

El Departament de Cultura impulsa un estudi per incrementar l'ús del català en el món dels youtubers, instagramers i els influenciadors en xarxes socials

written by Redacció Unilateral | 14 de juny de 2020

El Departament de Cultura, a través de la Direcció General de Política Lingüística, ha impulsat, finançat i publicat un estudi sobre l'ús de la llengua en el món dels influenciadors socials. El treball [Català, youtubers i instagramers. Un punt de partida per promoure l'ús de la llengua](#), elaborat pel Centre de Recerca en Sociolingüística i Comunicació Universitat de Barcelona (CUSC), analitza l'ús del català en els continguts generats per estrelles del món digital adreçats a adolescents i joves i es formulen propostes per a la promoció del català en aquest camp. En l'elaboració hi han participat els sociolingüistes Marina Massaguer Comes, Avel·lí Flors-Mas i Francesc-Xavier Vila.

El treball, que prioritza el mètode qualitatiu, inclou algunes anàlisis quantitatives que revelen el contrast en nombres absoluts en les mètriques dels influenciadors que utilitzen el castellà i els que utilitzen el català. Aquestes mètriques es redueixen dràsticament quan es posen en relació amb la dimensió de la comunitat lingüística fins al punt que, amb aquesta ponderació, a Instagram el català ofereix més bons resultats que el castellà i en el cas de Youtube hi ha una aproximació important.

El treball també analitza el desplaçament del consum audiovisual cap a les xarxes, la consolidació dels youtubers i influenciadors com a referents juvenils en aquest àmbit, el grau de professionalització i les causes que provoquen la minorització del català, que se situen entre les dinàmiques de mercat i les ideològiques entre d'altres aspectes.

Davant d'això, es plantegen línies d'acció com l'estímul econòmic al posicionament dels continguts catalans en les plataformes, la remuneració suplementària de visites per compensar el biaix econòmic que suposa als youtubers i influenciadors la dificultat per monetitzar els seus esforços en unes plataformes amb barems de monetització pensats per a llengües globals, el finançament de continguts especialitzats en català, la facilitació del contacte entre microinfluenciadors que usen el català i empreses per afavorir acords de patrocini i l'impuls de la presència dels influenciadors catalans en esdeveniments perquè en facin l'adaptació en reproducció en línia als seus formats de treball.

La directora general de Política Lingüística, Ester Franquesa, assenyala la importància que té la llengua en aquests nous entorns: "Sens dubte, la comunicació i la llengua són matèria primera d'aquests continguts digitals i generen una influència decisiva en els usos i els comportaments lingüístics que s'estenen i es consoliden". També afirma que el treball "aporta elements de reflexió sobre les tries lingüístiques entre els joves per comprendre'n les dinàmiques i els motius d'ús" i que "l'obra apunta propostes per a la promoció de l'ús del català en aquest entorn que seran el punt de partida per a l'acció de Política Lingüística en els propers anys".

En el marc de l'agenda d'impuls al català en l'àmbit digital, la Direcció General de Política Lingüística treballa per impulsar aquestes i altres línies de treball que afavoreixin que els influenciadors catalans usin el català, de manera normal, en les seves creacions.