

Impulsar els «influencers» per salvar el català entre els joves

Els experts apunten la manca de "referents massius" a la xarxa com un dels principals problemes per la supervivència de la llengua



Francesc Xavier Vila, Marina Massaguer, Gabriel Bibiloni i Teresa Ciges, a l'UCE. | Josep Maria Montaner

Com adaptar el català als canvis en el consum i la producció de continguts? Aquesta ha estat la qüestió que ha vertebrat la taula rodona "**Llengua, mitjans de comunicació, infants i adolescents**" que s'ha celebrat aquesta tarda a la 53a Universitat Catalana d'Estiu a Prada. En el debat han participat diferents experts en la matèria, com la periodista **Teresa Ciges**, la filòloga **Marina Massaguer** i el secretari de política lingüística de la Generalitat de Catalunya, **Francesc Xavier Vila**. Tots conclouen que cal augmentar el finançament en el camp de l'audiovisual, impulsar els nous *influencers* i millorar la difusió, en un context on les dades constaten que l'ús del català disminueix entre els joves.

"No som conscients que hem viscut dues revolucions lingüístiques que estan transformant ràpidament el món en què vivim, hem d'aconseguir entrar en aquest nou món", ha alertat Vila, qui explica que afecta tothom, però que els adolescents "estan al capdavant". En aquest sentit, ha reivindicat que el català "ha de ser capaç d'entrar en aquesta **revolució lingüística** que s'està produint". Des de la seva posició en l'administració, indica que s'està treballant en un **Pacte Nacional per la Llengua**, que entre moltes de les qüestions que planteja, hi ha l'anàlisi retrospectiva de la situació del català, la revisió dels mecanismes existents en l'àmbit audiovisual i actuacions en tots els àmbits de la societat.

En aquest darrer àmbit, es treballa pe recuperar els continguts que ja s'han creat en català, catalogar-los i posar-los a l'abast del públic, així com revisar els mecanismes de doblatge i subtítolació. També ha explicat que a través del programa **Next Generation de la UE**, volen crear un **hub internacional** de l'audiovisual per a "convèncer" companyies que l'entorn de Catalunya és "productiu i convenient" per fer producció, d'aquesta manera, segons el secretari de política lingüística, es facilitaria la producció en català en les grans plataformes que s'instauraressin a Catalunya.

La periodista **Teresa Ciges**, del País Valencià, ha explicat que el consum dels joves se centra principalment en aquestes plataformes digitals i les xarxes socials, "on els joves imiten les actituds lingüístiques dels referents que hi apareixen". En aquest sentit, ha dit Ciges, les institucions juguen un paper fonamental i arriben tard. "La llengua ha de tenir un **discurs funcional** a part de l'identitari i emocional", ha explicat la periodista. Creu que les persones que fan contingut a internet, se les hauria de transmetre que es pot destacar "perquè el mercat és molt més petit que el castellà i no hi ha tanta rivalitat". Molts creadors catalanoparlants canvien al castellà perquè es pensen que arribaran a un públic major, ha explicat. Les dades, en canvi, diu Ciges, demostren que el contingut en català **és de qualitat i atrau seguidors**.

La periodista també ha defensat que cal aprofitar la situació "de cara" que hi ha entre els governs català, valencià i balear per "treballar plegats" en l'àmbit de promoció de la llengua en les plataformes digitals. Altres governs amb **llengües minoritzades** com el danès, búlgar o suec, ja s'han unit per defensar els respectius idiomes davant les grans plataformes. Francesc Xavier ha explicat que des de la Generalitat, ja s'han fet els primers passos en forma de "promoció d'iniciatives conjuntes" amb el govern del **País Valencià** i les **Balears**. En aquest sentit, Ciges ha demanat un augment en les ajudes econòmiques per la creació de continguts en català, impulsar el català a les plataformes digitals, formar les empreses perquè puguin aprofitar el **màrqueting d'influencers**, visualitzar els creadors de continguts i treballar perquè els videojocs incloguin la llengua catalana.

L'informe sobre el fenomen dels **Tiktokers** i dels **Youtubers** presentat per la lingüista **Marina Massaguer** indica també que hi ha un desplaçament del consum a les xarxes en tots els grups d'edat, especialment entre els joves. La falta d'inversió en el **Canal Super 3** i el **3XL**, els canals infantils de la **CCMA** han afavorit "canvis significatius en el consum audiovisual juvenil, on respecte al 80-90, hi ha molta menys oferta en català i un circuit molt menys implantat". Això, segons Massaguer, provoca que la gran majoria d'infants, inclosos els no catalanoparlants, hagin perdut una via d'entrada del català al marge de l'escola. "La situació ha canviat fins al punt que pares que volen que els seus fills consumeixin dibuixos en català, han d'esforçar-se per buscar-los", ha explicat.

D'aquesta manera, Massaguer indica que el català es troba en una **situació de minorització** a les xarxes (poca oferta i poc diversificada). Aquest cercle es pot trencar, segons la lingüista, ja s'està superant amb la comunitat d'Instagram, TikTok i de Youtube en català, "ara falta que es consolidi molt més", ha dit. Massaguer ha celebrat les bones xifres d'audiència i diu que demostren que hi ha un públic obert a consumir en aquesta llengua. Massaguer ha emplaçat les institucions a reforçar la inversió i donar suport a "**referents massius**", és a dir, personatges que arribin a diferents perfils de joves, inclosos els que no són catalanoparlants, tal com feia **Bola de Drac**, ha dit. Un altre dels problemes del català, segons la lingüista, és que hi ha una sèrie de condicionants ideològics que l'impregnen i provoquen que una sèrie de parlants pensin que parlar català et posiciona o dona informació sobre tu.