

# Els subtítols en català ja estan disponibles en la publicitat de TikTok i pròximament la interfície estarà disponible en aquesta llengua

written by David Folch | 5 d'abril de 2023

El Departament de Cultura ha sigut informat per TikTok sobre la inclusió de la llengua catalana en els subtítols de les peces publicitàries. Fins ara, la plataforma de vídeos curts requeria subtítular en castellà els anuncis emesos en català d'empreses i institucions, una pràctica que en limitava el posicionament de marca i en dificultava la capacitat de connexió amb els públics objectius corresponents.

TikTok també ha notificat al Departament que està avançant a bon ritme en la incorporació del català com a opció lingüística en la interfície de l'aplicació, i en el menú per a subtítulacions de contingut orgànic.

El secretari de Política Lingüística, Francesc Xavier Vila ha subratllat la importància del canvi: "El pas que ha fet TikTok és fonamental, perquè és una de les plataformes de contingut líders i perquè a més és una referència entre una àmplia varietat d'audiències. S'ha d'entendre que el més normal és que les persones que tenen els mòbils o els ordinadors configurats en català, és a dir, que han optat pel català en el seu ecosistema digital, també trobin les interfícies de les plataformes en la seva llengua." Quant a la publicitat, ha assenyalat l'oportunitat que suposa tant per a les empreses com per a la plataforma: "És un pas beneficiós per a tothom.

Per als consumidors, que veuen la seva llengua normalitzada en un nou espai; per a les empreses, que podran acostar-se més directament al seu públic objectiu; i per a TikTok, que amb aquest encertat canvi es posicionarà millor en el panorama publicitari català. Tot plegat contribuirà a enfortir la situació del català en l'àmbit digital".

Aquestes funcionalitats representen una nova finestra d'oportunitats per a totes les empreses, institucions i entitats a l'hora d'establir una via de comunicació amb el públic català. De fet, l'entrada de la llengua catalana als subtítols de publicitat és coherent amb l'estil publicitari característic de TikTok, que aposta per la màxima proximitat i una experiència fresca i autèntica entre emissor i usuari.

En la línia d'acció que manté amb plataformes i xarxes socials perquè incorporin el català en els seus continguts i a l'opció lingüística de les interfícies, com en el cas precedent de Spotify, el Departament de Cultura ha estat treballant amb TikTok per facilitar-li criteris d'ús, arguments legals i de mercat, i per contextualitzar la petició de situar-hi el català com a llengua mitjana que aspira a tenir una presència normalitzada en tots els àmbits. En aquest sentit, TikTok s'afegeix a la llista d'aplicacions i xarxes que incorporen en català, com ara Twitter, Facebook, Signal, Telegram, Whatsapp, YouTube, Badoo, la majoria de serveis oferts per Google, etc., i respon a la demanda que moltes empreses i particulars havien formulat per vies diverses.