

6. El català a l'audiovisual: un estat de la qüestió sobre disponibilitat, lleialtat i usos

JOSEP GIFREU
Secció Filològica

1. INTRODUCCIÓ

Aquest treball es proposa d'aportar unes notes d'urgència sobre l'ecosistema de l'audiovisual en català existent en els primers anys de la dècada de 2020. Adoptaré una aproximació a la qüestió des d'una perspectiva preferentment ecològica respecte de l'estructura i la dinàmica d'aquest subcamp de la comunicació i la cultura.

Vista la centralitat creixent de la cultura audiovisual en l'actual revolució digital en xarxa, la vitalitat i el prestigi del català com a llengua de comunicació i cultura dependran cada dia més de la capacitat creativa i competitiva de la llengua en l'ecologia global de les produccions, els serveis i les oportunitats d'ús de l'audiovisual.

Avui l'audiovisual conforma una cultura universal específica amb una imensa gamma de gèneres, formats i aplicacions. I en totes les seves manifestacions, la llengua —les llengües— sol ser un component central de la producció, emissió, accés i recepció.

El balanç sobre l'estat del català a l'audiovisual que pretenc d'aportar aquí parteix de dues hipòtesis de treball bàsiques. Primera: el grau de disponibilitat lingüística del català en l'ecosistema de l'audiovisual actual predetermina la seva eficiència competitiva.¹ Segona: el grau de lleialtat lingüística envers el català

1. Aplico a l'exploració el concepte de «disponibilitat lingüística» que diversos autors han desplegat per tal d'avaluar «la possibilitat de la ciutadania d'utilitzar una llengua» en un àmbit determinat com a garantia dels seus drets lingüístics. Per a un resum de les aplicacions del concepte, vegeu CLIMENT-FERRANDO, Vicent. «El multilingüisme: una qüestió d'Estat? L'avaluació de la política lingüística de l'Estat espanyol a través del concepte de disponibilitat lingüística». *Treballs de Sociolingüística Catalana*, núm. 32 (2022), p. 53-80: <<http://revistes.iec.cat/index.php/TSC/article/viewArticle/149008>>.

dels creadors i usuaris de l'audiovisual contribueix de forma determinant a la vitalitat i disponibilitat de l'ecosistema.²

D'acord amb aquest plantejament de la qüestió, desplegaré l'exploració en dues parts generals i complementàries: d'una banda, examinaré sumàriament els factors més rellevants que condicionen la capacitat competitiva del català en l'ecosistema actual de l'audiovisual; i de l'altra, tot i la complexitat i la manca de dades globals sobre aquest camp, procuraré recollir i avaluar elements i fets que mostren el grau de compromís de creadors i usuaris amb l'audiovisual en català.

Les limitacions d'aquest treball deriven de la seva condició d'exploració puntual sobre l'estat de l'audiovisual en català en un moment donat: la situació constatada per als anys 2021-2022. Com que es tracta d'un sector d'activitat creativa, empresarial i cívica molt dinàmica, amb importants impactes de l'ecosistema tecnològic i audiovisual global, l'abast d'aquesta exposició s'ha de circumscriure al breu període mencionat: és una limitació evident que reclamaria actualitzacions periòdiques sobre la qüestió.

Les fonts de documentació utilitzades per al present treball han estat bàsicament de dues procedències: les informacions puntuals de la premsa relatives al tema i alguns informes d'institucions públiques o d'entitats privades. Tot i la rellevància atribuïda darrerament al camp de l'audiovisual per les institucions i entitats interessades per la llengua, es feia difícil obtenir dades actualitzades sobre l'estat i la dinàmica del sector. La documentació disponible al respecte els últims dos anys era molt fragmentària, dispersa i poc sistemàtica, i sovint limitada al Principat de Catalunya.³ Dels hàbits, usos i pràctiques entorn de l'audiovisual al País

2. Entenc el concepte de «lleialtat lingüística» en el sentit introduït per Uriel Weinreich (*Language in contact*, 1953) i desenvolupat aquí, entre altres, per Francesc Vallverdú en diversos escrits. Vegeu VALLVERDÚ, Francesc, *El fet lingüístic com a fet social*. Barcelona: Edicions 62, 1973. El TERMCAT la defineix com l'«actitud lingüística d'un parlant que el predisposa a no abandonar l'ús de la llengua pròpia dins la seva comunitat lingüística».

3. A part de les referències citades a peu de pàgina, les principals fonts de dades disponibles i consultades van ser les següents:

Consell de l'Audiovisual de Catalunya. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya (BIAC)* (quadrimestral). Últim número consultat, núm. 22, setembre de 2022: Inici | Consell de l'Audiovisual de Catalunya (cac.cat).

Informe sobre l'Audiovisual a Catalunya 2021. Barcelona: juny de 2022: <<https://www.cac.cat/sites/default/files/2022-06/Informe%20sobre%20l%27audiovisual%20a%20Catalunya%202021.pdf>>.

El sector audiovisual a Catalunya 2021. Barcelona: Acció / Generalitat de Catalunya, maig 2022: <http://www.accio.gencat.cat/web/.content/banconeixement/documents/informes_sectorials/Audiovisual_-pindola-2022.pdf>.

Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2021-2022. Ministerio de Cultura y Deportes, Gobierno de España, setembre 2022: <<https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:f2932131-e501-4da6-b5f4-6387044916cf/encuesta-de-habitos-y-practicas-culturales>>.

Valencià, per exemple, no vaig localitzar dades actualitzades si no eren les desagregades de l'enquesta del Ministeri espanyol de Cultura i Esports que, en qualsevol cas, no permetien la discriminació per llengua d'ús; i d'altra banda, l'enquesta de la Generalitat Valenciana sobre coneixement i usos socials del valencià no aportava dades sobre els usos de l'audiovisual. Pel que fa a les Illes Balears, la darrera enquesta sobre usos lingüístics era de 2014. Atès, doncs, que bona part de la documentació existent sobre l'àmbit es referia a la situació a Catalunya, el treball no podia superar aquesta limitació. La manca de dades sobre els usos de l'audiovisual relatives al conjunt dels Països Catalans i al català global posava de manifest una anomalia històrica, i avui més vital que mai, per al coneixement i l'avaluació de l'estat de la llengua en aquest àmbit.

Finalment, el treball no analitza la situació del català en àmbits d'ús relacionats i de gran rellevància per a la llengua, però que no operen habitualment amb produccions audiovisuals, com els següents: les xarxes socials, la missatgeria al mòbil, el món de l'àudio (ràdio convencional i pòdcasts), la música en plataformes d'àudio, els webs visitats, les aplicacions d'internet o els assistents de veu.

2. SOBRE LA DISPONIBILITAT COMPETITIVA DE L'AUDIOVISUAL EN CATALÀ

El grau de disponibilitat existent de l'audiovisual en català i del català a l'audiovisual ve determinat per un conjunt complex de factors, entre els quals convindria destacar els de caràcter històric, politicojurídic, demogràfic, econòmic i sociocultural. De tota manera, situats als inicis de la dècada de 2020, calia tenir

-2021-2022.pdf>.-*Enquesta: Coneixement i ús social del valencià, 2021*. Departament d'Educació, Cultura i Esports de la Generalitat Valenciana, octubre-desembre 2021: <https://ceice.gva.es/documentos/161863132/354107748/%C3%9As+del+valenci%C3%A0+en+la+societat+2021_web.pdf>.

Enquesta de participació cultural de Catalunya 2021. Informe de resultats. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, agost 2022: <<http://cultura.gencat.cat/dadesculturals/>>.

Informe CAT 22. 50 dades sobre la llengua catalana. Plataforma per la Llengua, 2022: <https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/informecat-2022-web_1669043815.pdf>.

LLUENT, Èric (2022). «Joves i ús del català: Una radiografia del sector audiovisual». *Informe MediaCat, Grup de Periodistes Ramon Barnils*. Barcelona: <<https://www.media.cat/2022/01/18/joves-i-us-del-catala-una-radiografia-del-sector-audiovisual/>>.

MAS I MIRALLES, Antoni (2018). «El valencià segons l'enquesta del SIES de 2015». *Treballs de Sociolingüística Catalana*, núm. 28, p. 127-145: <<https://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000261/00000076.pdf>>.

MASSAGUER, Marina; FLORS-MAS, Avel·lí, i VILA, F. Xavier (2021). *Català, youtubers i instagramers. Un punt de partida per promoure l'ús de la llengua*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura: <<https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxius/29-btpl-catala-youtubers.pdf>>.

en compte un doble bloc de condicionants: d'una banda, els estructurals derivats de la fragmentació del territori històric del català entre diferents estats i diferents regulacions; i de l'altra, els derivats del règim jurídic de competències sobre mitjans i serveis de comunicació establert per l'Estat espanyol des de la Transició fins avui. Un règim aquest extremament lesiu per a les iniciatives i oportunitats de normalització d'un espai audiovisual en català. Es tracta d'un conjunt de condicionants que queden fora d'aquesta exploració i que sovint han motivat resistències i accions en contra de sectors polítics i socials de l'espai del català per a modificar les condicions de submissió i de desarticulació imposades. Un dels moments d'especial interès en aquest sentit fou el moviment i el debat de sensibilització sobre la centralitat del català a l'audiovisual viscut entre 2021 i 2022.

2.1. Un debat frustrat

En efecte, el problema de la disponibilitat de l'audiovisual en català i del català a l'audiovisual aconseguia de fer-se un lloc preferent els dos darrers anys a l'agenda política de l'Estat espanyol i de l'espai del català. L'espurna que motivà l'important debat polític, ciutadà i professional fou la tramitació a Madrid de la nova Llei general de comunicació audiovisual espanyola. El Consell de Ministres aprovava a finals de 2021 el Projecte de llei audiovisual i anunciava, contra allò pactat amb ERC a canvi d'aprovar els pressupostos de 2022, que la quota obligatòria del 6% del catàleg de les plataformes per a «les llengües cooficials» només es podia aplicar a les plataformes amb seu a Espanya. Per tant, en quedaven fora totes les grans plataformes nord-americanes hegemòniques. Al final, la llei s'aprovava al Congrés de Diputats amb els vots en contra dels partits independentistes catalans. Durant els mesos anteriors, el debat a Catalunya suscitat davant la imminent tramitació de la nova llei culminà amb un acte conjunt de tot el sector audiovisual, convocat per Òmnium Cultural, que reclamava que la llei espanyola blindés la llengua.⁴ Poc abans de l'aprovació de la llei al Congrés, les entitats de defensa del català, juntament amb les del basc, gallec, asturià i aragonès, feien públic un manifest per denunciar que la llei no protegia prou aquests idiomes i que, en canvi, prioritzava el castellà. Entre altres coses, denunciaven que les quotes per a garantir la pluralitat lingüística eren insuficients i purament testimonials. D'altra banda, els presidents dels consells de l'audiovisual català i valencià, Xevi Xirgo i José María Vidal, signaven un article conjunt en què denunciaven la *regressió* que implicava la nova llei respecte de

4. Vegeu «Un clam contra la llei Wert de les pantalles». *Vilaweb* (19 octubre 2021): <<https://www.vilaweb.cat/noticies/un-clam-contra-la-lei-wert-de-les-pantalles/>>.

les competències de les autoritats audiovisuals de Catalunya, el País Valencià i també d'Andalusia.⁵ El final del debat polític sobre la nova llei audiovisual espanyola va ser titllat per les formacions catalanistes de frustrant i de «nova ocasió perduda» per a la protecció de les llengües altres que l'espanyol en la nova era de l'audiovisual digital.⁶

Per la seva part, el Govern de la Generalitat de Catalunya impulsava el debat participatiu Pacte Nacional per la Llengua i aprovava el 29 de novembre de 2022 un paquet de «100 accions transversals» per la llengua amb una declaració que començava dient: «La llengua és una prioritat absoluta per l'actual Govern de Catalunya». I la primera de les accions era l'actualització de la Llei de comunicació audiovisual de Catalunya de 2005.⁷ El govern català va elaborar un avant-projecte de modificació d'aquella llei, que passà a informació pública el juny de 2022, bé que sense tramitació prevista. D'altra banda, el Departament de Cultura explicitava a mitjan 2022 un «gir de guió per l'audiovisual en català», anunciant, entre altres mesures, el doblatge i/o subtitulat en català de 80 estrenes de films.⁸ Tots els antics directors generals de la CCMA i altres personalitats institucionals signaven un article conjunt en què reclamaven una partida pressupostària digna per a la Corporació, sense la qual era impossible «reactivar l'ús social del català».⁹

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) impulsava un nou pla estratègic amb diferents fases de participació dels professionals. El procés de renovació culminava amb la redacció d'unes «pautes de transformació de la Corporació per als propers anys», que publicava el 2 de desembre de 2022 en l'informe programàtic *Connectem, per arribar a tothom*, i que establia 18 objectius i 67 línies d'actuació.¹⁰ Els responsables de la CCMA i de TV3 emprenien algunes

5. XIRGO, Xevi; VIDAL, José María, «La nova llei audiovisual: tard i malament». *Vilaweb* (3 juny 2022): <<https://www.vilaweb.cat/noticies/nova-llei-audiovisual-tard-malament/>>.

6. Vegeu, per exemple: ESTEVE, Mireia. «El PSOE ignora ERC i aprova la Llei de l'audiovisual amb el PP». *Ara* (27 maig 2022): <https://www.ara.cat/politica/erc-amenaca-retirar-suport-llei-l-audiovisual_1_4383913.html>.

7. «El català, llengua de país». *Govern extraordinari* (29 novembre 2022). Dossier de premsa: <<https://llengua.gencat.cat/web/.content/actualitat/2022/ElCatalaLlenguaDePais.pdf>>.

8. El Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya va exposar en un vídeo el 20 de juny de 2022 com entendre el *gir* a favor de l'audiovisual en català. Podeu recuperar-lo a: <https://www.youtube.com/watch?v=_FDvvBq5tuc>.

9. «La partida per l'audiovisual en català també es juga a casa». *Ara* (22 desembre 2021). L'article era signat per Jordi Cuixart, Joan Granados, Roger Loppacher, Joan Majó, Enric Marín, Miquel Puig, Núria Tió, Imma Tubella, Jordi Vilajoana i Vicenç Villatoro. Vegeu: <https://www.ara.cat/opinio/partida-audiovisual-catala-juga-casa-omnium_129_4220490.html>.

10. «Connectem, per arribar a tothom». CCMA (2 desembre 2022): <<https://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/1/3/1669963263331.pdf>>.

iniciatives per a recuperar competitivitat en el mercat de l'audiovisual,¹¹ com fou el llançament del canal infantil SX3 (en substitució del Super3) o l'anunci que durant el 2023 TV3 estrenaria trenta sèries en català.¹²

La televisió, encara

Les dades de penetració de l'audiovisual en la nostra societat detectaven algunes tendències els darrers anys dignes de destacar, com ara la preponderància d'internet i les pràctiques associades amb l'audiovisual digital, la relativa davallada de la televisió i de la ràdio convencionals i un sosteniment residual del cinema en sales.¹³ Per franges d'edat, totes les estadístiques mostraven una tendència clara a l'ús creixent d'internet per part dels joves en detriment de l'accés a la televisió tradicional en línia.

Tanmateix, la televisió continuava sent, tot i la revolució d'internet i de les xarxes socials, un mitjà encara central en la disponibilitat d'ofertes audiovisuals en una llengua particular. Ho corroboraven les dades sobre presència de canals convencionals —generalistes, temàtics, locals— i sobre audiències. Haurem de limitar aquí l'exploració de la situació a Catalunya, d'on disposem de dades actualitzades gràcies al CAC.

A part dels canals de la televisió local, eren 34 els canals de TDT disponibles al territori de Catalunya. D'aquests, 8 eren d'àmbit autonòmic, que tenien el català com a llengua vehicular, i 26 de procedència estatal, amb el castellà com a llengua vehicular (amb l'excepció d'alguns programes de RTVE i d'algunes desconexions d'altres canals). Tanmateix, la simple comparació numèrica de canals amb difusió a tot el Principat no explicitava la gran distància entre l'oferta televisiva en català i l'existent en castellà. Dels 8 canals en català només TV3 obtenia una penetració important. Les xifres de les audiències a finals de 2022 confirmaven el contrast: mentre els canals dels tres grans grups televisius espanyols i en espanyol —Atresmedia, Mediaset i RTVE— sumaven entorn d'un 60 % de l'audiència acumulada a Catalunya, el conjunt dels canals en català no arribava al 20 %.¹⁴

11. Nota del curador: V. a Besalú (2023 [aquest volum]: 136) dades per llengües del consum que fan els adolescents de productes audiovisuals.

12. Vegeu «Un 2023 de sèries en català a TV3 i TV3alacarta». CCMA (10 gener 2023): <<https://www.ccma.cat/tv3/un-2023-de-series-en-catala-a-tv3-i-tv3alacarta/noticia/3205628/>>.

13. Segons dades d'AIMC EGM per al conjunt de l'Estat espanyol, les xifres de penetració per al 2022 eren les següents: internet 86,1%, televisió 79,3, ràdio 54,4 i cinema 2,5. Vegeu: <<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>>.

14. CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya* (BIAC), núm. 22. Barcelona: CAC, setembre de 2022: <www.cac.cat>.

Disposar d'un o diversos canals de televisió de gran audiència determina clarament les oportunitats d'accés i recepció de programes en la llengua pròpia. Per exemple, el tancament del Canal 9 TV al País Valencià deixà sense veu pròpia una oferta que havia aconseguit a la dècada dels noranta quotes mitjanes entorn del 20 % d'audiència, que ara la nova televisió valenciana À Punt està molt lluny de poder recuperar. Per contra, experiències com la d'IB3 a les Illes Balears consolidaven una bona posició malgrat la quantitat d'ofertes espanyoles, fins al punt que en alguns moments (com per Sant Antoni, els dies 16 i 17 de gener de 2023) aconseguia fins i tot ser líder absolut.¹⁵

Per a Catalunya l'enquesta Òmnibus de la Generalitat, publicada pel Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) l'agost de 2022, oferia dades sobre quin canal de televisió o audiovisual es mirava més habitualment: com a primera opció, les preferències eren TV3 (28,3%), seguida de plataformes (13,3%), Antena 3TV (11,6%), La 1 (10,6%), Telecinco (7,6%), la Sexta (6,8%) i altres (12%).¹⁶ Segons el CEO, la informació d'actualitat era el contingut audiovisual més vist per l'audiència, per bé que els segments més joves (de 18 a 34 anys) preferien la ficció (pel·lícules i sèries). En tercer i quart lloc, apareixien els continguts relatius a l'entreteniment i humor i als esports. Pel que fa als mitjans d'accés, la televisió era la primera opció per a informar-se, amb un 78%, seguida de les xarxes socials (56%), mitjans digitals (49%), ràdio (42%), web d'un diari (31%), premsa (28%), web d'una TV (12%), pòdcast (11%) i web d'una ràdio. Ara bé, per edats, la tendència era clarament rupturista: el 83% dels joves de 18 a 34 anys s'informaven per les xarxes socials i 2 de cada 3 ho feien per mitjans digitals.

Les televisions locals/comarcals als territoris de la llengua, com la premsa i la ràdio locals, alimenten un important teixit sociocultural favorable al manteniment del català. Tot i les reduïdes audiències d'aquests canals, no es pot menystenir la seva funció d'intercomunicació popular a nivell local, i més quan tots emetien a través d'internet. L'elevada quantitat de televisions locals al territori (a Catalunya eren 49), la gran majoria amb el català com a llengua vehicular, posava de manifest la vitalitat de la llengua en les comunicacions locals, així com la capacitat de professionals i, no menys important, la formació d'una memòria iconogràfica local.¹⁷

15. IB3 desplega un programa especial per cobrir les festes de Sant Antoni a tot l'arxipèlag el dies 16 i 17 de gener de 2023 i aconseguí pics d'audiència en l'especial del Pi de Pollença que vorejaren el 17% de quota. Vegeu: <<https://ib3.org/ib3-televisio-lider-daudiencia-a-les-illes-en-el-dia-de-sant-antoni>>.

16. CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ. *Òmnibus de la Generalitat de Catalunya*. 2022-1 (amb treball de camp del 9 al 30 de maig de 2022): <Òmnibus. Centre d'Estudis d'Opinió (gencat.cat)>.

17. Segons el registre del CAC, a Catalunya el 2022 hi havia 49 canals TDT d'àmbit local, dels quals 11 públics i 21 privats, tots emetent en català. Per al País Valencià i les Illes Balears, no he

L'audiovisual en *streaming*

Més enllà de la disponibilitat del català en els mitjans i serveis audiovisuals tradicionals, l'eclosió de les plataformes de serveis OTT (Over The Top) en *streaming* ha revolucionat tot l'ecosistema de l'audiovisual. Les dades d'abonats a les principals plataformes de pagament a Catalunya mostraven la importància del fenomen. Segons el CAC, a mitjan 2022 el percentatge de persones abonades a alguna de les principals plataformes era com segueix: Netflix 61,0 % —el percentatge comprenia un total de 4 milions de persones i 1,4 milions de llars abonades; Prime Video 39,9 %; HBOmax 20,4 %; Disney+ 19,5 %; DAZN 7,8 %; Filmin 4,0 %; Rakuten 3,3 %; i altres 14,0 %. Molt probablement aquestes proporcions eren similars a les del País Valencià i de les Illes Balears.

La gran penetració assolida per aquests proveïdors de produccions audiovisuals, la gran majoria de procedència nord-americana —i a l'Estat espanyol traduïdes al castellà—, obligava a preguntar-se sobre la disponibilitat del català en les seves ofertes.¹⁸ Les dades disponibles el gener de 2023 sobre la presència del català en els catàlegs de les plataformes OTT procedien de dues iniciatives particulars. La base de dades *goitaquefanara.cat* declarava tenir inventariats 22.902 títols amb àudio o subtítols en català, dels quals 3.918 es trobaven disponibles en *streaming* i 35 en sales de cinema. Per la seva part, el portal *desdelsofa.cat* presentava el volum de l'oferta en català de les principals plataformes per aquest ordre: FilminCAT, amb 789 títols (el 8,5 % de tota l'oferta); Amazon Prime Video, amb 349 (2,4 %); Rakuten TV, amb 302 (4,5 %); Acontra+, amb 154; Apple TV, amb 115 (1,2 %); Netflix, amb 54 (0,7 %); i HBOMax, amb 6 títols en català.¹⁹ Aquestes dades posaven de manifest, d'una banda, el compromís de Filmin d'incloure una proporció important de produccions en català en el seu catàleg i, de l'altra, el menyspreu per la incorporació del català de plataformes amb tanta penetració com Netflix i HBOMax.

Però l'allau de noves ofertes (en castellà) alimentava l'anomenada «guerra de l'*streaming*». A l'èxit fulgurant de Netflix al llarg d'una dècada (encara aconseguia 222 milions d'abonats a tot el món el setembre de 2022), s'hi apuntaven

pogut localitzar dades globals; a partir d'una exploració personal, he comprovat que al País Valencià existien una desena de canals locals/comarcals, la majoria amb programació en valencià (per exemple, Televisió de Castelló, TV-A d'Alcoi, Tele Safor de Gandia, TV4 La Vall de la Vall d'Uixó, etc.). A les Balears, la Televisió d'Eivissa i Formentera era un bon exemple en aquest sentit.

18. Vegeu el rànquing de les sèries més vistes el 2022 a l'Estat espanyol, totes en castellà, a: *Barómetro OTT. Nuevo Informe Exclusivo GECA* (20 octubre 2022): <<https://www.geca.es/geca/informes/Bar%C3%B3metro%20OTT%20-%20Nuevo%20Informe%20Exclusivo%20GECA.pdf>>.

19. *Goitaquefanara.cat*: <<https://www.goitaquefanara.cat/catalog?p=ITUNES#>>; *Desdelsofa.cat*: <<https://www.desdelsofa.cat/>>.

progressivament ofertes de marques com HBO (HBO Max des de 2020), Apple TV+, Prime Video, Disney +, Paramount+, etc. Però, si tots aquests primers catàlegs de vídeo a demanda eren per subscripció, els darrers anys s'hi afegia una munició de noves marques gratuïtes, suportades per publicitat a l'estil de YouTube i accessibles des de qualsevol dispositiu intel·ligent. Marques com Pluto TV, Rakuten TV, Plex, Runtime, Tivify o Vicki oferien desenes de canals especialitzats en productes i formats audiovisuals, a més de possibles opcions de subscripció. I fins i tot apareixien plataformes *pirates* com Stremio, que oferien gratis pel·lícules i sèries de les grans productores. A tota l'opulència d'oferta en línia accessible als Països Catalans, calia sumar-hi els serveis en línia de les corporacions públiques, com l'espanyola RTVE Play o la francoalemanya ARTE.TV. Els milers de produccions audiovisuals de tota aquesta nova oferta de centenars de canals es doblaven o se subtitulaven en espanyol. La prestigiosa cadena ARTE.TV, per exemple, havia anat ampliant la seva doble versió lingüística en francès i en alemany, amb subtitulats en quatre idiomes més: l'anglès, l'espanyol, l'italià i el polonès.

El vell cinema en sala

Per avaluar la disponibilitat d'accés al cinema en català cal distingir dues línies d'actuació: d'una banda, la disponibilitat de cinema d'origen català rodat en versió original catalana; de l'altra, el cinema produït en altres llengües i distribuït en versió doblada o subtitulada en català.

Pel que fa al cinema d'origen català i en català, calia destacar la recuperació de la producció en versió original catalana registrada el 2022, després d'una llarga crisi del sector a causa de la restricció d'ajuts públics, la davallada d'inversions de TV3 i la pandèmia de la covid-19. L'èxit de la pel·lícula *Alcarràs* —Os d'Or a la Berlinale de 2022, el màxim reconeixement internacional obtingut mai pel cinema català i en català— representava no sols la continuïtat d'èxits del cinema català d'autor en els festivals internacionals, sinó també la represa d'un sector que aquell any produïa una desena de pel·lícules en català. Els Premis Gaudí de 2022 reconeixien la gran labor d'una nova generació de cineastes —la majoria, dones directores i productores— que apostaven per un cinema català compromès amb la qualitat i amb la llengua.²⁰

Tot i això, la proporció de pel·lícules en versió catalana disponibles en sala i sobretot en *streaming* continuava sent una gota enmig de l'oceà de l'ecosistema de l'audiovisual present a l'espai del català. La proporció d'espectadors de cinema

20. Vegeu, per exemple, la crònica de SAFONT, Joan «Els Gaudí homenatgen Agustí Villaronga, en una nit en què Alcarràs ha estat la gran triomfadora». *Vilaweb* (23 gener 2023): <<https://www.vilaweb.cat/noticies/el-mes-gran-que-teniem-els-gaudi-homenatgen-agusti-villaronga-en-la-nit-dalcarras/>>.

en català a les sales de Catalunya no arribava al 6 %. L'oceà de pel·lícules de ficció i documentals cinematogràfics disponibles a les sales i sobretot a les plataformes de vídeo en *streaming* continuava arribant en altres llengües, doblades i/o subtítulades generalment en espanyol o en anglès.

Només calia repassar la cartellera de l'oferta de les sales de cinema per a adonar-se de l'ínfima presència de pel·lícules en versió catalana (original, doblada o subtítulada). Per exemple, el cap de setmana últim de gener de 2023, a les sales en actiu de Barcelona, amb cinquanta pel·lícules en pantalla, només se n'oferien tres en versió original en català i una de subtítulada, i encara amb sessió única en cada cas. Les tres pel·lícules en versió original en català eren *Alcarràs*, *Suro* i *El fred que crema*, i la subtítulada era la francesa *La vida sense tu*. Més alarmant era encara la nul·la presència en sales de la versió doblada en català de la pel·lícula *Avatar: el sentit de l'aigua*, que s'havia estrenat en 80 sales de Catalunya a mitjan 2022, i que encara ocupava moltes pantalles i sessions als cinemes de Barcelona el gener de 2023 únicament doblada al castellà.²¹

Videojocs, la paradoxa

Segons dades de 2021 per a Catalunya, només un 6,2 % dels jugadors de videojocs ho feien en català.²² I no obstant això, segons el Llibre Blanc de 2021, Catalunya concentrava prop del 50 % de la facturació de videojocs de l'estat, amb uns 200 estudis de creació de videojocs i uns 4.000 professionals. També al País Valencià la indústria del videojoc aconseguia una presència important, com registra l'informe de 2019 sobre el sector.²³

La indústria dels videojocs tenia a Espanya una important posició —el cinquè mercat a Europa— en el desenvolupament i producció de videojocs, tal com registraven els darrers anuaris del sector i especialment el corresponent Llibre Blanc espanyol.²⁴ Segons aquesta font, els idiomes disponibles en les produccions

21. Vegeu notícia de l'estrena d'*Avatar*: <<https://llengua.gencat.cat/ca/detalls/noticia/Estrena-Avatar2-en-catala>>.

22. Vegeu les dades de l'*Enquesta de participació cultural de Catalunya* a: <https://dadesculturals.gencat.cat/ca/estadistiques_culturals_catalunya/>.

23. Vegeu per a Catalunya: *Llibre Blanc: la indústria catalana del videojoc, 2021*: <https://culturadigital.blog.gencat.cat/wp-content/uploads/2022/06/llibreBlancVJ_2021.pdf>; i *Catàleg d'Empreses de Videojocs a Catalunya 2022*: <https://culturadigital.blog.gencat.cat/wp-content/uploads/2022/07/empresesVJ_CAT_2022.pdf>; i per al País Valencià: *Llibre Blanc del desenvolupament de videojocs en la Comunitat Valenciana 2019*: <https://www.lasnaves.com/wp-content/uploads/2021/11/2020_DEV_llibre_blanco_videojocs_cv_2019.pdf>.

24. DESARROLLO ESPAÑOL DE VIDEOJUEGOS (DEV). *Libro Blanco del Desarrollo Español de Videojuegos 2021*: <<https://dev.org.es/images/stories/docs/libro%20blanco%20del%20desarrollo%20espanol%20de%20videojuegos%202021.pdf>>.

espanyoles eren, en primer lloc l'anglès (100 %) i el castellà (92 %), en posicions mitjanes el francès (59 %), alemany (56 %), portuguès (PT/BR, 49 %), rus (47 %), italià (46 %), xinès (44 %), japonès (39 %) i coreà (39 %). La proporció de «catalán/valenciano» venia a continuació amb el 19 %. Eren proporcions similars les que registrava l'informe citat del País Valencià (català/valencià, 11 %), però en el cas de Catalunya la proporció de produccions amb el català incorporat pujava el 2021 al 54 % (mentre l'anglès i el castellà s'aproximaven al 100 %).

Catalunya es trobava en la primera posició de la distribució territorial dels estudis de videojocs a l'estat amb un 24,7 % del total, mentre el País Valencià en tenia 9,6 % i les Illes Balears, 1,6 %. El Llibre Blanc espanyol reconeixia que Barcelona era el focus d'atracció principal per a la implantació de grans estudis internacionals. De tota manera, i segons la base de dades catalana VDJOC, només hi havia el 2022 en el mercat uns 100 videojocs registrats en català.²⁵ La indubtable vitalitat industrial d'aquest sector a Catalunya venia impulsada per la Taula del Videojoc, creada el 2019 a petició del Parlament de Catalunya. La Taula identificà vuit àmbits de treball (finançament, internacionalització, talent, gènere, salut, gamificació, e-sports i visió empresarial), però cap de dedicat a la llengua.²⁶ Ara bé, l'atenció canvià el juliol de 2022: en una taula rodona organitzada per la Secretaria de Política Lingüística sobre el català als videojocs, els ponents manifestaven ser «extremadament optimistes» perquè consideraven el 2022 com «un any de punts d'inflexió» en la progressiva incorporació del català als videojocs fets a Catalunya i en la traducció dels internacionals més populars.²⁷

3. SOBRE EL COMPROMÍS CÍVIC ENVERS LA PRODUCCIÓ, LA CIRCULACIÓ I ELS USOS DE L'AUDIOVISUAL EN CATALÀ

En aquest apartat proposo una exploració sumària d'algunes iniciatives cívi-ques que expressen la voluntat de resiliència dels ciutadans i ciutadanes de l'espai del català envers la normalització de la llengua en el vast camp de l'audiovisual a internet. Si al principi de la revolució digital l'activisme català demostrava afrontar la nova era amb iniciatives potents i ambicioses, ara un nou activisme sobretot entre les generacions més joves anava recuperant una certa capacitat d'incidència

25. Vegeu la base de dades sobre videojocs en català VDJOC: <<https://llengua.gencat.cat/ca/serveis/videojocs/>>.

26. Vegeu: «El Govern i el sector dels videojocs acorden 60 actuacions per accelerar-ne el posicionament a Catalunya». *Interacció* (17 juny 2022): <<https://interaccio.diba.cat/news/2022/06/llibre-blanc-videojocs>>.

27. MITATS, Roger. «El català als videojocs: una partida que comencem a guanyar». *3dnassos.cat* (31 desembre 2022): <<https://3dnassos.cat/el-catala-als-videojocs-una-partida-que-comencem-a-guanyar/>>.

en la vindicació i realització d'iniciatives pel català en els diversos àmbits de la cultura audiovisual. Aportaré aquí un paisatge, forçosament limitat, de la diversitat d'iniciatives sorgides de la societat civil per a impulsar la presència del català en els nous formats i espais de l'audiovisual i facilitar-ne l'accés i els usos socials.

3.1. Militants de les xarxes

A les xarxes socials podíem detectar el 2022 dues tipologies principals d'activisme per la llengua: els llocs web que difonien els continguts audiovisuals doblats al català, i els *influencers*, que utilitzaven les seves habilitats de difusió per alguna xarxa per incidir a favor de l'ús del català. Entre les iniciatives de la primera tipologia destacava, com hem vist abans, la creació de portals com *Goita-quefanara.cat* i *Desdelsofa.cat*. El primer portal era una base de dades dedicada a inventariar els títols de produccions audiovisuals amb àudio o subtitulats en català i el segon oferia una actualització permanent de l'estat de l'audiovisual en català a internet.

D'especial interès al web *Desdelsofa.cat* era la secció dedicada a «Creadors», un catàleg dels webs d'activistes interessats a promoure i comentar sobre les emissions en català dels diferents gèneres i formats audiovisuals, de les estrenes de films i sèries a les produccions d'*anime* i *manga*, de les bandes sonores als pòdcasts de films en català, dels videojocs en català als continguts en català de YouTube, etc. Cal fer menció també de la inclusió de webs en valencià, com el portal «Poblet» (per a trobar «tot el contingut en valencià que es crea a les xarxes socials»²⁸).

Entre les iniciatives de la segona tipologia destacava la «comunitat catalana de youtubers». A finals de 2022 comptava amb 827 integrants i més de 74.000 vídeos compartits, segons que registrava el web *youtubers.cat*. La llista dels canals a YouTube en català comprenia iniciatives des de l'any 2012 i oferia per a cada cas el nombre de subscriptors, de visualitzacions i de vídeos.²⁹ Amb resultats registrats a finals de 2022, era significativa l'activitat d'aquesta «comunitat», no sols pel nombre de visualitzacions del molts canals, sinó també per la quantitat de vídeos d'alguns. A tall d'exemple, els canals que presentaven xifres més elevades d'audiència eren els següents: El Pot Petit, amb 149,7 milions de visualitzacions (i 136.000 subscriptors); Dàmaris Gelabert, amb 84,3 milions de visualitzacions (i 2,1 milions de subscriptors); La Sotana, amb 8,4 milions de visualitzacions; Octuvre, amb 6,4 milions; Pot de Plom, amb 4,9; Jordi de Sant Jordi, amb 4,4; Filosofia d'estar per casa,

28. Vegeu «Poblet»: <<https://poblet0.webnode.es/>>.

29. Vegeu «Llista de canals (827)». A: Youtubers.cat: <<https://www.youtubers.cat/llista-de-youtubers/registrats>> (Consulta: 16 gener 2023).

amb 4,2; Juliana Canet, amb 4,1; Titelles Pamipipa, amb 3,9; i Paraula de Rahola, amb 3,9 milions.

Aquest repertori de més de vuit-centes iniciatives *youtubers* mereixeria una anàlisi aprofundida i sistemàtica per a avaluar l'impacte social de les seves emissions i també l'impacte en la normalització de la llengua en una plataforma tan accessible. A títol indicatiu, es pot conjecturar que moltes d'aquestes iniciatives responien no sols a la voluntat d'usar el català en les intervencions obertes en pantalla, sinó també en molts casos al compromís militant per la llengua. Alguns exemples en aquest sentit: Doblatge en català, La filòloga de guàrdia, Llenguaferrits, Llengua a l'abast, CatalanParaLatinos, Aprén valencià en línia, La Bressola A Casa, Perduda entre paraules, Nans, nens, nins, Vocabulari bàsic en LSC, Easy Catalan Podcast, Smile and Learn-Català, etc.³⁰

L'activisme dels influenciadors era reconegut i promogut el 2022 en dues cites: La Troca a Palma i La Fera a l'Hospitalet de Llobregat. La Troca va reunir el 15 d'octubre al Teatre Xesc Forteza de Palma una vintena de *youtubers*, *tiktokers*, creadors de pòdcasts i jugadors de videojocs, que tenien en comú de fer-ho en català. La jornada era organitzada conjuntament pel Govern de les Illes Balears, la Generalitat Valenciana i la Generalitat de Catalunya a fi de promoure el català a internet. A Catalunya, el productor Albert Lloreta impulsava el juny de 2022 La Fera, que definia com «una fàbrica digital per a creadors de contingut, *streamers* i pòdcasts en català». La iniciativa, que comptava amb el suport econòmic d'Òmnium Cultural i de la Fundació PuntCat, pretenia professionalitzar i monetitzar una selecció de les produccions d'aquests creadors a internet.

3.2. Bojos pels videojocs

La gran afecció als videojocs —amb un 50 % de catalans i catalanes afecionats, la gran majoria joves menors de vint anys— contrastava amb l'absència del català en els videojocs més populars i segurament explicava la paradoxa que només entorn d'un 6 % jugava en català i que la majoria ho fessin en espanyol o en anglès. Tanmateix, l'activisme per la llengua en aquest àmbit de l'entreteniment es vehiculava ja des de 2013 a través de *GamingCat*, la «comunitat de comunitats» de catalanoparlants aficionats als videojocs d'arreu dels Països Catalans i, segons impressions del sector, si el punt d'inflexió fou a partir de 2018, el 2022 significava ja la consolidació de la incorporació gradual del català als videojocs.

30. Un exemple de militància pel valencià d'una *youtuber*: Miss Tagless, *nickname* de Silvia P. Sesé (Pedreguer, Marina Alta, 1992), una de les influenciadores amb més seguidors al País Valencià. El novembre de 2021 comptava amb 14.000 seguidors a YouTube, 7.000 a Instagram i a Twitter i 6.000 a TikTok. El 2018 emetia aquest vídeo: <<https://www.youtube.com/watch?v=NjnDEgE7-Y8>>

Bona part del mèrit i millora d'expectatives corresponia a l'Associació Gaming.cat, la qual incloïa, a més de jugadors, també desenvolupadors i fans dels esports electrònics. Entre els seus objectius declaraven el d'impulsar la creació de contingut en català, d'ajudar-ne d'altres per crear contingut traduït al català i de crear campanyes d'informació i difusió de jocs en català «i d'estudis catalans, valencians o de les Illes Balears». Des de 2020 organitzaven els Premis GamingCat per reconèixer la labor de creadors i de videojocs en català.³¹

Entre altres iniciatives similars, destacava la del recent Projecte Ce Trencada, nascut el març de 2021. A més de promoure la normalització del català als videojocs, pretenien mitjançant la traducció reivindicar la visibilitat del català a nivell internacional. El grup estava format per traductors i traductores professionals. I en poc més d'un any havien aconseguit la traducció d'obres mestres del món dels videojocs com *Dark Souls Remastered*, *Super Mario 64*, *Hollow Knight*, *The Binding of Isaac* o *The Secret of Monkey Island*.³²

D'altra banda, i per impuls de Plataforma per la Llengua, a principis de desembre de 2022 naixia la primera edició del SAGA, la nova fira de videojocs, que situava la llengua com a eix vertebrador de la trobada i que aspirava a ser «un referent de futur dins del sector als territoris de parla catalana». La fira també creava els Premis SAGA, que reconeixen els millors videojocs en català de l'any.

3.3. Videoclips a l'alça

Gràcies a la bona feina de l'equip de la revista *Enderrock* podíem apreciar amb dades molt fidedignes el consum de videoclips musicals en català. Per setè any consecutiu, la revista publicava per a 2022 el rànquing dels 100 videoclips en català més vistos a YouTube (no incloïa reproduccions en altres plataformes com Vimeo, TV3.cat, etc.). *Enderrock* va identificar un total de 1.169 videoclips en català distribuïts a YouTube durant el 2022, que sumaven un total de 20,7 milions de reproduccions (un 25,4 % inferior a les 27,8 milions de 2021).³³ Encapçalava el rànquing el videoclip «Supermercat» del raper de Terrassa Lildami (que havia estat jurat al programa *Eufòria* de TV3), amb un total de 1.006.100 visualitzacions. Els primers 100 videoclips totalitzaven 15,3 milions de reproduccions, una xifra molt inferior a la de 2021 amb 22,7 i encara més a la de 2019 amb el

31. Vegeu «Gaming.cat»: <<https://www.gaming.cat/qui-som/>>.

32. PARISI, Francesc G. «Projecte Ce Trencada: La resistència multimèdia catalana». *Les Notícies de llengua i treball*, núm. 55 (desembre 2022). Vegeu «Ce Trencada»: <<https://www.cetrencada.cat/ce-trencada/>>.

33. NOVELL, Jordi. «Els videoclips més vistos de 2022». *Enderrock* (1 gener 2023): Els videoclips més vistos de 2022 | Enderrock.cat. La llista completa dels top 100 es pot consultar a: <<https://www.enderrock.cat/noticia/25455/top-100-videoclips-catala-youtube-2022>>.

rècord de 56 milions. Segons la revista, els artistes que situaven més videoclips en el top 100 eren els valencians La Fúmiga i El Diluvi, juntament amb els grups per a públic familiar El Pot Petit i Rock x Xics, amb 5 cadascun. El llindar per a entrar al top 100 dels videoclips en català el 2022 era de 41.000 reproduccions, menor que el 2021 (51.000), però molt superior al de 2016 (21.000), per exemple. Per a la inclusió en el rànquing, almenys el 30 % de la lletra de la cançó havia de ser en català.

D'altra banda, i per quart any, Enderrock presentava dos rànquings complementaris: els 25 clips d'artistes del País Valencià més vistos i els 25 de les Illes Balears: el primer valencià era *Panya*, de Zoo, i el balear, *Oh la la*, d'Antònia Font.

4. PERSPECTIVES I PROPOSTES

El gran desafiament que l'era d'internet planteja a la comunitat de catalanoparlants és com fer front a la diglòssia digital i, més específicament, a la «diglòssia audiovisual», amb la particularitat que en aquesta fase de diglòssia al procés de substitució del català per l'espanyol (o el francès o l'italià) s'hi afegeix l'anglès.

Observem, per exemple, la gran ruptura amb el «passat audiovisual» que representa la supremacia gairebé absoluta de les tecnològiques en l'oferta de producció audiovisual a través de plataformes i grans xarxes socials. Cada dia sembla més inapropiat considerar-les multinacionals *estrangeres*: formen part ja dels usos i costums (culturals) de cada lloc del planeta. Des del punt de vista de l'ecosistema del català a l'audiovisual, les pràctiques, els catàlegs i la penetració d'aquestes marques ja tenen tant d'impacte com, per exemple, les tradicionals cadenes espanyoles de televisió o les distribuïdores de cinema en versió espanyola o més i tot. La globalització de les economies i dels mercats de l'audiovisual ha afegit a l'anterior dèficit de normalització del català en aquest àmbit un nou repte global: sense un estat protector, com és el cas del català, difícilment es podrà regular la invasió de produccions en llengües tan potents com l'espanyol i l'anglès. Ara bé, si els avenços de les tecnologies de traducció automàtica permeten en un futur pròxim la tria d'àudio en català des d'altres llengües en qualsevol producció audiovisual, llavors es plantejarien dos nous reptes cabdals: la tria de la llengua de traducció per part dels usuaris catalanoparlants, posant a prova el grau de lleialtat lingüística; i la creació i producció de produccions audiovisuals catalanes i en català amb prou qualitat i capacitat competitives per a poder integrar-se als circuits mundials (com han aconseguit, per exemple, algunes obres de la literatura catalana).

En la perspectiva de consolidació de l'era digital, l'espai català de comunicació ha d'afrontar una nova frontera: la del català global gràcies a internet. Però a

tal fi serien imprescindibles tant la cooperació i coordinació de les institucions del territori adoptant polítiques ambicioses en el camp de la cultura audiovisual, com el compromís dels catalanoparlants, des del territori o des de la diàspora, per la creació audiovisual en català i per l'ús preferent de la llengua en el consum audiovisual. Amb aquest horitzó de fons, acabo l'exploració suggerint algunes propostes d'actuació, com les següents:

— Acordar un pla estratègic ambiciós entre les diverses administracions del territori per tal d'establir les bases pròpies d'una indústria audiovisual en català capaç d'atraure creadors i consumidors interns i de competir a l'exterior per la qualitat i varietat de propostes creatives. El projecte Catalunya Media City, el *hub* audiovisual català que s'ubicarà a les Tres Xemeneies (entre Sant Adrià i Badalona) apunta en aquesta direcció. Es podrien tenir molt en compte les estratègies de països amb llengües i problemàtiques similars.³⁴

— Preparar la nova etapa que s'obre amb l'aplicació massiva de la intel·ligència artificial a la traducció automàtica al català —de text a àudio i d'àudio a àudio— de l'àudio de les produccions audiovisuals en altres llengües. Una aplicació aquesta que podria fer del català una llengua habitual d'accés a pel·lícules, sèries, vídeos i programes de TV de qualsevol procedència i alhora facilitar la difusió global de produccions en català d'interès per a ser traduïdes en les llengües que disposin de l'aplicació.

— Dedicar recursos suficients per part de les institucions de l'administració al seguiment constant de l'evolució del català tant pel que fa a la disponibilitat en els diferents circuits i serveis de l'audiovisual com en els usos dels catalanoparlants i dels no catalanoparlants. Fins i tot a Catalunya, on l'atenció i el suport al sector audiovisual es feien patents els darrers anys, el focus de l'interès semblava bàsicament industrial, obviant sovint l'atenció a la presència de la llengua en els diversos àmbits del sector.³⁵

— Potenciar la creació de grans obres de cinema i d'ambicioses sèries en versió original catalana que puguin interessar arreu del món. Tenim exemples recents de com es pot ser local i universal: *Alcarràs* és una excel·lent mostra del talent existent sobretot entre les noves generacions de cineastes, una bona part dones. I podem copiar estratègies d'acció i de cooperació com, per exemple, ens

34. A tall indicatiu, podrien ser d'especial interès en aquest sentit les iniciatives institucionals dels països nòrdics, com Nordisk Film & TV Fond (<<https://nordiskfilmogtvfond.com/about-us>>), Danish Film Institut (DFI) (<<https://europeanfilmfunding.com/Fund?id=24&Who=menu>>) o Flanders Audiovisual Fund (VAF) (<<https://www.vaf.be/en>>), entre altres.

35. Només calia consultar informes tan complets com l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2021* del CAC, citat, o *El sector audiovisual a Catalunya 2021* de la Generalitat de Catalunya, amb milers de dades sobre tots els aspectes del sector audiovisual, però sense cap referència a indicadors de la llengua d'acompanyament i d'ús.

poden ensenyar els països nòrdics, ja sigui amb les línies d'inversió, de coproducció, de promoció i de distribució entre ells, ja sigui amb polítiques nacionals d'envergadura i ambició, com per exemple és el cas de Dinamarca.

— Afavorir i estimular la vitalitat dels entorns cooperatius tipus *wiki* en català que faciliten la comunicació entre internautes respecte, entre molts altres àmbits, de les manifestacions audiovisuals. Era el cas, per exemple, de One Piece Català Wiki, amb més de 5.400 articles sobre el famós manga i anime *One Piece* o Bola de Drac Wiki, amb més de 2.000 articles, etc. O el cas de «Nintenhype.cat», la comunitat catalana de Nintendo, dedicada a «portar contingut català de tot el relacionat amb Nintendo» i oferir informació i comentaris sobre els videojocs d'aquesta marca.³⁶

— Generar una cultura audiovisual a les escoles i els instituts amb dedicació i preferència pel coneixement de la tradició cinematogràfica i audiovisual en català. Fomentar en els escolars i adolescents l'interès per la creació i l'intercanvi de vídeos i produccions audiovisuals amb acompanyament de la llengua catalana i per l'accés preferent a manifestacions audiovisuals —pel·lícules, documentals, videojocs, videoclips, etc.— en català.

— Revertir la tendència en les televisions públiques del domini lingüístic a l'Estat espanyol a donar espai al castellà en els diversos programes i produccions. Fer del català la llengua vehicular efectiva en totes les ocasions en què s'hagi d'acudir a connexions o recursos d'expressió en castellà, situació que sol ser molt habitual per la dependència política, social, cultural i mediàtica de la programació de ràdio i televisió envers fets i personatges públics de l'actualitat espanyola, sobretot en els informatius i l'entreteniment.

— Exigir als periodistes, presentadors i comunicadors dels mitjans audiovisuals en català exemplaritat en els usos de la llengua. Els programes i els diversos formats de la informació audiovisual continuen exercint un paper crucial en els hàbits i usos dels ciutadans. Aquests professionals han de ser competents en català i conscients de la seva responsabilitat lingüística davant els respectius públics.³⁷

— Finalment, i no menys important, planificar per part de les institucions de govern de l'espai del català una campanya permanent que insti els ciutadans, catalanoparlants o no, a buscar i preferir les versions en català de les produccions audiovisuals a què vulguin accedir a les plataformes OTT i de vídeo, a la televisió, a les xarxes socials o a les sales de cinema.

36. Vegeu Fandom (lloc web). *Viquipèdia* (<[https://ca.wikipedia.org/wiki/Fandom_\(lloc_web\)](https://ca.wikipedia.org/wiki/Fandom_(lloc_web))>); i «Nintendohype.cat», *Viquipèdia* (<<https://www.nintenhype.cat/comunitat/>>).

37. Vegeu CERVERA, Pol. «El deure dels periodistes amb la llengua». A: *Informe Media.Cat, Grup de Periodistes Ramon Barnils*. Barcelona: 2022. <<https://www.media.cat/2022/12/15/el-deure-dels-periodistes-amb-la-llengua/>>.