

CARLES SOLÀ

«Sare sozialak eta multimedia erabiltzen ditugu, bestela ez zara inor»

Ikasturte honetan 20 urte beteko dituen Plataforma per la Llenguako kidea, ongi baino hobeto ezagutzen du ikus-entzunezkoen mundua Carles Solàk. Kataluniako immigrantez eta kulturantzitasunaz ikuspegi positibotik hitz egiten duen TV3 kateko Totumón saioko zuzendaria da. Argi du sare sozialak oso lagungarriak direla euren kanpainak eta edukiak hedatzeko zein hizkuntzagatiko diskriminazioa salatzen.

Zertarako erabiltzen ditu Plataforma per la Llenguak ikus-entzunezkoak?

Katalanaren gizarte erabilera bultzatzeko asmotan sortutako kanpaina zehatzak edo diskriminazio kasuak askoz modu zuzenagoan erakusteko baliatzen ditugu ikus-entzunezkoak nahiz sare sozialak.

2005. urtean, adibidez, animaziozko lehen flasha egin genuen. Animaziozko klip labur baten modukoa zen eta sare sozialen bidez ikus zitekeen. *El cinema en català: Missió impossible* (Zinema katalanez: Ezinezko erronka) zuen izenburua eta salatzen zuen zinemetan ematen diren filmen oso kopuru txikia dagoe-la katalanez, bai bikoiztuta bai azpтитulaturatuta. Eskaintza ez da %5era heltzen une honetan.

Baina, duela urte batzuk katalanez eman beharreko filmen portzentaje bat ezarri zen, ezta?

Azken hiruko gobernuak bazuen borondatea eta Zinemaren Legea landu zuen helburuak garatzeko. Han jasotzen zenez, katalanezko zinematik pixkanaka gora egin behar zuen, modu mailakatuan, baina horrelakoetan alkateen, banatzaileen eta zinema-aretoen babesa beharrez-

koa da. Katalanezko eskaintza, azkenean, ez zen legeak aurreikusten zuen eran zabaldu. Gobernu berriak aurreikuspenak berrikusi eta ehuneko baxuak ezarri zituen. Egia da katalanezko filmen kopurua pixkanaka igotzen ari dela, baina gorakada hain motela denez, epe ertain-luzeko asmo bezala ikusten da.

“Sarean modu esponenzialean zabalitzen dira bideoak eta lehen karteekin edo kalean egonda lortzen zen emaitza baino erantzun handiagoa eskuratzen da”

Zer egiten dugun Plataforma per la Llenguatik horrelako gauzen aurrean? Bada, kasu, esparru edo sektore jakin bat aztertzeke kanpaina, eta zinemaren sektoreko egoera salatzeke aipaturako klip hori egin genuen.

Beste kanpainaren baten adibiderik?

Duela gutxi egin dugu azken lana, Malta eta Kroazia Europar Batasunean sartu zirenean. Katalana eta Europako hizkuntza ofizialak eza-

gutarazi nahi genituen, katalanak Batasunean ofizialak diren beste hizkuntza gutxitu batzuekin alderatuta duen garrantzia azpimarratu. Eta Interneten zabalkunde handia izan zuen klip horrek.

Zentzu horretan, nolako emaitzak lortzen dira ikus-entzunezkoekin horrelako kanpainetan?

Bideo labur horiek duten indarra aprobetxatzen da kanpainak ezagutzera emateko. Sarean modu esponenzialean zabalitzen dira bideoak eta lehen karteekin edo kalean egonda (kontzentrazioetan-eta) lortzen zen emaitza baino erantzun handiagoa eskuratzen da. Jarraitzen dugu gizarte kalean mugiarazten, egiten dira agerraldi publikoak, produktuak katalanez etiketatzea edo Zinemaren Legea bete dadin, eta katalanez bikoiztutako edo azpтитulaturatutako film gehiago egon daitezen eskatzeko kontzentrazioak egiten dira oraindik.

Sare sozialak erabiltzen ditugu katalana European ofiziala izan behar dela defendatzeko argudioak emateko herritarrei. Badira hizkuntzak, maltera adibidez, 50.000 pertsonen hitz egin eta European ofizia-



“Gu multiplataforma gara. Kanpaina bat egiten dugunean hargailuetara egokitzen da, telefono mugikorretara, tabletera eta hargailu horien barruan programa jakinetara: Facebook, Twitter, Instagram edo hizkuntzaren aldeko borrokan dabilen edo katalanaren gizarte erabilera bultzatzen duten pertsonen interkomunikazioa ahalbidetzen duen beste edozein aplikaziotara”.

lak direnak. Ez dugu hizkuntzarik gutxietsi nahi baina katalana milioika pertsonak hitz egiten badugu, nola ukatuko dute hizkuntza horren garrantzia eta ofizialtasuna?

Idea horiek erakustarazteko sare sozialak eta ikus-entzunezkoak erabiltzen ditugu, garaiotan mugimenduzko irudiak erakutsi eta sare sozialik erabili gabe ez zarelako inor. Eta kanpaina horiek erantzun handiagoa dute.

Garai batean umorezko ikuspegia zuten bideo-sorta pedagogikoa ere egin genuen. Hainbat bereizketa linguistiko erakusten zituen eta horiek ere oso erantzun ona izan zuten sare sozialetan. Gainera, zenbait formakuntza saiotan ikus-entzunezko material gisa erabili zen.

Behin eta berriro aipatu dituzu sare sozialak. Zer ekarri dute?

Horiei begira egindako azken kanpainak, oso erantzun ona izan dutenak gainera, hizkuntzaren aldeko lipduba eta muralmoba (mugimenduan egindako murala) izan dira. Azken Sant Jordi egunean egin zen murala, *El català, llengua comuna* leloarekin. Egunak aurrera egin ahala

joan ziren murala egiten eta sare sozialei esker lortu zen ekintzan parte hartu ez zuen jendeak bere etxetik ikusi ahal izatea. Bertan egon gabe, zertan ari ziren jakin zuten milaka pertsonak eta ekintzak egunean zehar nolako garapena izan zuten ikus ezaketan.

Ikusizko mezua bilatzen dugu batez ere eta zenbait ezaugarri eskatzen dizkiogu mezuari: garbia izan

“Garai batean umorezko ikuspegia zuten bideo-sorta pedagogikoa ere egin genuen. Hainbat bereizketa linguistiko erakusten zituen eta horiek ere oso erantzun ona izan zuten sare sozialetan”

dadila, hartzaillearen arreta erakarri eta originala izan dadila, berritzailea, interesa piztu dezala eta ongi egituratua eta landua egon dadila.

Estima el català kanpaina egin genuenean, hedapen handia izan zuen eta Twitterren *Trending Topic* izatera heldu zen; egun gutxian, lehen heldua ezinezkoa zen lekuetara zabaldu zen. Facebooken eta Twitterren egon zen *Estima el català*

eta *Dígal en català* gehigarriak jaritzeko dei bat eta Instagramen horien argazki asko jaso ziren. Baliabide horiekin, kanpaina elikatzen joan zen.

Eta Internetera konexioa duten gailuen hedapenak nolako garrantzia izan du?

Gu multiplataforma gara. Kanpaina bat egiten dugunean hargailuetara egokitzen da, telefono mugikorretara, tabletera eta hargailu horien barruan programa jakinetara: Facebook, Twitter, Instagram edo hizkuntzaren aldeko borrokan dabilen edo katalanaren gizarte erabilera bultzatzen duten pertsonen interkomunikazioa ahalbidetzen duen beste edozein aplikaziotara.

Sareetako eta bertako pertsonen arteko komunikazioa errazten duen aurrerapenei adi dago beti Plataforma. Horrek ez du esan nahi papelean, adibidez, lanik egiten ez dugunik. Interneten ikus daitekeen aldizkari bat dugu eta jendeak edozein formatutan eta gailutan deskargatu ahal izateko modua bilatzen ari gara. ■

