
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