

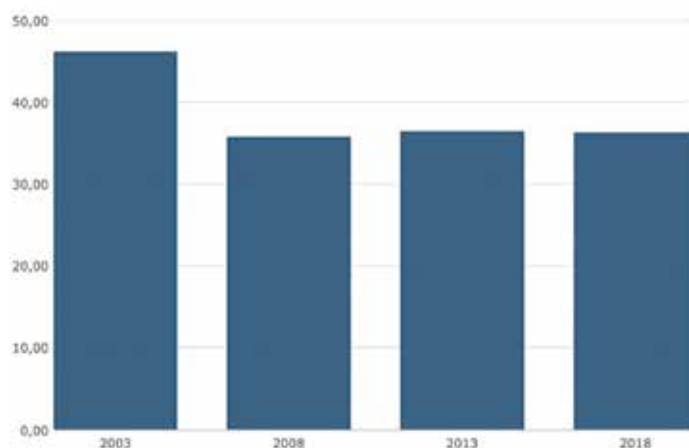
Ser «youtuber» en català: una aproximació a la realitat de la nostra llengua a les xarxes socials i a les plataformes digitals

Neus Anglès Borràs

El mes d'abril del turbulent any 2020 vaig decidir obrir un canal a YouTube¹. Fa molts anys que consumeixo el contingut que s'hi ofereix, i la realitat és que normalment recorro a vídeos en castellà i en anglès. Absorta per l'avorriment del confinament, vaig pensar que podia ser una bona idea generar contingut per les xarxes socials... però en català. Vaig prendre aquesta decisió essent molt conscient de les limitacions que em comportaria: un abast reduït de públic, un creixement lent del canal i, si mai decidia professionalitzar-me, uns ingressos econòmics gairebé inexistents. Així, doncs, per a mi, crear contingut en català per a les xarxes socials i les plataformes digitals és un acte ideològic, de defensa i de normalització de la llengua; esdevindria una nova forma de militància, i no pas una activitat d'oci o una feina. Però que jo accedís a això no vol pas dir que consideri que s'hagi d'anar en aquesta direcció.

La darrera actualització de l'Institut d'Estadística de Catalunya, que es va dur a terme el 8 de juliol del 2019, indica que l'ús del català com a llengua habitual en la població de 15 anys i més ha patit un descens considerable des del 2003².

Població de 15 anys que té el català com a llengua habitual. Catalunya 2003-2018



Font: Idescat i Direcció de Política Lingüística. Enquesta d'usos lingüístics de la població

Tanmateix, l'enquesta realitzada amb les dades del 2018 mostra com el 31,5% jovent de 15 anys o més tenen el català com a llengua inicial, el 36,5% com a llengua d'identificació i el 36,1% com a llengua habitual³. Així, doncs, veiem com l'ús del català en el jovent de Catalunya està força per sota del 50%;

Població de 15 anys i més segons llengua inicial, d'identificació i habitual Catalunya. 2018

Llengües més freqüents	Milers de persones			Percentatge (%)		
	llengua inicial	llengua d'identificació	llengua habitual	llengua inicial	llengua d'identificació	llengua habitual
Català	2.010,4	2.320,6	2.305,1	31,5	36,3	36,1
Castellà	3.366,0	2.978,9	3.104,6	52,7	46,6	48,6
Català i castellà	176,4	440,6	474,2	2,8	6,9	7,4

Font: Idescat i Direcció de Política Lingüística. Part de l'enquesta d'usos lingüístics de la població⁴

- 1 Per a veure el meu canal de YouTube, podeu visitar: https://www.youtube.com/channel/UCkcrmoiGUJ6-OHg_2E0opNQ.
- 2 Generalitat de Catalunya - Institut d'Estadística de Catalunya (2019). *Usos lingüístics de la població. Llengua inicial, d'identificació i habitual*. Recuperat a partir de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=anuals&n=10364> [en línia]. (Accés: 2 de gener del 2021.)
- 3 Generalitat de Catalunya - Institut d'Estadística de Catalunya (2019). *Usos lingüístics de la població. Llengua inicial, d'identificació i habitual*. Recuperat a partir de <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=anuals&n=10364> [en línia]. (Accés: 2 de gener de 2021.)
- 4 Per veure la taula completa visitant: <https://www.idescat.cat/indicadors/?id=anuals&n=10364>.

unes xifres preocupants i que es veuen reflectides en la forma que tenim el jovent de relacionar-nos i de comunicar-nos. En contraposició, la presència del castellà en el jovent català oscil·la entre el 46,6% i el 50%.

És una realitat objectiva que hi ha una manca clara de referents en català entre el públic infantil i juvenil, sobretot en la quota d'edat inferior als 10 anys. Gran part del jovent de Catalunya vam créixer amb el Club Super 3 o el 3XL, som la generació de *Bola de Drac* i del *Detectiu Conan* en català; els dibuixos animats arribaven a tots els nens i totes les nenes de Catalunya, indiferentment de si érem catalanoparlants o no. Ara és un repte generar referents en català que interpel·lin tota mena de població, però això no ha estat sempre així: fa uns quants anys, la televisió pública va ser capaç d'arribar a moltíssimes famílies de Catalunya i, amb això, es va normalitzar l'ús del català, convertint-la en una llengua natural i inherent en la nostra antropologia social i cultural. Al capdavant, el català formava part de l'hegemonia.

En canvi, actualment el català està assumint un rol en la política, la societat, la cultura, etc. de caire alternatiu. Cada vegada més, la nostra llengua s'està vivint i experimentant amb una certa alteritat, allunyada de la quotidianitat de moltes persones arreu dels Països Catalans. Revertir aquesta situació comporta un debat complex, que s'ha d'abordar en un àmbit multidisciplinari: les humanitats, les ciències socials, la política... Pel que fa als mitjans d'oci actuals adreçats al públic infantil i juvenil, és prioritari crear un imaginari col·lectiu en català; cal analitzar les diferents xarxes socials i plataformes digitals i ser capaços de generar referents en català per a poder acostar la nostra llengua i fer-ne un mitjà de comunicació vàlid per a tothom. És innegablement urgent la necessitat de destinar partides econòmiques a aquesta qüestió.

Com a *youtuber* en català, convisc amb les mancances i les limitacions que implica crear contingut en català. Només cal veure com molts referents en el món *influencer* de l'Estat espanyol són catalans

i, de fet, catalanoparlants (Dulceida, Clakovi, Patry Jordán...), però tot i això creen el seu contingut en castellà. Crear contingut en català com una activitat de lleure o una tasca militant, sense esdevenir una font d'ingressos reals, acaba per desencantar i per impedir produir contingut de qualitat. La passada primavera, va aparèixer Canal Malaia, un grup de persones que «impulsen la creació de contingut en català a YouTube i Instagram»⁵. Un dels seus creadors, Arnau Rius Llorens, en l'article *Per què TV3 faria bé de llançar 400 nous productes a xarxes?* explica, entre altres coses, quina és la situació actual

Ens trobem davant la necessitat d'impulsar polítiques públiques de caire lingüístic i de caire econòmic per a poder produir contingut i generar referents en català per al públic infantil i juvenil.

dels creadors de contingut en potència: «TV3 hauria de tenir des d'ara i fins a sempre 400 miniproductes actius a TikTok, Instagram, Twitch i YouTube. No es tracta de tenir actives i en graella 400 sèries com *Bola de Drac* o *Merlí*, sinó de contractar creadors *freelance* i tenir sempre més 400 productors audiovisuals tirant

endavant el seu projecte o el seu talent, pagats per la CCMA. Això implicaria tenir repartits arreu del territori joves (i no tan joves) rebent suport econòmic per a poder sustentar el seu racó creatiu en qualsevol de les moltes plataformes disponibles. Ara ho estan fent majoritàriament en castellà i gratis; paguem-los un sobresou per a fer el que els agrada: donem-los mitjans i exposició a canvi de ser tutelats per un petit equip amb un despatxet improvisat en un soterrani de Sant Joan Despí»⁶. Tanmateix, ja existia Creadors, una «comunitat de creadores de contingut audiovisual en català a Internet»⁷. Amb això veiem com hi ha iniciatives per a fomentar la creació de contingut en català per a les xarxes socials i les plataformes digitals, però sempre es fa des de l'àmbit privat o des de grups de persones organitzades d'una manera alternativa. Ens trobem davant la necessitat d'impulsar polítiques públiques de caire lingüístic i de caire econòmic per a poder produir contingut i generar referents en català per al públic infantil i juvenil.

Un altre aspecte a abordar és la concepció de la llengua: no l'hauríem de percebre com un bé capital, sinó com un bé comú i col·lectiu, que fomenta crear teixit. El català és per a tothom i s'ha de representar en tots els vessants; per això és tan important

5 Canal Malaia (2020), *Malaia*, recuperat a partir de <http://malaia.cat> [en línia] (accés: 2 de gener del 2021).

6 Rius Llorens, A. (2020), *Per què TV3 faria bé de llançar 400 nous productes a xarxes?* Recuperat a partir de <https://www.naciodigital.cat/opinio/21425/tv3-faria-be-llançar-400-nous-productes-xarxes> [en línia] (accés: 2 de gener del 2021).

7 Creadors (2020), *Hola què tal*, recuperat a partir de <https://creadors.tv> [en línia] (accés: 2 de gener del 2021).

visibilitzar els múltiples dialectes que té la nostra llengua, sense caure en el centralisme barceloní. De la mateixa manera, s'ha de reivindicar el català com a llengua d'acolliment i no caure mai en actituds racistes i classistes a l'hora d'utilitzar-la; tampoc no hem d'acomplexar-nos, el català és per a tothom. Molts de nosaltres som néts d'avis migrants, que han après l'idioma sense anar a l'escola i que han lluitat per una immersió lingüística plena. El català no és exclusiu, hem de fer caure aquesta dicotomia.

Si entenem i apostem pels punts anteriorment exposats, avançarem d'una manera real cap a un oci plenament en català. Tenim dret a consumir plataformes digitals i xarxes socials en català, però també tenim dret a sentir-nos recolzats econòmicament per a poder fer front al nostre projecte i poder produir continguts de qualitat. En un estudi impulsat, finançat i publicat per la Direcció General de Política Lingüística, que pren per nom *Català, youtubers i instagramers. Un punt de partida per promoure l'ús de la llengua* i elaborat pel Centre de Recerca en Sociolingüística i Comunicació Universitat de Barcelona (CUSC), «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»⁸. Invertir des de l'àmbit públic en aquesta direcció pot ajudar a recuperar gran part de les generacions que ja no estan creixent en català. Les dades pel que fa a l'ús del català entre el jovent no són bones, però encara som a temps de canviar-ho.

Tal com vaig dir en el vídeo de presentació del meu canal, el que pretenc és encoratjar totes aquelles persones que en algun moment s'han plantejat crear contingut a les xarxes socials d'una manera professional, que ho facin en català. Tanmateix, faig una crida a totes les institucions i iniciatives públiques per tal que treballin per fomentar el català en les xarxes socials i les plataformes digitals, perquè d'aquesta manera podrem normalitzar l'ús del català i visibilitzar-lo entre el jovent.■



8 Centre de Recerca en Sociolingüística i Comunicació – Generalitat de Catalunya (2020), *Català, youtubers i instagramers. Un punt de partida per promoure l'ús de la llengua*, recuperat a partir de <https://llengua.gencat.cat/ca/detalls/noticia/estudi-youtubers-instagramers-catala> [en línia] (accés: 2 de gener del 2021).