

ELS CREADORS DE CONTINGUT A LES XARXES SOCIALS
COM A MODELS A SEGUIR PER AL CONEIXEMENT I
L'ÚS DE LA LLENGUA

MARC GUEVARA CLARAMUNT

Universitat Autònoma de Barcelona i Plataforma per la Llengua

Resum

En aquest article discutirem sobre el baix ús del català a les xarxes socials dels joves i el problema que comporta. També oferirem una llista dels creadors de contingut del domini català i en donarem algunes dades. Així, veurem les oportunitats que dona als centres educatius de Catalunya l'aprovació del nou currículum i les possibilitats que tenen de dur a terme projectes per fomentar l'ús del català a través de les xarxes socials, a partir d'exemples d'activitats dutes a terme especialment per Plataforma per la Llengua.

Paraules clau: català, xarxes socials, ús social del català dels joves, nou currículum, Plataforma per la Llengua.

CONTENT CREATORS ON SOCIAL NETWORKS AS ROLE
MODELS FOR LANGUAGE KNOWLEDGE AND USE

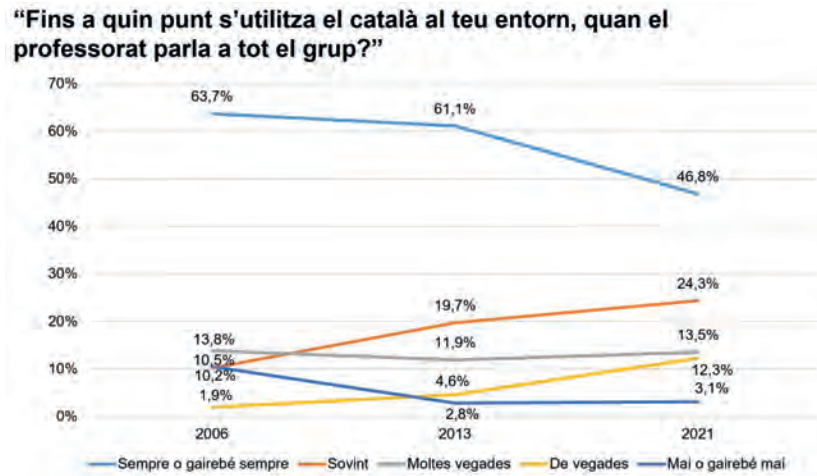
Abstract

In this article we discuss the slim presence of Catalan in young people's social media and the potential problem this entails for the continued strength of the language. We also offer a list of content creators in the Catalan-speaking domain and give some information about them. We use this to point to the opportunities presented for schools in Catalonia by the recently passed state education curriculum to carry out projects which promote the use of Catalan through the social media. Several examples of such activities are offered, in particular those carried out by Plataforma per la Llengua.

Keywords: Catalan language, social networks, social use of Catalan by young people, new curriculum, Plataforma per la Llengua.

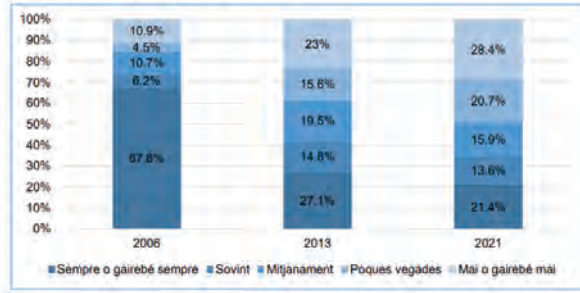
1. INTRODUCCIÓ

Les darreres dades sobre l'ús del català en l'àmbit educatiu són força preocupants, cosa que fins i tot va admetre públicament només prendre possessió el mateix conseller d'Educació Josep González-Cambray el 2021. Es basava en unes dades que publicava el Consell Superior d'Avaluació del Sistema Educatiu (CSASE), que demostren que, del 2006 al 2021, hi ha hagut una davallada de l'ús del català entre els alumnes i entre els docents i els alumnes a les aules de Catalunya, tal com es pot veure en els gràfics següents:



Font: Consell Superior d'Avaluació del Sistema Educatiu (2021: 58).

Gràfic 3.5. "Fins a quin punt s'utilitza el català al teu entorn quan fas activitats en grup amb altres companys dins la classe?". Percentatges. Onades 2006 (n= 1.369), 2013 (n= 2.552) i 2021 (n= 3.205)



Font: Consell Superior d'Avaluació del Sistema Educatiu (2021: 62).

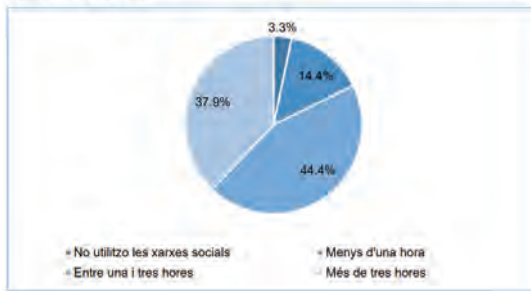
Aquestes dades corresponen a l'alumnat de 4t d'ESO, etapa en què ja es va detectar el 2019 en un estudi de Plataforma per la Llengua (2019: 27) que les converses a l'hora del pati entre estudiants de l'ESO eren en català en un 14,6 % de mitjana a les zones urbanes, a diferència de la primària, en què eren el 35 %. És una etapa, doncs, en què hi ha una anomalia claríssima: per alguna raó, els adolescents deixen de parlar català i el sistema educatiu és incapaç de promocionar-ne l'ús, tal com el marc legal estableix.

Hom ha assenyalat, com l'estudi de Plataforma per la Llengua citat (2019: 45), que una de les causes d'aquesta situació podria ser la manca de referents culturals per als joves. Tothom recorda el tancament sobtat i inexplicable del Canal 3XL, que contribuïa a crear tot un imaginari per als adolescents que funcionava en català. A més, la irrupció de les xarxes socials, en què l'espontaneïtat regna, ha capgirat també el panorama en català, atès que els grans referents que tenen més seguidors utilitzen les grans llengües mundials, i és igual de fàcil veure el contingut creat per un jove de vint anys del Perú que del Montsià, per a un adolescent que viu a Tortosa. Com que els comptes més seguits adquireixen fama i moltes vegades beneficis econòmics, les llengües minoritzades i mitjanes com el català sempre hi surten perdent.

2. L'ÚS DE LES XARXES SOCIALS A CATALUNYA ENTRE ELS JOVES

L'ús generalitzat d'ínternet ha comportat molts canvis en la vida quotidiana de la població a escala mundial, sobretot als països desenvolupats. Les generacions més joves són les que hi estan més exposades, tal com ens diuen les dades:

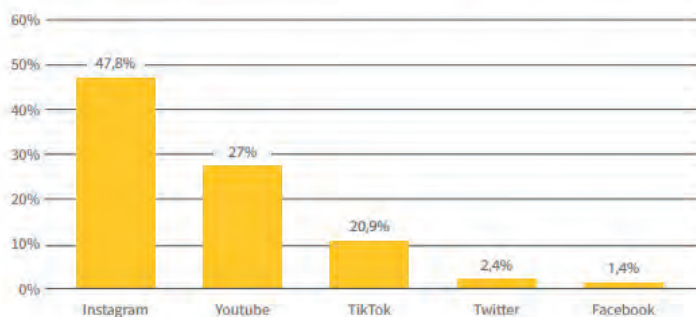
Gràfic 4.8. "Quant temps dediques cada dia a les xarxes socials?" Percentatges. Onada 2021 (n= 3.205)



Font: Consell Superior d'Avaluació del Sistema Educatiu (2021: 78).

Tan sols un 3,3 % de l'alumnat de 4t d'ESO respon que no fa servir les xarxes socials, i només un 14,4 % hi dedica menys d'una hora. La resta, un 82,3 %, hi dedica entre una i tres hores o més al dia; per tant, l'exposició és molt gran. I quines són aquestes xarxes socials? Doncs, segons el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2021: 182), la classificació a escala mundial de les més utilitzades és la següent: Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook Messenger, Weixin/We Chat i TikTok —cal destacar que aquesta última és la que ha crescut més des del 2017, segons el mateix estudi (2021: 186-189). Per tant, trobem xarxes per compartir continguts (imatges i vídeos) i missatgeria. Però, si ens centrem en les xarxes que serveixen per compartir continguts audiovisuals, al contrari que les estadístiques presentades (en què Facebook és la principal), sembla que els joves en prefereixen unes altres. Aquesta és una mostra d'uns alumnes d'instituts públics de Valls:

Gràfic 17. Xarxa social preferida dels alumnes dels instituts públics de Valls



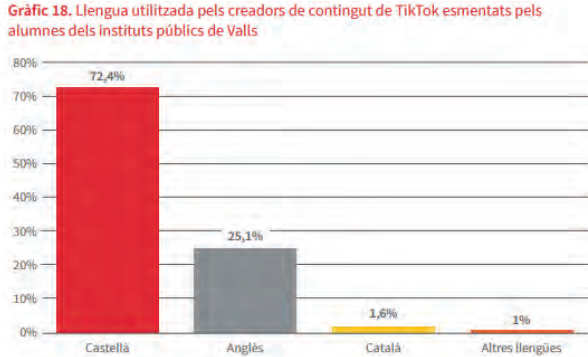
Font: Plataforma per la Llengua (2021a: 44).

Instagram, doncs, és la preferida de gairebé la meitat de la mostra, seguida de YouTube i TikTok. Twitter, en canvi, té molt poc seguiment entre els adolescents. Justament, en aquesta darrera xarxa l'ús del català està més normalitzat (GUEVARA 2021), a diferència de les altres tres esmentades. D'acord amb l'informe de la Direcció General de Política Lingüística (2021: 7), el contingut en català a la xarxa en aquestes plataformes és més aviat escàs per diversos motius. Bàsicament, el problema és en la concepció que el català és una llengua que no permet generar gaires beneficis econòmics:

Els *youtubers* i *instagramers* catalans de més èxit tendeixen a generar continguts en castellà. Aquesta tendència, juntament amb la feblesa de la comunitat de productors de continguts en català i l'impacte inferior que aconsegueixen, aboca el català a una situació de clara minorització en aquestes xarxes. Entre els *youtubers* i *instagramers* catalans se sol partir de la idea que, per una qüestió demogràfica, la tria del castellà comporta més ressò i, per tant, més possibilitats de rendibilitzar l'activitat. (MASSAGUER, FLORS-MAS i VILA 2021: 55)

En un estudi també de Plataforma per la Llengua, que va utilitzar la metodologia de l'observació no participant i l'enquesta, fet als instituts públics de Valls (municipi conegut per ser més aviat catalanoparlant) —a banda que les converses a l'hora del pati eren més en castellà que en català (39 % de català i 59 % de castellà, 2021: 34)— es

va trobar que els joves seguien molt pocs comptes que fessin contingut en català, com demostra aquest gràfic:



Font: Plataforma per la Llengua (2021a: 45).

En aquest cas, es tracta de la xarxa social TikTok, en què tan sols l'1,6% dels comptes esmentats pels alumnes era en català. El cas de YouTube i Instagram, també estudiats, no era pas millor (1,6% i 2,9%, respectivament, PLATAFORMA 2021a: 47-49). En molts casos, es donava el cas que molts dels comptes esmentats pels alumnes eren d'adolescents que vivien al mateix municipi o a la comarca, amb pocs milers de seguidors (suposem que també residents per la zona) i feien contingut en castellà. Clarament aquesta situació és molt desfavorable per al català i absolutament anòmala.

Per tant, és evident que cal compensar aquesta situació tan precària del català a les xarxes, perquè, si es troba la manera de fer-ho, és possible que l'ús entre els joves també pugi. Ara per ara, el jove relaciona les xarxes socials amb llengües diferents del català, perquè no en té prou referents i perquè pensa que amb aquesta llengua no es pot fer contingut atractiu per a altres joves, o fins i tot per arribar a més gent. L'escola no té la solució, evidentment, per millorar la salut del català a les xarxes, però sí que hi pot contribuir, i més tenint en compte que l'educació del segle XXI tendeix com més va més cap a la digitalització.

3. EL CURRÍCULUM DE L'EDUCACIÓ BÀSICA, UNA OPORTUNITAT PER VINCULAR LLENGUA I XARXES SOCIALS

El setembre del 2022 s'ha aprovat el nou decret que estableix el currículum a l'educació bàsica a Catalunya, el Decret 175/2022, de 27 de setembre, d'ordenació dels ensenyaments de l'educació bàsica. Aquest decret ha sorgit per l'aprovació de la nova llei d'educació de l'estat espanyol, la LOMLOE, i els reials decrets corresponents. Aquest nou currículum ha comportat un canvi substancial en la manera d'ensenyar als centres educatius, que tenen un repte molt gran per adaptar-s'hi i canviar la metodologia de l'ensenyament. De fet, el nou currículum, d'acord amb la disposició final primera, s'implanta al curs actual als nivells primer, tercer i cinquè de primària i primer i tercer de secundària, i al curs 2023-2024 a la resta. Per tant, el canvi serà progressiu i requerirà una adaptació important dels centres educatius. És destacable que justament un canvi important en l'estructura del Departament d'Educació ha estat canviar el nom de la Secretaria de Polítiques Educatives pel de Secretaria de Transformació Educativa en la legislatura vigent.

Algunes de les novetats que marquen una nova tendència podrien ser, per exemple, el que s'explica a l'article 2, en què es parla dels «àmbits», que implica que «els centres educatius [...] poden agrupar l'alumnat de diferents edats i nivells en aules multinivell i establir àmbits agrupant les àrees o les matèries que considerin per impartir-les de manera integrada». Però, sobretot, un dels canvis més substancials és el que comporta la integració dels aprenentatges: «S'ha de dedicar un temps de l'horari lectiu a la realització de projectes transversals, globalitzadors, significatius i rellevants i a la resolució col·laborativa de problemes, a fi de reforçar l'autoestima, l'autonomia, la reflexió i la responsabilitat de l'alumnat». Per tant, els centres hauran de buscar idees per dur a terme projectes en aquest període de temps educatiu, que pot variar, segons si és primària o secundària i segons altres factors organitzatius i curriculars, entre tres i cinc hores setmanals (vegeu l'annex 7 del decret). Alhora, els centres tenen autonomia per agrupar matèries i formar àmbits, per dedicar més temps educatiu a dur a terme projectes transversals.

Un altre factor que cal tenir en compte és que el nou currículum té un enfocament molt més competencial, en què l'ensenyament es considera propedèutic per preparar l'alumne per a l'estudi postobligatori en aquell àmbit que triï, amb un perfil competencial de sortida:

Aprentatge competencial: en finalitzar l'educació bàsica, de manera general l'alumnat ha de mostrar un bon domini de les competències, i per aconseguir-ho, des de totes les àrees, matèries o àmbits, s'han de treballar també la comprensió lectora, l'expressió oral i escrita, l'ús de les matemàtiques en context, la comunicació audiovisual, l'alfabetització digital, la iniciativa emprenedora, el foment de l'esperit crític i científic, el benestar emocional, la perspectiva de gènere, l'educació en valors, la gestió positiva dels conflictes, la igualtat de tracte, la no-discriminació i la creativitat. (article 3.2, Decret 175/2022)

Pel que fa a la llengua, es considera que «se situa al centre del procés d'aprenentatge, ja que és l'instrument d'accés a la informació i a la construcció de coneixement»; per tant, es concep d'una manera molt transversal i es recomana utilitzar el català «en tots els contextos relacionats amb els aprenentatges tant formals com informals» (article 3.2 del decret esmentat). Així, cal remarcar el que assenyala l'article 5.5 del decret, que demana aplicar estratègies educatives d'immersió lingüística, sobretot en els centres en què la realitat sociolingüística ho exigeixi, per tal que els alumnes tinguin una bona competència, oral i escrita, en català.

Així doncs, es podran plantejar projectes globals que tinguin per objectiu assolir competències determinades. Aquestes són descrites a l'annex 1 del decret, en què apareixen les vuit competències clau que s'han d'assolir en el perfil de sortida: comunicació lingüística; plurilingüe; matemàtica i ciència, tecnologia i enginyeria; digital; personal, social i d'aprendre a aprendre; ciutadana; emprenedora, i en consciència i expressió culturals. Un eventual projecte que vinculi l'ús del català a les xarxes socials podria incloure totes aquestes competències, atès que es tracta d'assolir un bon nivell de la llengua (especialment oral), fer servir una llengua en context que pot ser no familiar, requereix l'ús de la tecnologia i l'entorn digital, tracta de relacionar-se amb l'entorn, de fer un ús raonat de les xarxes, de tenir creativitat per ge-

nerar continguts atractius i que difonguin una manera de veure el món des de la cultura catalana.

4. COMPTES MÉS SEGUITS EN CATALÀ

A continuació, oferim una llista dels creadors de contingut que tenen més repercussió social avui dia. Hem anotat el nombre de seguidors a TikTok i a Instagram, perquè són les xarxes socials més populars (vegeu l'apartat 2). També donem informació de la zona d'on són, perquè ens interessa constatar, com comentarem més endavant, la diversitat dialectal dels diversos creadors. A més, oferim una breu explicació del contingut que penja cada creador a la xarxa. Vegeu la taula següent:¹

<i>Influenciador</i>	<i>TikTok</i>	<i>Instagram</i>	<i>Origen</i>	<i>Tipus de contingut</i>
Walter Capdevila	216,7 k	21,2 k	Lleida	Humor absurd. Encarna un personatge histriònic que té un riure molt característic i genera situacions incòmodes i vergonyoses.
Cabra Fotuda	201,6 k	65,2 k	La Vila Joiosa (País Valencià)	És conegut per imitar una mestra d'escola, però també fa més continguts humorístics propis de la cultura valenciana.

1. Les dades de la taula s'han extret el dia 19 de novembre de 2022.

Berta Aroca	201,3 k	33,3 k	Mataró	És un contingut més personal, del dia a dia, en què explica vivències seves i maneres de veure les coses.
Juliana Canet	56,4 k	79,3 k	Cardedeu	Busca el vincle directe amb els seguidors, explica el seu dia a dia i projecta una imatge molt personal que sol crear admiració sobretot en el sector femení.
Pol Gise	122,6 k	74,6 k	Barcelona	Humor a partir d'imitacions o creacions de personatges peculiars que pretenen fer pensar o tractar temes d'actualitat.
Sir Joan	5,2 k	38,2 k	Llinars del Vallès	Va ser un dels pioners a crear contingut en català a la xarxa i de seguida va fitxar per la ràdio a Adolescents.cat. Difon contingut humorístic i d'anècdotes personals.

Àlex Tous Pont	182,9 k	19,5 k	Manresa	Està centrat en contingut a TikTok, amb vídeos que expliquen coses del seu dia a dia i donant opinions de temes banals o d'actualitat a la xarxa.
Ferranxidk	95,8 k	8,4 k	Barcelona	Fa vídeos sobretot a TikTok, amb una certa elaboració d'edició, per fer gràcia sobre temes del dia a dia.
Apitxat	85,9 k	6,5 k	Sagunt (País Valencià)	Fa vídeos d'humor centrant-se principalment en la divulgació lingüística, no solament des del punt de vista del corpus, sinó també de l'estatus.
Albert Roig (Alroig)	51,9 k	22,9 k	Barcelona	Fa vídeos d'humor sobre llengua i cultura catalanes principalment.
Can Putades	49,6 k	6,2 k	Garrotxa	Són quatre noies garrotxines que viuen a Barcelona i fan vídeos de contingut variat sobre el seu dia a dia.

Berti_iau	21,6 k	16,6 k	Deltebre	Fa vídeos amb una certa elaboració per divulgar la cultura pròpia ebrenca i la reivindica, sempre amb un punt d'humor.
Long Li Xue	148 k	31,6 k	Girona	Té una llarga trajectòria com a comunicador, va ser dels primers a fer contingut en català a TikTok i està vinculat a Adolescents.cat. Els seus pares porten un negoci de restauració a Girona i són xinesos, i fa contingut sovint per combatre el racisme i reivindicar les seves arrels.
Jan Raich	87,2 k	29,8 k	Catalunya central	Fa poc que ha començat i té un estil indeterminat, fa vídeos sobretot a TikTok, sovint de contingut esportiu, però no majoritàriament.

Gerryquerryberry	56,6 k	9 k	Sant Cugat del Vallès	Fa contingut humorístic fent paròdies de diferents tipus de gent i bromes del moment. És l'impulsor de la iniciativa Tindercat, que ha voltat per tot Catalunya amb un cert èxit entre el jovent.
Antoni Guiscafrè	25,9 k	1,2 k	Mallorca	Fa contingut d'humor sobre tòpics de la cultura mallorquina i sobre temes molt variats.
Filòloga de guàrdia	13,7 k	17,7 k	Catalunya central	Fa divulgació lingüística, sobretot des del punt de vista del corpus. És coneguda sobretot pels seus vídeos a YouTube, però a TikTok i a Instagram també hi sol publicar.

Primer de tot, cal assenyalar que tots els perfils citats menys tres tenen més seguidors a TikTok que a Instagram, tret de Juliana Canet i Sir Joan (justament els més veterans, que van triomfar a Instagram i no han optat tant per TikTok) i la Filòloga de guàrdia, que se centra més a fer vídeos de format més llarg per a YouTube. De fet, hi ha perfils que es pot dir que són influenciadors a TikTok però a Instagram no, i que aquesta segona xarxa la fan servir més secundàriament, com ara Walter Capdevila (el que està dalt de tot del rànquing,

justament, amb una diferència abismal entre TikTok i Instagram), Ferranxidk, Apitxat, Can Putades o Antoni Guiscafrè, que no passen dels deu mil seguidors però en canvi a TikTok tenen molts seguidors. Veient aquestes xifres, es podria dir que la xarxa social d'origen asiàtic ha tingut força impacte en la difusió del català. Justament, cal destacar la iniciativa #estiktokat, que va crear Long Li Xue durant el confinament causat per la pandèmia de covid-19 del 2020, que tenia un doble objectiu: combatre l'avorriment i generar contingut, però també reivindicar l'ús del català a la xarxa social TikTok. Certament, va tenir molt d'èxit, i fins i tot va comportar que alguns creadors de contingut guanyessin impacte o que saltessin a la fama, com ara Berta Aroca.

Un altre aspecte que cal destacar és que, en aquesta llista, hi ha una bona mostra de tots els territoris de parla catalana. De fet, un dels que té més seguidors a Instagram i en segona posició en el rànquing de TikTok, per sobre dels dos-cents mil seguidors, Cabra Fotuda (Fran Tudela), és valencià. També té molts seguidors el valencià Apitxat, que fa un contingut, a més, de divulgació lingüística. I hi ha representació de les Terres de l'Ebre, Lleida, la Catalunya central, Girona i Barcelona; per tant, de tots els grans dialectes del Principat. I, en el cas de les Illes Balears, cal dir que no hi ha gaires referents que creïn contingut en català, però el cas del jove Antoni Guiscafrè és remarcable, fa poc que ha començat a fer contingut en català i està arribant a força jovent de Mallorca.

Malauradament, no podem citar el cas de Miquel Montoro, que va saltar a la fama per un vídeo sobre taronges, va començar a fer contingut en català i va tenir molt d'èxit, primer a YouTube però també a Instagram. Avui dia, però, majoritàriament fa contingut en castellà (molt poques vegades en català), perquè alguns mitjans de comunicació espanyols s'hi van fixar, i realment té molts seguidors sobretot a Instagram (482 k). Tot i així, ha col·laborat en programes d'IB3, però ha decidit passar-se al castellà exclusivament, cosa que va comportar certa polèmica.²

2. Sobre els antecedents i el desenvolupament del projecte, es pot consultar Cuenca (2020: apartat 2).

Un altre fet destacable és que molts dels influenciadors acaben fent el salt a mitjans de comunicació televisius i radiofònics, com és el cas de Juliana Canet a Catalunya Ràdio i TV3, o Cabra Fotuda a À Punt. També cal esmentar l'entorn d'Adolescents.cat, que ha contribuït a promocionar persones com Sir Joan, Long Li Xue, Ferranxidk, etcètera. Justament, alguns dels influenciadors destaquen que, si perseveren creant contingut en català, moltes vegades poden acabar fitxant per a programes populars, perquè, si bé fent servir una llengua amb menys parlants que l'anglès o el castellà poden arribar a un públic més reduït, també és cert que tenen menys competidors i més probabilitat de saltar a una fama potser més reduïda però de més proximitat, i poden acabar col·laborant en algun mitjà de comunicació.³

5. EXEMPLES D'ACTIVITATS

Tal com assenyalem a l'apartat 1, les dades ens diuen que l'ús del català entre el jovent és cada vegada més reduït, per diferents motius, un dels quals podria ser la manca de referents juvenils en català. És cert que, amb la digitalització, internet i les xarxes socials, les llengües mitjanes s'han tornat poc rendibles per a les grans empreses, que no han considerat oportú invertir en la producció o traducció dels productes al català, com el cas dels videojocs o de les plataformes com Netflix (PLATAFORMA 2020) o HBO.

Tanmateix, segons el que hem vist a l'apartat anterior, de referents joves que creïn continguts en català en podem trobar, i a més repartits pel territori, de manera que el repte és fer-los créixer dins de la comunitat. Per a la salut de la llengua, és necessari perquè, d'una banda, poden intervenir en l'imaginari juvenil i compensar la percepció d'alguns joves que pensen que en català no poden tenir oci i passar-ho bé i, de l'altra, poden estimular els creadors a continuar i que serveixin de tractor perquè més joves s'animin a crear contingut en català, que esdevinguin referents positius.

3. Sobre les característiques de la GIEC, vegeu-ne la presentació en paper i en línia (<https://giec.iec.cat/introduccio>) i l'article de Pérez Saldanya i Rigau (2018).

Justament, aquesta qüestió va ser proposada pel Consell Lingüístic Assessor per impulsar l'ús de la llengua catalana en els centres educatius, creat aquest any 2022 pel Departament d'Educació com una mesura del pla d'impuls del català als centres educatius.⁴ El Consell, format per setze persones de l'àmbit lingüístic i educatiu i presidit per la lingüista Maria Carme Junyent, va presentar un informe el 22 de juny de 2022 amb cinquanta propostes per impulsar el català als centres.⁵ Les propostes es divideixen en diversos eixos, i un d'aquests precisament és «Entorn, xarxes i plataformes». En aquest bloc hi ha vuit propostes, cinc de les quals tenen a veure amb les xarxes socials i el català. Per l'interès que tenen en aquest estudi, les reproduïm textualment a continuació:

38. S'introduiran activitats elaborades i realitzades conjuntament amb professionals de les xarxes socials que promoguin l'ús de la llengua catalana i de l'aranès en les xarxes socials.

39. Es difondran iniciatives a les xarxes socials que fan servir el català o l'occità.

40. Es concertaran visites als centres educatius de referents comunicatius i influenciadors que fan servir el català o l'occità a les xarxes socials.

41. S'organitzaran concursos i activitats interescolars, per a alumnes d'ensenyament secundari, que promoguin la creació de produccions comunicatives pròpies de l'entorn d'internet, en català o occità.

42. S'impulsaran actuacions a les escoles per informar sobre el funcionament de les xarxes socials i destacar la importància d'usar i promoure les llengües catalana i occitana en l'espai d'internet.

Per tant, constatem que impulsar accions per difondre el contingut creat en català a les xarxes socials és una bona manera de fer créixer l'ús social del català entre els joves, atès l'interès cada cop més gran d'aquesta manera de comunicar-se i relacionar-se, i les dificultats que té el català per fer forat en aquest àmbit.

4. Sobre el treball terminològic, vegeu Cuenca (2019).

5. Quant al septentrional i a l'alguerès, només s'inclouen les pronúncies corresponents a fenòmens relacionats específicament amb aquests parlars, generalment en el cos del text.

Una de les organitzacions que treballa per impulsar el català des de fa gairebé una trentena d'anys a tot el domini català, Plataforma per la Llengua, fa temps que ha detectat aquesta situació (vegeu els estudis d'aquesta organització esmentats a l'apartat 2) i impulsa diverses iniciatives en aquest sentit adreçades als joves en general i en entorns escolars concretament. L'objectiu és estimular els creadors de contingut en català a persistir en la tasca i a professionalitzar-los i fer veure als adolescents que el català també pot servir per fer activitats d'oci.

La primera activitat que cal esmentar són els tallers per a joves, que l'entitat té publicats a la seva pàgina web en un catàleg i uns vídeos promocionals.⁶ Les temàtiques són diverses, però l'objectiu comú és «fomentar l'ús del català a través de la música i les noves tecnologies». Així, en podem trobar de rap, de creació de mems (imatges humorístiques que circulen per les xarxes socials), de glosa i rumba, de teatre, de diversitat lingüística, de doblatge i, el que ens ocupa en aquest estudi, de xarxes socials.

Pel que fa al taller de xarxes socials, l'organització explica en el catàleg que l'activitat té una durada de dues hores i que es pot dur a terme durant l'horari lectiu, però també adverteix que, si hi ha centres que tinguin interès en l'àmbit, es poden dissenyar activitats a mida o d'una manera continuada, per aprofundir en la qüestió —cal remarcar que aquests tallers també s'adrecen al món del lleure educatiu—. Així mateix, és destacable que aquests tallers són impartits per creadors de contingut en actiu, dels que hem vist a l'apartat 4. De fet, a la fotografia que apareix al catàleg trobem Sir Joan i Juliana Canet, tots dos col·laboradors habituals de Plataforma per la Llengua. Però aquests tallers també han estat impartits per Berti_iiau, Marc Lesan, Cabra Fotuda o Gal·la Martí i, de fet, s'explica que els centres poden sol·licitar, a convenir amb l'entitat, l'influenciador que més els interessi, segons els aspectes que vulguin treballar.

6. En la major part de casos, s'han enregistrat els exemples amb una veu femenina i una altra de masculina, que després alternen en els fitxers fets públics. Per a més informació sobre les característiques i l'obtenció dels fitxers de so (per exemple, la procedència exacta dels informants o els quadres que els inclouen), vegeu l'apartat 3.3 de la presentació de la GEIEC (https://geiec.iec.cat/docs/presentacio_GEIECact2.rev.pdf)

El taller té dues parts. En primer lloc, el creador de contingut explica la seva experiència a les xarxes i exposa exemples de continguts seus i d'altres creadors, amb la voluntat de trencar estereotips sobre l'ús del català a les xarxes. També es reflexiona sobre l'ús raonable i respectuós de les xarxes, una qüestió que sol preocupar els centres educatius. A la segona part, l'influenciador demana al grup que es divideixi en petits grups, els planteja un repte per crear un vídeo, i els deixa una estona perquè el pensin i el duguin a terme, amb el seu assessorament constant. En acabar la sessió, es projecten els vídeos per a tot el grup classe i es comenten.

Atesos els objectius del taller, la consigna als creadors de contingut és que intentin establir un vincle de proximitat amb els adolescents per tal que aquests es puguin interessar pels continguts que difonen i així l'activitat pugui tenir el resultat que el màxim nombre d'alumnes comencin a seguir-los. D'aquesta manera, els creadors obtenen més seguidors i l'alumnat, que altrament no tindria accés a aquests continguts, l'acaba tenint.

Una altra iniciativa de Plataforma per la Llengua adreçada als joves i que té relació amb les xarxes socials és el Repte Kinton, que consisteix a proposar continguts de vídeos originals amb una premissa i demanar que es pengin a la xarxa, i el guanyador s'endú mil euros.⁷ L'objectiu del projecte és potenciar la creació de continguts en català, perquè l'incentiu econòmic és un reclam per als adolescents i, d'aquesta manera, s'aconsegueix que molts continguts en català circulin per Instagram i TikTok. Cal destacar que els influenciadors que duen a terme els tallers esmentats fan difusió del Repte Kinton als centres educatius per tal que l'alumnat també hi participi.

Al País Valencià també podem citar el projecte Valencúbers, que és un espai de difusió per als *youtubers* que creen contingut en valencià, sorgit el 2018.⁸ Al web es poden trobar diversos canals de contin-

7. D'altra banda, els exemples contenen tot un seguit de marques i símbols que orienten en la interpretació de tota la informació addicional que inclouen. Vegeu la presentació de la GBU (<https://gbu.iec.cat/mes-gbu/presentacio>), apartat 6.3., quadre 3.

8. Per a una informació més detallada sobre el GTG i com es consulta, llegiu-ne la introducció (<https://cit.iec.cat/GTG/default.asp?opcio=1>)

gut en valencià i vídeos en concret. A banda d'això, s'han fet tallers en instituts del País Valencià per difondre la iniciativa i estimular els joves a crear contingut en valencià. És un projecte semblant al del Canal Malaia, que cerca persones amb potencial per ajudar-los a difondre els seus continguts.

Una altra experiència remarcable per promoure la creació de continguts en català entre l'alumnat va ser el projecte presentat per al Giving Tuesday, que és una campanya de recollida de diners per desenvolupar activitats concretes que cada any promou Plataforma per la Llengua. És un dia que moltes empreses i associacions promouen iniciatives en què es demanen donacions als usuaris per finançar projectes. El 2021 es va presentar un projecte de pòdcast esportiu a Ciutat Meridiana, per al qual es van recaptar 24.000 euros.⁹

Cal explicar que fa sis anys Plataforma per la Llengua desenvolupa Plans d'Actuació Lingüística Integrals a diversos barris, el primer a Ciutat Meridiana, després a Sabadell Sud i a l'Eix Besòs (Santa Coloma de Gramenet, Sant Adrià de Besòs i Badalona), en què es pretén promoure diverses activitats per promocionar l'ús del català en zones on es detecta un baix ús d'aquesta llengua.¹⁰ En tot cas, es promou també el treball en xarxa amb els diversos agents del territori. Justament, doncs, es va proposar l'activitat del pòdcast en un dels barris en què l'entitat treballa, Ciutat Meridiana, el barri barceloní amb la renda més baixa.

El projecte es va desenvolupar als cinc centres educatius de primària públics i concertats del barri. Es va aprofitar una activitat esportiva que organitzen cada any les cinc escoles i el PES Cruïlla, una entitat de lleure del barri, que consisteix en trobades durant el curs per desenvolupar una jornada esportiva de diversos esports. Prèviament a les trobades, es van dur a terme uns tallers sobre pòdcast als cinc centres educatius i el dia de les trobades, els alumnes van retransmetre la jornada i els vídeos resultants es van aplegar i difondre per les

9. Reproducció fidel dels respectius exercicis dels alumnes. Es preserva l'anonimat dels i les estudiants.

10. <https://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2022/02/220223-barometro-habitos-lectura.html> [Consulta: 9 de setembre de 2022].

xarxes. Va ser una manera de treballar l'oralitat en català, de trencar estereotips sobre el català a les xarxes i alhora promoure el treball en xarxa al barri. Els esports van ser per a 3r i 4t la petanca, que a més es va dur a terme en coordinació amb l'associació de petanca del barri (per tant, va ser un taller intergeneracional) i per a 5è i 6è l'atletisme.

El creador de contingut Sir Joan va assistir als centres per fer els tallers de pòdcasts radiofònics i va coordinar l'activitat durant les trobades esportives. També va desenvolupar alguns tallers el creador de contingut Norman López, que no hem recollit a l'apartat anterior perquè és conegut sobretot pel seu canal de Twitch, avui dia una xarxa social molt coneguda també entre el jovent. Té un funcionament semblant als vídeos de YouTube, però en directe i normalment per comentar partides de videojocs o esdeveniments esportius.

Justament sobre aquesta darrera plataforma, Twitch, i les retransmissions de videojocs, finalment podem esmentar un projecte molt recent impulsat per Plataforma per la Llengua, el Saló del Gaming (SAGA), que es va dur a terme al recinte La Farga de l'Hospitalet de Llobregat el cap de setmana del 3 i 4 de desembre de 2022.¹¹ El Saló tenia tres espais, el competitiu, en què es feia una competició entre els principals equips o clubs d'esports electrònics de Catalunya; l'espai LAN, en què els assistents podien participar en una sessió de trenta-sis hores de joc, i l'espai expositiu, en què diverses empreses de videojocs van exposar els seus productes i les novetats que llançaran al mercat, a banda d'associacions, centres educatius i clubs que mostren la seva tasca habitual. Aquesta activitat es va difondre entre els centres educatius, especialment els de l'Hospitalet de Llobregat, atès que té l'objectiu de donar a conèixer el món digital i de videojocs que funciona en català, un àmbit en què aquesta llengua no està gaire normalitzada.¹²

D'iniciatives se n'han fet força i el paper de les organitzacions que promouen la llengua i de les institucions és fonamental, perquè, com hem discutit en l'apartat anterior, la situació del català a les xarxes, en

11. <https://www.clijcat.cat/consell/descarregues/estudis/EstudiRodapremesa2009.pdf> [Consulta: 28 d'octubre de 2022]

12. <https://www.tabakalera.eus/es/> [Consulta: 4 de novembre de 2022]

un context de globalització com l'actual, és precària. Pensar solucions i dissenyar activitats per millorar la situació és un repte, però alhora les xarxes socials tenen un potencial d'atracció per als joves i, si s'hi aboquen recursos, el talent en català també existeix i pot créixer molt. Els centres educatius també poden contribuir a normalitzar el català a les xarxes per compensar la tendència actual.

6. CONCLUSIONS

L'ús del català entre els joves, d'acord amb les dades, és cada cop més baix, sobretot en algunes zones. Les causes són diverses i complexes, i sens dubte cal fer molta més recerca per conèixer amb exactitud el problema i detectar-ne les causes per poder-hi actuar. Però el que moltes veus ja han assenyalat és que un dels problemes és la manca de referents culturals dins el món audiovisual per als joves en català. Aquesta és una qüestió que cal abordar i les institucions i les organitzacions hi han d'abocar molts recursos per compensar la tendència.

Cal esmentar que, a banda de les experiències i els projectes explicats a l'apartat anterior de Plataforma per la Llengua, se n'han engegat més, com ara la trobada de creadors de contingut LaTroca.¹³ La jornada va tenir lloc a Palma i va aplegar influenciadors i creadors de contingut d'arreu del domini, en què van poder intercanviar experiències i conèixer els seus projectes. Va ser organitzada per la Generalitat de Catalunya, la Generalitat Valenciana i el Govern de les Illes Balears. Una altra iniciativa destacable és la de La Fera, una fàbrica de creació digital que impulsa projectes audiovisuals en català per enfortir-los i fer-los créixer, amb el suport d'Òmnium Cultural i la Fundació.cat.¹⁴

13. <http://archive.ifla.org/IV/ifla73/papers/128-Arranz-en.pdf> [Consulta: 3 de novembre de 2022].

14. Expressió que fa referència al llibre *Bona nit, lluna* de Margaret Wise Brown (Corimbo, 2003), il·lustrat per Clement Hurd, publicat per primera vegada el 1947 a Nova York, tot un referent en les sessions de contacontes abans d'anar a dormir en les famílies americanes de la segona meitat del segle xx.

D'altra banda, cal assenyalar que un dels problemes que convé abordar és la competència oral en català dels joves. En algunes zones en què el català és poc present en l'entorn, l'alumnat és poc competent oralment en català i aquest fet crea inseguretat i podria ser una causa del baix ús d'aquesta llengua. D'aquest factor no en tenim gaires dades, justament perquè fins ara no s'ha avaluat aquesta competència als centres educatius per mitjà de les proves de competències bàsiques. Tot i així, el nou marc normatiu, que es desprèn de la LOMLOE (vegeu l'apartat 3), preveu que el Consell Superior d'Avaluació del Sistema Educatiu comenci a avaluar l'oralitat, de manera que els centres educatius tenen el repte de plantejar noves iniciatives per treballar-ho a l'aula. Així doncs, cal que els centres educatius disposin de recursos per dur a terme activitats com les que hem vist a l'apartat anterior o d'altres que puguin sorgir, per treballar d'una manera lúdica aquesta competència.

Un altre repte important és que els joves no renunciïn a la llengua catalana si es decideixen a fer-se un lloc a la xarxa, és a dir, a normalitzar-la en aquest àmbit. És clar que els centres educatius no tenen la clau per canviar aquesta situació, s'ha d'abordar el problema des de molts fronts i invertir-hi recursos, però el que sí que és clar és que, mitjançant activitats engrescadores, poden contribuir a la normalització del català en aquest àmbit. Les activitats exposades a l'apartat 5, a més, permeten professionalitzar els creadors de contingut i incentivar-los a continuar creant en català.

Per a la normalització del català, és important que la llengua s'utilitzi plenament en tots els àmbits. D'acord amb el model d'estandardització de Haugen (1983), la precària situació del català a les xarxes socials pot interferir en l'establiment funcional, la quarta fase, que consisteix en la contínua actualització de la varietat estàndard de la llengua en els diferents àmbits d'ús. Per tant, si la llengua no s'utilitza amb normalitat a les xarxes socials, té dificultats per fer-se forta en registres col·loquials, en el sentit que els parlants tinguin una certa seguretat a l'hora d'utilitzar el codi i que la varietat col·loquial no estigui tan exposada a les interferències, una característica de les llengües subordinades i minoritzades com el català. Aquest fet causa que els joves es decantin per utilitzar un altre codi més estandarditzat i

que no generi dubtes. És, doncs, un peix que es mossega la cua, i és necessari intervenir-hi per canviar la tendència.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL (2021): Consell de l'Audiovisual de Catalunya, *Informe 2021. L'audiovisual a Catalunya*, Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <<https://www.cac.cat/sites/default/files/2022-06/Informe%20sobre%20l%27audiovisual%20a%20Catalunya%202021.pdf>>
- CONSELL SUPERIOR (2021): Consell Superior d'Avaluació del Sistema Educatiu, *Estudi sociodemogràfic i lingüístic de l'alumnat de 4t d'ESO a Catalunya 2006-2013-2021*, Barcelona: Departament d'Educació. Generalitat de Catalunya. <<http://csda.gencat.cat/web/.content/home/arees-actuacio/publicacions/informes-avaluacio/29-informes.pdf>>
- DIRECCIÓ GENERAL (2021): Direcció General de Política Lingüística, *Món digital. Dades i indicadors*, Barcelona: Generalitat de Catalunya. <<https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/altres/arxius/mon-digital-dades-indicadors.pdf>>
- GUEVARA (2021): Marc Guevara, «Català a Twitter, l'àgora de la llengua», *Anuari de Filologia. Estudis de Lingüística*, núm. 11, ps. 125-140.
- HAUGEN, Einar (1983): Einar Haugen, «The implementation of Corpus Planning», dins: Juan Cobarrubias i Joshua Fishman (ed.), *Progress in Language Planning: International Perspectives*, Berlín: Walter de Gruyter, ps. 269-289.
- MASSAGUER, FLORS-MAS i VILA (2021): Marina Massaguer, Avel·lí Flors-Mas i Francesc X. Vila, *Català, youtubers i instagramers. Un punt de partida per promoure l'ús de la llengua*, Barcelona: Biblioteca Tècnica de Política Lingüística. <<https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxius/29-btpl-catala-youtubers.pdf>>
- PLATAFORMA (2019): Plataforma per la Llengua, *Estudi sociolingüístic als patis d'escoles i instituts de zones urbanes de Catalunya*, Barcelona: Plataforma per la Llengua. <<https://www.plataforma-llengua.cat/que-fem/estudis-i-publicacions/248/estudi-sociolingüístic-als-patis-descoles-i-instituts-de-zones-urbanes-de-catalunya>>

- PLATAFORMA (2020): Plataforma per la Llengua, *Informe sobre el català a Netflix*, Barcelona: Plataforma per la Llengua. <https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/netflix_1590739331.pdf>
- PLATAFORMA (2021a): Plataforma per la Llengua, *Estudi sociolingüístic als patis dels instituts públics de Valls*, Barcelona: Plataforma per la Llengua. <https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/estudi-patis-instituts-valls-def_1630936241.pdf>
- PLATAFORMA (2021b): Plataforma per la Llengua, *InformeCat 2021. 50 dades sobre la llengua catalana*, Barcelona: Plataforma per la Llengua. <https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/informe-cat-2021-web-bo_290_11_2442.pdf>