
Presentación

Presentamos el número 47 de *Quaderns del CAC* dedicado a la temática **Cine y ficción audiovisual y diversidad lingüística**. Propusimos este tema movidos por la constatación de que la pandemia de la Covid-19 ha puesto de manifiesto que la ciudadanía realiza un consumo muy elevado de ficción, tanto de cine como de series. También se han constatado cambios en la manera de acceder a estos productos audiovisuales. Esta realidad ha colocado el foco sobre cuál es la presencia (o la ausencia) de las obras audiovisuales en lenguas minoritarias en las dietas mediáticas de las personas.

Este foco ha amplificado las voces de alarma sobre la salud del sector de la industria audiovisual en las lenguas propias de las naciones sin Estado y de las naciones pequeñas. Se ha identificado un conjunto de problemas a los que se debería poner remedio si se quiere garantizar la supervivencia de esta industria y, por extensión, de la diversidad de los contenidos. El futuro del sector de la producción audiovisual en lenguas minoritarias pasa por asegurar una oferta significativa de cine y series para las personas hablantes de estas lenguas, y por conseguir un nivel de circulación relevante que proyecte la diversidad de las culturas.

El artículo de pluma invitada para este número lo firma **Margarita Ledo Andión**, catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Santiago de Compostela, donde dirige el grupo de investigación Estudios Audiovisuales y ha realizado diferentes proyectos de investigación internacionales sobre la temática de este número. Aparte de una abundante contribución académica reconocida internacionalmente, la autora tiene una dilatada filmografía en lengua gallega y su última película, *Nación* (2020), ha recibido diferentes galardones. Su artículo “Cine con denominación de origen” rezuma esta doble condición de investigadora y realizadora que le permite formalizar la experiencia y, por esta vía, hacer propuestas de conocimiento que permiten interpretar la complejidad del fenómeno desde la pluralidad de ángulos implicados, que van de los estudios fílmicos a las políticas de comunicación, de la industria a la geopolítica, de la retórica de la diversidad a la homogeneización cultural, de la creación al consumo y, en el centro de todo, la lengua, el rol de los cines de naciones pequeñas, con Estado o sin, como vehículo de vigorización de las lenguas.

Marta Pérez Pereiro, Marijo Deogracias Horrillo y M.^a Soliña Barreiro González abordan el problema de la visibilidad del cine producido en lenguas minoritarias en España. En su artículo “Filmes-insignia, políticas audiovisuales y circulación. Los casos de *Pa negre*, *Handia* y *O que arde*”, analizan la contribución de los denominados *filmes-insignia*, películas que alcanzan notoriedad por ser premiadas en festivales y obtener éxito de taquilla proyectadas en su lengua original, a dar visibilidad a estas cinematografías que topan normalmente con dificultades de circulación y se ven obligadas al doblaje para su proyección en las pantallas españolas. El trabajo trata de identificar los factores que han contribuido al éxito de tres casos de las cinematografías catalana, vasca y gallega.

Enrique Castelló-Mayo, Pietari Kääpä, Kate Moffat y Antía López-Gómez, en su artículo “Posicionamiento de voces alternativas en la Europa audiovisual: el caso de la política lingüística catalana, gallega, vasca y sami”, abordan el rol del subtítulo de obras audiovisuales en lenguas no hegemónicas como herramienta para potenciar la interculturalidad. Realizan un escrutinio de las reglamentaciones europeas y sus transposiciones, en relación con la determinación del origen de las obras audiovisuales, la promoción de las lenguas y la diversidad cultural. La mirada de la situación relativa a Cataluña, Galicia y Euskadi da paso a un análisis profundo de un caso singular, el de los sami, que evidencia las múltiples contradicciones entre las declaraciones de intenciones de las regulaciones y la praxis de los mercados y los estados.

Håkan Casares y Henrique Monteagudo Romero se centran en el análisis del impacto sobre las lenguas y las identidades de los usos comunicativos propiciados por las tecnologías de la comunicación relacionadas con los consumos audiovisuales. Abordan la problemática que se suscita en las comunidades de lenguas minoritarias que ven cómo las prácticas comunicativas con estas tecnologías son dominadas por las lenguas hegemónicas, al tiempo que apuntan la posibilidad de utilizar sus capacidades para crear espacios de comunicación descentralizados y redes horizontales donde potenciar el uso de las lenguas propias. En su artículo “La juventud gallega y las pantallas. Una aproximación sociolingüística”, se acercan a los usos y actitudes lingüísticas de los jóvenes gallegos en el ámbito del audiovisual y las tecnologías de la información y la comunicación.

Pablo Romero Fresco aborda el debate de la calidad lingüística de la subtitulación de productos audiovisuales tanto para el público que desconoce la lengua como para las personas hablantes de la lengua con discapacidades auditivas en su artículo “Accesibilidad y estandarización: el dilema de la subtitulación en gallego”. El autor contextualiza a nivel internacional la doble función de la subtitulación como herramienta de estandarización lingüística y como herramienta de acceso, y la complejidad de conciliar estas dos finalidades cuando el habla contiene errores lingüísticos. El análisis del caso de una lengua minorizada en peligro de erosión muy acentuado como el gallego, sirve para subrayar la complejidad del debate.

En la sección de artículos, **Cristina Sanchez-Sanchez** analiza los discursos sobre la felicidad en el debate político en su artículo “La felicidad allí donde no está: estudio comparativo de los índices de bienestar y el discurso electoral español”. El artículo presenta los resultados de un estudio de contenido de los indicadores de felicidad popularizados en algunos países como herramienta para medir el bienestar social y la presencia de estos indicadores en el discurso político formulado en los *spots* televisivos de los partidos políticos españoles en la campaña de las elecciones generales de 2021.

Emili Prado i Pico
Director