

Som al 2025 i ho hem capgirat

«Mires enrere i sembla que no pugui ser. A mitjan 2022 era impensable, però hem fet una capgirada audiovisual de ca l'ample amb només tres anys»

Ara que s'acaba el 2025, mires enrere i sembla que no pugui ser. A mitjan 2022 era impensable, però hem fet una capgirada nacional de ca l'ample amb només tres anys. Quan ningú en donava un duro, resulta que es va refundar la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais, i els diners destinats per l'audiovisual, és a dir, per la transmissió cultural i lingüística, van començar a rendir.

El principi de les bones notícies va ser quan van anunciar que reforçaven el Super3 invertint-hi molts més diners, tants més, que fins i tot es va poder estrenar el *Foraster Xics* (sense el Masferrer i anant d'escola en escola, fins i tot ha arribat a atrapar en audiència infantil a l'infal·lible *InfoK*); a més, des d'aleshores s'han pogut comprar drets de dibuixos punters que fins al 2022 els tenien Boing i ClanTV, s'ha finançat producció de dibuixos animats fets a Catalunya, i han desplegat una estratègia *offline* destinada a infants i famílies que ha passat la mà per la cara a tots els competidors.

No hi ha cap nen en tot Catalunya que no demani anar a un espectacle comarcal amb els ninots del nou Super3 creat per Gestmusic, i els cromos dels personatges catalanoparlants corren per tots els patis del principat, des de la Sénia a Portbou. I clar, un cop van haver anunciat això, va ser èpic quan en pocs mesos van posar en marxa la nova proposta audiovisual juvenil, per quan els nanos es fan grans i ja no els pertoca el Super3.

Es van treure de la màniga un senyor trasto multiplataforma, amb canal-catàleg a la TDT, presència a totes les xarxes, app pròpia i portal web inspirat en PlayZ. I fins i tot estan produint sèries pròpies, on destaquen els bons números que fa una sèrie inspirada en Disney Channel, on uns nens de 1r d'ESO protagonitzen una mena de *Hannah Montana* nostrada de riures enllaunats. Primer cop que disparaven una sèrie de ficció enfocada a aquesta franja d'edat i ha sortit rodó, juntament amb les altres quatre sèries merlinianes, que també han anat a parar en *prime time* a TV3 els dilluns, transcendent l'ecosistema del canal juvenil.

I cal sumar-hi, a sobre, el boom d'Eufòria amb subprogrames de ball i càstings diversos, que ha acabat en una històrica col·laboració TV3/IB3/À punt, que des del 2023 produeix el programa principal d'*Eufòria* en tot el domini lingüístic i on el talent musical valencià s'ha coronat davant de balears i principatins. Però no només això, sinó que l'animació japonesa puntera amb la qual es van rascar la butxaca, com era de preveure, ha fet bon forat als instituts del país i a les llibreries de còmics.

I ep, evidentíssimament, no ens podem deixar una de les grans iniciatives que ha impulsat el canal juvenil, la creació de la Lliga Nacional d'e-games, que voltant per Catalunya amb el seu espectacle de pantalles gegants, neons i comentaristes cridant com a bojos davant del LoL, el DOTA2 i el FIFA, van aconseguir fundar una institució pública d'e-games que pel nostre bé val més que durí fins al segle vinent.

A més, la irrupció del nou canal juvenil i la revolució política aplicada als mecanismes de transmissió lingüística, va servir perquè els actors externs com La Fera, Creadors.tv, TinderCat o Canal Malaia veiessin propulsades les seves propostes gràcies a les inversions que les empreses amb sensibilitat pel país han fet contractant-los publicitat dirigida a xarxes, protagonitzada pels creadors catalans. Resulta que els catalanoparlants tenien mòbils i que si els feies publicitat a YouTube, als TikToks o als Stories, els impactes publicitaris eren rendibles: grandiosa sorpresa.

Va ser increïble quan en ple 2023 les productores que més venien a TV3 van decidir que un 5% dels seus guanys anirien destinats a aixecar el món dels creadors a xarxes. I, de fet, sense aquest moviment e-renaixentista (hehe), no s'hauria fundat mai l'Observatori Actiu de Xarxes, l'organisme que agrupa els creadors en català amb més seguidors i que ja s'ha encarregat de coses tan importants com aplicar l'estratègia de desembarcament a la creixent xarxa social Clubhouse, i que aquests darrers anys ha sabut produir i filtrar centenars d'àudios de TikTok en català, aprofitats per milers de creadors generant milions i milions de visions tant a TikTok com a Instagram Reels. Per fi tenim un organisme que s'encarrega que no ens torni a passar aquell desastrós buit de contingut als mitjans emergents com va passar a la dècada dels anys '10.

I clar, la reforma de la llei audiovisual -que quan en ple 2022 es discutia tothom en reia com si fos una fotesa, o pitjor, una cortina de fum-, resulta que a l'últim moment va donar lloc a un front comú que va fer quadrar a les plataformes americanes (que ja ofereixen tots els seus productes doblats) i als productors caça tresors catalans que sempre tenien excuses per ser molt patriotes, però no invertir en català. Entre la llei audiovisual gràcies a la directiva europea i una gran actuació de l'ICEC i els seus manuals d'instruccions de les ajudes, s'han acabat generant una vintena de sèries en català a l'any fora de TV3, amb pressupostos semblants a les de les dues primeres temporades d'aquella sèrie que va fer les Amèriques, la *Casa de Papel*. És qüestió de temps que fem una campanada mundial tipus *Borgen*, ara que ja no només fem bolets audiovisuals en format pel·lícula i cada deu anys. És genial haver aconseguit crear un nou ecosistema audiovisual en català, a la danesa, gràcies a la intervenció feta a la indústria que per si sola sempre tendia a anar a fer calers en castellà.

Òbviament, però, tot aquest article és una emboletada. Fem riure i és impossible que el catalanisme sigui capaç de generar un escenari de construcció nacional fins d'aquí a uns anys. Encara queden castells de foc comunicatius, favors i teleprocés per estona. Esperem que el país aguantí dret.