
L'ús del català als comptes de X del *Diari de Balears* i de la radiotelevisió pública de les Illes Balears: una anàlisi de la seva freqüència d'ús i adequació lingüística

GUILLEM SUAU-GOMILA

Universitat de Lleida
guillem.suau@udl.cat

METZERI SÁNCHEZ-MEZA

Universitat de Lleida
metzeri.sanchez@udl.cat

RESUM

L'estudi de l'ús de la llengua catalana a les xarxes socials ha estat un focus d'interès entre els filòlegs, els sociòlegs i els comunicadors des de fa més d'una dècada, ja que l'ús de la llengua en l'esfera digital es pot interpretar com un indicador de la seva salut. Aquest estudi analitza de manera qualitativa i exploratòria com dos perfils de la plataforma X dels mitjans de comunicació de les Illes Balears, IB3 i el *Diari de Balears*, adequen els seus usos lingüístics a les formes pròpies de les Balears i, també, amb quina freqüència publiquen en català, amb quin grau de correcció i finalment quina viralitat obtenen. Els resultats permeten ser optimistes amb la presència de la varietat dialectal de les Balears en l'àmbit digital, perquè els dos mitjans publiquen la totalitat dels missatges analitzats en llengua catalana, principalment IB3 —en què destaca el lèxic propi de les Illes—, i tots dos amb una bona correcció lingüística. Ara bé, cap dels dos mitjans té una elevada viralitat a la plataforma X.

PARAULES CLAU

X, *Diari de Balears*, IB3 Televisió, llengua catalana, estudi qualitatiu.

Introducció

Al llarg de la darrera dècada, acadèmics de l'àmbit de la filologia i de la comunicació han estudiat des de diferents perspectives quin és el grau d'ús del català a les diferents plataformes, tant per part de perfils d'usuaris, com de comptes institucionals o mediàtics; és a dir, s'ha investigat com l'espai català de comunicació (Gifreu, 1991) s'ha adaptat i adequat a l'àmbit digital. En aquest sentit, estudis recents com el de Guevara-Claramunt (2021: 126) han destacat que Twitter [abans del canvi de nom a X] «és un àmbit en què aquesta llengua té una bona salut, malgrat la situació de minorització que pateix». Aquesta afirmació de Guevara-Claramunt corrobora la de l'estudi de Tölke (2015: 110) sobre l'ús del valencià a Twitter, que determina que «el valencià és la llengua d'ús habitual per part dels piuladors joves de la Marina Alta que tenen entre 15 i 35 anys. De fet, l'anàlisi del corpus ha permès comprovar que es produeixen més piulades en valencià que piulades en castellà. A més, les piulades bilingües, és a dir, en castellà i valencià, es produeixen de manera molt reduïda». El català, malgrat ser una llengua minoritzada, ha aconseguit crear un espai digital català de comunicació i ha demostrat tenir una bona vitalitat digital, com constata l'estudi de Milà-Garcia i Tudela-Isanta (2022) sobre l'ús del català a TikTok cohesionat a través de l'etiqueta #estiktokat.

L'anàlisi de l'ús de la llengua a les plataformes socials és especialment rellevant en el context hipermediàtic actual en el qual, segons les dades de l'informe *Reuters Institute Digital News Report* (Newman *et al.*, 2024), el 48 % de la població espanyola s'informa a través de les xarxes socials i el 72 % ho fa mitjançant mitjans digitals. A Catalunya, segons les dades de l'*Informe sobre l'audiovisual a Catalunya* (Consell Audiovisual de Catalunya, 2024), més del 90 % de la població amb edats compreses entre els catorze i els seixanta-quatre anys fan servir els mitjans digitals com a font informativa.

Calafat Vila (2020: 78) constata que l'ús del català als mitjans de comunicació està fragmentat en espais perifèrics: «[...] que la llengua catalana estigui sotmesa a la pressió legal i simbòlica de l'espanyol afecta directament l'estàndard mediàtic català. Des del naixement de l'audiovisual en català els anys vuitanta, la llengua de segona oralitat ha estat pensada fragmentàriament; això és, tres televisions autonòmiques amb impediments legals per compartir-ne l'audiència». Com a conseqüència d'aquesta dispersió, Calafat Vila (2020: 79) apunta que el llibre d'estil d'IB3, la televisió pública de les Illes Balears, serveix per «guiar en l'adequació de les formes lingüístiques, s'ocupa de proporcionar un vocabulari general per corregir les interferències de l'espanyol en el llenguatge periodístic illenc», interferència no tan significativa en altres regions. En consonància, Melià (2007) destaca com un factor rellevant en aquest fenomen la lenta incorporació del català en l'esfera pública i mediàtica balear. En aquest sentit, cal tenir present que la radiotelevisió pública de les Illes Balears, IB3 Ràdio i IB3 Televisió, va néixer l'any 2005 i a més amb un model bilingüe, en què els continguts propis són en català, però la publicitat és majoritàriament en castellà.

De manera complementària, cal posar èmfasi no només en com els mitjans de comunicació fan servir la llengua catalana, sinó també en el seu ús i en la correcció lingüística per part dels po-

lítics. En aquest sentit, la percepció derivada de la recerca de Belfiore (2016: 83) sobre l'ús del català per part dels polítics a Twitter és la següent:

La meua percepció *a priori* (és a dir, la sospita que, en general, la correcció lingüística de les piulades dels polítics seria bastant millorable) ha quedat confirmada. De fet, tal com preveia quan vaig decidir embarcar-me en aquest estudi políticament incorrecte, gràcies a una anàlisi detallada del corpus al meu abast, he pogut demostrar que alguns polítics escriuen missatges tal com ragen, sense amoïnar-se gaire per la puntuació, les regles d'ortografia, el lèxic o la mateixa estructura del que volen comunicar.

Amb aquesta conclusió es constata que, malgrat el caràcter més *informal*, espontani, sintètic i menys estructurat dels missatges a les plataformes socials, i en concret a X, cal tenir cura de l'ús de la llengua perquè, com hem mencionat anteriorment, són plataformes que cada cop són més consumides amb finalitats informatives, especialment pel públic jove.

A partir del que s'ha exposat en aquest breu estat de la qüestió, l'objectiu d'aquest estudi és analitzar de manera sintètica i qualitativa quin és l'ús del català dels perfils dels mitjans de comunicació de les Illes Balears a X.

Metodologia

La metodologia d'aquesta recerca és qualitativa i es fonamenta en l'observació de les publicacions dels mitjans de comunicació IB3 (perfils: @IB3 i @IB3televisió) i del *Diari de Balears* (@dbalears) des del 23 fins al 30 de setembre de 2024. En concret, s'observen les variables següents: idioma de les publicacions, correcció lingüística, ús de recursos de la plataforma (emoticones, etiquetes, entre d'altres), adequació del lèxic fent servir el vocabulari propi de les Illes Balears i, finalment, viralitat de les publicacions. Per fer aquesta recopilació i observació de la mostra s'ha utilitzat Twitter Advanced Search. S'han analitzat un total de noranta-tres piulades: trenta d'IB3 i seixanta-tres del *Diari de Balears*.

Resultats

El primer que ha cridat l'atenció en l'anàlisi ha estat que el compte @IB3televisió porta sense activitat des de 2022, per tant, malgrat haver-se inclòs en els paràmetres de cerca, no s'ha analitzat cap publicació d'aquest perfil. Una altra qüestió que cal destacar és el fet que cap de les publicacions no ha tingut una interacció elevada a la xarxa. En aquest sentit, les dues publicacions més virals han estat del perfil d'IB3. Una ha tingut unes mètriques de dos comentaris, set repiulades i quaranta m'agrada i l'altra cap comentari, dues repiulades i trenta-set m'agrades.

És a dir, aquesta primera anàlisi exploratòria ens ha permès corroborar que, en general, els perfils dels mitjans de comunicació de les Illes Balears tenen una capacitat baixa de viralitzar els continguts.

Pel que fa al perfil d'IB3, és un perfil de caràcter promocional dels continguts propis, perquè tenen un altre perfil destinat a publicar la informació d'actualitat; això fa que es permeti un ús més gran de recursos de la plataforma que en el perfil del *Diari de Balears*, que sí que s'orienta cap a la informació. En aquest sentit, observem com el 90 % de les publicacions d'IB3 tenen contingut audiovisual, el 95 % tenen emoticones i aproximadament el 80 % tenen dues o més emoticones en la mateixa publicació, totes les publicacions tenen etiquetes o enllaços i prop del 90 % tenen alguna menció o bé a algun periodista de l'ens públic o bé a algun artista o club esportiu, principalment. En el cas del *Diari de Balears*, totes les publicacions tenen etiquetes o enllaços i totes tenen una única emoticona a l'inici del missatge. El 70 % de les publicacions tenen una imatge, cap no té vídeo i un 40 % té alguna menció.

Totes les publicacions, tant d'IB3 com del *Diari de Balears*, s'han publicat en llengua catalana i amb una bona correcció lingüística. Ara bé, amb referència a l'adequació lèxica, malgrat que els dos perfils fan servir un vocabulari correcte i propi de les variants de les Illes Balears, el perfil d'IB3 fa servir més aquestes formes verbals i lèxiques. Alguns exemples són «Arrancam en manco d'una hora» en lloc d'«Arranquem en menys d'una hora» o «Sus al programa previ» en comptes de «Comença el programa previ o donem el tret de sortida al programa previ». Aquests exemples, entre d'altres, demostren el compromís d'IB3 per promocionar les formes pròpies de la família de dialectes de les Illes Balears sempre que els permetin mantenir la correcció en les seves publicacions.

Conclusions i discussió

Com afirmen Guevara-Claramunt (2021), Tölke (2015) i Milà-Garcia i Tudela-Isanta (2022), el nostre estudi ens permet ser moderadament optimistes respecte de la salut del català i, en concret, del dialecte balear a les xarxes socials. Perquè, per una banda, és cert que cada cop hi ha més mitjans de comunicació i periodistes —i influenciadors, com pot ser el cas d'Àngel Aguiló Palou (@AngelAguiloP)— que publiquen la totalitat o la pràctica totalitat del seu contingut en aquesta varietat dialectal del català. Però, per una altra banda, també s'ha pogut constatar que, almenys, en el cas dels mitjans de comunicació, la seva viralitat a X és molt baixa. Tot i això, podem corroborar que els resultats obtinguts ens permeten ser més optimistes amb l'estat del català a l'esfera digital balear que els presentats en la recerca de Melià (2007). Futures recerques hauran de corroborar si aquesta viralitat baixa es dona només en el cas dels mitjans de comunicació o també en el d'altres tipus d'usuaris i creadors de continguts que fan servir el dialecte balear com el mencionat @AngelAguiloP, entre d'altres.

La recerca duta a terme també ha servit per constatar les conclusions de l'estudi de Calafat Vila (2020), perquè hem pogut observar que el perfil d'IB3 a X vigila especialment l'adequació lingüística del contingut a les formes pròpies del dialecte balear, una qüestió que, com assenyala Calafat Vila al seu estudi, és una de les màximes del llibre d'estil, juntament amb la idea de combatre la influència dels castellanismes en els periodistes illencs.

L'estudi també ha permès observar que al perfil d'IB3 a X s'han adoptat de manera més activa els recursos estilístics i comunicatius (etiquetes, mencions, contingut multimèdia) que al perfil del *Diari de Balears*, probablement més condicionat pel seu caràcter més informatiu.

Finalment, queda per a futures recerques ampliar la línia d'estudi proposada per Belfiore (2016) i a partir de les variables utilitzades en aquest estudi: comprovar quina és la llengua de les publicacions, el grau de correcció lingüística, l'ús de recursos de la plataforma (emoticones, etiquetes, entre d'altres), l'adequació del lèxic fent servir el vocabulari propi de les Illes Balears i, finalment, la viralitat de les publicacions dels polítics de les Illes Balears a X. En aquest estudi ens hem focalitzat, de manera molt exploratòria, en l'àmbit mediàtic, però sens dubte pot ser interessant i revelador traslladar aquesta anàlisi a l'àmbit polític. Aquest estudi ha orbitat al voltant de la plataforma X, en ser la més utilitzada en l'àmbit periodístic, però futures recerques podrien analitzar l'ús del català de les Illes Balears a altres plataformes com Instagram o TikTok.

Referències

- BELFIORE, Ileana (2016). «Estudi sobre la corrupció lingüística dels polítics a les xarxes socials». *Treballs de Sociolingüística Catalana* [en línia], 26, p. 71-88. <<https://raco.cat/index.php/TSC/article/view/316431>> [Consulta: 25 setembre 2024].
- CALAFAT VILA, Rosa M. (2020). «El centre i la perifèria de la llengua catalana als llibres d'estil: Catalunya i les Illes Balears». *Revista de Llengua i Dret = Journal of Language and Law* [en línia], 73, p. 69-81. <<https://doi.org/10.2436/rld.i73.2020.3394>>.
- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2024). *Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 2023* [en línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <<https://www.cac.cat/es/acords-recerca/informes-del-sector-audiovisual>> [Consulta: 29 setembre 2024].
- GIFREU, Josep (1991). *Construir l'espai català de comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- GUEVARA-CLARAMUNT, Marc (2021). «Català a Twitter, l'àgora de la llengua». *Anuari de Filologia. Estudis de Lingüística* [en línia], 11, p. 125-140. <<https://doi.org/10.1344/AFEL2021.11.8>>.
- MELIÀ, Joan (2007). «La llengua catalana en els mitjans de comunicació audiovisual de les Illes Balears». *Quaderns del CAC* [en línia], 28, p. 21-30. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2934920>> [Consulta: 26 setembre 2024].
- MILÀ-GARCIA, Alba; TUDELA-ISANTA, Anna (2022). «Lenguas minoritarias y redes sociales: la creación de #estiktokat para contenidos en catalán». *Cuadernos Europeos de Deusto* [en línia], 4, p. 173-202. <<https://doi.org/10.18543/ced.2476>>.

NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard; ROBERTSON, Craig T.; ARGUEDAS, Amy R.; NIELSEN, Rasmus K. (2024). *Reuters Institute Digital News Report 2024* [en línia]. Oxford: Reuters Institute for Study of Journalism. <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>> [Consulta: 30 setembre 2024].

TÖLKE, Vanessa (2015). «L'ús de les llengües minoritàries en les xarxes socials: el valencià en Twitter». *Zeitschrift für Katalanistik* [en línia], 28, p. 95-115. <<https://doi.org/10.46586/ZfK.2015.95-115>>.