També s'observa més predisposició com menys poblat és l'hàbitat de

residència, camp en el qual s'assoleixen valors per sobre del 8 a les zones poc poblades, enfront de valors que no passen del 6,25 a les zones densament poblades, i com més alt és el nivell d'estudis, amb valors que ronden el 5,5 en el nivell més baix i puntuacions al voltant del 7,8 entre els qui van completar estudis universitaris. Les diferències també són molt notables respecte de l'estatus socioeconòmic, amb valors mitjans més elevats com menor és l'estatus social, passant de puntuacions mitjanes pròximes al 6 a puntuacions pròximes o fins i tot superiors al 8.

En tot cas, i tal com era esperable, les variables relacionades amb la llengua materna o habitual tornen a ser les que marquen les grans diferències entre els diferents segments. D'aquesta manera, la predisposició a l'ús del gallec és notablement més gran entre els qui van tenir el gallec com a llengua materna (puntuacions entre el 8,83 i el 9,01) enfront dels qui es van criar en castellà (5,44-5,58). Sens dubte, però, el contrast més gran s'observa segons la llengua habitual, ja que mentre que els qui només parlen gallec tenen una predisposició del +/–9,5, els valors es queden entre el 4,49 i el 4,66 entre aquelles persones que només parlen castellà. Finalment, també s'observa que la predisposició a fer servir el gallec en les comunicacions per Internet se situa per sobre del 8 entre els qui van tenir més presència de la llengua gallega en la seva vida formativa, mentre que les mitjanes més baixes s'observen entre els joves que menys temps van estar exposats al gallec a les aules (+/–6,4).

## 8. Conclusions

La joventut, sector clau per al futur de l'idioma gallec, està intensament castellanitzada i completament integrada en el món de les noves tecnologies; la seva cultura és fonamentalment audiovisual. A les pantalles de la joventut gallega, el castellà hi té un predomini encara més aclaparador que en les pràctiques lingüístiques orals de la vida quotidiana. No obstant això, l'oferta de productes en gallec està molt per sota de la demanda real i potencial, mentre que les polítiques públiques en aquest terreny són pràcticament inexistents. La posada en marxa d'una estratègia de promoció del gallec entre els joves que presti atenció prioritària a l'audiovisual, les xarxes socials i les noves tecnologies és urgent.

## Notes

1. [http://www.ige.eu/web/mostrar\\_actividade\\_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004](http://www.ige.eu/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004). Tal com s'explica en el lloc web de l'Institut Gallec d'Estadística (IGE), l'Enquesta estructural a les llars (EEF), abans denominada Enquesta de condicions de vida de les famílies, és una activitat estadística anual que des del 1999 duu a terme l'IGE. Es tracta d'una enquesta adreçada a les llars gallegues amb l'objectiu d'obtenir informació sobre les seves característiques socioeconòmiques. Consta de dos mòduls: un primer de caràcter general que es repeteix cada any, dissenyat per recollir informació sobre variables bàsiques, i un segon mòdul de caràcter específic dedicat a blocs temàtics. Sobre les característiques i la metodologia d'aquesta eina estadística, vegeu [http://www.ige.eu/estatico/pdfs/s3/metodoloxias/met\\_EEF\\_gl.pdf](http://www.ige.eu/estatico/pdfs/s3/metodoloxias/met_EEF_gl.pdf).
2. [http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/CCG\\_2017\\_Practicas-e-actitudes-linguisticas-da-mocidade-en-Galicia.pdf](http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/CCG_2017_Practicas-e-actitudes-linguisticas-da-mocidade-en-Galicia.pdf).
3. [http://www.ige.eu/web/mostrar\\_actividade\\_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004](http://www.ige.eu/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004).
4. [http://www.ige.eu/web/mostrar\\_actividade\\_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004](http://www.ige.eu/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004).
5. <http://publicacions.academia.gal/index.php/rag/catalog/view/224/225/743-1>.
6. [http://www.ige.eu/web/mostrar\\_actividade\\_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004](http://www.ige.eu/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004).
7. Aquest treball està elaborat sobre una enquesta realitzada el 2003 a una mostra de 1.203 individus, representativa del conjunt de la població gallega de 18 anys o més (Lorenzo Suárez, Ramallo, Casares Berg 2008: 185-189).
8. Pel que fa a aquest darrer punt, cal tenir en compte que, entre les cadenes generalistes, la TVG, amb una programació íntegrament en idioma gallec, resultava ser el mitjà preferit per més de la meitat de la població gallega (51%) i, de fet, el 61% de la població la feia servir diàriament com a mitjà de comunicació. Però, en general, la televisió era "el mitjà

amb la població més vella, amb un nivell de penetració molt baix entre la població més nova" (Lorenzo Suárez, Ramallo, Casares Berg 2008: 193). Així, el perfil de l'audiència de la TVG era el de telespectadors de més edat, residents en nuclis de població petits i amb un nivell d'estudis baix, tot i que gairebé la meitat dels individus d'entre 18 i 25 anys la veien diàriament (ídem: 204-211).

9. Per a la recerca de camp es va fer servir una mostra no probabilística per quotes, consistent en 1.209 unitats. Per a la construcció de les quotes es van fer servir dues variables: nivell educatiu (batxillerat, cicles i universitat) i hàbitat on està situat el centre d'estudi (urbà, no urbà). Per a la descripció i metodologia d'aquest treball, vegeu Ramallo 2012: 6.
10. [http://www.osimga.gal/sites/w\\_osimga/files/documentos/monografico\\_mozos\\_2019\\_v1.pdf](http://www.osimga.gal/sites/w_osimga/files/documentos/monografico_mozos_2019_v1.pdf).
11. [http://www.ige.eu/web/mostrar\\_actividade\\_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004](http://www.ige.eu/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?idioma=gl&codigo=0206004).
12. Aquesta enquesta es va elaborar sobre una mostra representativa de la joventut gallega (població d'entre 15 i 24 anys) afixada proporcionalment per edat, sexe i hàbitat. Es consideren com a estrats d'edat dos grups quinquennals: de 15 a 19 anys i de 20 a 24 anys. Com a estrats d'hàbitat, es van fer servir els definits per l'Indicador de grau d'urbanització dels municipis de Galícia aplicat per l'Institut Gallec d'Estadística (IGE), que classifica els ajuntaments en tres categories. La mida de mostra va ser  $n = 800$ , per la qual cosa es va fer un mostreig aleatori simple per a un nivell de confiança del 95,5 % ( $2\sigma$ ), en la hipòtesi de màxima variabilitat  $p = q = 5\%$  d'una variable de proporcions, que ofereix dades globals amb un error estadístic màxim associat del  $\pm 3,5\%$ . El qüestionari el va preparar l'Observatori de la Cultura Gallega del Consell de la Cultura Gallega i el Seminari de Sociolingüística de la Real Acadèmia Galega. Moltes de les variables estan dissenyades per permetre comparacions amb recerques precedents dins i fora de Galícia. Vegeu: [http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/CCG\\_2017\\_Practicas-e-actitudes-linguisticas-da-mocidade-en-Galicia.pdf](http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/CCG_2017_Practicas-e-actitudes-linguisticas-da-mocidade-en-Galicia.pdf)



## Referències

- INSTITUTO GALEGO DE ESTATÍSTICA. <http://www.ige.eu>
- LOREDO GUTIÉRREZ, X.; MONTEAGUDO, H. “La transmisión intergeneracional del gallego. Comparación con el catalán”. *Treballs de Sociolingüística Catalana*. 2017, 27, 99-116. [http://revistes.iec.cat/index.php/TSC/article/view/140476/pdf\\_1298](http://revistes.iec.cat/index.php/TSC/article/view/140476/pdf_1298)
- LORENZO SUÁREZ, A.; RAMALLO, F.; CASARES BERG, H. *Lingua, sociedade e medios de comunicación*. Santiago de Compostel·la: Consello da Cultura Galega, 2008. <http://consellodacultura.gal/publicacion.php?id=49>
- MONTEAGUDO, H.; LOREDO, X.; VÁZQUEZ, M. *Lingua e sociedade en Galicia. A evolución sociolingüística 1992-2013*. La Coruña: Real Academia Galega, 2016. <http://publicacions.academia.gal/index.php/rag/catalog/book/305>
- MONTEAGUDO, H. “Lingua e sociedade en Galicia”. *LaborHistórico*. 2017, vol. 3, nº. 1, 14-48. <https://revistas.ufrj.br/index.php/lh/article/view/17105>
- MONTEAGUDO, H. “Política lingüística en Galicia: de la normalización sin conflicto al conflicto desnormalizador”. A: GIRALT LATORRE, J.; NAGORE LAÍN, F. (eds.), *La normalización social de las lenguas minoritarias*. Saragossa: Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2019, 17-55.
- MONTEAGUDO, H. “Imponer la libertad: Sobre el régimen de lenguas en Galicia”. A: NARVAJA DE ARNOUX, E.; BECKER, L.; DEL VALLE, J. (eds.). *Reflexiones glotopolíticas desde y hacia América y Europa*. Berlín: Peter Lang, 2021, 219-232.
- OBSERVATORIO DA CULTURA GALEGA. *O idioma galego na sociedade: a evolución sociolingüística 1992-2008*. Santiago de Compostel·la: Consello da Cultura Galega, 2011. [http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/CCG\\_2011\\_O-idiomagalego-na-sociedade.pdf](http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/CCG_2011_O-idiomagalego-na-sociedade.pdf)
- OBSERVATORIO DA CULTURA GALEGA. *Prácticas e actitudes lingüísticas da mocidade en Galicia*. Santiago de Compostel·la: Consello da Cultura Galega, 2017. [http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/CCG\\_2017\\_Practicas-e-actitudes-linguisticas-da-mocidade-en-Galicia.pdf](http://consellodacultura.gal/mediateca/extras/CCG_2017_Practicas-e-actitudes-linguisticas-da-mocidade-en-Galicia.pdf)
- OBSERVATORIO DA SOCIEDADE DA INFORMACIÓN E DA MODERNIZACIÓN EN GALICIA. *A Mocidade e as TIC. Edición 2019*. Santiago de Compostel·la: Xunta de Galicia, 2019. [http://www.osimga.gal/sites/w\\_osimga/files/documentos/monografico\\_mozos\\_2019\\_v1.pdf](http://www.osimga.gal/sites/w_osimga/files/documentos/monografico_mozos_2019_v1.pdf)
- RAMALLO, F. *Mocidade, lingua e redes sociais*. Santiago de Compostel·la: Xunta de Galicia, 2012.
- RAMALLO, F. “Linguistic diversity in Spain”. A: AYRES-BENNETT, W.; CARRUTHERS, J. (eds.). *Manual of Romance Sociolinguistics*. Berlín: De Gruyter, 2018, 462-493.
- SEMINARIO DE SOCIOLINGÜÍSTICA. *Lingua inicial e competencia lingüística en Galicia: compendio do volume I do mapa sociolingüístico de Galicia*. La Coruña: Real Academia Galega, 1994. <http://publicacions.academia.gal/index.php/rag/catalog/book/122>
- SEMINARIO DE SOCIOLINGÜÍSTICA. *Usos lingüísticos en Galicia: compendio do II volume do mapa sociolingüístico de Galicia*. La Coruña: Real Academia Galega, 1995. <http://publicacions.academia.gal/index.php/rag/catalog/book/128>
- Seminario de Sociolingüística. *Actitudes lingüísticas: compendio do volume III do mapa sociolingüístico de Galicia*. La Coruña: Real Academia Galega, 1996. <http://publicacions.academia.gal/index.php/rag/catalog/book/244>
- SEMINARIO DE SOCIOLINGÜÍSTICA. *O galego segundo a mocidade: unha achega ás actitudes e discursos sociais baseados en técnicas experimentais e cualitativas*. La Coruña: Real Academia Galega, 2003. <http://publicacions.academia.gal/index.php/rag/catalog/book/169>



# Accessibilitat i estandardització: el dilema de la subtitulació en gallec

**PABLO ROMERO FRESCO**

Universidade de Vigo, GALMA

[promero@uvigo.es](mailto:promero@uvigo.es)

Article rebut el 06/05/21 i acceptat el 23/06/21

## Resum

Actualment, la promoció del gallec com a llengua minoritzada i la facilitació d'un accés igualitari a continguts audiovisuals per a les persones espectadores amb discapacitats o sense haurien de ser compatibles. Tots dos aspectes es troben entre els quinze principis inspiradors de l'emissora gallega CRTVG. No obstant això, quan es tracta de decidir si els errors comesos pels parlants a la televisió s'han de corregir o reproduir als subtítols, es genera un conflicte. Si els errors es corregeixen per promoure un bon ús de la llengua, el públic espectador amb problemes d'audició podrà accedir als continguts però no tindrà consciència que les persones parlants cometien errors, que és la qüestió que motiva el debat en primer lloc. Prenent com a base el primer model per a la correcció/reproducció d'errors en la subtitulació en gallec (Martínez Lorenzo 2021) i un estudi recent sobre aquesta qüestió amb espectadors oients (Suevos 2021), aquest article se centra en les repercussions lingüístiques, socials i polítiques de l'intent de conciliar l'accessibilitat i l'estandardització en la subtitulació en gallec.

## Paraules clau

Accessibilitat, subtitulació, gallec, llengua, audiovisual.

## Abstract

In this day and age, the promotion of Galician as a minoritised language and the provision of equal access to audiovisual content for viewers with and without impairments should be compatible. Both are included within the fifteen inspiring principles of the Galician broadcaster CRTVG. However, when it comes to deciding if the errors made by speakers on TV must be corrected or reproduced in the subtitles, a conflict arises. If errors are corrected to promote good use of the language, viewers with hearing loss will be able to access the content, but they will be excluded from the fact that the speakers are making errors, which motivates this discussion in the first place. Drawing on the first model for the correction/reproduction of errors in Galician subtitling (Martínez Lorenzo 2021) and on a recent survey about this issue with hearing viewers (Suevos 2021), this article looks at the linguistic, social and political implications involved in the attempt to reconcile accessibility and standardisation in Galician subtitling.

## Keywords

Accessibility, subtitling, Galician, language, audiovisual.

## 1. Accessibilitat dels mitjans a tot el món

Des que es va introduir per primera vegada als EUA al principi de la dècada de 1980 en forma de subtítols per al públic espectador amb problemes d'audició, l'accessibilitat dels mitjans (AM) ha evolucionat de manera significativa i s'ha convertit en un àmbit dinàmic de recerca, formació i pràctiques professionals. Durant els últims anys, ha patit diverses transformacions que han permès que es convertís en una font de reflexió crítica i un impulsor del canvi social. Greco (2018) fa referència a aquestes transformacions com als tres canvis de l'accessibilitat: un canvi des d'una perspectiva particularista a una perspectiva universalista de l'accés, una transició dels models reactius als proactius i, finalment, un tercer canvi d'un enfocament centrat en el creador a un enfocament centrat en la persona usuària.

Fins fa poc, l'AM es considerava com una sala dins de l'edifici que és la traducció audiovisual (TAV) global. En aquesta perspectiva particularista, l'AM és la part de la TAV que se centra en les persones usuàries cegues i/o sordes de mitjans audiovisuals que poden necessitar serveis com els subtítols, l'audiodescripció o la interpretació en la llengua de signes. No obstant això, la constatació que la majoria de serveis d'accés són utilitzats realment per persones sense discapacitats ha donat lloc a una consideració universalista de l'AM com un "accés als productes, serveis i entorns multimèdia per a totes les persones que no hi poden accedir en el format original o no hi poden accedir adequadament" (Greco 2018: 211). Sota aquesta consideració, l'AM engloba serveis tan variats com l'audiodescripció, l'audionarració, el doblatge, la subtitulació, el so net, la lectura de pantalla o les reproduccions tàctils.

El segon canvi identificat per Greco (2018) fa referència a

la consideració reactiva tradicional de l'AM com un procés posterior: els serveis d'accessibilitat (i traducció) normalment es produeixen en qüestió de dies durant la fase de distribució, per una remuneració reduïda i sense que hi hagi un contacte amb l'equip creatiu de la pel·lícula o l'obra. Iniciatives recents com l'accés als rodages (Romero-Fresco 2019) i l'accés integrat al teatre (Fryer 2018) proposen nous models que tenen en compte l'accessibilitat des de la fase de producció a partir de la col·laboració entre l'equip creadors i les persones expertes en accessibilitat.

Pel que fa al tercer canvi esmentat per Greco (2018), és un recordatori del fet que, fins fa molt poc, la majoria de directrius de TAV i AM es basaven en l'experiència de professionals experimentats (Carroll i Ivarsson 1998). Això també està canviant. El gir cognitiu experimentat per la traducció (audiovisual) durant l'última dècada (Chaume 2018; O'Brien 2011) ha permès facilitar directrius amb una base empírica i científica (Orero *et al.* 2018) i la proliferació d'estudis sobre la recepció del públic ha afegit una dimensió liderada pel públic usuari molt necessària. En certa manera, les directrius s'han democratitzat, ja que moltes inclouen actualment les aportacions d'una majoria d'audiència espectadora, o d'un grup que té una significació estadística suficient per ser considerat com una majoria. Això es pot interpretar com un pas endavant en la direcció de l'eslògan “res sobre nosaltres sense nosaltres”, al qual moltes persones amb discapacitat han donat suport durant les últimes dècades.

Aquests canvis han ajudat a abordar l'anomenada bretxa dels perfils “creador-expert-usuari” (Branson 2018; Greco 2018) en l'AM. Aquest concepte fa referència a les bretxes entre les persones que fan pel·lícules i les que en produeixen les versions traduïdes i accessibles (bretxa creador-expert), entre les persones que fan pel·lícules i les que en reben les versions traduïdes i accessibles (bretxa creador-usuari) i, finalment, entre les que produeixen versions traduïdes o accessibles i les que les reben (bretxa expert-usuari). Mentre que l'accés als rodages i l'accés integrat al teatre han permès fer grans passos cap al tancament de la bretxa creador-expert, cada cop són més els i les intel·lectuals i artistes que al·leguen que encara queda un llarg camí per tancar les bretxes relatives al públic usuari. Tal com assenyala l'artista Jodee Mundy (2017), l'accessibilitat (entesa com a servei dissenyat per persones sense discapacitats) no ho és tot, i adquireixen importància conceptes com el de la inclusió i la participació:

“L'accés és entrar per la porta. La inclusió és seure a taula. La participació és fer l'àpat i parlar-ne”.

Segons aquesta visió, la majoria de directrius d'AM actuals, que fan èmfasi en l'objectivitat (l'intent de facilitar subtítols amb una descripció objectiva dels sons que les persones espectadores sordes no poden sentir o una descripció objectiva de les imatges que les persones usuàries cegues no poden veure), poden permetre que entenguin la pel·lícula, però no

necessàriament que hi connectin. Revelen els supòsits dels experts com a persones sense discapacitat i mostren que, encara que es basin en estudis de recepció amb usuaris (com, per exemple, experiments de rastreig ocular), encara no incorporen la perspectiva usuària (Kleege 2018). Com a reacció a això, una onada emergent d'intel·lectuals i artistes (principalment amb discapacitats) proposen formes alternatives i cada cop més creatives d'AM, no només per facilitar l'accés als mitjans audiovisuals, sinó també per contribuir a la lluita contra la discriminació de les persones amb discapacitat. Es pot definir com un tipus de discriminació de les persones amb discapacitat que no només es manifesta a través d'opinions individuals, sinó també a partir de formes d'exclusió codificades i naturalitzades en diversos sistemes de poder perquè estan incorporades en l'estructura de les nostres societats (Elmén 2016). Aquesta visió de l'AM reflecteix i posa en dubte les estructures jeràrquiques i les normes culturals presents (Ugarte Chacón 2014: 2). És, per tant, una eina política.

Tal com s'ha observat en l'obra de Kleege (2016) i Thompson (2018) sobre l'audiodescripció, Butler (2018) i Zdenek (2018) sobre la subtitulació i la pel·lícula recent *Dear Hearing World* (Docker 2019) sobre la llengua de signes, la qüestió d'una AM alternativa i creativa és un exemple d'interseccionalitat (Crenshaw 1991). Fa referència, no només a la lluita contra la discriminació de les persones amb discapacitat, sinó també contra altres formes d'exclusió i opressió, inclosos el racisme i el sexisme. Resta per veure la manera en què l'AM i la seva causa política es relacionen amb les llengües minoritzades, que, per definició, també estan oprimides i discriminades. Basant-se en el desenvolupament de les primeres directrius sobre subtitulació en gallec, aquest article és un intent de debatre la complexitat de conciliar i fer compatibles els drets de la comunitat parlant de gallec i els dels gallecs i gallegues amb problemes d'audició.

## 2. Accessibilitat dels mitjans a Galícia

L'AM a Galícia encara és a les beceroles. Els serveis d'AM que s'ofereixen són relativament reduïts i és molt difícil trobar recerca sobre el tema. La tesi doctoral de Mercedes Martínez Lorenzo (2021) i les publicacions que se'n deriven (2019, 2020a, 2020b) són actualment la font principal d'informació disponible. En la seva tesi, Martínez Lorenzo analitza la quantitat i la qualitat de l'AM facilitada a Galícia i intenta elaborar les primeres directrius de subtitulació en gallec. Analitza la subtitulació per als espectadors amb problemes d'audició (a la qual es refereix com a *subtitulació inclusiva*), l'audiodescripció i la interpretació en llengua de signes a la televisió i en festivals de cinema, clubs i sales de cine.

D'acord amb la Llei 7/2010 general de la comunicació audiovisual, tots els canals públics d'Espanya han de subtitular el 90% dels seus continguts i facilitar 10 hores a la setmana d'interpretació en llengua de signes i audiodescripció. A la taula 1<sup>1</sup> s'inclouen dades sobre la facilitació de subtítols dels

**Taula 1. Percentatge d'hores de continguts subtitulats a l'any entre 2016 i 2020 per les emissores públiques en castellà, català, basc i gallec**

Canal	Subtitulació (total d'hores)
<b>RTVE (2020)</b>	
La 1	93,13%
La 2	93,59%
Clan	99,83%
24Horas	95,35%
TDP	95,76%
Internacional Europa-Àfrica	96,90%
Internacional Àsia	98,96%
Internacional Amèrica	97,45%
<b>Catalunya (2020)</b>	
TV3	70%
Super3/33	85%
Esport3	42%
3/24	55%
<b>País Basc (2019)</b>	
ETB1	18%
ETB2	46%
ETB3	58%
ETB4	19%
<b>Galícia (2016-2018)</b>	
TVG1 i TVG2	40%

Fons: Emissores públiques i Martínez Lorenzo (vegeu la nota 1).

diferents canals públics espanyols en els últims cinc anys. Mentre que RTVE i l'emissora catalana TV3 compleixen o gairebé compleixen els seus objectius, les emissores basques i gallegues encara són significativament lluny de fer-ho.

Per desgràcia, la quantitat d'hores subtitulades no és l'únic problema a Galícia. Tal com assenyala Martínez Lorenzo (2021: 98), la facilitació de subtítols és molt inconstant en termes de canal, mes, franja horària, tipus de producció, gènere audiovisual i episodis. L'audiència espectadora desconeix quins programes se subtitulen i, dins del mateix programa, un episodi subtitulat pot anar seguit d'un altre que no ho estigui. Els dibuixos animats produïts a Galícia no estan subtitulats i, atès que els subtítols en directe encara no estan disponibles, els programes de tertúlia, les informacions meteorològiques i els esports no són accessibles per a les persones espectadores amb problemes d'audició. Només un programa de notícies s'emet amb subtítols (a TVG1 i entre setmana). No hi ha continguts amb audiodescripció a TVG i s'ofereixen cinc hores a la setmana d'interpretació de la llengua de signes, amb un programa de notícies diari inclòs (a TVG2 i entre setmana). Per tant, les notícies del cap de setmana no són accessibles. Pel que fa als festivals

de cinema, els clubs i les sales de cinema, no estan obligats per la legislació a oferir l'accessibilitat dels mitjans. Els esdeveniments o les seues de petit format i independents acostumen a facilitar majoritàriament subtítols en castellà (dissenyats per a espectadors oients més que per a espectadors amb problemes d'audició) per a pel·lícules en idiomes estrangers. Els subtítols en gallec només s'utilitzen esporàdicament i es podria dir el mateix per a l'audiodescripció, mentre que la interpretació en llengua de signes s'utilitza amb més freqüència per a les presentacions de pel·lícules que per facilitar l'accés a les pel·lícules.

L'anàlisi de Martínez Lorenzo (2021: 179) de la qualitat d'una mostra dels subtítols facilitada per TVG no és gaire més encoratjadora. Assenyala diversos problemes que es deuen o bé a la manca d'informació a les directrius de subtitulació UNE per al castellà (AENOR 2012) (que fins ara han sigut la referència principal per a la subtitulació a TVG) o bé a errors comesos per les persones subtituladores. Per exemple, problemes amb la posició dels subtítols (els subtítols tapen informació important en pantalla), el temps (subtítols que es visualitzen durant massa temps o massa de pressa perquè la audiència espectadora els pugui llegir) o la puntuació i la descripció dels sons per al públic amb problemes d'audició. En aquest cas, és particularment important la incoherència detectada en la subtitulació dels errors lingüístics comesos pels parlants, és a dir, davant la decisió de mantenir o corregir els errors dels parlants als subtítols. Atès que aquesta és una qüestió molt específica de la llengua, que té un paper diferent en gallec (com a llengua minoritzada) en comparació del castellà, ajustar-se a les indicacions de les directrius de subtitulació UNE per al castellà no sembla una opció viable. Això fa que les primeres directrius de subtitulació de Martínez Lorenzo siguin particularment oportunes.

Les directrius es basen en la recerca empírica existent inclosa a les directrius d'altres països i altres llengües, que situen l'AM a Galícia en un escenari complex i inusual. Quan es tracta de quotes de facilitació d'accés, l'AM a Galícia actualment es troba en una posició similar de la d'altres països (inclosa Espanya) fa uns 10 anys. L'avantatge és que elaborar unes directrius ara permet ometre l'enfocament expert i facilita una base científica que també les pot democratitzar, ja que es podria dir que reflecteixen les opinions de les persones usuàries que van participar en els estudis en què es basen. Finalment, les directrius han de fer front a una qüestió (reproducció o correcció dels errors als subtítols) que és relativament nova i que és probable que tingui repercussions socials i polítiques que encara s'han d'abordar. Per tant, en certa manera, l'AM a Galícia funciona simultàniament en el passat pel que fa al desenvolupament i l'oferta; en el present, amb la producció de directrius contemporànies basades en una base empírica, i en el futur, en abordar un debat que és nou i amb unes implicacions que, en certa mesura, són desconegudes. Aquest article se centra en l'última qüestió, en què els interessos d'una llengua minoritària i els seus usuaris no estan en consonància amb els d'una minoria amb discapacitat (persones amb problemes d'audició), fet que requereix decisions difícils.

### 3. El dilema de la subtitulació en gallec

La missió de CRTVG com a emissora pública gallega s'estableix en l'article 4 de la Llei 9/2011 dels mitjans públics de comunicació audiovisual de Galícia. Aquest article recull els 15 "principis inspiradors" de l'emissora, que inclouen, entre d'altres, els requisits per promoure i divulgar la cultura, la llengua i la identitat gallegues i garantir l'accés igualitari, sens perjudici de les persones amb discapacitats, de manera que puguin accedir als continguts audiovisuals. En teoria, aquests 15 principis haurien de ser perfectament compatibles i, no obstant això, tal com es debat als apartats següents, a l'hora d'afrontar els errors lingüístics als subtítols en gallec, les necessitats d'estandarditzar la llengua i de facilitar l'accés a les persones espectadores amb problemes d'audició poden entrar en conflicte.

#### 3.1 La subtitulació com a eina d'estandardització de la llengua

En el context del castellà, el concepte de *normativització lingüística* (estandardització lingüística) fa referència a la selecció i codificació d'una llengua estàndard, que correspon a la idea de planificació del corpus en la literatura en anglès (O'Rourke 2017). En canvi, *normalització lingüística* (*normalització lingüística* en aquest article) fa referència a l'ús d'una llengua estandarditzada en tots els àmbits de la vida pública i, per tant, està relacionada amb el concepte de planificació de l'estatus en anglès (Cooper 1989; Kloss 1969). Tots dos estan relacionats amb la planificació lingüística, que engloba totes les mesures oficials preses per determinar com s'utilitza la llengua i protegir els drets de les persones o grups d'utilitzar o mantenir les llengües (Spolsky 2003). A Galícia, les mesures de normalització lingüística pretenen augmentar el nombre de parlants i les seves competències lingüístiques, així com recuperar funcions socials en els àmbits de l'educació, les administracions públiques i els mitjans. En aquest cas, el paper de l'emissora pública gallega RTVG des de la seva creació el 1985 és fonamental, ja que inclou quatre canals de televisió i tres emissores de ràdio que emeten continguts en gallec 24 hores al dia, set dies a la setmana.

No obstant això, tal com assenyala Martínez Lorenzo (2021: 365), TVG ha rebut crítiques per no fer un esforç per arribar als adults i adultes joves (a diferència de la població d'edat més avançada i els infants, que aparentment queden coberts per TVG i TVG2, respectivament) i per fer un ús a vegades deficient de la llengua gallega. La presència d'expressions en castellà en el gallec utilitzat a TVG i TVG2 es considera molt perjudicial per a la percepció, el prestigi i, fins i tot, la supervivència de la llengua gallega. Les dades mostren que encara que el 88,1% de la població gallega (uns 2,3 milions de persones) parlin l'idioma, el seu ús es limita en més gran mesura a la generació d'edat més avançada (majors de 65 anys), en petites zones rurals (menys de 10.000 habitants) i principalment entre parlants de la mateixa condició, més que per adreçar-se a algú d'una classe socioeconòmica superior. En canvi, el castellà és la

llengua de prestigi utilitzada per les persones joves en zones de més de 50.000 habitants i en una àmplia varietat de situacions comunicatives (IGE 2014, 2019).

En aquest context, l'ús d'un model lingüístic d'alta qualitat en l'emissió dels subtítols a la televisió pot augmentar la percepció positiva i la motivació cap al gallec. En canvi, si els errors de la parla, amb freqüència influïts pel castellà, es deixen filtrar als subtítols escrits, això podria contribuir a perjudicar la integritat de la llengua gallega i impediria que els parlants aprenguin l'estàndard lingüístic correcte. La correcció dels errors dels parlants en la subtitulació, per tant, es considera una mesura clau per a la normalització i l'estandardització.<sup>2</sup>

Encara que la necessitat de contribuir a l'estandardització de la llengua és l'argument principal per a la correcció dels errors lingüístics als subtítols, també es poden al·legar altres raons. Una n'és la transformació del discurs oral en discurs escrit, que porta a considerar els subtítols com a llengua escrita i defensa l'omissió de determinades característiques orals com els marcadors discursius (Hatim i Mason 1997: 79) i la correcció dels errors gramaticals i lèxics als subtítols (Díaz Cintas i Remael 2008: 63). La justificació d'aquest enfocament és que els errors en el llenguatge escrit en pantalla es poden detectar més fàcilment que els errors de la parla, fet que reforça la tesi de correcció dels errors com a eina d'estandardització. Així mateix, segons el que s'ha observat en els estudis de rastreig ocular duts a terme per McConkie i Yang (2003) i Fernández-Torné *et al.* (2014), és possible que les persones espectadores necessitin més temps per veure les unitats lingüístiques no estàndard dels subtítols i, per tant, tinguin menys temps per mirar les imatges. No obstant això, cal més recerca per avaluar aquesta qüestió, ja que McConkie i Yang (2003) van provar la lectura de text en comptes de la subtitulació i Fernández-Torné *et al.* (2014) especificuen que els seus resultats no són concloents des del punt de vista estadístic. En qualsevol cas, si la recerca addicional ho confirma, podria ser més problemàtic en el cas de la audiència sorda amb problemes d'audició prelocutius que, freqüentment, fan servir la llengua de signes i, per tant, llegeixen de manera eficaç els subtítols en una segona o, fins i tot, una tercera llengua (Romero Fresco 2018: 192).

Martínez Lorenzo (2021: 71) assenyala una altra raó per justificar la correcció dels errors als subtítols: l'adaptació (o *domesticació*, segons el terme utilitzat per Venuti [1995]) de les referències culturals que es troba freqüentment en la traducció de l'anglès al gallec del material audiovisual. Esmenta l'exemple del *fansubbing* (subtítols creats per aficionats/des fora del context professional) en gallec de la pel·lícula de Marvel *Avengers: Endgame*, en què la salsa de formatge Cheez Whiz es va substituir als subtítols creats pels aficionats en gallec per "Estrella Galícia?". Segons Martínez Lorenzo (2021: 71), "si s'accepta aquest grau elevat d'alteració del text, unes quantes correccions lingüístiques aquí i allà amb l'objectiu de promoure la llengua i la llegibilitat no haurien d'indignar els espectadors".

Aquests són arguments indubtablement sòlids per corregir els errors als subtítols, però hi ha una perspectiva per al debat.

### 3.2 La subtitulació com a eina d'accessibilitat

“L'argument de l'estandardització” utilitzat per defensar la correcció dels errors en la subtitulació està en consonància amb l'enfocament universalista de l'AM, segons el qual els serveis d'accessibilitat ens afecten a tots o, almenys a tothom qui (per motius lingüístics, sensorials o contextuals) no tingui accés al material audiovisual en la seva forma original (Greco 2018). Si l'accés afecta gairebé totes les persones espectadores, té sentit utilitzar els subtítols com a eina d'estandardització a Galícia. Aquest concepte ampli d'accés significa que els públics cec i sord poden unir forces amb l'audiència estrangera, ja que “són al mateix vaixell” en relació amb els serveis d'accessibilitat (Romero-Fresco 2018: 194). Això ha demostrat ser molt efectiu per convèncer les plataformes d'emissió, com Netflix, perquè augmentin l'accessibilitat.

No obstant això, un nombre creixent d'artistes i intel·lectuals com Ellcessor (2015) comencen a assenyalar les complicacions que comporta aquest concepte d'accés per a tothom. En primer lloc, atraure els usuaris que no tenen discapacitats pot contribuir a reforçar “jerarquies socials en què el que realment importa són els beneficis que el disseny universal porta a altres persones (normatives, sense discapacitats)”. Per a Ellcessor, això es pot veure en els arguments a favor de la subtitulació que prioritzen l'aprenentatge de la llengua i l'alfabetització dels infants abans que els beneficis per a les persones sordes i amb problemes d'audició, fet que està estretament relacionat amb el debat proposat en aquest article. En segon lloc, la unió de l'AM i la TAV (i els seus usuaris) pot fer que les mesures d'accessibilitat es considerin com a “opcions” o “personalitzacions”, és a dir, una qüestió d'elecció dels consumidors i consumidores més que una qüestió de drets civils i participació política. En tercer lloc, Ellcessor esmenta l'argument, adduït freqüentment segons els principis del disseny universal, que tots tenim o tindrem una discapacitat d'una manera o altra, cosa que s'ha criticat durament al curt *Dear Hearing World* esmentat anteriorment (“Estic tip de sentir “oh, jo també tinc problemes d'audició” només perquè has viatjat en avió o has tingut un refredat”). Per a Ellcessor, aquest argument nega “les experiències viscudes de discapacitat i la importància de la identitat o la cultura de la discapacitat per a moltes persones”. Segons el seu parer, això pot perpetuar actituds discriminatòries contra les persones amb discapacitats en no qüestionar-les, canviar-les o destruir-les.

En altres paraules, encara que el concepte ampli i universal de l'accés pugui suggerir que estem tots units per aconseguir el mateix objectiu, la realitat contradiu aquest supòsit (que discrimina les persones amb discapacitat):

Molts de nosaltres, per defecte, ens convertim en activistes perquè hem dedicat una gran part de la vida a lluitar per aconseguir i garantir els nostres drets bàsics. En canvi, les persones oients ni tan sols es qüestionen aquest dret. (...) Elles són les que intenten fer història i a nosaltres simplement se'ns deixa de banda. Ser sord/a sempre ha sigut una cosa política. No sé si mai deixarà de ser-ho (a Martirosyan 2020).

Vist des d'aquesta perspectiva, la correcció dels errors en la subtitulació ja no és (o no és únicament) una eina d'estandardització, sinó també una restricció de l'accés i, en definitiva, una qüestió política. En corregir aquests errors, el subtitulador proporciona als espectadors amb problemes d'audició que no tenen accés al so el *què* (el contingut) però no el *com* (la manera en què això s'ha dit, és a dir, amb errors). Aquí, els dos “principis inspiradors” esmentats anteriorment de la CRTVG entren en conflicte: els subtítols poden o bé ajudar a estandarditzar la llengua, o bé oferir un accés ple i igualitari. Hi ha dues qüestions principals que poden ajudar a estructurar el debat: quina d'aquestes dues prioritats (estandardització o ple accés) és més important? I qui decideix quina és més important?

La primera pregunta pot tenir tantes respostes com persones enquestades. Una hipòtesi podria ser que els espectadors oients, que normalment tenen accés al so, preferirien prioritzar la funció d'estandardització de la subtitulació més que els espectadors que estan exclosos del so, per als quals l'accés pot ser una preocupació més important. En l'estudi de recepció més gran dut a terme fins ara a Europa sobre persones sordes i amb problemes d'audició (Romero-Fresco 2015), 1.365 persones oients, amb problemes d'audició i sordes de Dinamarca, Polònia, Itàlia, França i Alemanya, el Regne Unit i Espanya van respondre a 81.900 preguntes sobre estils de subtitulació i hàbits de visualització. Una de les preguntes era per què utilitzen subtítols i va incloure respostes com “per entendre/accedir a continguts audiovisuals” o “per millorar les capacitats lingüístiques”. Tal com es mostra a la taula 2, tant els espectadors oients com els espectadors amb problemes d'audició a Europa prioritzen l'accés abans que la llengua. Això també s'aplica a Espanya, encara que la distribució és diferent, ja que la meitat dels espectadors oients prioritzen la llengua abans que l'accés. Tot i així, els espectadors amb problemes d'audició a Espanya semblen preocupar-se gairebé exclusivament per l'accés abans que la llengua.

Certament, encara que la mostra espanyola incloïa enquestats gallecs, es va obtenir a tot el país i feia referència al castellà i no al gallec. No obstant això, com a mínim, aquesta taula facilita dades pertinents en relació amb els motius pels quals diferents tipus d'espectadors utilitzen els subtítols i què pensen que és més important.

Un argument a favor de la correcció dels errors en benefici de l'estandardització és que la correcció dels errors en els subtítols i l'oferta d'accés no han de ser mútuament excloents, ja que els subtítols corregits continuen oferint accés a l'element principal del discurs, és a dir, allò que es diu. A partir d'aquí, per què el públic espectador amb problemes d'audició (que és exclòs en aquest cas) podria estar interessat a saber si el gallec que es parla a la televisió és correcte o no? Això té alguna rellevància? Un cop més, hi pot haver tantes respostes com persones enquestades, però la qüestió és rellevant per a mi (és el motiu pel qual escric aquest article), per a la persona lectora i certament per a les 322 persones que van decidir

**Taula 2. Motius pels quals els espectadors amb problemes d'audició i sense utilitzen els subtítols intralingüístics a Espanya i en set altres països europeus**

	Espanya		Europa	
	Espectadors oients	Espectadors amb problemes d'audició	Espectadors oients	Espectadors amb problemes d'audició
Per tenir accés al contingut AV original	53%	92%	81%	87%
Per millorar les capacitats lingüístiques	47%	8%	19%	13%

Font: elaboració de l'autor.

participar en l'enquesta comentada a l'apartat 3.4. Per què no hauria de ser rellevant també, almenys per a algunes persones amb problemes d'audició? Tal com assenyala l'escriptora i artista sorda Liza Sylvestre, si estigués interessada a estudiar l'ús d'una llengua minoritzada com el gallec a la televisió, els subtítols corregits li impedirien fer-ho. Aquests subtítols li presentarien una realitat (els parlants parlen un gallec perfecte) que no és certa i, el que és més important, sense cap manera de saber que no és certa.

Per als espectadors oients sembla més fàcil prioritzar la funció d'estandardització lingüística dels subtítols ja que, amb unes poques excepcions (llegir subtítols en contextos com bars i hospitals, en què el so pot estar apagat), tenen ple accés al so i les imatges. Per aquesta raó, els subtítols corregits són ideals per a aquestes persones, que tenen accés al contingut, poden sentir que els i les parlants cometem errors i poden llegir les correccions als subtítols. El millor de tots dos mons: ple accés i aprenentatge lingüístic. En canvi, les persones espectadores amb problemes d'audició tenen accés al contingut, però queden excloses del coneixement que el gallec es parla amb errors o se'ls presenta una realitat (no existent) en què es parla un gallec sense errors. Més específicament, nosaltres, els subtituladors oients, transmetem al públic espectador amb problemes d'audició la realitat lingüística que ens agradaria tenir (un bon ús del gallec a la televisió). És difícil no considerar això com a lleugerament condescendent.

Una situació equivalent per als espectadors oients seria si sonés un xiulet de censura (el xiulet que s'utilitza normalment per censurar el llenguatge groller) cada vegada que el parlant cometés un error. D'aquesta manera, els i les oients tindrien accés a la forma correcta als subtítols, però no a l'error. En aquesta situació, continuarien estant en una posició més favorable que els espectadors amb problemes d'audició en llegir els subtítols corregits, ja que almenys sabrien que cada cop que sona el xiulet s'ha comès un error. No obstant això, és difícil saber com acceptarien això els espectadors oients, encara que fos per a finalitats d'estandardització lingüística. En la mesura possible, volen accedir a la realitat tal com és o, almenys, poder

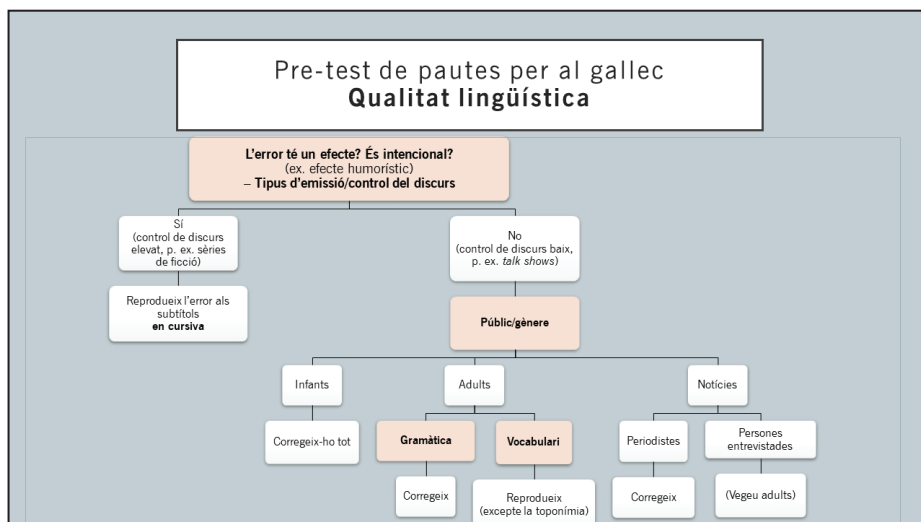
dir-hi la seva en comptes que algú altre decideixi per ells. En una societat que promet un ple accés per a tothom, no hi ha cap motiu perquè aquests espectadors amb problemes d'audició que voldrien accedir a la realitat de la llengua gallega i participar en aquest debat hagin d'acceptar els subtítols corregits.

Els espectadors amb problemes d'audició també tenen dret a dir-hi la seva, és a dir, a triar entre els subtítols corregits i no corregits. Quan es plantegen demandes com aquesta (o altres sobre disposar de diferents grups de subtítols per a diferents grups d'espectadors amb problemes d'audició), són rebutjades pel seu cost, com si fos (només) una qüestió financera. No obstant això, hi ha altres factors que hi entren en joc, com el poder, que indica que aquesta pot ser, de fet, una qüestió política. Durant la pandèmia de COVID-19, quan la majoria de competicions esportives es disputaven en estadis buits, l'audiència es va exposar al so inusualment natural dels jugadors cridant-se els uns als altres, sense els càntics del públic. La plataforma d'emissions en directe espanyola Movistar+ va decidir utilitzar discjòqueis per recrear el so ambient dels estadis de la lliga de futbol espanyola i substituir el so en directe dels estadis buits (Cifuentes 2020). Encara que el 80% dels espectadors van triar l'ambient recreat, Movistar+ va decidir continuar oferint el so en directe, cosa que suposa un cost addicional, ja que capturar els sons dels jugadors requereix un equip i unes instal·lacions que normalment no s'utilitzen en les competicions estàndard. Això, malgrat tot, no va ser un problema. Sempre que una part dels espectadors oients vulguin accedir al so real, tenen el dret d'accedir-hi.<sup>3</sup>

Si els errors dels parlants es corregeixen als subtítols, els espectadors amb problemes d'audició que vulguin tenir accés a la realitat de la llengua no hi tindran dret. No tenen prou poder i, per tant, no poden decidir (cosa que respon a la segona pregunta plantejada anteriorment). Molts d'ells ni tan sols sabran que això passa. En consideració de tots aquests aspectes, sembla difícil conciliar l'ús dels subtítols per estandarditzar i oferir un accés complet i igualitari a totes les persones espectadores, fet que fa que la proposta de Martínez Lorenzo, comentada a l'apartat següent, sigui més valuosa.



Figura 1. Model per a la reproducció o la correcció dels errors lingüístics orals



Font: Martínez Lorenzo, 2021.

### 3.3 La proposta de Martínez Lorenzo

Tal com assenyala Martínez Lorenzo (2021), les directrius de subtitulació adopten diferents perspectives en relació amb aquesta qüestió. La norma ISO/IEC (2018) aconsella reproduir tots els errors, mentre que altres directrius decideixen entre la reproducció o la correcció dels errors en funció del gènere (BBC 2019) o el grau de formalitat de la pel·lícula (directrius catalanes) o si els errors estan relacionats amb l'argument (Netflix 2018). A Galícia, la TVG sembla que s'inclini per la correcció dels errors en els subtítols, però no sembla que hi hagi uns criteris coherents en els subtítols i molt menys en la diferenciació entre la correcció d'errors gramaticals i lèxics.

En un intent de trobar un terme mig entre la promoció de la llengua i l'accessibilitat, Martínez Lorenzo (2021: 213-229) presenta un model per a la reproducció o correcció dels errors lingüístics en la subtitulació intralingüística del gallec basat en cinc nivells. Els dos primers nivells (control del discurs i públic/gènere audiovisual) fan referència al material audiovisual i els altres tres (intencionalitat/efecte, tipus d'error i format) estan relacionats amb els errors.

El control del discurs fa referència al "grau de control o espontaneïtat" dels parlants en un programa. És elevat en les pel·lícules de ficció i baix en les entrevistes i altres contextos no guionats. Encara que la decisió final de corregir o no els errors depèn d'una combinació de diferents nivells, la idea general és recomanar més correcció en situacions de baix control del discurs i menys correcció en situacions de control elevat del discurs. Un aspecte que també està relacionat amb el material audiovisual i la seva recepció és la distinció en el model entre el públic adult i infantil i entre les notícies i altres gèneres. Segons Martínez Lorenzo (2021: 352), els nens i les nenes "han d'exposar-se a un llenguatge correcte, que afavoreixi l'aprenentatge de l'estàndard" i els errors a les notícies també s'haurien de corregir de manera que el programa no perdi

credibilitat. En relació amb els errors, una consideració clau és la de la intencionalitat i l'efecte. Segons Martínez Lorenzo (2021: 350), "un error té un efecte si està relacionat amb l'argument, per exemple, si causa un efecte humorístic o una reacció en els personatges, el desenvolupament argumental o el diàleg". I afegeix: "un error amb efecte es pot considerar intencionat o planificat". Segons el seu parer, amb unes poques excepcions, els errors en el material audiovisual amb un control del discurs elevat, com les pel·lícules de ficció, és probable que siguin intencionats i tinguin un efecte, mentre que el contingut amb un baix control del discurs és probable que inclogui errors espontanis, no intencionats i no planificats.

En el seu model, tots els errors intencionats, o els errors amb un efecte, s'han de mantenir independentment del tipus de programa. Quant als errors no intencionats o espontanis, s'haurien de corregir tots en els programes infantils i en els programes de notícies locutats per periodistes (Martínez Lorenzo 2019: 229):

Juntament amb la toponímia, el vocabulari no relacionat amb l'argument i incorrecte també s'hauria de corregir en dos tipus d'emissions: en els programes de notícies, quan els reporters parlen, i en els continguts infantils i per a adolescents. Els programes de notícies són purament informatius, per tant, la probabilitat que els periodistes cometin errors lingüístics intencionals és bastant baixa. S'ha criticat que l'expressió oral dels periodistes no era prou bona (Ciudadanía 2002: 277; Hermida Gulías 2012: 47-48; Ramallo Fernández 2017: 463). A més, una baixa qualitat lingüística podria posar en risc el rigor informatiu; és a dir, una notícia comunicada amb errors lingüístics pot perdre credibilitat. Per tant, les paraules en castellà, els castellanismes, i el lèxic híbrid, els hipergalleguismes, en el discurs dels periodistes no s'han de reproduir als subtítols, sinó que s'han de substituir per les seves formes correctes en gallec.

Finalment, en els programes per a adults amb parlants que no són periodistes, els errors de vocabulari no intencionats s'han de reproduir i els errors de gramàtica s'han de corregir. La justificació d'aquesta distinció és que reproduir els errors de vocabulari pot ajudar a transmetre l'idiolecte del parlant. En canvi, mantenir els errors gramaticals als subtítols podria ser perjudicial per als parlants que aprenen gallec, atès que, segons el que mostren els estudis de Silva Valdivia (2006, 2013), la gramàtica sovint no s'aprèn correctament:

Aquesta correcció del vocabulari [per als periodistes] no s'aplica als entrevistats o testimonis visuals en programes de notícies, que parlen lliurement (baix control del discurs) i presenten un idiolecte que cal respectar.

El model de Martínez Lorenzo es va sotmetre a prova amb 33 estudiants de quart curs del grau de Traducció i Interpretació a la Universitat de Vigo, als quals es va demanar que subtitulessin una sèrie de talls amb la norma de subtitulació UNE per al castellà i amb les directrius de subtitulació inclusiva de Martínez Lorenzo per al gallec. Aquestes últimes inclouen el model per a la reproducció o correcció dels errors lingüístics, que es va refinar segons les observacions proporcionades pels estudiants. Atès que el model, en definitiva, concerneix les persones usuàries, també es va provar en un projecte posterior en forma d'enquesta, els resultats de la qual s'inclouen a l'apartat següent.

### 3.4 L'opinió del públic usuari (oient)

Com a part del treball de final de màster de Traducció Multimèdia a la Universitat de Vigo (2021), Sabela Suevos va preparar una enquesta per conèixer l'opinió de les persones espectadores sobre la qüestió de la correcció davant la reproducció dels errors en la subtitulació del gallec. L'enquesta estava integrada per una introducció en què es contextualitzava el debat i deu frases amb errors i dues opcions de subtitulació (amb correccions i sense). Per cobrir els diferents escenaris i nivells previstos en el model de Martínez Lorenzo, els deu exemples inclouen diferents parlants i gèneres: un personatge d'un curt de ficció, un personatge d'un llargmetratge, un personatge d'un programa d'animació infantil, el narrador d'un documental, un alcalde en una entrevista, una persona entrevistada al carrer de manera espontània, un polític en un programa de notícies, el presentador d'un programa de notícies, el presentador d'un programa de tertúlia i el presentador del temps. Els exemples inclouen sis errors gramaticals i quatre errors de vocabulari, inclosos l'ús incorrecte de pronoms i verbs i la presència de castellanismes (interferències del castellà) i hipergalleguismes (paraules que es "galleguitzen" incorrectament perquè no semblin paraules del castellà). L'enquesta acabava amb una pregunta oberta per fer observacions generals i deu preguntes demogràfiques per identificar els perfils i els hàbits de visualització dels enquestats.

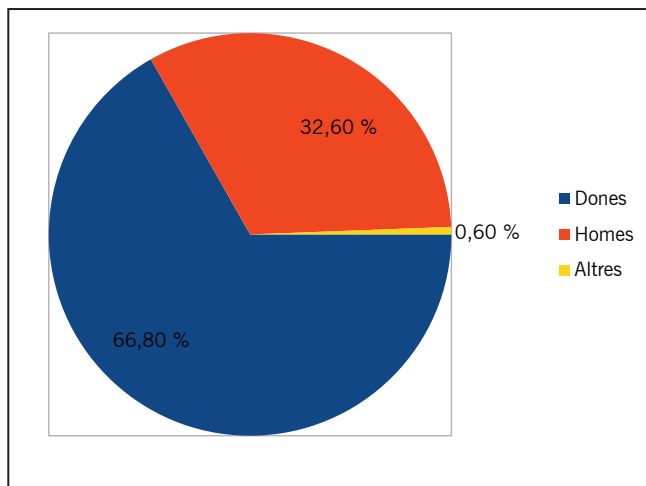
Atès que qualsevol persona a Galícia es pot considerar com una possible usuària de subtítols, el qüestionari es va divulgar en línia sense un filtratge específic pel que fa al perfil enquestat, excepte el fet de residir a Galícia. El qüestionari va estar disponible en línia durant deu dies i va ser completat per 322 persones i, juntament amb els comentaris fets a la pregunta oberta, aporta proves de l'interès que desperta aquesta qüestió entre una varietat àmplia d'espectadors. Tal com es mostra a les figures 2-6 a continuació, el perfil més recurrent va ser el de mestra/professora, parlant de gallec, d'entre 51 i 64 anys i amb un títol universitari. En general, aproximadament dues tercers parts de les persones enquestades van ser dones, amb una distribució bastant equitativa de les franges d'edat (inferior per als menors de 19 i majors de 64) i ocupacions, encara que els mestres van representar una tercera part de tota la mostra. El gallec és la llengua més utilitzada, amb un nombre major d'enquestats (51%) que el fan servir amb més freqüència que el castellà (36%). Un altre element important per afegir al perfil demogràfic de les persones enquestades és que el 75% utilitza subtítols amb regularitat, principalment (en el 92% dels casos) per mirar pel·lícules en un idioma estranger.

Els resultats de l'enquesta deixen poc marge per al dubte pel que fa a l'opinió general i, de fet, no van canviar quan la mostra va arribar a les primeres cent respostes, fet que demostra la significació estadística de l'enquesta. En vuit de cada deu exemples, l'opció preferida va ser corregir els errors als subtítols, amb un suport de més del 75% dels enquestats. Les úniques excepcions van ser dues pel·lícules de ficció, amb una majoria que va optar per mantenir el tret dialectal (57% davant d'un 43%) o error gramatical característic del parlant.

La forta preferència a favor de la correcció abans que la reproducció dels errors detectada a l'enquesta es manté entre edats, gèneres, formació i tots els altres aspectes demogràfics analitzats, amb una excepció interessant: la distinció entre les i els mestres, d'una banda, i les persones expertes en audició i intèrprets de llengua de signes, de l'altra. Com es mostra a la taula 3, els mestres (i experts en lingüística) mostren una tendència encara més forta a favor de la correcció que la mostra global, mentre que els experts en audició i intèrprets de la llengua de signes semblen estar a favor de la reproducció dels errors. Encara que la seva preferència no és tan extrema com la dels docents a favor de la correcció dels errors, és unívoca: mantindrien els errors en vuit de cada deu exemples.

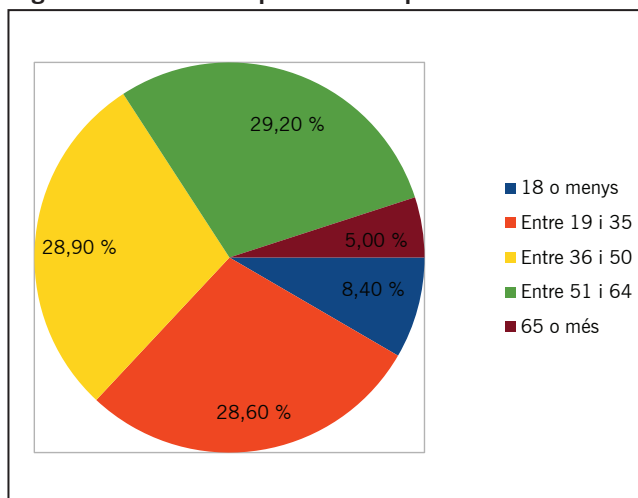
No cal dir que l'estudi té limitacions. Com a primer intent d'enquesta sobre el tema, efectuada en el marc d'un treball de final de màster tutoritzat, les persones usuàries només tenen deu frases per decidir si prefereixen reproduir o corregir els errors als subtítols<sup>4</sup> i el més destacable és que totes són oients. Malgrat tot, val la pena tenir en compte els resultats, atesa la mida de la mostra (considerablement més àmplia que a les enquestes habituals efectuades en els àmbits de la TAV i l'AM), la tendència inequívoca cap a la correcció dels errors i la tendència mostrada pels experts en audició i intèrprets de llengua de signes a favor de la reproducció dels errors.

**Figura 2. Gènere de les persones enquestades**



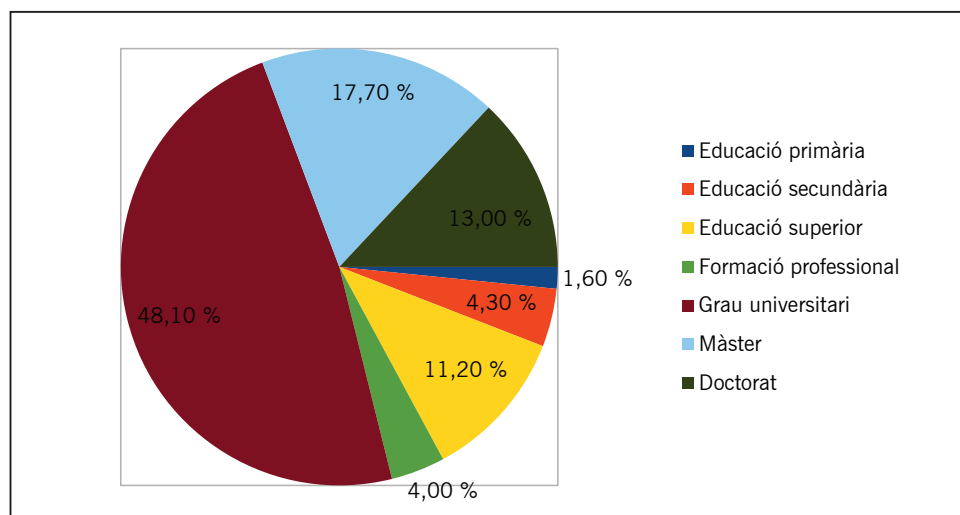
Font: Suevos, 2021.

**Figura 3. Edat de les persones enquestades**



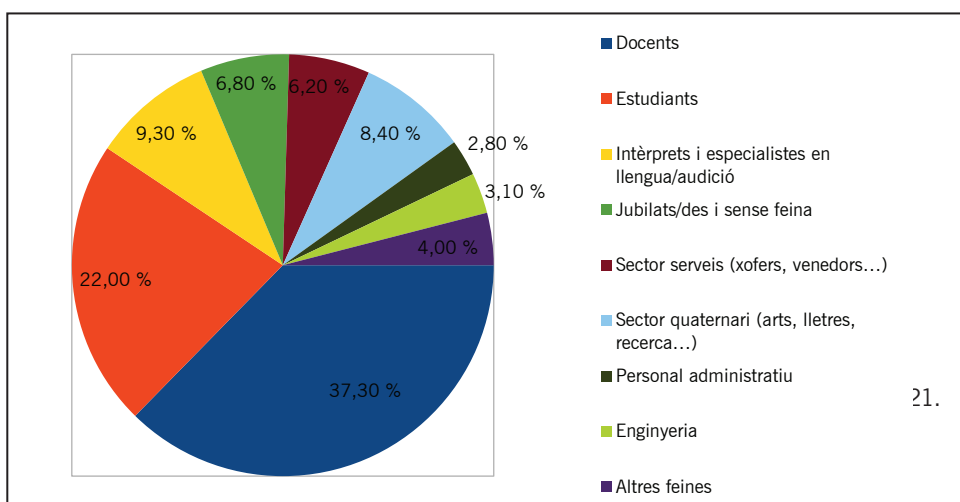
Font: Suevos, 2021.

**Figura 4. Formació de les persones enquestades**



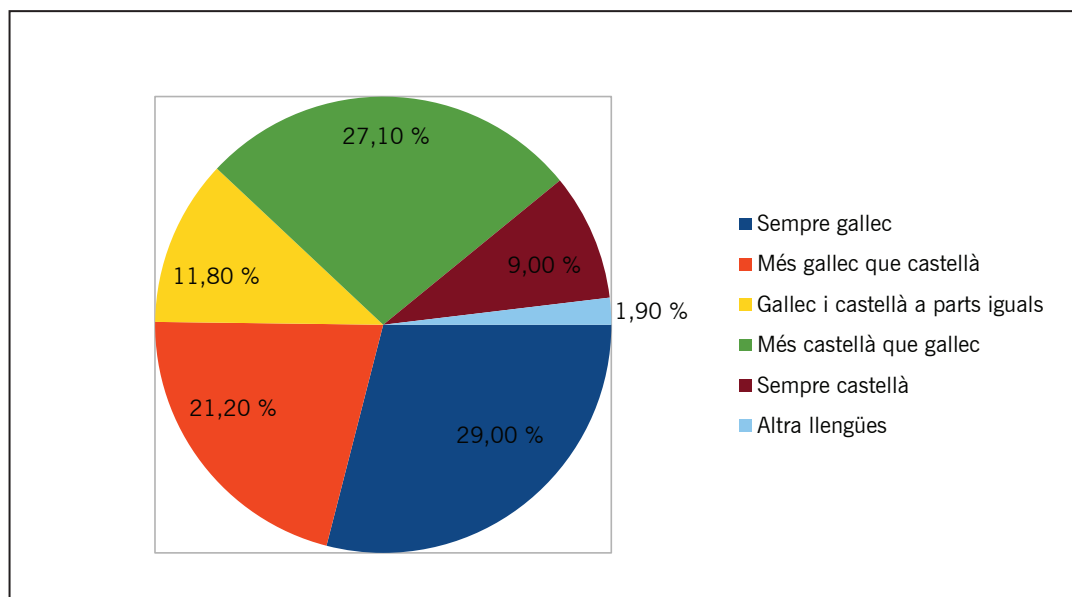
Font: Suevos, 2021.

**Figura 5. Ocupació de les persones enquestades**



Font: Suevos, 2021.

**Figura 6. Ús del gallec i el castellà de les persones enquestades**



Font: Suevos, 2021.

**Taula 3. Resultats de l'enquesta per a totes les persones enquestades, per a mestres i intèrprets de llengua de signes i persones expertes en audició**

Context	Totes les persones enquestades		Mestres		Intèrprets de llengua de signes i persones expertes en audició	
	Manteniment	Correcció	Manteniment	Correcció	Manteniment	Correcció
Polític	18,1	81,9	15	85	73,3	26,7
Documental	11,2	88,8	8,3	91,7	46,8	53,3
Ficció	57,5	42,5	59,2	40,8	63,3	36,7
Programa infantil	8,1	91,9	5	95	33,3	66,7
Polític	19	81	11,7	88,3	76,7	23,3
Entrevistat	20,9	78,8	15,8	84,2	83,3	16,7
Ficció	72,4	27,6	70,8	29,2	96,7	3,3
Notícies	17,4	82,6	12,5	87,5	63,3	36,7
Previsió meteorològica	22,8	77,2	17,6	82,4	56,7	43,3
Programa de tertúlia	16	84	13,3	86,8	72,4	27,6

Font: Suevos, 2021.

També són interessants les observacions obertes fetes per algunes de les persones enquestades, que reflecteixen les dues posicions analitzades als apartats 2.1 i 2.2 i que, per tant, es poden dividir entre les que fan referència a la llengua i les que fan referència als espectadors amb problemes d'audició. El 70% dels comentaris que fan referència a la qüestió de la llengua (principalment mestres) estan a favor de la correcció dels errors en tots els casos menys en la ficció. Les raons adduïdes fan referència a la necessitat de normalització i preservació lingüística i a la importància de distingir entre els errors i els trets dialectals. Cal destacar que el 30% dels comentaris sobre llengua assenyalen que de la mateixa manera que en la ficció, els errors es podrien mantenir en situacions de parla espontània en directe, ja que formen part de l'idiolecte del parlant:

Per exemple, si un polític col·loca malament un pronom, els parlants de gallec que el sentin es crearan la imatge d'una persona que no parla gaire gallec i no el domina, fet que té moltes implicacions pel que fa al seu significat social.

En canvi, el 90% dels comentaris que fan referència a la sordesa o al públic espectador amb problemes d'audició (fets principalment per intèrprets de llengua de signes i persones expertes en audició) estan a favor de la reproducció dels errors en tots els casos menys en la ficció. Les raons adduïdes fan referència a la igualtat i la lluita contra l'exclusió i la discriminació en general:

Els subtítols han de facilitar accés a les persones sordes i, després, preservar la llengua. En corregir els errors, no permetem que els espectadors amb problemes d'audició formin part de la mateixa realitat que els espectadors oients. Per tant, amb l'excepció de la ficció, considero que corregir els errors en altres casos seria discriminatori.

En resum, només les persones enquestades que construeixen els seus arguments al voltant de la sordesa, la igualtat i la inclusió (principalment intèrprets de llengua de signes i persones expertes en audició) és probable que estiguin a favor de la reproducció dels errors. La majoria, malgrat tot, se centren principalment en la llengua, motiu pel qual estan a favor de la correcció.

#### 4. Consideracions finals

Aquest article és un intent de debatre la complexitat en la conciliació de l'ús de subtítols com a eina d'estandardització per als i les parlants de gallec i com a eina d'accés per al públic espectador amb problemes d'audició.

L'argument a favor de l'ús dels subtítols amb finalitats d'estandardització és potent. Tenint en compte l'ús reduït del gallec entre els parlants joves a les zones urbanes, en què el castellà és dominant, la presència d'errors a la televisió

gallega pot tenir un impacte negatiu en el prestigi, l'ús i, en definitiva, la preservació de la llengua. Els subtítols, que tradicionalment han demostrat ser útils en l'aprenentatge lingüístic (Talaván 2006), poden contribuir a minimitzar aquest impacte en corregir aquests errors i potenciar l'alfabetització en gallec. La complexitat rau en el fet que, en fer-ho, l'accés per al públic amb problemes d'audició<sup>5</sup> queda compromès. Aquestes persones continuen rebent el contingut del discurs als subtítols, però queden excloses del fet que els parlants cometen errors, que és la realitat que motiva aquest debat i el motiu pel qual s'utilitzen els subtítols com a eina d'estandardització en primer lloc. I el que és més important, això es produeix en uns moments en què l'eslògan històric de la discapacitat "res sobre nosaltres sense nosaltres" està justificat, ja que un nombre cada cop més elevat d'intel·lectuals i artistes amb discapacitats critiquen la noció d'accessibilitat com a procés en què una persona experta sense discapacitats ofereix accés als usuaris i usuàries amb discapacitats a una obra dissenyada per un artista sense discapacitats. L'accessibilitat ara es complementa amb les nocions d'inclusió i participació en la creació i el procés d'accessibilitat, i s'està convertint en una eina política en una lluita més àmplia a favor de la diversitat i contra la discriminació de les persones per raons de gènere, sexe, raça, classe social, orientació sexual, religió, discapacitat o aparença física.

Per afrontar aquest context complex, l'intent de Martínez Lorenzo de produir un model per a la reproducció/correcció dels errors lingüístics orals als subtítols en gallec que pugui funcionar com un bon terme mig entre l'estandardització i l'accés és oportú i valent. També és molt útil perquè té en compte diferents opcions i escenaris en funció del control del discurs del parlant, el gènere audiovisual i la intencionalitat, l'efecte i el tipus d'error. Estic d'acord amb la proposta de Martínez Lorenzo que, en principi, els errors s'haurien de reproduir en la ficció, però s'haurien de corregir en els programes infantils, siguin guionats o no, ja que aquests últims formen part d'un procés d'aprenentatge global i no és tan probable que les nenes i els nens estiguin interessats en els errors que es puguin escapar en un programa. Es pot aplicar el mateix als errors ocasionals comesos per qui presenta les notícies en un programa guionat.

No obstant això, els errors en el discurs espontani d'una persona entrevistada poden donar lloc a una situació diferent. En aquest cas, Martínez Lorenzo recomana corregir tots els errors gramaticals (però no els errors de vocabulari), supòsit al qual donen suport la majoria de les persones que van participar a l'enquesta comentada anteriorment. Segons el meu parer, això dificulta l'accés facilitat al públic espectador amb problemes d'audició. El fet que un parlant (ja sigui polític o no) cometi o no errors gramaticals és una part important del seu idiolecte (el seu ús idiosincràtic del vocabulari, la gramàtica i la pronunciació) i de l'efecte que causa en les altres persones. És probable que faciliti informació pertinent per a les persones espectadores oients, que senten l'error, llegeixen el subtítol corregit i es "creen la imatge d'una persona que no parla gaire gallec i no el domina, fet que té moltes implicacions pel que fa al seu significat social"

(vegeu l'enquesta anterior). Si qui parla és un polític, aquest factor fins i tot pot tenir cert pes per al públic quan es tracta de decidir qui votar. Si el parlant és un professional jove, urbà, castellanoparlant, que ha decidit traslladar-se a un poble i muntar una granja en una zona rural, els errors gramaticals que cometi quan se l'entrevisti en gallec són una part fonamental de la seva identitat, que és el motiu pel qual es fa l'entrevista. Això no serà accessible per als espectadors amb problemes d'audició, que queden exclosos d'aquesta realitat i, en canvi, són exposats a una versió "passada per Photoshop des del punt de vista lingüístic" d'un parlant que utilitza una gramàtica perfecta. Estic d'acord amb el grup d'intèrprets de llengua de signes i persones expertes en audició a l'enquesta que consideren que, almenys en la situació del discurs no planificat (o un baix control del discurs), la prioritat ha de ser oferir un accés igualitari al "què" i al "com". Això implicaria reproduir els errors gramaticals més que corregir-los. Si el que preocupa és que l'audiència acabi aprenent un gallec incorrecte, els errors es poden indicar als subtítols amb una nota o, per exemple, en cursiva. Si no es fa així, si aquests errors es corregeixen, és possible que substituïm un tipus de discriminació (la de la llengua gallega) per un altre (la del públic amb problemes d'audició).

La llengua gallega disposa d'altres eines per aconseguir la normalització. TVG n'és un bon exemple, ja que la seva missió és promoure i divulgar la cultura, la llengua i la identitat gallegues. Per tant, cal esperar i fins i tot exigir que els i les periodistes facin un bon ús de la llengua. Els subtítols, malgrat tot, són la primera eina d'accés, i la més important, per a les persones que més la necessiten, és a dir, els espectadors amb problemes d'audició. Si corregim els errors gramaticals d'un polític o d'un parlant espontani, presentarem al públic amb problemes d'audició una realitat falsa (parlants amb una gramàtica perfecta), amb l'esperança que es faci realitat. Com a oients, sabem que no és certa (perquè sentim els errors), però les persones amb problemes d'audició no tenen manera de saber-ho. Acceptaríem aquest tipus de manipulació (o modificació de la realitat) si ens la imposessin a nosaltres, els espectadors oients, per tal d'aconseguir la normalització d'una llengua minoritzada? La meua teoria, basada en la comparació anterior amb un xiulet de censura i els exemples de Movistar+, és que no ho fariem. Un cop més, aquest és simplement el meu punt de vista com a acadèmic oient, sense més valor que aquest.

Independentment de les diferents opinions i posicions que es puguin adoptar en aquest debat complex, es poden aprendre algunes lliçons interessants. La primera està relacionada amb l'advertència d'ElCessor (2015) sobre els problemes relacionats amb la idea de l'accés universal que, d'altra banda, seria una idea molt útil, és a dir, el fet que l'accés ens beneficia a tothom. El risc en aquest cas és prioritzar els beneficis que el disseny universal té per a les persones sense discapacitats (en aquest cas, el paper dels subtítols com a eina d'estandardització) per davant dels interessos de les persones amb discapacitats. La segona, també partint d'ElCessor, és no reconèixer l'experiència

de les persones amb discapacitats. Com s'ha vist anteriorment, totes les persones enquestades oients que van triar la correcció i van fer comentaris sobre aquesta qüestió van tenir en compte aspectes com la llengua, però no van esmentar els espectadors sords. En canvi, els que van tenir en compte aquests últims i van fer comentaris sobre aquesta qüestió (principalment intèrprets de llengua de signes i persones expertes en audició) van optar per reproduir els errors dels parlants espontanis.

La realitat és que, encara que utilitzem els mateixos serveis d'accés, no som tots al mateix vaixell i ens trobem en un context de mitjans que han estat dissenyats per i per a persones oients. Encara que l'AM tot just comenci a Galícia, ho fa en uns moments en què l'accés deixa pas ràpidament a la inclusió i la participació. En aquest context, la situació actual de l'AM en molts països en què les persones amb discapacitat encara tenen un paper molt passiu aviat es podria revelar com una anomalia. Això ens pot ajudar a qüestionar-nos fins a quin punt hem estat actuant "per a ells sense ells" i crear un model més col·laboratiu per a la formació en AM (coensenyament), la recerca (incloses enquestes com la comentada anteriorment, que encara s'ha de fer extensiva als espectadors amb problemes d'audició) i la pràctica professional (col·laboració entre els experts en accés i els consultors amb discapacitats).

Seria una contribució molt valuosa de l'AM per aconseguir una societat més inclusiva i diversa, i un bon punt de partida per considerar la manera com els subtítols poden afavorir l'estandardització d'una llengua minoritzada com el gallec.

## Notes

1. Faig arribar el meu agraïment a Laura Feyto, cap dels serveis d'accessibilitat a TVE, i a Marijo Deogracias (Universitat del País Basc) per facilitar-nos dades sobre RTVE i ETB. La informació sobre Catalunya es troba a la *Memòria anual de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals* (CCMA 2020) i les xifres gallegues han estat recopilades per Martínez Lorenzo per mitjà del contacte directe, l'observació i informes oficials (CRTVG 2017a, 2017b, 2018 a Martínez Lorenzo 2021).
2. Cal destacar que el que es qüestiona en aquest cas és la correcció dels errors gramaticals i de vocabulari (per exemple, mala col·locació dels pronoms àtons, errors de puntuació i accentuació, incorrecció dels temps verbals), no dels trets dialectals. TVG ha estat criticada freqüentment per no reflectir suficientment aquests trets, que es consideren un signe de riquesa i varietat inherents de la llengua gallega.
3. Faig arribar el meu agraïment a Jacobo Currais (Universitat de Vigo) per fer esment d'aquesta qüestió.
4. Dos d'aquests exemples, els de pel·lícules de ficció, s'haurien pogut triar millor, ja que un d'ells inclou un tret dialectal, que no és ni un error gramatical ni de vocabulari, i l'altre inclou un error típic que podria haver causat que els usuaris es decidissin en contra de la correcció.

5. Un debat més profund sobre l'heterogeneïtat dins del grup dels anomenats *espectadors amb problemes d'audició* queda fora de l'abast d'aquest article. No obstant això, no cal dir que els espectadors amb dificultats d'audició i les persones que perden audició en una fase posterior de la vida poden utilitzar l'audició restant per accedir a una part del so i acostumen a estar a favor dels subtítols textuais.

## Referències

- AENOR. *Subtitulado para personas sordas y personas con discapacidad auditiva (UNE 153010)*, 2012.
- BRANSON, J. "Bridging the Maker-User Gap: the Case of the Italian Short Film *Acquario*". *Understanding Media Accessibility Quality (UMAQ) Conference, 4-5 June 2018*.
- BRITISH BROADCASTING CORPORATION (BBC). *BBC Subtitle Guidelines*. Londres: BBC, 2019. <http://bbc.github.io/subtitle-guidelines/> [Consulta: 21.4.2021].
- BUTLER, J. "Integral Captions and Subtitles: Designing a Space for Embodied Rhetorics and Visual Access". *Rhetoric Review*, 2018, 37(3), 286–299. <https://doi.org/10.1080/07350198.2018.1463500>
- CARROLL, M.; IVARSSON, J. *Code of Good Subtitling Practice*. Londres: European Association for Studies in Screen Translation, 1998.
- CHAUME, F. "An overview of audiovisual translation: Four methodological turns in a mature discipline". *Journal of Audiovisual Translation*, 2018, 1(1), 40–63. <https://www.jatjournal.org/index.php/jat/article/view/43/3>
- CIFUENTES, P. "Cuatro de cada cinco españoles eligen ver el fútbol con los sonidos enlatados del FIFA". *El Confidencial*, 16-07-2020. [https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2020-07-16/cuatro-de-cada-cinco-espanoles-ven-el-futbol-con-el-ruido-virtual-de-un-dj-que-pincha-sonidos-del-fifa\\_2683491/](https://www.elconfidencial.com/deportes/futbol/2020-07-16/cuatro-de-cada-cinco-espanoles-ven-el-futbol-con-el-ruido-virtual-de-un-dj-que-pincha-sonidos-del-fifa_2683491/)
- CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS (CCMA). *Memòria anual de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals*. 2020. Barcelona: CCMA, 2021. <https://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/7/9/1626432387497.pdf>
- CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA (CRTVG). *Informe sobre a xestión de servizo público da Corporación de Radio e Televisión de Galicia 2016*. Santiago de Compostel·la: CRTVG, 2017a.
- CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA (CRTVG). *Memoria de servizo público 2017*. Santiago de Compostel·la: CRTVG, 2017b
- CORPORACIÓN RADIO E TELEVISIÓN DE GALICIA (CRTVG). *Memoria de servizo público 2018*. Santiago de Compostel·la: CRTVG, 2018. <https://bit.ly/3aJdegJ>
- CRENSHAW, K. "Mapping the Margins: Intersectionality, Identity Politics, and Violence against Women of Color". *Stanford Law Review*, 1991, 43(6), 1241-1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- DÍAZ CINTAS, J.; REMAEL, A. *Audiovisual translation: subtitling*. Londres: Routledge, 2007.
- DOCKER, A. *Dear Hearing World*. Red Earth Studio, 2019.
- ELLCESOR, E. "Blurred lines: Accessibility, disability, and definitional limitations". *First Monday*, 2015, 20(9). <https://firstmonday.org/article/view/6169/4904>
- ELMÉN, B. *Robert McRuer on Crip Theory*. 2016. <https://www.youtube.com/watch?v=iZW6yoqINv4&t=247s>
- FERNÁNDEZ-TORNÉ, A.; MATAMALA-RIPOLL, A.; VILARÓ, A. "The reception of subtitled colloquial language in Catalan: an eye-tracking explanatory study". *Vigo International Journal of Applied Linguistics*, 2014, 11, 63–80.
- FRYER, L. "Staging the Audio Describer: An Exploration of Integrated Audio Description". *Disability Studies Quarterly*, 2018, 38(3). <http://dsq-sds.org/article/view/6490/5093>
- GRECO, G. M. "The Nature of Accessibility Studies". *Journal of Audiovisual Translation*, 2018, 1(1), 204–232. <https://www.jatjournal.org/index.php/jat/article/view/51/10>
- HATIM, B.; MASON, I. *The Translator as Communicator*. Londres i Nova York: Routledge Taylor & Francis, 1997.
- INSTITUTO GALEGO DE ESTATÍSTICA (IGE). *Coñecemento e uso do galego*, 2014. Santiago de Compostel·la: IGE, 2014.
- INSTITUTO GALEGO DE ESTATÍSTICA (IGE). *Enquisa estrutural a fogares. Coñecemento e uso do galego. Resumo de resultados 27/9/2019*. 2019. [https://www.ige.eu/estatico/estatRM.jsp?c=0206004&ruta=html/gl/OperacionsEstruturais/Resumo\\_resultados\\_EEF\\_Galego.html](https://www.ige.eu/estatico/estatRM.jsp?c=0206004&ruta=html/gl/OperacionsEstruturais/Resumo_resultados_EEF_Galego.html)
- ISO/IEC JTC 1/SC 35. 2018. ISO/IEC 20071-23:2018. *Information technology – User interface component accessibility – Part 23: Visual presentation of audio information (including captions and subtitles)*. <https://bit.ly/3feDr9g> [Consulta: 21.4.2021].
- KLEEGER, G. "Audio Description Described: Current Standards, Future Innovations, Larger Implications". *Representations*, 2016, 135(1), 89–101.
- KLEEGER, G. *More than Meets the Eye: What Blindness Brings to Art*. Oxford University Press, 2018.
- MARTÍNEZ LORENZO, M. "Subtitling for the Deaf and Hard of Hearing in Galicia(n): State of the Art and Proposals for Improvements". A: GONZÁLEZ, M.G. (ed.), *Proceedings of the V Conference of the PhD Programme in Communication*. Universidade de Vigo, 2019, 19-35.

- MARTÍNEZ LORENZO, M. "La accesibilidad a los medios y las lenguas minorizadas: estado de la cuestión del subtitulado para sordos (SpS) en la televisión de Galicia (TVG)." A: WALUCH DE LA TORRE, E.; POPEK-BERNAT, K.; JACKIEWICZ, A.; BELTRÁN CEJUDO, G. (eds.). *Las lenguas ibéricas en la traducción y la interpretación*. Warsaw: Biblioteka Iberyjska, 2020a, 225–249. <https://mhprl.pl/wp-content/uploads/2020/01/Las-lenguas-ibericas.pdf>
- MARTÍNEZ LORENZO, M. "Subtitling for Social and Language Minorities: Subtitling of Oral Errors and Dialectal Features in the Case of Minoritised Languages". *Journal of Audiovisual Translation*, 2020b, 3(2), 310–327. <https://doi.org/10.47476/jat.v3i2.2020.123>
- Martínez Lorenzo, M. *Media Accessibility in Galicia(n): Guidelines for Inclusive Subtitling*. Universidade de Vigo, 2021. Tesi doctoral. <http://www.investigacion.biblioteca.uvigo.es/xmlui/handle/11093/2548>
- MARTIROSYAN, L. "Artist Christine Sun Kim on 'deaf rage,' the Super Bowl and the power of sound". *The World*, 2020. <https://www.pri.org/stories/2020-02-13/artist-christine-sun-kim-deaf-rage-super-bowl-and-power-sound>
- McCONKIE, G.; YANG, S. "How Cognition Affects Eye Movements during Reading". A: HYÖNÄ, J.; RADACH, R.; DEUBEL, H. (eds.), *The Mind's Eye: Cognitive and Applied Aspects of Eye Movement Research*. Amsterdam: North Holland, 2003.
- Mundy, J. *Definition of Access, Inclusion and Participation*. Twitter, 2017. <https://twitter.com/JodeeMundy/status/880254164231573504>
- NETFLIX. *Timed Text Style Guide: General Requirements*. 2019. <https://bit.ly/3rIE7vM> [21.4.2021].
- O'BRIEN, S. *Cognitive explorations of translation*. Londres: Bloomsbury, 2011.
- ORERO, P.; DOHERTY, S.; KRUGER, J.-L.; MATAMALA, A.; PEDERSEN, J.; PEREGO, E.; ROMERO-FRESCO, P.; ROVIRA-ESTEVA, S.; SOLER-VILAGELIU, O.; SZARKOWSKA, A. (2018). "Conducting experimental research in audiovisual translation (AVT): A position paper". *JoSTrans, The Journal of Specialised Translation*, 2018, 30, 105–126. [https://www.jostrans.org/issue30/art\\_orero\\_et\\_al.pdf](https://www.jostrans.org/issue30/art_orero_et_al.pdf)
- ROMERO-FRESCO, P. *The Reception of Subtitles for the Deaf and Hard of Hearing in Europe*. Berna, Berlín, Brussel·les, Frankfurt am Main, Nova York, Oxford, Viena: Peter Lang, 2015.
- ROMERO-FRESCO, P. *Accessible Filmmaking: Integrating Translation and Accessibility into the Filmmaking Process*. Londres: Routledge, 2019. <https://doi.org/10.4324/9780429053771>
- ROMERO-FRESCO, P. "In support of a wide notion of media accessibility: Access to content and access to creation". *Journal of Audiovisual Translation*, 2018, 1(1), 187–204.
- SPOLSKY, B. *Language Policy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
- SUEVOS, S. *Accesibilidade e normalización no subtitulado galego*. Vigo: Universidade de Vigo, 2021.
- TALAVÁN ZANÓN, N. "Using subtitles to enhance foreign language learning". *Porta Linguarum: Revista Internacional de Didáctica de las Lenguas Extranjeras*, 2006, 6, 41–52.
- THOMPSON, H. "Audio Description: Turning Access to Film into Cinema Art". *Disability Studies Quarterly*, 2018, 38(3). <https://dsq-sds.org/article/view/6487/5085>
- VENUTI, L. *The translator's invisibility*. Londres: Routledge, 1995.
- ZDENEK, S. "Designing Captions: Disruptive Experiments with Typography, Color, Icons, and Effects". *Kairos: A Journal of Rhetoric, Technology, and Pedagogy*, 2018, 23(1).



# La felicitat allà on no hi és: estudi comparatiu dels índexs de benestar i el discurs electoral espanyol

**CRISTINA SANCHEZ-SANCHEZ**

*Investigadora independent*

[cristina.sanchezsanchez@hotmail.com](mailto:cristina.sanchezsanchez@hotmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9468-7680>

*Article rebut el 25/04/21 i acceptat el 14/09/21*

## Resum

*Amb l'objectiu d'aclarir en què es diferencien els discursos sobre la felicitat com a objectiu social d'altres discursos polítics en què es plantegen objectius nacionals diferents, en aquest article es fan dues anàlisis de contingut. En primer lloc, s'estudien 13 índexs i mesures de felicitat impulsats per organismes i governs internacionals. En segon lloc, s'analitzen 44 anuncis electorals de les formacions polítiques espanyoles PP, PSOE i Unidas Podemos. En comparar les dues mostres, s'observa que tots dos discursos tenen un grau elevat de similitud, la qual cosa apuntaria al fet que el discurs de la felicitat, lluny de ser una revolució política, és un discurs més que reflecteix els valors imperants de les societats des de les quals es pensa.*

## Paraules clau

*Felicitat, index de benestar, anàlisi de contingut, discurs polític, espot electoral.*

## Abstract

*This article conducts a content analysis to shed light on how discourses on happiness as a social objective differ from other political discourses which pose different national goals. It first studies 13 happiness indexes and measures promoted by international bodies and governments. It then analyses 44 election advertisements from the Spanish political parties PP, PSOE and Unidas Podemos (UP). When comparing the two samples, we found that both discourses have a strong degree of similarity, which might indicate that far from being a political revolution, the discourse of happiness instead reflects the prevailing values of the societies from which it comes.*

## Keywords

*Happiness, well-being index, content analysis, political discourse, election advertisement.*

## 1. Introducció

L'any 2011, la Comissió Europea publica *Més enllà del PIB: avaluació del progrés en un món canviant*, un informe de resultats en què convergeixen iniciatives impulsades prèviament per organismes com el Parlament Europeu, el Club de Roma, el Fons Mundial per a la Natura i l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmics, i en el qual s'apunten algunes reflexions sobre els límits del creixement econòmic com a mesura principal de progrés en els països occidentals.

Aquell mateix any, l'Assemblea General de les Nacions Unides publica la resolució *La felicitat: cap a un enfocament holístic del desenvolupament* (Assemblea General de les Nacions Unides 2011) en què s'explicita que la felicitat és un objectiu humà fonamental i que el producte interior brut (PIB), per la seva naturalesa, no es va concebre per reflectir la felicitat i el benestar de les persones.

Malgrat que prèviament s'havien fet altres informes i reunions

d'aquest tipus, que estan recollits en treballs com el de Buendía Sánchez (2015) o Sánchez-Sánchez (2020), és a partir d'aquest moment en què una sèrie de governs i institucions intergovernamentals comencen a emprendre, amb més intensitat, un seguit de reunions i comissions, i a crear noves mesures i indicadors que pretenen reflectir la importància de la felicitat de la ciutadania en el desenvolupament de polítiques públiques (Ferrara i Nisticò 2015, Frawley 2015b, Hogan *et al.* 2015, Lorca Martín De Villodres 2013, Sánchez-Sánchez 2020).

No obstant això, deu anys després que s'impulssessin totes aquestes iniciatives que busquen la felicitat ciutadana, hi ha diversos investigadors i pensadors que posen en qüestió l'establiment de la felicitat —i de mesures com la felicitat nacional bruta— com a nova referència a l'hora de mesurar el progrés nacional, ja que diuen que aquest indicador ha resultat ser una reformulació d'aquells temes ja acceptats com a socialment desitjables i políticament proporcionables en una cultura i moment històric determinats, més que una autèntica

revolució social i política basada en l'estudi de la naturalesa humana (Ahmed 2010, Frawley 2015b, Sánchez-Sánchez 2020).

Amb l'objectiu d'indagar en aquesta asseveració, en aquest article es procedeix a fer una anàlisi del contingut de les principals mesures i indicadors de felicitat dels darrers anys, seguint treballs com el de Sánchez-Sánchez (2017), i a posar-ho en relació amb el discurs electoral a Espanya (en forma d'espots o anuncis televisius per a les eleccions a les Corts Generals espanyoles de les principals forces polítiques el 2021). Es pren el discurs electoral a Espanya perquè és un país que, malgrat ser membre de les organitzacions intergovernamentals esmentades anteriorment (de la qual cosa es dedueix que els països membres podrien tenir certa cultura política en comú), Espanya no ha convertit la felicitat ciutadana en un objectiu estatal ni ha plantejat mesures de progrés nacional relacionades amb aquest assumpte.

Mitjançant aquesta comparativa, es procedeix a dilucidar quins són els indicadors o temes que els índexs i mesures de benestar més populars tenen en compte a l'hora de mesurar la felicitat ciutadana, i en què es diferencien aquests indicadors o temes de felicitat d'altres temes que apareixen en altres discursos polítics en què s'advoca per altres formes d'impuls del progrés nacional, com passa a Espanya.

Els resultats mostren que, en línia amb aquells sectors més crítics amb la felicitat com a mesura nova i definitiva de progrés nacional, el discurs sobre la felicitat contingut en aquestes mesures i índexs analitzats (és a dir, els indicadors i temes dels índexs de benestar) té un grau elevat de similitud amb el discurs electoral espanyol analitzat (és a dir, amb els temes als quals es fa referència als espots electorals televisats). Això indicaria que, per a la mostra analitzada, el discurs sobre la felicitat implícit en les mesures estudiades es comportaria com altres discursos polítics occidentals, però en aquesta ocasió els temes s'articularien al voltant del significat *felicitat*.

En l'apartat de conclusions es discuteixen aquests resultats i el seu efecte sobre altres recerques relacionades amb aquest assumpte.

## 2. La felicitat com a objectiu polític, un nou paradigma?

La majoria de les mesures de felicitat impulsades per organismes governamentals i intergovernamentals a occident solen participar d'un corrent teòric i metodològic anomenat Ciència de la Felicitat (Sánchez-Sánchez 2020).

Aquesta ciència, segons Davies (2015), és l'última expressió de la idea utilitarista que la relació entre la ment i el món és susceptible d'examen matemàtic i que els problemes fonamentals de la política es poden resoldre amb una ciència dels sentiments i la naturalesa humans.

Més específicament, aquelles activitats i esdeveniments quotidians que, des de la Ciència de la Felicitat, s'estableix que poden tenir una influència sobre la felicitat de la ciutadania,

están relacionats amb àmbits com l'economia, l'ocupació, l'educació, les relacions familiars i socials, la cultura, el país d'origen i el seu sistema polític, així com l'edat, el gènere i la raça dels individus, alguns trets de la seva personalitat i valors personals, la seva salut o el seu nivell de religiositat. En treballs com el de Sánchez-Sánchez (2020) es resumeix què diu la Ciència de la Felicitat sobre com totes aquestes variables influeixen sobre el benestar de les persones.

Els defensors d'aquesta Ciència de la Felicitat aplicada a l'àmbit polític estableixen que totes les dades recopilades sobre com de feliços són els ciutadans i les ciutadanes i quant plaer o dolor obtenen de diverses activitats i esdeveniments quotidians poden ser útils per a qui governa a l'hora de dissenyar polítiques públiques en assumptes relacionats amb el creixement econòmic, la igualtat, la jubilació, la desocupació, la salut, l'educació o el govern, entre d'altres (per exemple, vegeu Bok 2010; Cummins *et al.* 2009; Layard 2005; Musikanski, Philips i Crowder 2019).

Així doncs, a través dels índexs i mesures de felicitat, els governs i institucions intergovernamentals poden convertir l'estudi del benestar subjectiu de la ciutadania en un assumpte de preocupació pública i política.

No obstant això, tal com remarca Bruno Frey, la felicitat és un objecte d'estudi fàcilment manipulable tant per la ciutadania com per la classe política (Frey i Gallus 2013, 2013b; Frey, Gallus i Steiner 2014). De fet, es podria dir que "definir la felicitat és propagar una ideologia" (Veenhoven 1991: 8), i els índexs i mesures de felicitat no en serien una excepció.

Tal com estableix Hyman (2011), la felicitat "es construeix, s'interpreta i s'articula a través de determinades formes culturals de pensar, ser i actuar" (pàg. 2). En l'acte de triar quines són aquelles activitats i esdeveniments quotidians que podrien tenir un efecte sobre la felicitat o la infelicitat humana, ja es reflecteixen els valors dominants d'una cultura, les seves preocupacions i els seus anhels (Boreham, Povey i Tomaszewski 2013; Hyman 2011). Per tant, si la felicitat és un constructe cultural, a través de la seva reproducció en forma d'índexs i mesures de benestar indirectament s'estaria legitimant l'estatu quo social, polític i econòmic (Aronczyk 2014).

Al seu torn, en seleccionar determinats assumptes i relacionar-los amb la felicitat, s'associen amb allò bo, desitjable, acceptable (Ahmed 2010; Frawley 2015b; Veenhoven 2009a, 2009b) i s'estableix que hi ha una sèrie de pràctiques socials, culturals, econòmiques i polítiques que són millors que altres.

Així mateix, mitjançant la Ciència de la Felicitat i els índexs i mesures de benestar, la felicitat es planteja com el resultat de l'estudi empíric de l'ésser humà (és a dir, com una cosa natural i universal), fet que redimeix els temes que es relacionen amb aquest concepte de qualsevol qüestionament moral, polític, social, filosòfic, històric o de qualsevol altra índole (Cabanas 2013). En aquest cas, es podria estar fent servir l'autoritat de la ciència com a garant perquè s'acceptin determinades propostes sobre com s'ha de viure (Davies 2015, Frawley 2015b).

Com a conseqüència, en l'àmbit polític la felicitat es

podria estar fent servir com un eslògan retòric per promoure determinats estils de vida que no es poden impulsar mitjançant altres poders legislatius, executius, judicials o incentius fiscals (Offe 2012). De fet, els significants emocionals solen tenir un gran poder retòric, perquè sembla que traspassen les barreres ideològiques (Ahmed 2004, Frawley 2015b, Illouz 2007, Offe 2012).

Aquest article segueix la línia dels estudis crítics amb la felicitat com a objectiu social i polític, en què es poden trobar treballs com ara els d'Ahmed (2010), Cabanas (2013), Cabanas i Illouz (2019), Frawley (2015, 2015b), Hyman (2011), Rodríguez (2012), i Sánchez-Sánchez (2017, 2020), entre d'altres. En recerques com la de Frawley (2015b) es prenen com a mostra diferents discursos mediàtics al Regne Unit en els quals es parla d'impulsar la felicitat des dels organismes polítics, se n'identifiquen les característiques conceptuals i se'n discuteixen les conseqüències.

Aquesta recerca segueix un plantejament similar al del treball de Frawley (2015b). Es prenen com a mostra diversos índexs i mesures de felicitat, encara que també alguns discursos electorals espanyols en els quals no es parla explícitament d'aquest concepte abstracte, i s'explora quines són les seves característiques conceptuals.

El motiu pel qual s'ha decidit fer una anàlisi de dues mostres tan diferents és perquè, seguint l'observació d'Ahmed (2010) la felicitat no se sol estudiar en aquells llocs on no hi és. Quan es descriu el món que es construeix a través del significat *felicitat*, s'obvia tot allò que transcendeix aquest horitzó i que podria tenir el poder d'explicar aquest concepte d'una altra manera.

En estudiar aquells textos que no parlen explícitament de la felicitat i posar-los en relació amb aquells que sí que ho fan, s'espera revelar més informació sobre la naturalesa de la felicitat com a constructe cultural.

### 3. Metodologia

Tenint en compte les observacions anteriors, en aquesta recerca es planteja una anàlisi comparativa entre discursos de diferents fonts (d'una banda, índexs i mesures de felicitat internacionals, i de l'altra, discursos electorals espanyols) amb l'objectiu d'explorar fins a quin punt els discursos sobre la felicitat contemporanis que parteixen de la Ciència de la Felicitat són uns discursos temàticament diferents d'altres discursos en què es plantegen altres objectius per als governs. D'aquesta motivació, en deriva l'objectiu general següent:

- Determinar quin és el grau de similitud entre els temes plantejats com a indicadors de felicitat en els índexs i mesures de felicitat internacionals més populars i els temes plantejats com a socialment desitjables i políticament proporcionables en els discursos electorals de les principals formacions polítiques espanyoles.

Per tant, els objectius específics que es desglossen són:

- Identificar quins són els temes plantejats com a indicadors de felicitat en els índexs i mesures de felicitat més populars.
- Estudiar la presència dels temes plantejats en els índexs i mesures de felicitat més populars i els temes plantejats en els discursos electorals de les principals formacions polítiques espanyoles.

A continuació, es procedeix a especificar totes dues mostres, així com la tècnica d'anàlisi utilitzada per donar resposta a aquests objectius de recerca.

#### 3.1 Mostra: índexs i mesures de felicitat

De tots els discursos sobre la felicitat, es prenen com a mostra un seguit d'índexs i mesures de felicitat impulsats per organismes intergovernamentals, ja que són una de les expressions més clares de l'aplicació de la Ciència de la Felicitat en l'àmbit polític (Frey i Gallus 2013).

Com que hi ha un nombre elevat de mesures de felicitat, en aquesta anàlisi es prenen com a mostra aquelles identificades en les anàlisis de Sánchez-Sánchez (2017, 2020) a partir de mètodes de recerca sistematitzada com l'*scoping review* (Arksey i O'Malley 2005).

Els índexs i mesures de felicitat<sup>1</sup> més populars i que conformen aquesta mostra són:

- *Índex de felicitat nacional bruta*. Índex creat per mesurar el progrés de Bhutan a partir de la cultura bhutanesa i dels valors budistes. Aquesta mesura va ser de gran inspiració en l'elaboració de l'informe *La felicitat: cap a un enfocament holístic del desenvolupament*, de l'Assemblea General de les Nacions Unides (2011).
- *Índex de planeta feliç*. Índex creat per la New Economics Foundation, un *think tank* del Regne Unit que té com a objectiu promoure la justícia social, econòmica i mediambiental (New Economics Foundation 2018).
- *Índex filipí de felicitat nacional bruta*. Aquesta mesura ha estat creada per Virola i Encarnacion (2007), dos membres de la National Statistical Coordination Board a les Filipines.
- *Índex de benestar internacional*. Mesura amb vocació universal proposada per l'International Well-being Group, una iniciativa de l'Australian Centre on Quality of Life, centre al qual pertanyen algunes figures de referència de la Ciència de la Felicitat com ara Robert A. Cummins.
- *Índex de benestar de Gallup & Healthways*. Aquest índex ha estat creat per les organitzacions Gallup i Healthways, i està especialment centrat a potenciar la salut, la felicitat i la productivitat de les persones, així com a facilitar totes les seves dades a aquelles empreses que vulguin aplicar mesures relacionades amb el benestar (Gallup i Healthways 2013).
- *Índex de benestar econòmic*. Mesura creada per Osberg i Sharpe (2002) com a proposta d'alternativa al PIB.
- Mesura del benestar al Regne Unit. Aquesta mesura es

troba dins d'un programa creat el 2010 i impulsat pel llavors primer ministre del govern britànic, David Cameron, amb l'objectiu d'estudiar el progrés del país en termes que van més enllà de l'economia per tal de complementar mesures com el PIB (Office for National Statistics 2016).

- *Índex de benestar de Prescott-Allen*. Mesura ideada per Prescott-Allen a *The Well-being of Nations* (2001) amb l'objectiu de ser aplicada pels legisladors de tots els països.
- Enquesta social europea sobre benestar. Enquesta de caire acadèmic, nascuda el 2001 i portada a terme per l'European Research Infrastructure Consortium.
- Benestar el 2030. Estudi realitzat per l'Eurobaròmetre, un organisme de la Comissió Europea que periòdicament fa enquestes d'opinió pública als estats membres de la Unió (Eurobaròmetre 2011).
- Enquesta europea de qualitat de vida. Mesura creada per l'agència European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions (Eurofound) de la Unió Europea (UE) amb l'objectiu de generar coneixement per al desenvolupament de polítiques socials i laborals (European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions 2012).
- Enquesta de qualitat de vida. Mesura impulsada per l'Oficina Europea d'Estadística (Eurostat).
- Qualitat de vida a les ciutats europees. Estudi realitzat per l'Eurobaròmetre, organisme de la Comissió Europea que periòdicament fa enquestes d'opinió pública als estats membres de la Unió (Eurobaròmetre 2015).

Aquests índexs i mesures organitzen els diferents indicadors que es correlacionen amb la felicitat dels individus (o amb els seus sinònims en aquest àmbit, com ara el benestar o la qualitat de vida), de manera multidimensional (Chaaban, Irani i Khoury 2016), és a dir, mitjançant grups i/o categories d'indicadors. Això permet identificar a simple vista quins són els grans grups temàtics d'indicadors que permetran fer la comparació amb els temes socialment desitjables i políticament proporcionables que s'identificaran en l'anàlisi del discurs electoral espanyol.

### 3.2 Mostra: discurs electoral espanyol

De tots els discursos polítics, es prenen com a mostra els d'Espanya, ja que és un país membre d'algunes de les organitzacions intergovernamentals que han impulsat mesures de felicitat en els darrers anys, però al seu torn no ha convertit la felicitat en una matèria d'interès per al govern.

Més concretament, de tots els discursos polítics espanyols explorables, es pren com a mostra el discurs electoral, que és un "fenomen fonamental en societats democràtiques que basen el seu sistema polític en la discussió entre diferents opcions ideològiques, com l'espanyola" (A. Capdevila 2004a: 17).

Així mateix, de tots els discursos electorals, es trien els anuncis emesos per televisió en períodes de campanya, ja que tenen una gran rellevància dins del conjunt d'estratègies comunicatives

de les formacions polítiques durant les campanyes i no estan mediatitzats per altres agents que puguin distorsionar la proposta política de cada formació (A. Capdevila 1997; A. Capdevila i Pericot 2012; Moragas-Fernández i A. Capdevila 2015; Ruiz Collantes, Pérez-Latorre i P. Capdevila 2015; Sádaba 2003). D'aquesta manera, es pot veure clarament quina és la proposta de cada partit en cada comicis sobre el que consideren socialment rellevant i políticament proporcionable.

Els espots electorals s'han estudiat en moltes ocasions des de l'àmbit de la comunicació política espanyola (per exemple, vegeu, entre moltes altres referències, A. Capdevila 1997, 2004a, 2004b, 2015; A. Capdevila i Gómez-Puertas 2011; A. Capdevila, Gómez-Puertas i De Higes 2007; A. Capdevila i Pericot 2012; Gómez-Puertas i A. Capdevila 2011, 2012; Hernández Olmedo 2015; Moragas-Fernández i A. Capdevila 2014, 2018; Pericot i Capdevila 2001; Pericot, Ruiz Collantes, Prat i A. Capdevila, 1998; Pujadas, Pérez-Latorre i Oliva 2012; Pujadas i Xifra 2014; i Ruiz Collantes, Pérez-Latorre i P. Capdevila 2015), de manera que aquesta recerca suposaria una contribució més a ampliar el coneixement en aquest àmbit d'estudi.

S'estudien els espots electorals per a les eleccions a les Corts Generals espanyoles dels principals partits i coalicions polítiques a escala nacional que, des del 1993 fins al 2019, han governat a Espanya: Partit Popular (PP), Partit Socialista Obrer Espanyol (PSOE) i Unides Podem (UP)<sup>2</sup> (vegeu la taula I). Amb aquesta selecció es pretén captar la promesa programàtica dels governs espanyols tant abans com després que les mesures de felicitat assolissin més rellevància en l'àmbit polític (2011).

### 3.3 Mètode d'anàlisi

Per donar resposta als objectius de recerca generals i específics presentats al principi d'aquest apartat metodològic, cal fer una comparativa entre els temes que es plantegen com a indicadors de benestar en els índexs i mesures de felicitat internacionals més populars i els temes que es plantegen com a socialment desitjables i políticament proporcionables en el discurs electoral espanyol.

A l'hora d'identificar aquests temes en totes dues mostres, la tècnica utilitzada ha estat l'anàlisi de contingut, ja que permet reconèixer els elements que formen un document i classificar-los per tal d'explicar-los posteriorment (Ruiz Olabuénaga 2012, Sierra Bravo 1983). No obstant això, per a cada mostra s'ha dissenyat una anàlisi del contingut diferent d'acord amb les seves característiques.

En el cas dels índexs i mesures de felicitat, els temes que es plantegen com a factors de felicitat són tots aquells grans grups d'indicadors que comparteixen una temàtica determinada. Per exemple, dins d'un índex de felicitat hi pot haver un grup d'indicadors anomenat Educació, dins del qual hi ha indicadors relacionats amb el nivell d'alfabetització dels individus, la taxa nacional d'abandonament escolar, els resultats nacionals de l'informe PISA o la qualitat de les infraestructures dels centres educatius, entre d'altres.

Taula I. Mostra d'espots electorals

<i>Eleccions a les Corts Generals espanyoles</i>	<i>Formació política</i>	<i>Campanya</i>	<i>Nombre d'espots analitzats</i>
1993	Partit Popular	Ahora gobierno para todos	1
	Partit Socialista Obrer Espanyol	España, en progreso	1
1996	Partit Popular	Con la nueva mayoría	1
	Partit Socialista Obrer Espanyol	España, en positivo	3
2000	Partit Popular	Vamos a más	4
	Partit Socialista Obrer Espanyol – Progressistes	Lo próximo	2
2004	Partit Popular	Juntos vamos a más	1
	Partit Socialista Obrer Espanyol	Soluciones ahora	2
2008	Partit Popular	Con cabeza y corazón	2
	Partit Socialista Obrer Espanyol	Vota con todas tus fuerzas	4
2011	Partit Popular	Súmate al cambio	1
	Partit Socialista Obrer Espanyol	Pelea por lo que quieres	1
2015	Partit Popular	España en serio	1
	Partit Socialista Obrer Espanyol	Un futuro para la mayoría	4
2016	Partit Popular	Unidos podemos	2
	Partit Socialista Obrer Espanyol	Ahora más que nunca, a favor	3
	Units Podem	Un sí por el cambio	5
2019 (abr.)	Partit Popular	Valor seguro	1
	Partit Socialista Obrer Espanyol	La España que quieres	1
	Unides Podem	La historia la escribes tú	1
2019 (nov.)	Partit Popular	Por todo lo que nos une	1
	Partit Socialista Obrer Espanyol	Ahora sí	1
	Unides Podem	Un gobierno contigo	1
<b>Total:</b>			<b>44</b>

Font: Elaboració pròpia.

En aquest cas, l'anàlisi de contingut ha consistit a identificar quins són aquests grans grups d'indicadors i aglutinar aquestes tendències generals entre mesures en forma del que s'ha anomenat *dimensions de felicitat*. Dins d'una dimensió de felicitat també poden aparèixer altres subdimensions de felicitat, que són simplement subgrups d'indicadors dins d'un grup més gran que mantenen entre si un major grau de similitud. Seguint amb l'exemple del gran grup d'indicadors Educació, s'ha convertit en una dimensió de felicitat, que al seu torn pot estar format per una subdimensió en la qual s'aglutinen temes relacionats amb estadístiques del sistema educatiu nacional i una altra subdimensió en la qual s'aglutinen temes relacionats amb les aspiracions intel·lectuals i els valors dels individus. Els noms que reben aquestes dimensions i subdimensions de felicitat s'extreuen directament de les terminologies utilitzades en les mesures de felicitat per fer referència als grups d'indicadors que comparteixen una temàtica determinada.

Així doncs, aquestes dimensions de felicitat són el resultat de

l'estudi de freqüències absolutes i de conglomerats d'indicadors, la qual cosa ha permès agrupar indicadors similars sense perdre matisos (per a més informació, vegeu Krippendorff 1990).

Pel fet que, en algunes ocasions, els indicadors dels índexs i mesures de felicitat es presentaven de forma no estructurada (és a dir, que els indicadors no sempre s'agrupaven de la mateixa manera), aquesta anàlisi també es va basar en la Teoria Fonamentada, que és una metodologia per construir teories que es basen en les dades (Charmaz 2006).

Per la naturalesa comparativa d'aquesta recerca, l'anàlisi de contingut dels espots electorals espanyols s'ha dissenyat a partir de les dimensions de felicitat identificades en els índexs i mesures de felicitat, que en aquesta ocasió han funcionat com a categories d'anàlisi.

D'aquesta manera, aquells temes que es plantegen com a socialment desitjables i políticament proporcionables als espots electorals de la mostra s'han classificat a partir de les dimensions i subdimensions de felicitat. Per tant, en la mateixa

anàlisi ja s'han pogut identificar quins eren els temes associats a la felicitat que es desenvolupaven en el discurs electoral, així com quines diferències i similituds hi havia entre totes dues mostres.

Seguint amb l'exemple de l'Educació, en l'anàlisi del discurs electoral s'ha estudiat quins temes es desenvolupaven al respecte per veure si coincidien o no amb els plantejats com a indicadors de felicitat en els índexs i mesures de benestar. Com a exemple, els partits polítics estudiats poden fer referència a temes de l'Educació com la qualitat de les infraestructures dels centres educatius, però no esmentar qüestions com el nivell d'alfabetització dels individus, la taxa nacional d'abandonament escolar o els resultats nacionals de l'informe PISA.

Aquesta anàlisi s'ha fet estudiant primer cada campanya electoral de cada formació política de la mostra i, després, per fer la comparació amb la mostra d'índexs i mesures de felicitat, prenent totes les anàlisis de totes les formacions al llarg del temps com una sola mostra homogènia, és a dir, sense distingir entre partits polítics.

#### 4. Resultats

El discurs d'aquest apartat de resultats s'estructura al voltant dels objectius de recerca. En primer lloc, es donarà resposta als objectius específics i, en segon lloc, es donarà resposta a l'objectiu general.

Començant pel primer objectiu específic, els temes plantejats com a indicadors de felicitat en els índexs i mesures de felicitat més populars, i que en aquesta recerca reben el nom de *dimensions de felicitat*, són: Benestar subjectiu (es fa referència a aquesta categoria en 12 de les 13 mesures que formen la mostra), Comunitat (apareix en 8 de les 13 mesures), Política (apareix en 7 de les 13 mesures), Entorn (apareix en 12 de les 13 mesures), Ocupació i finances personals (apareix en 12 de les 13 mesures), Educació (apareix en 7 de les 13 mesures), Salut (apareix en 10 de les 13 mesures) i Capital nacional (apareix en 3 de les 13 mesures).

Com que es tracta de categories que resumeixen una gran quantitat d'indicadors, aquestes dimensions de felicitat i les seves subdimensions es poden veure íntegrament en l'annex d'aquest article (Taula II-IX). També es veuran parcialment en aquest apartat un cop es presentin els resultats per a l'objectiu general d'aquesta recerca.

Pel que fa al segon objectiu específic, a partir de l'anàlisi realitzada es pot concloure que els temes (dimensions de felicitat) plantejats en els índexs i mesures de felicitat més populars tenen una presència notable en els discursos electorals de les principals formacions polítiques espanyoles.

Tal com es pot observar a la Taula X, les dimensions de felicitat apareixen amb assiduitat en els discursos electorals del PP, del PSOE i d'UP al llarg de tot el període analitzat.

Més específicament, i extraient els percentatges a partir de la Taula X, la dimensió Política apareix en el 60% de les

campanyes del PP, el 80% de les campanyes del PSOE i el 100% de les campanyes d'UP, i només hi ha unes eleccions (les del 2011) en què els partits polítics de la mostra no van fer referència a temes relacionats amb aquesta categoria.

La dimensió Educació, per la seva banda, apareix en el 20% de les campanyes del PP, el 80% de les campanyes del PSOE i el 0% de les campanyes d'UP, i només hi ha dues eleccions a les Corts Generals espanyoles en què aquest assumpte no s'esmenta: les del 2008 i els segons comicis del 2019.

La dimensió Salut apareix en el 20% de les campanyes del PP, el 30% de les campanyes del PSOE i el 0% de les campanyes d'UP, i en aquesta ocasió la seva aparició en unes o altres eleccions és més irregular que per a la resta de dimensions presentades fins ara.

En el cas de la dimensió Ocupació i finances personals, apareix en el 90% de les campanyes del PP, el 60% de les campanyes del PSOE i el 67% de les campanyes d'UP, i s'hi fa referència en totes les eleccions a les Corts Generals espanyoles des del 1993 fins al 2019.

Pel que fa a la dimensió Comunitat, com la dimensió Salut, la seva aparició en unes o altres eleccions és irregular, i apareix en el 20% de les campanyes del PP, el 50% de les campanyes del PSOE i el 33% de les campanyes d'UP.

La dimensió Entorn apareix en el 30% de les campanyes del PP i del PSOE, i en el 67% de les campanyes d'UP, i la seva aparició també és irregular, encara que des del 2016 sembla haver experimentat un augment de referències en el discurs electoral espanyol de la mostra.

La dimensió Benestar subjectiu apareix en el 20% de les campanyes del PP, el 10% de les campanyes del PSOE i el 33% de les campanyes d'UP. La seva aparició en unes eleccions o altres tampoc no és constant al llarg del temps.

Per acabar, la dimensió Capital nacional apareix en el 30% de les campanyes del PP, el 40% de les campanyes del PSOE i el 33% de les campanyes d'UP, i sembla abastar uns temes que, amb el temps, PP i PSOE han deixat de plantejar en les seves comunicacions electorals, ja que des del 2004 la seva referència és insignificant.

Així doncs, i com a tendència general, es pot concloure que els partits polítics analitzats fan referència a totes les dimensions de felicitat en alguna campanya electoral a les Corts Generals, a excepció de les dimensions Educació i Salut per a Unides Podem. No obstant això, la mostra per a aquesta formació és tan reduïda (tres campanyes electorals) que no és possible concloure si es tracta d'una característica del discurs d'aquest partit.

Així mateix, encara que en el discurs electoral analitzat es faci referència en general a totes les dimensions de felicitat, s'ha pogut observar que cada partit presenta algunes dimensions que apareixen amb més assiduitat que altres (és a dir, en més de la meitat de les campanyes electorals analitzades).

Per exemple, en els discursos electorals del PP hi solen aparèixer especialment temes relacionats amb les dimensions Política i Ocupació i finances personals, el PSOE sol esmentar

Taula X. Presència de les *dimensions de felicitat* en els espots electorals de PP, PSOE i UP

Dimensió	Formació política	1993	1996	2000	2004	2008	2011	2015	2016	2019 (abr.)	2019 (nov.)
Política	PP										
	PSOE										
	Unides Podem										
Educació	PP										
	PSOE										
	Unides Podem										
Salut	PP										
	PSOE										
	Unides Podem										
Ocupació i finances personals	PP										
	PSOE										
	Unides Podem										
Comunitat	PP										
	PSOE										
	Unides Podem										
Entorn	PP										
	PSOE										
	Unides Podem										
Benestar subjectiu	PP										
	PSOE										
	Unides Podem										
Capital nacional	PP										
	PSOE										
	Unides Podem										

Font: Elaboració pròpia.

amb assiduitat temes relacionats amb les dimensions Política, Educació i Ocupació i finances personals, i UP centra els seus discursos en assumptes relacionats amb les dimensions Política, Ocupació i finances personals i Entorn.

Per tant, es dedueix que els temes relacionats amb les dimensions Política i Ocupació i finances personals són els més plantejats en el discurs electoral espanyol analitzat, i que aspectes relacionats amb l'Educació són característics del PSOE, mentre que aspectes relacionats amb l'Entorn (medi ambient) són característics d'UP.

Per a l'objectiu general de determinar quin és el grau de similitud entre els temes plantejats com a indicadors de benestar pels índexs i mesures de felicitat i els temes plantejats com a socialment desitjables i políticament proporcionables pels discursos electorals de les principals formacions polítiques espanyoles, es prenen totes les anàlisis dels tres partits com una sola mostra.

A continuació, es presenten una sèrie de taules en què es pot observar quins són els temes o subdimensions que els partits polítics espanyols desenvolupen de cada dimensió de felicitat, de manera que es veu amb més claredat quin és el grau de coincidència entre mostres. Aquells temes en què totes dues mostres coincideixen estan acolorits en verd.

A la Taula XI es pot observar com en els discursos electorals espanyols es plantegen una àmplia varietat de temes que cobreixen totes aquelles subcategories temàtiques (o subdimensions) recollides en els índexs i mesures de felicitat i resumides a través de la dimensió Política.

Això no vol dir que en el discurs electoral estudiat es faci referència a tots els indicadors relacionats amb la política i recollits en els índexs i mesures de felicitat, però sí que vol dir que, com a mínim, es fa referència a un indicador de cada subdimensió o subgrup temàtic dins d'aquesta dimensió.

**Taula XI. Subdimensions de la dimensió Política desenvolupades en els espots electorals espanyols**

Política								
Característiques del sistema polític del país				Participació política ciutadana		Govern		
Drets de la ciutadania	Organització social	Processos electorals	Mitjans de comunicació	Interès personal en política	Accions polítiques personals	Avaluació de la situació general del país	Confiança en les institucions	Avaluació de polítiques

Font: Elaboració pròpia.

**Taula XII. Subdimensions de la dimensió Educació desenvolupades als espots electorals espanyols**

Educació		
Educació personal	Valors personals	Sistema educatiu nacional

Font: Elaboració pròpia.

**Taula XIII. Subdimensions de la dimensió Ocupació i finances personals desenvolupades en els espots electorals espanyols**

Ocupació i finances personals								
Ocupació				Finances personals				
Condicions laborals			Contribució de l'ocupació a l'autorealització	Conciliació entre feina i vida personal	Situació financera	Estructura de consum de la llar / Nivell de vida		Seguretat financera
Característiques contractuals	Relacions interpersonals	Seguretat Laboral i Física i salut				Consum essencial	Consum no essencial	

Font: Elaboració pròpia.

D'aquesta manera, en el discurs electoral espanyol es planteja com a desitjable que el govern intervingui en matèries relacionades amb la protecció de determinats drets de la ciutadania, l'organització social, la qualitat dels processos electorals i la separació de l'Estat i els mitjans de comunicació (subdimensió Característiques del sistema polític del país).

També es planteja com a desitjable que el govern prengui partit en assumptes relacionats amb l'estimulació de la participació política ciutadana i amb preservar la confiança en les institucions i que les ciutadanes i els ciutadans estiguin satisfets amb la situació del país i les polítiques endegades des de les institucions públiques (subdimensió Govern).

Per la seva banda, a la Taula XII es pot observar que, per a la dimensió Educació, en el discurs electoral espanyol només es desenvolupen assumptes relacionats amb el sistema educatiu nacional, deixant de banda temes relacionats amb les aspiracions intel·lectuals dels individus (subdimensió Educació personal) i el seu sistema de valors (subdimensió Valors personals).

La Taula XIII mostra que, per a la dimensió Ocupació i finances personals, la diferència entre mostres resideix en el fet que en els discursos electorals no s'aborden aspectes relacionats

amb la relació entre el personal d'una empresa (Relacions interpersonals), els riscos laborals (Física/Salut), la capacitat dels individus per comprar béns no essencials (Consum no essencial) i les seves pertinences i propietats (Béns).

No obstant això, gràcies a les cel·les acolorides en verd es pot observar que hi ha més convergències que divergències entre totes dues mostres, ja que en el discurs electoral espanyol es planteja com a desitjable que el govern intervingui en matèries relacionades amb els contractes i l'estabilitat laboral, la conciliació entre la feina i la vida personal i l'autorealització dels individus a través de la feina (subdimensió Ocupació). Així mateix, en els espots electorals de la mostra també s'expressa la voluntat que el govern prengui partit en assumptes com ara l'estabilitat financera dels ciutadania i la seva capacitat per adquirir béns essencials (subdimensió Finances personals).

Pel que fa a la dimensió Comunitat, a la Taula XIV es pot veure que també hi ha un grau elevat de coincidència entre mostres, ja que en el discurs electoral espanyol s'estableix que el proper govern hauria de garantir, en la mesura que sigui possible, aspectes relacionats amb la cohesió social (Cohesió social i relacions interpersonals), les relacions interpersonals satisfactòries entre la ciutadania (Sentiments derivats de la



**Taula XIV. Subdimensions de la dimensió *Comunitat* desenvolupades als espots electorals espanyols**

Comunitat						
Cohesió social i relacions interpersonals				Sentiments derivats de la interacció social	Participació social i cultural	
Cohesió social	Relacions interpersonals				Participació social	Cultura
	Família	Amistats	Veïns	Altres		

Font: Elaboració pròpia.

**Taula XV. Subdimensions de la dimensió *Entorn* desenvolupades als espots electorals espanyols**

Entorn							
Àrea de residència					Medi ambient		
Característiques de l'àrea de residència	Infraestructures i serveis	Espais i fenòmens naturals	Seguretat	Habitatge	Característiques de l'entorn natural	Impacte de l'activitat humana sobre el medi ambient	Cura del medi ambient

Font: Elaboració pròpia.

**Taula XVI. Subdimensions de la dimensió *Benestar subjectiu* desenvolupades espots electorals espanyols**

Benestar subjectiu					
Avaluacions emocionals			Avaluacions cognitives		
Emocions i sentiments positius	Emocions i sentiments negatius	Sentit de la vida		Satisfacció amb la vida	
		Religiositat i espiritualitat	Valoració sobre el sentit de la pròpia vida		

Font: Elaboració pròpia.

**Taula XVII. Subdimensions de la dimensió *Capital nacional* desenvolupades en els espots electorals espanyols**

Capital nacional	
Capital econòmic	Altres capitals

Font: Elaboració pròpia.

interacció social), així com la seva Participació social i cultural, i impulsar les tradicions nacionals.

L'única qüestió de la dimensió Comunitat que no es desenvolupa en el discurs electoral espanyol és la importància de la relació amb el veïnat en una comunitat (Veïns).

En el discurs electoral espanyol, la dimensió Entorn (Taula XV) hi apareix de manera menys completa, ja que per a la mostra seleccionada només es desenvolupen assumptes relacionats amb la violència i el vandalisme (subdimensió Àrea de residència), l'habitatge i els problemes d'accessibilitat relacionats (subdimensió Àrea de residència), i amb la preocupació per la Cura del medi ambient. En aquest cas, semblaria que hi ha menys convergències entre mostres.

En el cas de la dimensió Benestar subjectiu, a la Taula XVI es pot veure que hi continua havent un grau elevat de similitud entre mostres, ja que en el discurs electoral espanyol només quedarien sense plantejar assumptes relacionats amb la religiositat i l'espiritualitat dels individus (subdimensió Sentit de la vida).

Per acabar, i en relació amb la dimensió Capital nacional, a la Taula XVII es pot observar que en el discurs electoral espanyol hi apareixen principalment assumptes relacionats amb l'economia

nacional (Capital econòmic), encara que també assumptes relacionats amb Altres capitals, com ara l'humà. D'aquesta manera, es podria concloure que en el discurs electoral estudiat hi apareixen totes les temàtiques associades a aquesta dimensió dels índexs i mesures de felicitat.

Prenent les taules XI-XVII i extraient un percentatge en dividir el nombre de subdimensions que s'esmenten en el discurs electoral entre el total de subdimensions per cada dimensió, es pot veure que, en el cas de les dimensions Política i Capital nacional, hi ha un 100% de coincidències temàtiques entre totes dues mostres, un 33% de coincidències entre mostres per a la dimensió Educació, un 64% en el cas de la dimensió Ocupació i finances personals, un 88% per a la dimensió Comunitat, un 38% de semblances per a la dimensió Entorn i un 80% de coincidències en el cas de la dimensió Benestar subjectiu.

Per tant, i després d'observar aquestes taules, els resultats indiquen que aquells assumptes que els índexs i mesures de felicitat assumeixen com a impulsors de benestar (dimensions de felicitat) són també elements constitutius del discurs electoral espanyol analitzat, ja que les coincidències entre mostres són molt més grans que les diferències.

## 5. Conclusions

Els resultats d'aquesta anàlisi apunten que es pot establir una relació de similitud temàtica entre els grups d'indicadors de benestar dels índexs i mesures de felicitat (i que formulen una proposta explícita sobre com es pot aplicar la Ciència de la Felicitat a l'exercici polític) i els espots electorals espanyols, que construeixen un discurs sobre allò socialment desitjable i políticament proporcionable des d'un país en el qual la felicitat ciutadana no s'ha plantejat fins ara com un objectiu governamental.

Aquesta conclusió es deu al fet que, en general, s'han pogut identificar la majoria de temes dels índexs i mesures de felicitat (les anomenades *dimensions* i *subdimensions de felicitat*) als espots per a les eleccions a les Corts Generals espanyoles, la qual cosa evidencia que tots dos discursos mantenen algun tipus de semblança.

No obstant això, i malgrat aquest paral·lelisme entre mostres a nivell general, cal tenir en compte que, en el cas dels espots electorals estudiats, cadascun d'aquests temes de felicitat o dimensions pot tenir un paper més o menys central en les narratives que cada partit crea i que es construeixen en general en el discurs electoral espanyol.

Així, per exemple, la creació d'ocupació es comporta com un eix constitutiu de les narratives del PP, en què s'estableix que és un factor fonamental per assolir el progrés nacional i el benestar ciutadà, mentre que per al PSOE, l'ocupació sol estar subordinada discursivament a la lluita per aconseguir la igualtat entre ciutadans i ciutadanes, i per a UP pot ser part de la diagnosi de la situació i es pot fer servir per criticar la gestió dels partits de govern anteriors.

Cada formació pot plantejar cadascuna d'aquestes dimensions de felicitat d'una manera diferent no només des del punt de vista narratiu, sinó també temàtic. Per exemple, tots tres partits poden fer referència a la dimensió Ocupació i finances personals, però mentre que el PP planteja temes relacionats amb la creació d'ocupació, el PSOE se centra a assenyalar les desigualtats entre homes i dones a la feina, i UP indica que algunes pensions de jubilació són insuficients per poder fer front a les despeses vitals més bàsiques.

L'estudi de les diferències temàtiques i narratives entre partits excedeix els límits de la recerca presentada aquí, ja que l'objectiu general que s'ha plantejat en aquest article és el d'explorar fins a quin punt les mesures de felicitat tenen en compte variables o temes diferents dels que apareixen en altres discursos en els quals no es parla explícitament de la felicitat, com passa amb el discurs electoral espanyol. No obstant això, seria interessant tenir en compte aquests matisos dins d'una mateixa mostra de cara a futures recerques i per estudiar com es comporta el discurs sobre allò socialment desitjable i políticament proporcionable en funció de variables com la ideologia de cada partit polític o la seva posició parlamentària.

De totes maneres, i tornant a la discussió dels resultats d'aquesta anàlisi, el fet que dos discursos polítics que tenen

plantejaments i objectius totalment diferents coincideixin en allò que és socialment desitjable i políticament proporcionable és un resultat revelador que suscita preguntes relacionades amb la naturalesa mateixa d'aquests dos discursos analitzats. Una possible explicació al fet que s'hagi produït aquesta coincidència entre temes seria que totes dues mostres comparteixen certa cultura comuna, fruit d'una mentalitat política globalitzada.

Es té en compte aquesta possibilitat perquè, tal com s'ha pogut observar, els índexs i mesures de felicitat analitzats són el resultat d'una sèrie d'iniciatives impulsades per institucions intergovernamentals com les Nacions Unides, l'OCDE o la Comissió Europea, després de les quals hi ha hagut una sèrie de països membres que han començat a crear índexs de benestar o estudis similars.

En aquest sentit, Espanya també és un país membre d'aquestes organitzacions, de manera que és probable que es comparteixin determinades inquietuds i preocupacions socials i polítiques, encara que no estiguin articulades al voltant del significat *felicitat*.

Així doncs, i per a la mostra analitzada, es pot concloure que el discurs sobre la felicitat implícit en els índexs i mesures de benestar no suposa un canvi substancial en el discurs sobre allò socialment i políticament proporcionable, sinó que més aviat es comporta com un reflex dels valors dominants d'una cultura política comuna i globalitzada. Per tant, semblaria que, en aquest cas, i tal com estableix Ahmed (2010), tots els assumptes que ja es catalogaven com a bons per a la societat, simplement es reinscriuen a través del llenguatge de la felicitat.

Aquesta observació estaria alineada amb les crítiques a la felicitat com a objectiu social i polític recollides en el marc teòric d'aquest article i en treballs com els de Cabanas 2009, 2016; Cabanas i Illouz 2019; Frawley 2015, 2015b, i Rose 1999.

No obstant això, perquè aquesta conclusió adquirís més força, caldria fer anàlisis similars a les plantejades en aquesta recerca amb mostres d'altres països, ja que en aquesta ocasió només s'estudia el discurs electoral espanyol, així com ampliar les mostres a més índexs de felicitat, a més formacions polítiques i a un altre tipus de discursos polítics.

En tot cas, en aquesta recerca queda patent que continuar estudiant la felicitat en aquells indrets on no hi és contribueix a una major comprensió del fenomen de la Ciència de la Felicitat i de les nostres societats, d'allò que ens preocupa, que valorem, que temem i que desitgem.

### Nota final

El treball en què es basa aquest article va rebre el primer guardó dels XXXII Premis CAC a la investigació sobre comunicació audiovisual.

## Notes

1. Tal com s'observarà, la mostra està formada per mesures de la felicitat, el benestar o la qualitat de vida. En treballs com els de Sánchez-Sánchez (2017, 2020) es pot observar que l'ús d'un substantiu o un altre en el títol no altera significativament les variables recollides en aquestes mesures.
2. S'han consultat els resultats electorals a la pàgina web del Ministeri de l'Interior del Govern d'Espanya. <http://www.infoelectoral.mir.es/min/>

## Referències

- AHMED, S. *The cultural politics of emotion*. Edimburg: Edinburgh University Press, 2004.
- AHMED, S. *The promise of happiness*. Londres: Duke University Press, 2010.
- ARKSEY, H.; O'MALLEY, L. "Scoping studies: towards a methodological framework". *International Journal of Social Research Methodology*. Vol. 8 (2005), núm. 1, 19–32.
- ARONCZYK, M. "Confidence game: Marketing well-being in economic surveys". *European Journal of Cultural Studies*. Vol. 17 (2014), núm. 2, 244–257.
- ASSEMBLEA GENERAL DE LES NACIONS UNIDES. *La felicidad: hacia un enfoque holístico del desarrollo* (nº 65/309) [En línia]. 2011. [https://www.un.org/en/ga/search/view\\_doc.asp?symbol=A/RES/65/309&Lang=S](https://www.un.org/en/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/65/309&Lang=S) [Consulta: 25/04/2021]
- BOK, D. *The politics of happiness. What government can learn from the new research on well-being*. Princeton: Princeton University Press, 2010.
- BOREHAM, P.; POVEY, J.; TOMASZEWSKI, W. "An alternative measure of social wellbeing: analysing the key conceptual and statistical components of quality of life". *Australian Journal of Social Issues*. Vol. 48 (2013), núm. 2, 151–172.
- BUENDÍA SÁNCHEZ, J. A. *El derecho a la felicidad. Producto Interior Bruto vs. índices de felicidad* [En línia]. Tesi doctoral. Múrcia: Departamento de Sociología y Trabajo Social, Universidad de Murcia, 2015. <http://www.eumed.net/rev/oidles/05/rlh.htm> [Consulta: 25/04/2021]
- CABANAS, E. "Cuando el cuerpo "piensa" la felicidad. El papel de las prácticas y tecnologías felicitarias en la construcción de la subjetividad: El ejemplo de la obra de La Mettrie". *Revista de Historia de La Psicología*. Vol. 30 (2009), núm. 2, 47–56.
- CABANAS, E. "Rekindling individualism, consuming emotions: Constructing "psytizens" in the age of happiness". *Culture and Psychology*. Vol. 22 (2016), núm. 3, 467–480.
- CABANAS, E. *La felicidad como imperativo moral. Origen y difusión del individualismo "positivo" en el capitalismo neoliberal y sus efectos en la construcción de la subjetividad* [En línia]. Tesi doctoral. Madrid: Departamento de Psicología Básica, Universidad Autónoma de Madrid, 2013. [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/662024/cabanas\\_diaz\\_edgar.pdf?sequence=1](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/662024/cabanas_diaz_edgar.pdf?sequence=1) [Consulta: 25/04/2021]
- CABANAS, E.; ILLOUZ, E. *Happycracia. Cómo la ciencia y la industria de la felicidad controlan nuestras vidas*. Barcelona: Paidós, 2019.
- CAPDEVILA, A. "El diseño del spot de propaganda política: Convergencia de estrategias comunicativas". *Temas de Disseny*. Vol. 14 (1997), 193–199.
- CAPDEVILA, A. "La evolución de la profesionalización en los spots electorales". A: BALLESTER-ESPINOSA, A.; MARTÍN LLAGUNO, M. (eds.). *La profesionalización de la comunicación política*. Alacant: Instituto Alicantino de Cultura, 2015. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/110381/1/LA-PROFESIONALIZACION-DE-LA-COMUNICACION-POLITICA.pdf>
- CAPDEVILA, A. *El discurso persuasivo. La estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Barcelona: Aldea Global, 2004a.
- CAPDEVILA, A. *La estructura del discurso persuasivo*. Barcelona: Aldea Global, 2004b.
- Capdevila, A.; Gómez-Puertas, L. "La articulación territorial de Cataluña y España en las estrategias persuasivas de los partidos políticos y de las instituciones autonómicas durante la campaña del Estatut". Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura. Vol. 41 (2011), 13–25.
- CAPDEVILA, A.; GÓMEZ-PUERTAS, L.; DE HIGES, L. A. "La imagen de Europa en los spots electorales en España. Elecciones al parlamento europeo. 1987-2004". *Zer*. Vol. 12 (2007), núm. 23, 243–261.
- CAPDEVILA, A.; PERICOT, J. "Estratègies persuasives en els spots electorals". A: CAPDEVILA, A.; PONT, C. (eds.). *La campanya fragmentada. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2010*. Girona: Documenta Universitaria, 2012.
- CHAABAN, J.; IRANI, A.; KHOURY, A. "The Composite Global Well-Being Index (CGWBI): A new multi-dimensional measure of human development". *Social Indicators Research*. Vol. 129 (2016), núm. 1, 465–487.
- CHARMAZ, K. *Constructing Grounded Theory. A Practical Guide through Qualitative Analysis*. Londres: Sage Publications, 2006.

- CUMMINS, R.A.; LAU, A.A.L.D.; MELLOR, D.; STOKES, M.A. "Encouraging governments to enhance the happiness of their nation. Step 1: Understand subjective wellbeing". *Social Indicators Research*. Vol. 91 (2009), 23–36.
- Davies, W. *La industria de la felicidad. Cómo el gobierno y las grandes empresas nos vendieron el bienestar*. Barcelona: Malpaso, 2015.
- EUROBAROMETER. *Quality of life in European cities* [En línia]. 2015. <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/yearFrom/2014/yearTo/2017/surveyKy/2070> [Consulta: 25/04/2021]
- EUROBAROMETER. *Well-being 2011* [En línia]. 2011. [http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/quali/wellbeing\\_final\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/quali/wellbeing_final_en.pdf) [Consulta: 25/04/2021]
- EUROPEAN FOUNDATION FOR THE IMPROVEMENT OF LIVING AND WORKING CONDITIONS. *European Quality of Life Survey 2012* [En línia]. 2012. <https://www.eurofound.europa.eu/surveys/european-quality-of-life-surveys/european-quality-of-life-survey-2012> [Consulta: 25/04/2021]
- FERRARA, A.R.; NISTICÒ, R. "Regional well-being indicators and dispersion from a multidimensional perspective: evidence from Italy". *Annals of Regional Science*. Vol. 55 (2015), núm. 2–3, 373–420.
- FRAWLEY, A. "Happiness Research: A Review of Critiques". *Sociology Compass*. Vol. 9 (2015a), núm. 1, 62–77.
- FRAWLEY, A. *Semiotics of happiness. Rhetorical beginnings of a public problem*. Londres: Bloomsbury Academic, 2015b.
- FREY, B.S.; GALLUS, J. "Political economy of happiness". *Applied Economics*. Vol. 45 (2013a), núm. 30, 4205–4211.
- FREY, B.S.; GALLUS, J. "Subjective Well-Being and Policy". *Topoi*. Vol. 32 (2013b), núm. 2, 207–212.
- FREY, B.S.; GALLUS, J.; STEINER, L. "Open issues in happiness research". *International Review of Economics*. Vol. 61 (2014), núm. 2, 115–125.
- GALLUP; HEALTHWAYS. *Gallup-Healthways Well-Being Index: methodology report for indexes* [En línia]. 2013. <http://www.gallup.com/poll/195539/gallup-healthways-index-methodology-report-indexes.aspx> [Consulta: 25/04/2021]
- GÓMEZ-PUERTAS, L.; CAPDEVILA, A. "Ciudadans, polítics i democràcia. Anàlisi retoricopersuasiva dels espots electorals emesos a Catalunya (2008-2010)". *Comunicació: Revista de Recerca i d'Anàlisi*. Vol. 28 (2011), núm. 2, 27–46.
- GÓMEZ-PUERTAS, L.; CAPDEVILA, A. "Variaciones estratégicas en los spots electorales de televisión y de Internet en campaña electoral". *Zer*. Vol. 17 (2012), núm. 33, 67–86.
- HERNÁNDEZ OLMEDO, J.L. *El valor como eje de los discursos publicitarios y propagandísticos audiovisuales. Acercamiento a la naturaleza persuasiva de los valores* [En línia]. Tesi doctoral. Barcelona: Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra, 2015. <https://www.tdx.cat/handle/10803/294598#page=1> [Consulta: 25/04/2021]
- HOGAN, M. J. ET AL. "Consulting with citizens in the design of wellbeing measures and policies: Lessons from a systems science application". *Social Indicators Research*. Vol. 123 (2015), 857–877.
- HYMAN, L. *Happy and you know it? A cultural exploration of people's experiences and perceptions of happiness* [En línia]. Tesi doctoral. Guilford: Department of Sociology, University of Surrey, 2011. <http://epubs.surrey.ac.uk/771347/> [Consulta: 25/04/2021]
- ILLOUZ, E. *Cold intimacies: The making of emotional capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2007.
- KRIPPENDORFF, K. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós, 1990.
- LAYARD, R. *La felicidad. Lecciones de una nueva ciencia*. Madrid: Taurus, 2005.
- LORCA MARTÍN DE VILLODRES, M.I. "Felicidad y constitucionalismo". *Revista de Derecho Político*. Vol. 88 (2013), 123–336.
- MORAGAS-FERNÁNDEZ, C.M.; CAPDEVILA, A. "A People's Choice: Persuasive Strategies in the Scottish Independence Referendum". *Athens Journal of Mass Media and Communications*. Vol. 1 (2015), núm. 4, 243–255.
- MORAGAS-FERNÁNDEZ, C.M.; CAPDEVILA, A. "Argumentació i metàfora en els espots electorals". A: CAPDEVILA, A.; PONT, C.; BESALÚ, R.; MORAGAS-FERNÁNDEZ, C.M. (eds.). *Eleccions de to plebiscitari: Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2015*. Girona: Documenta Universitaria, 2018.
- MORAGAS-FERNÁNDEZ, C.M.; CAPDEVILA, A. "Retòrica i argumentació en els espots electorals". A: PONT, C.; CAPDEVILA, A. (eds.). *Del carrer a les urnes: el dret a decidir, en campanya. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes del 2012*. Girona: Documenta Universitaria, 2014.
- MUSIKANSKI, L.; PHILIPS, R.; CROWDER, J. *The Happiness Policy Handbook: How to Make Happiness and Well-Being the Purpose of Your Government*. New Society Publishers, 2019.
- NEW ECONOMICS FOUNDATION. *About the HPI* [En línia]. 2018. <http://happyplanetindex.org/about#how> [Consulta: 25/04/2021]
- OFFE, C. "Whose good is the common good?". *Philosophy and Social Criticism*. Vol. 38 (2012), núm. 7, 665–684.

- OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS. *Measuring national well-being: Domains and measures* [En línia]. 2016. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/wellbeing/datasets/measuringnationalwellbeingdomainsandmeasures>
- OSBERG, L.; SHARPE, A. "An index of economic well-being for selected OECD countries". *Review of Income and Wealth*. Vol. 48 (2002), núm. 3, 291–316.
- PARLAMENT EUROPEU. *Informe sobre «Más allá del PIB. Evaluación del progreso en un mundo cambiante»* [En línia]. Brussel·les: Comisión de Medio Ambiente, Salud Pública y Seguridad Alimentaria, 2011. [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2011-0175\\_ES.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-7-2011-0175_ES.html) [Consulta: 25/04/2021]
- PERICOT, J.; CAPDEVILA, A. "L'evolució del discurs persuasiu electoral a la televisió". *Formats: Revista de Comunicació Audiovisual*. Núm. 3 (2001), 1–17.
- PERICOT, J.; RUIZ COLLANTES, F. X.; PRAT, L.; CAPDEVILA, A. "La propaganda política a les eleccions autonòmiques de 1995: Estructures narratives i estratègies argumentatives". A: GIFREU, J.; PALLARÈS, F. (eds.). *Comunicació política i comportament electoral: Les eleccions autonòmiques de 1995 a Catalunya*. Barcelona: Mediterrània, 1998.
- PRESCOTT-ALLEN, R. *The well-being of nations*. Washington: Island Press, 2001.
- PUJADAS, E.; PÉREZ-LATORRE, Ó.; OLIVA, M. "Discurs i imatge dels candidats a les cadenes de televisió". A: CAPDEVILA, A.; PONT, C. (eds.). *La campanya fragmentada. Comunicació política i comportament electoral a les eleccions catalanes de 2010*. Girona: Documenta Universitaria, 2012.
- PUJADAS, E.; XIFRA, J. "Framing the Relationship Between Catalonia and Spain: A Semio-Narrative Analysis of the 2012 Catalan Election Campaign Ads". *American Behavioral Scientist*. Vol. 58 (2014), núm. 7, 880–897.
- RODRÍGUEZ, T.T. *Felicidad, malestar, descontento y calidad de vida: Una nueva perspectiva para el siglo XXI*. Tesi doctoral. Granada: Departamento de Sociología, Universidad de Granada, 2012.
- ROSE, N. *Governing the soul. The shaping of the private self*. Londres: Free Association Books, 1999.
- RUIZ COLLANTES, X.; PÉREZ-LATORRE, Ó.; CAPDEVILA, P. *El relat polític. Els missatges audiovisuals a les campanyes electorals. Iniciativa per Catalunya Verds 1988-2012*. Barcelona: Aldea Global, 2015.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J.I. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Deusto, 2012.
- SÁDABA, M.T. "Los anuncios de los partidos en televisión". A: BERROCAL, S. (ed.). *Comunicación política y nuevos medios*. Barcelona: Ariel, 2003.
- SANCHEZ-SANCHEZ, C. "Moving towards a general definition of public happiness: A grounded theory approach to the recent academic research on well-being". *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*. Vol. 11 (2017), núm. 7, 1624–1639.
- SANCHEZ-SANCHEZ, C. *La felicidad como problema y solución políticos. Análisis sobre lo socialmente deseable a través de las medidas de bienestar de gobiernos e instituciones internacionales y de los spots electorales españoles de antes y de después de la crisis económica de 2008*. Tesi doctoral. Barcelona: Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra, 2020. <https://www.tdx.cat/handle/10803/668490>
- SIERRA BRAVO, R. *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo, 1983.
- VEENHOVEN, R. "Medidas de la Felicidad Nacional Bruta". *Intervención Psicosocial*. Vol. 18 (2009b), núm. 3, 279–299.
- VEENHOVEN, R. "Questions on happiness: classical topics, modern answers, blind spots". A: STRACK, F.; ARGYLE, M.; SCHWARZ, N. (eds.). *Subjective well-being. An interdisciplinary perspective*. Oxford: Pergamon Press, 1991.
- VEENHOVEN, R. *Measures of Gross National Happiness*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2009a.
- VIROLA, R.A.; ENCARNACION, J.O. "Measuring Progress of Philippine Society: Gross National Product or Gross National Happiness?". A: *10th National Convention on Statistics*. Mandaluyo, 2007.

## Annex. Dimensions de felicitat

A continuació es llisten les diferents *dimensions de felicitat* que representen els grups d'indicadors que comparteixen una temàtica determinada en els índexs i mesures de felicitat analitzats: Índex de Felicitat Nacional Bruta, Índex de Planeta Feliç, Índex Filipí de Felicitat Nacional Bruta, Índex de Benestar Internacional, Índex de Benestar de Gallup-Healthways, Enquesta Social Europea sobre Benestar, Índex de Benestar Econòmic, Mesurament del Benestar al Regne Unit, Benestar en 2030, Índex de Benestar, Enquesta Europea de Qualitat de Vida, Enquesta de Qualitat de Vida, i Enquesta de Qualitat de Vida a les Ciutats Europees.

Cada *dimensió* es representa amb una taula, en què es desglossen les diferents *subdimensions de felicitat* (agrupacions d'indicadors que comparteixen temàtica dins d'un grup d'indicadors major), d'allò més general a allò més específic, és a dir, fins a arribar als indicadors. Per una qüestió d'espai, es prescindeix de llistar tots els indicadors, i es procedeix a resumir-los en termes generals. [Per consultar el llistat d'indicadors, vegeu Sanchez-Sanchez (2020)]

- **Dimensió Benestar subjectiu (Taula II)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 12 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Comunitat (Taula III)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 8 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Política (Taula IV.1. i IV.2.)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 7 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Entorn (Taula V.1. i V.2.)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 12 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Ocupació i finances personals (Taula VI.1. i VI.2.)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 12 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Educació (Taula VII)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 7 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Salut (Taula VIII)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 10 de les 13 mesures que formen la mostra.

- **Dimensió Capital nacional (Taula IX)**

Aquesta dimensió apareix referenciada en 3 de les 13 mesures que formen la mostra.

Taula II. Dimensió Benestar subjectiu				
Benestar subjectiu				
Avaluacions emocionals		Avaluacions cognitives		
Emocions i sentiments positius	Emocions i sentiments negatius	Sentit de la vida	Religiositat i espiritualitat	Satisfacció amb la vida
			Valoració sobre el sentit de la pròpia vida	
Freqüència i companyia en sentir diferents emocions i sentiments positius	Freqüència i companyia en sentir diferents emocions i sentiments negatius	Creences religioses, nivell de religiositat, participació en pràctiques religioses o espirituals.	Opinions pel que fa al sentit de la vida i el lloc en el món. Valors personals i expectatives	Satisfacció amb la vida present i futura. Nivells de felicitat i benestar

Font: Elaboració pròpia.

Taula III. Dimensió Comunitat							
Comunitat							
Cohesió social i relacions interpersonals					Sentiments derivats de la interacció social	Participació social i cultural	
Cohesió social	Relacions interpersonals					Participació social	Cultura
	Família	Amistats	Veïns	Altres			
Interaccions socials, pertinença, relació i tensions entre grups socials	Situació familiar i relació, satisfacció, percepcions i sensacions de suport a la família	Importància de les amistats, tipus de contacte i suport	Contacte amb el veïnatge, confiança i suport	Relacions amoroses i vida sexual	Satisfacció amb les relacions actuals, sentiments de pertinença i reconeixement	Realització d'activitats de voluntariat i donació, participació a activitats socials, culturals, artístiques i esportives, pertinença a associacions, lleure	Importància de la cultura, la llengua i les tradicions i la seva preservació, percepció de canvis culturals

Font: Elaboració pròpia.

<b>Taula IV.1. Dimensió Política</b>					
Política					
Característiques del sistema polític del país				Participació política ciutadana	
Drets de la ciutadania	Organització social	Processos electorals	Mitjans de comunicació	Interès personal en política	Accions polítiques personals
Protecció dels drets fonamentals, dret a vot, dret a la participació política	Característiques del sistema democràtic, relació govern-ciutadania i comportament del sistema judicial	Fiabilitat del sistema electoral, possibilitat de discussió política, possibilitat de realització de referèndums, existència de partits en l'oposició, i formació del govern	Existència de mitjans de comunicació, consum de mitjans per part de la ciutadania, comportament dels mitjans durant els períodes electorals	Ideologia, interès en política i percepció de la seva importància, intenció de vot	Comportament de vot, participació en partits polítics, grups d'acció, signatura de peticions, manifestacions, boicots i sindicats, i contacte amb classe política i funcionariat

Font: Elaboració pròpia.

<b>Taula IV.2. Dimensió Política</b>		
Política		
Govern		
Avaluació de la situació general del país	Confiança en les institucions	Avaluació de polítiques
Situació política i social, satisfacció amb el govern, satisfacció amb els serveis públics i administratius, influència d'altres governs sobre el govern nacional, seguretat nacional, salut de la població, i pau i ordre	Confiança en el govern, Parlament, classe política, organismes europeus, sistema legal i judicial, policia, i autoritats locals	Avaluació de polítiques relacionades amb la reducció de desigualtats econòmiques, la lluita contra la corrupció, la transparència política, la immigració, la comunitat LGTB, la igualtat de gènere, i l'existència de polítiques adaptades a les demandes majoritàries

Font: Elaboració pròpia.

<b>Taula V.1. Dimensió Entorn</b>				
Entorn				
Àrea de residència				
Característiques de l'àrea de residència	Infraestructures i serveis	Espais i fenòmens naturals	Seguretat	Habitatge
Nivell d'importància de l'entorn per a la felicitat, satisfacció amb l'àrea de residència, qualitat de l'aigua i accés i assequibilitat a aliments determinats	Avaluació de la qualitat de serveis i espais públics i serveis administratius, avaluació de l'accés a serveis determinats, temps de desplaçament i trànsit, avaluació de determinades infraestructures, presència de comerços i refugis	Accés a entorns naturals, desastres naturals típics de la zona i preocupació de la ciutadania per aquests, relació dels humans amb la flora i la fauna autòctones	Nivell de criminalitat, violència i vandalisme en l'àrea de residència, sensació de seguretat física, mortalitat a les carreteres	Satisfacció amb l'habitatge, propietat de l'habitatge i problemes associats

Font: Elaboració pròpia.

<b>Taula V.2. Dimensió Entorn</b>		
Entorn		
Medi ambient		
Característiques de l'entorn natural	Impacte de l'activitat humana sobre el medi ambient	Cura del medi ambient
Clima, diversitat i qualitat del terreny, espècies autòctones, recursos naturals disponibles	Problemes mediambientals, contaminació, mal a la fauna silvestre, nombre d'hectàrees globals per persona	Preocupació per l'eliminació de deixalles i la contaminació, sentiment de responsabilitat per la cura del medi ambient, àrees protegides, ús dels recursos naturals i les energies renovables, reciclatge i lluita contra el canvi climàtic.
Font: Elaboració pròpia.		

<b>Taula VI.1. Ocupació i finances personals</b>					
Ocupació i finances personals					
Ocupació					
Condicions laborals				Contribució de l'ocupació a l'autorealització	Conciliació entre feina i vida personal
Característiques contractuals	Relacions interpersonals	Seguretat			
		Laboral	Física / Salut		
Situació laboral, tipus d'organització per a la qual es treballa, condicions contractuals, horari, pertinença a un sindicat.	Relació entre empleats i ocupadors.	Possibilitat de perdre ocupació, oportunitats de treball en el lloc de residència, oportunitats per emprendre un nou negoci.	Accidents i malalties laborals, sensació de seguretat a la feina.	Deures i obligacions laborals, satisfacció amb l'ocupació i importància d'aquest en la vida pròpia.	Equilibri feina i vida personal.
Font: Elaboració pròpia.					

<b>Taula VI.2. Ocupació i finances personals</b>				
Ocupació i finances personals				
Finances personals				
Situació financera	Estructura de consum de la llar / Nivell de vida			Seguretat financera
	Consum essencial	Consum no essencial	Béns	
Ingressos i pagaments, satisfacció amb la situació financera familiar	Capacitat per satisfer necessitats bàsiques (habitatge i alimentació)	Capacitat per a consumir béns no essencials, nivell adquisitiu per costejar lleure i vacances	Capacitat per a consumir béns no essencials, nivell adquisitiu per a costejar lleure i vacances	Presència de factors de risc financer (desocupació, malaltia, família monoparental, envelliment, dificultat per arribar a fi de mes, deutes, quantitat d'estalvis), endarreriments en pagaments i pressions econòmiques (de lloguer o hipoteca, factures de serveis públics, de préstecs)
Font: Elaboració pròpia.				



<b>Taula VII. Dimensió Educació</b>		
Educació		
Educació personal	Valors personals	Sistema educatiu nacional
Nivell educatiu, nivell d'alfabetització, aspiracions intel·lectuals	Valoració de l'educació, el coneixement tecnològic, l'assassinat, el robatori, la discòrdia, la conducta sexual	Accés a l'educació, despesa pública reservada a l'educació, dades de matriculació i graduació, nombre d'individus que ni estudia ni treballa, nombre d'individus sense qualificació acadèmica, grau de satisfacció amb el sistema educatiu públic nacional i les seves instal·lacions
Font: Elaboració pròpia.		

<b>Tabla VIII. Dimensió Salut</b>			
Salut			
Individual		Nacional	
Subjectiva	Objectiva	Dades nacionals	Sistema sanitari
Autoavaluació de l'estat de salut	Descans, malalties, hàbits alimentosos i consum de drogues	Esperança de vida, taxes de mortalitat	Possibilitat de rebre consulta i tractament mèdic mitjançant el sistema sanitari nacional, satisfacció amb el sistema sanitari, serveis oferts pel sistema sanitari
Font: Elaboració pròpia.			

<b>Taula IX. Dimensió Capital nacional</b>	
Capital nacional	
Capital econòmic	Altres capitals
Ràtio de creixement del país i en comparació amb els països veïns, percepció d'importància de l'economia per a la felicitat, ingressos per càpita abans i després dels impostos, deute públic, inflació, capital social, deute extern, consum, la despesa pública i nivell de pobresa	Capital humà
Font: Elaboració pròpia.	



## Crítica de llibres

AGUADO, JUAN MIGUEL. *Mediaciones ubicuas. Ecosistema móvil, gestión de identidad y nuevo espacio público*

Barcelona: Gedisa, 2020. Colección Comunicación. 270 pàg.  
ISBN: 978-8418193583.

BY REBECA ESCRIBANO GUILLAMÓN

Professora de la Universitat de Múrcia

[rebeca.escribano@um.es](mailto:rebeca.escribano@um.es)



### Mediacions ubiqües: el funcionament del nou ecosistema mediàtic

Les implicacions de la tecnologia en la vida de la ciutadania són sorprenents i els successius desenvolupaments tecnològics van transformant la nostra cultura. Una d'aquestes transformacions afecta el comportament en societat dels individus i té lloc, cada cop més, en el món digital a través de la tecnologia mòbil. A *Mediaciones ubicuas*, Juan Miguel Aguado, catedràtic de Periodisme i coordinador del Mobile Media Research Lab de la Universitat de Múrcia, proposa una teoria de la comunicació que defineix les noves formes comunicatives produïdes per “la mediación tecnológica” de “todas las esferas y momentos de la vida cotidiana” (p. 13). Aguado exposa les característiques de la transformació de l'ecosistema mediàtic, el principal atribut del qual és la ubiqüitat i l'instrument més important és l'smartphone. L'obra és un pas més en la recerca que Aguado realitza sobre l'impacte social de les comunicacions mòbils, els resultats de les quals podem trobar en llibres com *La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital* (Gedisa 2003) o *Emerging Perspectives on the Mobile Content Evolution* (IGI Global 2015).

El llibre analitza la mecànica de la comunicació mòbil i el nou rol que exerceix l'ésser humà en aquest entorn. A més, presenta una anàlisi crítica del funcionament dels mitjans de comunicació i de les plataformes en l'era digital, i enumera les relacions socials i econòmiques que sorgeixen en un nou capitalisme en què la monetització es realitza mitjançant les dades de la persona usuària. Aquí el lector o la lectora hi trobarà “una genealogia clara entre el *smartphone* y el *Big Data*, la inteligencia artificial (IA), los algoritmos sociales, la hipervigilancia, la economía de las plataformas y la nueva esfera pública virtual” (p. 12).

Les mediacions ubiqües abasten un conjunt de transformacions que donen lloc a un nou ecosistema tecnològic. En aquest escenari, el contingut també es transforma, tot i que pren trets dels formats d'altres mitjans, com la televisió o el CD, per adaptar-se a les característiques pròpies de la mobilitat.

El contingut es desmaterialitza i se socialitza mitjançant les possibilitats d'interacció i de transformació que ofereixen les diferents plataformes. Segons Aguado, “la singularidad de la tecnología móvil reside en su capacidad de superponer de modo ubicuo y continuo el contexto simbólico digital y el ámbito de interacción real con su entorno”; és a dir, “la tecnología móvil absorbe el mundo y lo reconstruye en mil prismas” (p. 26).

En el nou ecosistema de mitjans, els actors interactuen generant xarxes de valor, que en molts casos tenen un component econòmic. D'aquesta manera, sorgeixen nous models de negoci adaptats a una demanda ubiqüa d'un contingut desmaterialitzat i que es dissenya tenint en compte l'accés des de diferents dispositius. A més, aquest model de negoci es crea adaptant-se a nous rituals de consum que possibiliten la tecnologia mòbil. En aquests nous escenaris de consum, la gestió de la identitat esdevé un element determinant perquè “las interacciones sociales móviles y el contenido cultural [...] se involucran” en els intercanvis comunicatius (p. 102). Aguado utilitza el concepte “egosferes” per explicar aquestes dinàmiques de representació que es vinculen “con los ritos de auto (re) presentación” (p. 103). Amb aquesta idea “trata de designar una estructura de recursos simbólicos comúnmente usados para presentarse a sí mismo en relación con los demás en rituales de interacción social mediada por móviles” (p. 104).

L'autor descriu les empreses sorgides en el context de la tecnologia mòbil, principalment plataformes digitals, que utilitzen aquests ritus de la gestió de la identitat per cridar l'atenció del públic consumidor. No utilitzen la persuasió, com feien les indústries tradicionals, sinó que aspiren “a un poder-hacer suave, fluido, sin fricciones, como una segunda piel” (p. 53). En els nous models de negoci, “la información personal” és un actiu “cada vez más relevante” (p. 57) i sobre aquesta premissa es basen les plataformes crossmediàtiques.

Tots aquests canvis que es canalitzen en les mediacions ubiqües es donen en un món tecnològic que utilitza com a eina el Big Data, sense el qual no hauria estat possible aquesta transformació i que, com indica l'autor, implica unes

connotacions ètiques. Aguado destaca que l'ús de les dades no és una pràctica neutral i innòcua, sinó que està relacionada amb el coneixement de qui les selecciona i les organitza. Es tractaria d'una nova forma de poder en la qual els algorismes serien un actor social. “Las plataformas configuran, a través de sus servicios y aplicaciones, estructuras de recolección de datos” i “constituyen verdaderas estructuras de datificación con valor performativo”, configurant “la realidad en la medida en la que la miden o analizan” (p. 132), explica el professor al llibre.

D'altra banda, l'ús del *Big Data* ha donat lloc a un gir copernicà en el pla econòmic i ha generat noves maneres de monetització, que ara es realitza amb dades. En aquest punt sorgeix una altra qüestió ètica: la privacitat. Aguado considera que en el capitalisme actual el valor no es troba en les dades en si, sinó en l'ús que se'n fa i en els perfils i patrons que es creen. D'una banda, les estructures de la nova esfera virtual “limitan”, “ocultan” o “transforman” la privacitat “en un entramado de microdecisiones que se pierden en las infinitas opciones de configuración [...] o en interminables condiciones”, per la qual cosa afirma que “la privacidad se erige en una cuestión de privilegios” (p. 164) vinculada a la subscripció d'un servei o a la compra d'un dispositiu. D'altra banda, una altra de les qüestions ètiques que sorgeixen en les mediacions ubiqües és la vigilància de la interacció social dels individus que realitzen les institucions i les empreses. Originalment, aquesta pràctica s'ha utilitzat com a estratègia de defensa dels estats, no obstant això, el professor considera que ara ens trobem amb la dualitat de la vigilància política, el *Big Brother*, i la de les empreses, el *Big Business*. En el primer cas, els individus cedeixen les dades personals com a mecanisme de protecció i en el segon, per accedir a continguts i serveis de manera gratuïta i eficaç.

Aguado finalitza la teorització del nou sistema mediàtic amb un dels grans dilemes de la societat actual: la difusió de continguts d'odi i la desinformació. Com s'ha dit més amunt, les mediacions ubiqües suposen una transformació del missatge comunicatiu, tant en el format com en el contingut, vinculat a la identitat personal. No obstant això, de la mateixa manera que s'utilitza un component emocional en la comunicació de les relacions socials, es produeix una “emocionalización del discurso público” (p. 186) en els missatges informatius transmesos amb la tecnologia mòbil. Aquest és l'entorn ideal, segons l'autor, per desenvolupar patologies de la comunicació, que serien la difusió de missatges d'odi i *fake news*.

En conclusió, el valor d'aquest llibre rau en dos aspectes. El primer és que fa una proposta acadèmica, les mediacions ubiqües, per descriure el nou univers comunicatiu que propicia la tecnologia mòbil i conceptualitzar-lo dins del camp de la teoria de la comunicació. El segon és l'extensa bibliografia que fa servir, la qual cosa resulta d'enorme utilitat per a qualsevol lector o lectora que pretengui acostar-se al nou paradigma de la informació i la comunicació.

MARZAL-FELICI, J.; SOLER-CAMPILLO, M.; LÓPEZ-OLANO, C. *Participación ciudadana y medios de comunicación públicos, 1: Conceptos y teorías.*

València: Tirant Humanidades, 2021, 462 pàg.

ISBN: 978-84-18656-13-2.

PER ANTONIO LORIGUILLO-LÓPEZ

Professor Ajudant Doctor de la Universitat Jaume I

[loriguil@uji.es](mailto:loriguil@uji.es)



## La participació ciutadana com a eina per potenciar els mitjans de comunicació públics

Les corporacions públiques de mitjans estan en crisi. A la reducció dels seus pressupostos després del 2008 i a les conseqüents pèrdues de qualitat de l'oferta, d'audiència i de reputació s'hi sumen factors com ara l'absència de mecanismes de regulació de la governança despolititzats o la laboriosa adaptació al nou context de les plataformes digitals i de les xarxes socials. Aquestes qüestions, entre d'altres, són els eixos de *Participación ciudadana y medios de comunicación públicos, 1: Conceptos y teorías*, un llibre col·lectiu que, mitjançant una atenció polièdrica al tema candent de la participació ciutadana, busca "continuar contribuint a enriquir el debat sobre el paper dels mitjans de comunicació públics, i la seva rellevància política, econòmica, social i cultural, clau per al progrés del nostre país i de la nostra democràcia" (pàg. 46).

Els editors del volum, Javier Marzal-Felici, María Soler-Campillo i Carlos López-Olano, són investigadors en les àrees de Comunicació Audiovisual i Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat Jaume I i de la Universitat de València. La seva contribució neix del treball impulsat pel catedràtic Marzal-Felici en el context del projecte [PARCICOM](#) (Participació ciutadana i mitjans de comunicació públics: Anàlisi d'experiències de cocreació audiovisual a Espanya i Europa), un ambiciós estudi en curs que té el suport del Programa estatal espanyol d'R+D+I orientada als reptes de la societat, del Ministeri de Ciència i Innovació del Govern d'Espanya, i que està generant publicacions derivades en temes relatius a aquest camp (SOLER-CAMPILLO, GALÁN-CUBILLO I MARZAL-FELICI 2019; MARZAL-FELICI, SOLER-CAMPILLO I LÓPEZ-OLANO 2020; CAMPOS-FREIRE I LORIGUILLO-LÓPEZ). El volum conté, repartides en 14 capítols, les reflexions de 26 investigadors de trajectòria contrastada en aquest camp. En primer lloc, cal destacar la robusta introducció (pàg. 25-46), en què els editors ofereixen un context actualitzat tant de la situació dels mitjans de comunicació públics en l'era de les plataformes i de la postveritat com del repte que la participació

ciutadana suposa per a la seva relegitimació com a actors de l'esfera pública. D'una banda, la participació és un tret definitori de qualsevol mitjà de comunicació públic, i més en un moment en el qual la seva reputació es veu minvada per factors com ara els esmentats anteriorment, als quals cal sumar la manca d'independència política o "la creença estesa que tot model de gestió privada és millor" (pàg. 34). De l'altra, els beneficis de la implantació de mecanismes de participació pel que fa a "l'observança de bones pràctiques i a l'exercici d'una ètica, tant en l'esfera pública com en la privada" (pàg. 38) resulten innegables. En resum, davant d'aquest context mediàtic dominat pels mitjans comercials i contaminat per la desinformació, els editors defensen que "els mitjans públics són essencials per enfortir i millorar la salut de la nostra democràcia" (pàg. 38).

Els autors fixen així les bases sobre les quals es desenvolupen la resta d'aportacions. En el primer capítol, titulat "La participació de l'audiència en els mitjans públics de comunicació: D'una visió instrumental a una visió amb objectius" (pàg. 47-73), Anne-Sofie Vanhaeght i Karen Donders ofereixen, paradoxalment, un desmantellament raonat de la participació ciutadana tal com s'està aplicant als mitjans públics. Si bé la participació es considera de manera unànime com a imprescindible per a la seva renovació com a actors rellevants de l'esfera pública, les investigadores belgues parteixen de les crítiques abocades des de la democràcia deliberativa per assenyalar la seva aplicació "sense una deliberació crítica sobre si la participació contribuïa realment al concepte del programa, i molt menys a la tasca democràtica de les cadenes públiques" (pàg. 55). D'aquesta manera, "[en] lloc de fomentar l'empoderament de l'audiència, es fa servir l'audiència com un mitjà estratègic per fer front als reptes de l'era digital [...], però no per aconseguir objectius socials com l'augment de la diversitat" (pàg. 57). Per assolir aquests darrers objectius, les autores són clares: el principal repte per als mitjans públics és deixar de banda l'amenaça de la vulnerabilitat i afrontar l'obertura definitiva a les audiències com a participants actius, no únicament com a receptors dels continguts.

A continuació, en el capítol titulat "La participació ciutadana als mitjans públics de comunicació: què significa realment" (pàg. 75-98), Marius Dragomir presenta algunes tendències innovadores per involucrar la ciutadania atenent a tres àrees principals: un finançament via cànon centrat en el consum individual, una governança despolititzada i inclusiva amb la societat civil i l'obertura ferma de les sales de redacció per integrar la ciutadania en els continguts informatius i creatius.

Directament relacionat amb el text de Dragomir, en el capítol titulat "La participació en comunicació audiovisual: entre l'apropiació popular de la tecnologia i la llei del mercat" (pàg. 143-162), Emili Prado i Picó i Matilde Delgado Reina ofereixen una evolució completa dels paradigmes sobre la participació que s'han succeït en resposta als desenvolupaments tecnològics des de les trucades telefòniques en antena dels seixanta fins al *user generated content*.

Per la seva banda, a "La funció participativa dels mitjans públics audiovisuals en el context de la gran mediatització" (pàg. 227-244), Laura Cervi i l'actual president de RTVE, José Manuel Pérez Tornero, atenen a les transformacions derivades de l'impacte del web i d'Internet, fent especial èmfasi en la seva condició d'ens social. Segons les persones autores, la participació ha d'evitar replicar, en l'ús dels mitjans digitals, estratègies d'*engagement* d'operadors comercials per centrar-se en el seu paper com a servei públic.

Per manca d'espai, amb prou feines podem esmentar els complets capítols dedicats a temes tan pertinents com ara la participació en la governança de les RTV públiques (CAMPOS-FREIRE, RODRÍGUEZ-CASTRO I VAZ-ÁLVAREZ, pàg. 199-226), les percepcions de persones expertes de l'àmbit acadèmic, professional i del camp de la dinamització social (SOLER-CAMPILLO, LÓPEZ-OLANO I MARZAL-FELICI, pàg. 245-267), la participació ciutadana als informatius (LAMUEDRA-GRAVAN, M.; MATEOS-MARTÍN, C. I BOULLÓN, M.A, pàg. 269 -294), els mecanismes de participació a EITB (MIGUEL, J.C.; GARITONANDIA, C.; PEÑA, S. I CASADO M.A., pàg. 295-312) o el dret d'accés i la participació des de la perspectiva jurídica (VIDAL-BELTRÁN, J.M., pàg. 313-362). Aquestes aportacions se sumen a les d'autoritats en la matèria, com ara el difunt Enrique Bustamante (pròleg), Ana María López-Cepeda (pàg. 163-184), Ignacio Bergillos-García (pàg. 125-141), David Fernández-Quijada (pàg. 185-197) o Manuel Ángel Vázquez-Medel (pàg. 363-385), i no fan sinó manifestar les múltiples arestes de les quals es fa càrrec el llibre.

Per al personal investigador especialitzat en l'àmbit de la comunicació, aquest volum és una finestra necessària al paisatge canviant de l'audiovisual produït per mitjans públics. La segona part, prevista per a l'any 2022 i també de lliure accés, promet servir com a complement a aquestes reflexions gràcies a l'"estudi d'experiències en participació rellevants en mitjans de comunicació públics nacionals i internacionals" (pàg. 44). Amb això, aquest díptic suposarà una introducció interessant a les transformacions apassionants que s'estan produint en la cruïlla de camins entre el sistema audiovisual públic europeu i l'audiència atomitzada dels nostres dies.

## Referències

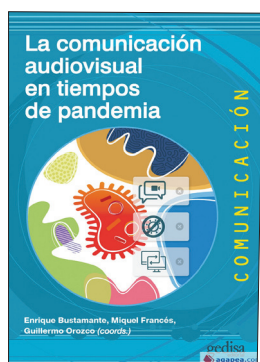
CAMPOS FREIRE, F.; LORIGUILLO-LÓPEZ, A. "Medios de comunicación públicos y participación". *adComunica. Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación* (2021), núm. 21, p. 21-23. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.21.2>

MARZAL-FELICI, J.; SOLER-CAMPILLO, M.; LÓPEZ-OLANO, C. "La creación de À Punt Mèdia (2013-19) como nuevo espacio público de comunicación". *Revista Latina de Comunicación Social* (2019), p. 1801-1817. <http://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/256/219>

SOLER-CAMPILLO, M; GALÁN CUBILLO, E.; MARZAL-FELICI, J. "Participació ciutadana i mitjans de comunicació públics. resultats de focus groups a acadèmics, professionals i experts en dinamització social". *Quaderns del CAC*, Vol. XXIII, 46, 2020, p.13-23. [https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-07/Q46\\_Marzal\\_et\\_al\\_CA.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-07/Q46_Marzal_et_al_CA.pdf)

## Revista de llibres

**BUSTAMANTE, E.; FRANCÉS, M. i OROZCO, G. (coord.)**  
***La comunicación audiovisual en tiempos de pandemia***  
 Barcelona: Editorial Gedisa, 2021. 440 pàgines.  
 ISBN: 9788418525681



Enrique Bustamante ha deixat un valuós llegat i un buit enorme després de la seva mort aquest 2021. La seva darrera obra, que va coordinar juntament amb Miquel Francés i Guillermo Orozco, reflexiona sobre el paper dels mitjans de comunicació audiovisuals en el seguiment i la retransmissió d'un esdeveniment que va trastocar la vida social global el

2020: la pandèmia de la Covid-19. La publicació pretén posar en relleu l'abast, les oportunitats i els reptes als quals s'enfronta el sistema mediàtic per comunicar i informar de manera acurada i ètica a la ciutadania.

El llibre aplega les comunicacions presentades a la trobada internacional de TVmorfosisCONTD, que va tenir lloc a la Universitat de València a finals d'octubre del 2020. Amb pròleg d'Enrique Bustamante, el llibre analitza els temes següents: l'accés a una informació rigorosa i contrastada, els riscos de la "infodèmia" i la situació dels mitjans en el període postpandèmia, la importància dels mitjans i els models de comunicació pública, el tractament mediàtic dels col·lectius socials més vulnerables, la divulgació científica i cultural a la pandèmia, la crisi i els models de comunicació pública, els continguts dels informatius i la rellevància de les tecnologies de la comunicació a través de les xarxes.

Per acabar, el llibre presenta un apartat final d'experiències de bones conductes en el marc de la multidifusió digital de continguts audiovisuals que va més enllà de l'espai televisiu generalista, amb un èmfasi especial en els continguts de proximitat.

Disponible [aquí](#).

**MACHARIA, S. (ed.)**  
***Who Makes the News. 6th Global Media Monitoring Project. Final report***  
 WACC, 2021. 166 pàgines.  
 ISBN: 978-1-7778038-0-3



El Global Media Monitoring Project (GMMP), per iniciativa de la WACC, publica el seu sisè informe sobre la presència i la representació de les dones als mitjans informatius del món. Amb un focus especial en la crisi de salut mundial per la Covid-19 i les desigualtats augmentades que acompanyen aquesta circumstància, la investigació en aquesta sisena edició onada ofereix una anàlisi sobre la representació de gènere en la cobertura dels mitjans durant una catàstrofe global i remarca l'augment del consum televisiu i dels continguts digitals, així com l'enlairament definitiu de les plataformes de vídeo sota demanda i l'accés majoritari de la premsa escrita a través de les seves pàgines web. També, i per primera vegada, l'informe inclou dades i anàlisis sobre els rols que tenen a les notícies els pobles originaris, les persones amb discapacitat, els grups discriminats per la seva ètnia i les persones adultes. Per primer cop, també analitza la representació de persones de més de 80 anys.

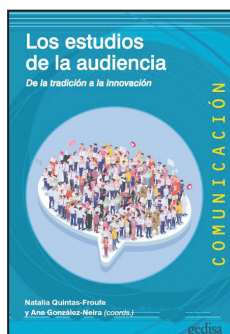
El GMMP 2020 s'ha implementat en 116 països i cobreix més de 30.000 peces publicades a premsa, televisió, ràdio, mitjans digitals i Twitter. L'estudi constata un panorama mixt de progrés, estancament i regressió en el biaix de gènere i els estereotips en les notícies i altres continguts, en què les dones són protagonistes només en el 25% de les informacions. L'informe reitera, una vegada més, la necessitat de tenir en compte els aspectes socials, legals, culturals i laborals per millorar la representativitat i el tractament de les dones en els mitjans de comunicació.

A més del text amb les dades mundials, el GMMP elabora informes específics per regions, com ara Europa o Llatinoamèrica, i també per països.

Disponible [aquí](#).

Informe sobre Espanya [aquí](#).

**QUINTAS FROUFE, N.; GONZÁLEZ NEIRA, A. (COORD.).**  
***Los estudios de la audiencia. De la tradición a la innovación***  
Barcelona: Editorial Gedisa, 2021. 264 pàgines.  
ISBN: 9798637554812



En aquesta publicació, Natalia Quintas Froufe i Ana González Neira recullen el coneixement, la reflexió i l'anàlisi de l'evolució de les audiències en un ecosistema mediàtic tan canviant com l'actual. S'ha elaborat en col·laboració amb l'Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació (AE-IC).

El llibre ofereix en deu capítols una aproximació teòrica al concepte d'audiència, la seva evolució històrica, les principals metodologies de recerca, tant quantitatives com qualitatives, i una anàlisi dels sistemes actuals de mesurament de les audiències en els diferents mitjans comunicatius: televisió, ràdio, premsa i digital. El llibre s'insereix en el marc d'una societat comunicativa en què l'audiència deixa en part el seu rol passiu i esdevé activa (o, com indica Guillermo Orozco en la introducció, hiperactiva) davant les pantalles i els mitjans, i en què la normativa de protecció de dades atorga a l'audiència el poder de donar o no el consentiment exprés per utilitzar les seves dades.

L'obra incorpora les contribucions d'Amparo Huertas (teories i maneres de pensar les audiències); Juan José Igartua (estudi quantitatiu de la recepció); Javier Callejo (metodologies d'investigació); Lorena Gómez-Puertas, Mònica Figueras-Maz i Iolanda Tortajada (fenomen fans i participació de les audiències); Luis Miguel Pedrero Esteban i José María Legorburu Hortelano (reptes del mesurament d'audiències de ràdio i àudio); Ana González-Neira, Eduardo Madinaveitia i Natalia Quintas-Froufe (mitjans impresos i poder de l'audiència); Ana Isabel Rodríguez-Vázquez (audiència televisiva i *total content rating*); Luis Deltell Escolar (audiència cinematogràfica); Natalia Papí-Gálvez i Marta Perlado-Lamo de Espinosa (mesurament d'audiències a Internet), i finalment, tanquen el llibre Vanessa Rodríguez-Breijo i Jorge Gallardo-Camacho amb el capítol dedicat als reptes dels estudis d'audiència en l'època digital i la cultura de la convergència.

Disponible [aquí](#).

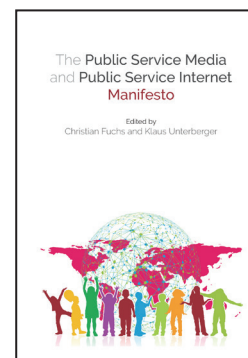
**FUCHS, C.; UNTERBERGER, K. (ED.)**  
***The Public Service Media and Public Service Internet Manifesto***  
Londres: University of Westminster Press, 2021. 135 pàgines. ISBN: 9781914386299

University of Westminster Press publica aquest llibre després d'un procés de debat i treball col·lectiu entre experts i professionals de la comunicació que demana — davant els atacs dels mitjans de comunicació públics, el creixement de les notícies falses en línia i l'evolució de la cultura de la postveritat— la defensa de l'existència, el finançament i la independència dels mitjans públics de comunicació, així com la creació d'un servei públic d'Internet.

L'edició recull el Manifest sobre mitjans públics i el servei públic a Internet i els materials que van donar lloc a la seva creació: l'informe de Christian Fuchs sobre els resultats de l'enquesta de mitjans de servei públic, la versió escrita de la xerrada en línia que Graham Murdock va fer sobre el paper dels mitjans públics en períodes crítics: la connectivitat, la crisi climàtica i la crisi de la Covid-19; i un resum d'una discussió d'eComitee platform sobre els fonaments del Manifest: mitjans públics, Internet i el futur de les comunicacions.

Amb tot, el Manifest posa l'accent en el valor dels mitjans públics i la creació d'un servei públic d'Internet per al futur de la societat com a alternatives sense ànim de lucre als gegants digitals.

Disponible [aquí](#).





JACKSON, D. ET AL. (ED.)

*Olympic and Paralympic Analysis 2020: Mega events, media, and the politics of sport*

Austin (EUA): Center for Sports Communication. Setembre 2021. ISBN: 9781910042335



El Centre de Comunicació i Mitjans Esportius publica aquest informe en què s'analitzen els Jocs Olímpics i Paralímpics de Tòquio 2020 des de l'avantguarda dels estudis de comunicació i mitjans de l'esport. La publicació vol esdevenir un recull dels pensaments, les reflexions i els coneixements immediats des d'una àmplia gamma d'influències

disciplinàries: els mitjans, els estudis de comunicació, els estudis culturals, la sociologia, les ciències polítiques i la psicologia.

La recerca ha comptat amb el suport de l'Associació Internacional de Comunicació i de l'Associació Internacional d'Estudis en Comunicació Social (IAMCR/AIECS), els membres de les quals han participat en la seva elaboració. L'informe, realitzat per persones expertes de l'àmbit acadèmic de tot el món, s'estructura en cinc seccions de contingut. El primer bloc analitza aspectes diversos dels Jocs Olímpics com a gran esdeveniment, amb discussions sobre el seu impacte, així com les preocupacions logístiques de l'organització a Tòquio en particular; el segon se centra en la cobertura i la representació dels mitjans, amb contribucions sobre identitat, gènere i estereotips, entre d'altres; el tercer i el quart capítol posen el focus en el rendiment atlètic i en la identitat dels i les esportistes. Seguidament, s'estudien les diverses formes de *fandom* i identitat nacional que generen les Olimpíades tant pel que fa al país que organitza l'esdeveniment com també als altres països que hi competeixen. Finalment, s'aborda la relació de la política amb l'esport amb la finalitat d'avaluar els factors polítics externs que poden incidir en l'organització d'uns Jocs Olímpics.

Disponible [aquí](#).

SVENSON, J.

*Wizards of the Web: An Outsider's Journey into Tech Culture, Programmins, and Mathemagics*

Suècia: Nordicom, 2021. 172 pàgines.

ISBN: 9789188855527

En aquest llibre, Jakob Svenson estudia els aspectes humans i culturals dels programadors i programadores que estan al centre d'un escenari social en què els algoritmes i els sistemes automatitzats exerceixen cada vegada més poder en les societats de dades connectades.

Svenson parteix de la idea que cal comprendre les persones que hi ha darrere les pantalles per entendre les relacions canviants de poder a les societats copsades per dades, mitjans digitals i sistemes automatitzats. En aquest sentit, la publicació aborda les regles, els ideals, els valors i la imaginació que guien els i les professionals de la programació en el seu treball. L'estudi empíric i acadèmic es basa en entrevistes amb professionals de l'enginyeria i de la programació, en observacions realitzades en seus centrals i conferències tecnològiques a Dinamarca, Suècia, el Brasil, Alemanya, l'Índia i els Estats Units d'Amèrica, i en un estudi de cas sobre la introducció de l'automatització algorítmica a la portada d'un diari escandinau.

Disponible [aquí](#).



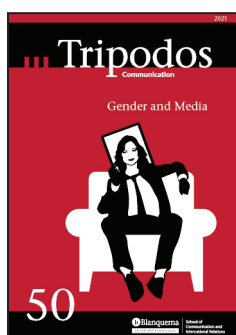


## Revista de revistes

### **Tripodos. Gender and Media**

Barcelona: Blanquerna - Universitat Ramon Llull  
Número 50, juliol 2021  
ISSN paper: 1183-3305, ISSN electrònic: 2340-5007

*Tripodos* celebra els 50 números amb la incorporació al consell editorial de les figures d'edició de gènere i d'edició juvenil. L'objectiu d'aquesta iniciativa és assegurar que el contingut publicat tingui una perspectiva de gènere, eviti els estereotips sexistes i la infrarepresentació de les dones als mitjans i, també, que les persones investigadores joves estiguin representades en la publicació.



En aquesta línia, aquest número aprofundeix en la intersecció del gènere amb la comunicació i la tecnologia. La revista aborda en diversos articles la identitat de gènere, els comportaments i la representació de dones i homes als mitjans i a les xarxes socials. En aquest sentit, l'estudi de Marta Mensa i Tao Deng examina com retraten les dones a Instagram, tant pel que fa a les marques de luxe del món de la moda, com per les etiquetes del públic a les xarxes. La recerca de Dafne Calvo, Eva Campos i Iris Simon confirma que les tècniques d'automatització i els fluxos contradictoris de potència són elements crítics per entendre el potencial real de les xarxes socials per al canvi social feminista, mentre que la recerca de Zeynep Gultekin-Akcay mostra com la representació del discurs dominant a la televisió afecta les percepcions dels infants sobre la masculinitat i la feminitat.

La revista també inclou articles sobre la representació de la identitat de gènere i la violència masclista en països concrets mitjançant l'espai cinematogràfic, l'art urbà o la publicitat.

Disponible [aquí](#).

### **Comunicar: Participación ciudadana en la esfera digital**

Huelva: Universidad de Huelva  
Número 69, octubre 2021  
ISSN paper 1134-3478, ISSN electrònic: 1988-3293

Les profundes transformacions de les tecnologies digitals i la participació social protagonitzen aquest número de *Comunicar*, que aborda la seva relació no només en l'àmbit de la comunicació, sinó també en el de l'educació i en el dels processos polítics. La publicació emfatitza sobre com les realitats digitals, en l'època de la pandèmia del coronavirus, han redefinit i impulsat la participació de la ciutadania en el seu paper com a consumidora i productora de continguts i la seva interacció massiva a la xarxa.



En aquest sentit, la revista reuneix cinc treballs que analitzen de quina manera les innovacions tecnològiques han creat oportunitats i espais que afecten la realitat política i social i que han reformulat el compromís cívic en línia. El primer article, "COVID-19 en YouTube: Debates y polarización en la esfera digital", d'Óscar Luengo, Javier García Marín i Emiliana de Blasio, presenta una anàlisi de la deliberació observada en aquesta plataforma d'intercanvi de vídeos sobre la Covid-19 a Itàlia, Espanya i el Regne Unit; mentre que "Participación ciudadana en Twitter: Polémicas anti-vacunas en tiempos de COVID-19", de Rafael Carrasco, Miguel Ángel Martín i Ernesto Villar, examina el grau en què les interaccions del públic a Twitter són favorables o desfavorables cap a les principals vacunes contra la Covid-19.

Disponible [aquí](#).

**Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura**

Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona

Núm. 64, juny 2021

ISSN paper: 0211-2175, ISSN electrònic: 2340-5236



La revista *Anàlisi* reflexiona en profunditat sobre la lluita contra la desinformació i la seva viralitat a través de les xarxes socials. El quadern aborda la qüestió de les notícies falses des d'una perspectiva multidisciplinària, en què convergeixen teories de la informació, informàtica, estadística i enginyeria de sistemes. També posa llum en el nou escenari del *deepfake* o hipertrucatge, que pot amenaçar la privacitat i incrementar els riscos derivats de les suplantacions d'identitat.

Per aprofundir en aquesta recerca, els articles analitzen diversos exemples. Concretament, Antonio M. Bañón utilitza la comèdia política *Yes Minister* (BBC, 1980-1984) per mostrar que el diàleg irònic entre personatges és una eina crítica poderosa de desinformació política, la qual s'adapta bé a la política habitual de YouTube; Marga Cabrera, Rodrigo Cisternas, Alberto López i Rebeca Díez estudien les publicacions a Instagram dels candidats presidencials de quatre països llatinoamericans amb eleccions el 2021 per identificar quina part del discurs estava relacionada amb el control de la pandèmia des d'una perspectiva multimodal; José Gamir, Raquel Tarullo i Miguel Ibáñez aborden la construcció de la imatge a través de la desinformació a Internet a partir de 161 notícies falses de caràcter racista, xenòfob o islamòfob desmentides el 2020 pels quatre mitjans espanyols de verificació d'informació acreditats per la International Fact-Checking Network: *Maldita.es*, *Newtral*, *Efe Verifica* i *Verificat*; Nadia Alonso, Pavel Sidorenko i Fábio Giacomelli analitzen la narrativa de la desinformació a través de les publicacions a TikTok de quatre països amb idiosincràsies i realitats nacionals diferents (Espanya, Portugal, Brasil i els Estats Units d'Amèrica); Lola Bañón condueix el seu estudi per mitjà de l'observació de la cadena Al Jazeera en els processos de verificació audiovisual de la redacció tradicional a l'estructura en núvol, i finalment, Francisco J. García aborda la tecnologia, les possibilitats i els riscos del *deepfake*.

Disponible [aquí](#).

**Ámbitos. Revista internacional de comunicación**

Sevilla: Universidad de Sevilla.

Núm. 53, edició estiu 2021

ISSN paper: 1139-1979, ISSN electrònic: 1988-5733



El focus de recerca d'aquest número de la revista *Ámbitos* se centra en Instagram, una de les xarxes socials de comunicació massiva amb major creixement, influència i potencial social en l'actualitat. La publicació presenta una sèrie d'articles amb aproximacions metodològiques i temàtiques variades per conèixer

cap a on es dirigeix aquesta xarxa i el seu públic usuari, que si bé va començar sent eminentment jove, no professional i que valorava principalment la imatge, ha acabat incorporant també un públic adult, professional, *influencers*, partits polítics, empreses, científics, acadèmics, institucions, etc.

El monogràfic obre amb uns estudis de cas per establir de quina manera les editorials fan servir Instagram per promoure i influenciar el mercat del llibre; per analitzar com el personal sanitari va utilitzar, durant les dues primeres setmanes de confinament per la Covid-19, les eines que ofereix la plataforma per aconseguir més repercussió entre les seves audiències, o com les etiquetes esdevenen una forma de gestió de contingut, que justifica el seu ús com a representació d'informació que es pot beneficiar de les tècniques d'indexació.

Finalment, el monogràfic inclou articles per examinar l'impacte que Instagram exerceix en les emocions, el màrqueting social, la publicitat, la veracitat de la informació, el tractament informatiu i els mitjans de comunicació.

Disponible [aquí](#).

**Internacional Journal of Communication**

Califòrnia: University of Southern California (USC)

Volum 15, 2020

ISSN: 1932-8036



La revista (IJOC) obre el seu quinzè volum amb una àmplia selecció miscel·lània amb contribucions de persones expertes sobre temes diversos, com l'ètica periodística i el discurs d'odi, el sensacionalisme, els estereotips, les migracions o les polítiques públiques.

Amb un focus especial en el camp creixent d'una de les aplicacions de les xarxes socials que permet la recreació de vídeos curts i populars amb facilitat, especialment entre els joves, la revista dedica una secció especial al fenomen social TikTok. Al llarg d'anàlisis quantitatives de continguts i d'una sèrie de casos qualitius, s'ofereix una visió dels marcs emergents, enfocaments, metodologies i aplicacions de la plataforma, i es fa èmfasi en l'anàlisi dels aspectes socials i del context cultural en què va sorgir; la propietat, governança i gestió; el seu contingut i cultura digital juvenil, i la seva popularitat durant la pandèmia de la Covid-19.

L'última part de la publicació presenta diversos articles sobre infraestructures digitals i intel·ligents i conclou amb uns textos sobre l'enfocament teòric entre la religió i els mitjans de comunicació.

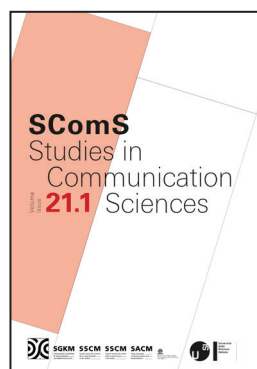
Disponible [aquí](#).

**Studies in Communication Sciences**

University of Zurich

Volum 21, núm. 1, juny 2021

ISSN paper: 1424-4896, ISSN electrònic: 2296-4150



SComS dedica el seu número de juny al paper dels mitjans de comunicació en les societats democràtiques. Concretament, se centra en la informació sobre les perspectives del públic usuari, la visibilitat en l'era digital i la responsabilitat social de la premsa, i la relació entre periodistes i audiència.

La revista està estructurada en tres apartats. La secció general conté un estudi de Dorothee Arlt amb el cas recent de la iniciativa popular suïssa "Sí a una prohibició del vel" que examina les percepcions del públic sobre el biaix mediàtic; la recerca de Thomas Zerback i Dominique S. Wirz sobre com els factors inherents als missatges influeixen en les reaccions en emojis de les persones usuàries de Facebook, i l'anàlisi de Nina Wicke i Monika Taddicken per conèixer com els mitjans de comunicació cobreixen la qüestió contemporània i global del canvi climàtic. Tanca la secció la contribució de Michael V. Reiss, Noemi Festic, Michael Latzer i Tanja Rüedy en relació amb la rellevància social de la selecció algorítmica.

La segona part és una secció temàtica sobre qüestions d'accessibilitat, representació, participació, diversitat i desigualtats; també examina la comunicació científica, els algorismes, les xarxes socials, les aplicacions de mitjans locatius, el programari lliure i els programes de televisió; seguida d'uns estudis empírics destinats a la visibilitat digital de gènere per assenyalar les desigualtats, posar de manifest l'ambivalència de la participació de les dones en els debats en línia, la replicació i el reforç de les normes de gènere a través de la tecnologia digital, així com per indicar altres desigualtats relacionades amb l'orientació sexual i el nivell socioeconòmic.

L'última part es completa amb una revisió de llibres i dos informes de conferències per posar de manifest com la transformació digital també afecta la ciència de la comunicació.

Disponible [aquí](#).

**L'Atalante: Revista de estudios cinematográficos**

València: Asociación Cinefórum L'Atalante i El Camarote de Pere Jules

Núm. 32, juliol 2021

ISSN paper: 1885-3730, ISSN electrònic: 2340-6992

L'edició número 32 de la revista cinematogràfica *L'Atalante* posa el focus en l'observació de la imatge de la dona en el món cinematogràfic espanyol, atenent al perfil femení amb diferents arquetips de modernitat, durant el període franquista.

La publicació recull una sèrie d'articles amb estudis de cas variats per verificar com les actrius femenines transgredien, de manera més o menys explícita, el model passiu, domèstic i servil que dictava el règim feixista per a les dones. La revista també fa una aproximació a les representacions socials de la dona, a les formes de treball en la indústria, als abordatges de la història del cinema a partir de les actrius, a l'anàlisi estètica de la feina interpretativa i, especialment, al seu paper com a portadores de nous models de feminitat per al públic femení.

En aquesta mateixa línia, la revista es completa amb un diàleg de Marga Carnicé Mur i Endika Rey amb l'actriu Teresa Gimpera en què s'aborden els diferents rols cinematogràfics que va encarnar al llarg de la seva trajectòria fílmica i el seu encaix personal dins dels diferents tipus d'arquetips a l'hora de representar una feminitat lliure i moderna.



Disponible [aquí](#).

## Revista de webs

### European Broadcasting Union (EBU)

<<https://www.ebu.ch/home>>

La European Broadcasting Union (EBU, UER per les sigles en francès, l'altra llengua oficial de l'organisme) és l'aliança mundial de mitjans de servei públic. Està formada per 115 organitzacions membres en 56 països i 31 associats addicionals a Àsia, Àfrica, Australàsia i Amèrica. Els membres de l'EBU operen prop de dos mil canals i serveis de televisió, ràdio i en línia, arriben a una audiència conjunta de més de mil milions de persones a tot el món i emeten en més de 160 idiomes.

L'objectiu principal de l'EBU és garantir un futur sostenible per als mitjans de servei públic. L'organització ofereix als seus membres l'oportunitat d'intercanviar continguts de qualitat, des de notícies fins a esports i música. El seu apartat de [recursos](#) aporta dades i [informes de tendències](#) d'elaboració pròpia sobre l'evolució del sector, entre els quals destaquen els següents:

- [Democracy and Public Service Media](#) (setembre del 2021)
- [Public Service Media and News](#) (agost del 2021)
- [Diversity and Public Service Media](#) (maig del 2021)

L'accés als documents del seu web té tres formats: només per a membres, per a persones registrades i alguns d'accés públic. Es recomana visitar el seu apartat [Knowledge Hub](#), que permet fer cerques de documents, vídeos i guies de l'EBU per temàtiques.

### Observatori Europeu de l'Audiovisual

<<https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/>>

L'Observatori Europeu de l'Audiovisual (OEA) forma part del Consell d'Europa, a Estrasburg. Va ser creat el 1992 amb l'objectiu de recopilar i distribuir informació sobre les indústries audiovisuals a Europa, tant des del punt de vista econòmic com jurídic.

D'entre els serveis que ofereix el web de l'OEA destaca [IRIS Newsletter](#), que informa mensualment de les novetats legislatives pel que fa a l'audiovisual en 41 països europeus. En més de 30 articles breus, proporciona una visió general regular i gratuïta del que ha passat en l'àmbit nacional i internacional en relació amb la legislació o les decisions judicials en camps com la radiodifusió, el cinema, els serveis de vídeo a la carta i la televisió IPTV.

Així mateix, l'OEA també publica cada març l'informe anual [Yearbook 2020/2021. Key Trends. Television, Cinema, Video and On-demand Audiovisual Services – The Pan-European Picture](#) (versions en anglès, francès i alemany). Destaquen també les seves bases de dades [Mavise](#), [Lumière VOD](#), [IRIS Merlin](#) o el seguiment de les [mesures Covid-19](#) per a l'audiovisual o de la [transposició de l'última directiva de serveis audiovisuals](#).

### Public Media Alliance

<<https://www.publicmediaalliance.org/>>

La Public Media Alliance (PMA) és l'associació mundial més gran de mitjans públics i se centra específicament en la promoció i el suport al servei públic audiovisual de tot el món. Fundada el 1945, l'organització té associats de tot el món, com ara la BBC, la ZDF o la Canadian Broadcasting Corporation, i ofereix als seus membres l'oportunitat d'intercanviar idees, opinions i bones pràctiques als mitjans públics.

La PMA organitza conferències internacionals, convoca beques, publica recerques i ofereix recursos i intercanvi de bones pràctiques als mitjans públics, com per exemple l'eina [Coronavirus: Resources and Best Practices](#). També incorpora un interessant [glossari](#) amb aspectes i definicions relacionades amb les missions de servei públic i els mitjans, així com un [butlletí setmanal](#) amb les últimes notícies del sector.

### EPRA: el servei públic i el paper dels reguladors

<[https://cdn.epra.org/attachments/files/3463/original/EPRA\\_PSM\\_Plenary\\_2\\_questionnaire\\_analysis\\_final.pdf?1554198287](https://cdn.epra.org/attachments/files/3463/original/EPRA_PSM_Plenary_2_questionnaire_analysis_final.pdf?1554198287)>

La Plataforma Europea d'Autoritats de Regulació (EPRA, per les sigles en anglès) es va crear el 1995 en resposta a la necessitat d'una cooperació més estreta entre les autoritats reguladores europees. Amb més de 25 anys d'experiència, és la xarxa de reguladors de l'audiovisual més antiga i més extensa del continent. Està constituïda per 55 autoritats reguladores de 47 països, entre les quals hi ha el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. La Comissió Europea, el Consell d'Europa, l'Observatori Audiovisual Europeu i l'Oficina del Representant de l'OSCE per a la Llibertat de Mitjans de Comunicació són observadors permanents de la Plataforma.

L'apartat web de [recursos](#) ofereix accés a documents d'interès, tant propis com dels seus membres. L'EPRA, que celebra dues reunions a l'any, va dedicar la seva 48a Conferència (Bratislava, 11-12 d'octubre del 2018) al servei públic i contingut d'interès públic en l'era digital. Com a documentació elaborada destaca:

- [Document d'introducció](#) (elaborat pel secretariat de l'EPRA)
- [Servei públic al Regne Unit](#) (Ofcom, Regne Unit)
- [Servei públic als Països Baixos](#) (CvdM)
- [Servei públic a Noruega](#) (NRK)
- [Servei públic a Suïssa](#) (Ofcom, Suïssa)
- [Servei públic a Letònia](#) (NEPLpadome)
- [Document de síntesi de totes les aportacions de les autoritats de regulació de l'EPRA](#) (elaborat per Ofcom, Suïssa)

### **Ofcom: anàlisi i actualització del servei públic**

<<https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/public-service-broadcasting>>

Des de l'aprovació de la [Communications Act 2003](#), el regulador britànic, Ofcom, té encomanada la revisió i l'actualització del servei públic audiovisual al Regne Unit. Els prestadors de servei públic són la BBC, Channel 3 (que opera amb el nom comercial ITV), Channel 4, Channel 5 i S4C (el canal en llengua gal·lesa).

Entre altres, l'Ofcom elabora l'[Informe anual de compliment del servei públic](#), estudis anuals sobre la [percepció del servei públic entre l'audiència](#) i [plans estratègics](#) per garantir-ne la sostenibilitat. Una obligació de servei públic del sistema normatiu britànic és la "Made outside London production", que té la intenció de desconcentrar la producció, fortament arrelada a la ciutat de Londres.

El seu web incorpora un apartat de [recerca](#) amb informes i dades multisectorials, enquestes i consultes públiques realitzades sobre la indústria audiovisual i els aspectes de servei públic de la comunicació.

### **International Association of Public Media Researchers (IAPMR)**

<<https://publicmediaresearchers.org/>>

Anteriorment coneguda com la RIPE (Re-invigorating the Public Interest in Media), la IAPMR reuneix més de 300 persones investigadores de l'àmbit acadèmic i professional, amb expertesa en l'anàlisi del sector públic de la comunicació. L'activitat de l'associació manté el format de la RIPE: una conferència biennal i una lectura durant l'any en què no hi ha conferència. Cada trobada l'organitza una universitat i un prestador de servei públic audiovisual locals.

Les [actes](#) de les conferències les publica [Nordicom](#) (Nordic Information Centre for Media and Communication Research, think tank de la Universitat de Göteborg, Suècia). Així mateix, la web de la IAPMR ofereix recursos per a la recerca: novetats editorials, dossiers elaborats per altres organismes, guies, revistes i publicacions periòdiques, novetats en polítiques de comunicació, reportatges i informació sobre webs, tots recollits en un [contenedor de recursos](#), així com una [newsletter pròpia](#) i activitat a [Facebook](#).

### **AIECS, Public Service Media Policies Working Group**

<<https://iamcr.org/s-wg/working-group/psm>>

L'[Associació Internacional d'Estudis en Comunicació Social](#) (AIECS, o IAMCR per les sigles en anglès, i AIERI en francès) té un grup de treball sobre mitjans de servei públic.

L'objectiu d'aquest grup de treball és examinar i inventariar bones pràctiques de rendiment i mecanismes de rendició de comptes per als mitjans de servei públic de diferents països, dins i fora d'Europa, per tal d'investigar-ne el funcionament.

### **London School of Economics, Media@LSE**

<<https://blogs.lse.ac.uk/medialse/>>

El [Departament de Mitjans i Comunicacions](#) de la London School of Economics and Political Science acull el think tank Media@LSE, organitzat com un conjunt de blocs que analitzen diversos temes del sector audiovisual. A més de l'esfera acadèmica, participen activament en el debat a Media@LSE representants de la indústria, policy makers, periodistes i altres actors rellevants del sector. Els àmbits de recerca i debat són, principalment: governança d'Internet, menors i audiovisual, representació als mitjans, desigualtats digitals, comunicació política, audiovisual i identitat. El servei públic, doncs, és una noció transversal que no té una entrada específica, però que és tractada en moltes ocasions.

Com a mostra, són rellevants les aportacions de [Damian Tambini](#), actual director del Màster Científic de l'LSE, [MSc Media and Communications](#), que recentment ha publicat l'article "[Public service media should be thinking long term when it comes to AI \(Artificial Intelligence\)](#)" (maig del 2021).



# Guia per a la presentació d'articles a la revista *Quaderns del CAC*

## Presentació dels articles

El text s'ha de presentar en suport informàtic (preferiblement PC i en format Word). Cada pàgina ha de tenir unes 30 línies aproximadament en **cos de lletra 12**. L'extensió màxima dels articles serà de **6.000 paraules**.

En la primera pàgina del document només hi ha de constar el títol, el nom de l'autor, el càrrec, l'adreça postal i l'adreça electrònica. L'article començarà a partir de la segona pàgina i ha d'incloure un **resum de 90/100 paraules** en la llengua original de l'article i en anglès, un **llistat de cinc paraules clau**.

S'acceptaran articles en  **català, castellà i anglès**.

## Enviament

Els articles es poden enviar a l'adreça de correu electrònic següent: [quadernsdeldcac@gencat.cat](mailto:quadernsdeldcac@gencat.cat)

## Cessió de drets de propietat intel·lectual

Tots els autors i les autores que col·laborin amb la revista han de remetre al CAC una carta signada en què consti la seva autorització per tal que el CAC difongui el seu article en qualsevol de les seves publicacions escrites i per mitjà del web (<<http://www.cac.cat>>). A la carta l'autor/a ha de declarar que els articles són obres originals i inèdites, que no estan subjectes al procés de selecció en una altra revista, i que es fa responsable de qualsevol reclamació derivada de l'incompliment d'aquesta garantia.

Les autoritzacions es poden enviar a l'adreça electrònica [quadernsdeldcac@gencat.cat](mailto:quadernsdeldcac@gencat.cat) o bé a la adreça postal:

Quaderns del CAC  
Carrer dels Vergós, 36-42  
08017 Barcelona

## Referències i notes

Les referències i les notes han d'anar situades al final de l'article. Les referències dins el text han d'anar entre parèntesi amb el cognom de l'autor, l'any d'edició i les pàgines: (Cognom any, pàgines).

El model de citació haurà de seguir els criteris establerts pel TERMCAT, que es basen en la norma ISO 690 i en la descripció bibliogràfica normalitzada internacional (ISBD).

Adreça electrònica de consulta:

<<http://www.termcat.cat/docs/docs/Bibliografia.pdf>>

## • Llibres

COGNOM, INICIAL DEL NOM/INSTITUCIÓ. *Títol*. Edició. Lloc de publicació: Editorial, any. Núm. de volum. (Col·lecció; núm.). ISBN núm.

## • Articles a revistes

COGNOM, INICIAL DEL NOM. "Títol de l'article". *Títol de la revista*. Vol. (any), núm. de l'exemplar, pàgines. ISSN núm. (opcional)

## • Contribucions en llibres

COGNOM, INICIAL DEL NOM. "Títol de l'apartat de la monografia". A: COGNOM, INICIAL DEL NOM/INSTITUCIÓ. *Títol*. Edició. Lloc de publicació: Editorial, any. Núm. de volum. (Col·lecció; núm.). ISBN núm.

## • Documents en línia

COGNOM, INICIAL DEL NOM/INSTITUCIÓ. *Títol* [En línia]. Edició o versió. Lloc de publicació: Editorial o distribuïdora, any de la publicació. <adreça web> [Consulta: data]

## Taules i gràfics

Les taules han de tenir **títols curts i descriptius**, i han anar numerades amb xifres aràbigues. Les notes i fonts corresponents a les taules es col·locaran al peu de cada taula.

Les taules i els gràfics s'han d'inserir en el document en un **format que en permeti l'edició** (per exemple, en Excel). Això és important perquè si s'inclou en format imatge, no es pot adaptar, si s'escau.

S'admeten il·lustracions, taules i gràfics en **color**, els quals han de tenir ben **identificada la font** d'on provenen.



## Guia per a la presentació de crítiques de llibres a la revista *Quaderns del CAC*

1. L'objectiu de la secció "Crítica de llibres" és ressenyar les principals novetats editorials en el món de la comunicació, i en especial, del sector audiovisual.
2. Les ressenyes han de ser originals i inèdites.
3. Els textos han de ser suficients perquè la persona lectora tingui una idea general del contingut del llibre ressenyat, així com una valoració personal sobre l'interès de l'obra. Per tant, cal que tingui una part de descripció i d'anàlisi de l'obra, i unes conclusions que indiquin a la persona lectora el valor i la importància del llibre.
4. Es recomana que les ressenyes s'ajustin a una extensió de 1.000 paraules; en cap cas no poden superar les 1.300 paraules.
5. Les obres ressenyades han de ser actuals, és a dir, han d'haver estat publicades en els dos darrers anys naturals complets, tot i que es pot incloure un llibre anterior si es justifica.
6. La ressenya ha d'estar encapçalada per un títol que en resumeixi el contingut, seguit de la fitxa bibliogràfica i de l'autor o autora de la ressenya, amb el càrrec i la institució a què pertany.
7. El model de citació de la fitxa bibliogràfica ha de seguir els criteris establerts pel TERMCAT, els quals es poden consultar a: <http://www.termcat.cat/docs/docs/Bibliografia.pdf> > COGNOM, INICIAL DEL NOM/INSTITUCIÓ. *Títol*. Edició. Lloc de publicació: Editorial, any. Núm. de volum. (Col·lecció; núm.). ISBN núm.
8. Es recomana presentar l'autor o l'autora de manera breu per mitjà d'un comentari de la seva trajectòria o obres més recents.
9. El resum i l'anàlisi del contingut és la part més important de la ressenya, per la qual cosa cal explicar el camp temàtic en què se situa l'obra, la perspectiva i els objectius que es proposa l'autor o autora, i la tesi fonamental del llibre i el seu desenvolupament.
10. La valoració crítica és generalment positiva, però es pot donar que sigui negativa, en tots dos casos s'exigeix una argumentació adequada. Cal informar la persona lectora sobre el valor, l'interès i la utilitat del llibre ressenyat. S'hi poden incloure, si s'escau, detalls com ara l'ús de fonts, la documentació, la bibliografia emprada per l'autor o autora, la presentació formal del llibre, etc.
11. Les possibles cites textuales del llibre ressenyat s'escriuran entre cometes. A continuació s'inclourà entre parèntesi el número de la pàgina. "Text de la cita" (p. XX)
12. Les referències bibliogràfiques de terceres parts citades al llarg de la ressenya cal que segueixin el model següent: (Cognom any, pàgina/es)
13. Les referències bibliogràfiques d'altres llibres citats en la ressenya s'han de recollir completes al final del text amb el mateix format que la fitxa bibliogràfica inicial, excloent-hi l'ISBN.
14. El text s'haurà d'enviar en suport informàtic, en format Word o RTF, a l'adreça electrònica: [quadernsdeldcac@gencat.cat](mailto:quadernsdeldcac@gencat.cat)
15. Tota ressenya enviada l'avaluarà el *book review editor*, qui pot donar el vistiplau per publicar-la, o demanar certes esmenes per a la publicació definitiva.
16. Les ressenyes es poden enviar en català, castellà i anglès. La difusió es farà per mitjà del web del CAC en format PDF.
17. Després d'acceptar la ressenya, l'autor/a ha d'autoritzar, amb una carta signada, que el CAC pugui difondre la crítica en qualsevol de les seves publicacions escrites i per mitjà del web (<http://www.cac.cat>). A la carta l'autor/a ha de declarar que la ressenya és una obra original i inèdita, que no està subjecta al procés de selecció d'una altra revista i que es fa responsable de qualsevol reclamació derivada de l'incompliment d'aquesta garantia.  
Les autoritzacions es poden enviar a l'adreça electrònica [quadernsdeldcac@gencat.cat](mailto:quadernsdeldcac@gencat.cat) o bé a la adreça postal:  
*Quaderns del CAC*  
Carrer dels Vergós, 36-42  
08017 Barcelona



# Sumari

---

<b>Presentació</b>	<b>3</b>
<b>Tema monogràfic: Cinema, ficció audiovisual i diversitat lingüística</b>	<b>5</b>
<b>AUTORA CONVIDADA</b>	
MARGARITA LEDO ANDIÓN. Cinema amb denominació d'origen	5
MARTA PÉREZ PEREIRO, MARIJO DEOGRACIAS HERRILLO I M. SOLIÑA BARREIRO GONZÁLEZ. Films insígnia, polítiques audiovisuals i circulació. Els casos de <i>Pa negre</i> , <i>Handia</i> i <i>O que arde</i>	13
ENRIQUE CASTELLÓ-MAYO, PIETARI KÄÄPÄ, KATE MOFFAT I ANTÍA LÓPEZ-GÓMEZ. Posicionament de veus alternatives a l'Europa audiovisual: el cas de la política lingüística catalana, gallega, basca i sami	25
HÅKAN CASARES BERG I HENRIQUE MONTEAGUDO ROMERO. La joventut gallega i les pantalles. Una aproximació sociolingüística	37
PABLO ROMERO FRESCO. Accessibilitat i estandardització: el dilema de la subtitulació en gallec	49
<b>Articles</b>	<b>63</b>
CRISTINA SANCHEZ-SANCHEZ. La felicitat allà on no hi és: estudi comparatiu dels índexs de benestar i el discurs electoral espanyol	63
<b>Crítica de llibres</b>	<b>81</b>
REBECA ESCRIBANO GUILLAMÓN. Aguado, J.M. <i>Mediaciones ubicuas. Ecosistema móvil, gestión de identidad y nuevo espacio público</i>	81
ANTONIO LORIGUILLO-LÓPEZ. Marzal-Felici, J.; Soler-Campillo, M.; López-Olano, C. <i>Participación ciudadana y medios de comunicación públicos, 1: Conceptos y teorías</i>	83
<b>Agenda</b>	<b>85</b>



**Consell  
de l'Audiovisual  
de Catalunya**