LLENGUA I LITERATURA | | Actualitzat el 09/07/2021 a les 10:00

Llums i ombres del català al món digital

Repàs a tot el seguit d'indicadors que radiografien la salut de la llengua en l'entorn virtual, tant pel que fa a les marques com als usos dels ciutadans | L'oferta i la disponibilitat que donen les diverses marques condicionen la demanda



La configuració de dispositius en català se situa per sota del 50% | Adrià Costa.

Desè i últim article del dossier «El català al món digital»



El català, com totes les llengües, té un **quàdruple repte en el món digital**: ser present en les interfícies, és a dir, en els sistemes d'interacció entre persones i dispositius; ser present en els continguts digitals (audiovisuals, *podcasts*, audiollibres, llibres electrònics, webs, etc.) i ser present en la interacció lingüística entre els usuaris. Un darrer repte, paral·lel i simultani, és que el català sigui present en la recerca i el desenvolupament de tecnologies de la llengua innovadores, ja que això repercuteix en els tres altres objectius plantejats.

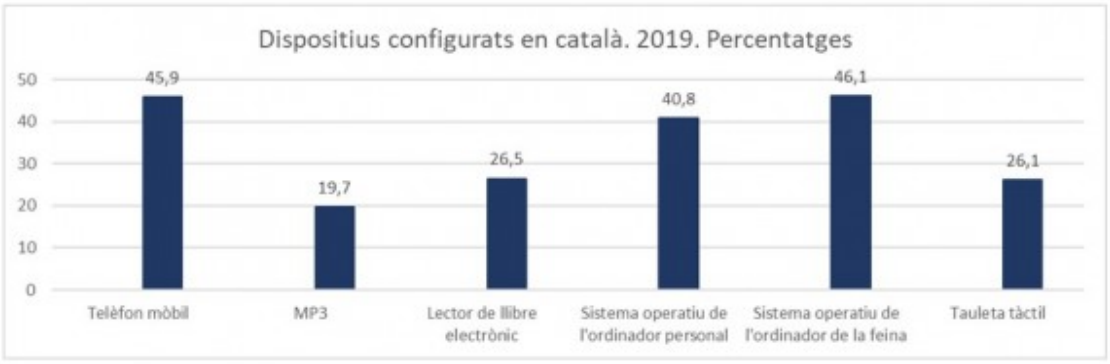
A continuació es dona una visió de què ens diuen les dades sobre l'estat de la qüestió en cadascun d'aquests reptes. El català, com a **llengua mitjana en contacte social amb una llengua dominant com el castellà** i, en el món digital, amb l'anglès -que són llengües amb un pes més gran al món digital-, disposa d'un mercat que pot jugar amb referents culturals i socials específics i trobar el seu espai propi amb un èxit considerable.

1. Interfícies en català

La interfície és la capa del món digital que es relaciona amb l'usuari. Per conèixer l'oferta disponible, Política Lingüística treballa amb indicadors de tres de les interfícies més usades per la ciutadania per observar-hi la presència del català a partir de l'estudi de llarga trajectòria anomenat Navegantes en la Red: webs més visitats, aplicacions de missatgeria més usades i aplicacions socials més usades. L'any 2020 s'oferien en català 8 dels 10 webs més consultats a Catalunya -Google, YouTube, *La Vanguardia*, Facebook, Loterías y apuestas, *El País*, *El Periódico* i Twitter-, 8 de les 9 aplicacions de missatgeria instantània -WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, Skype, Hangouts, Snapchat i Pidgin- i 3 xarxes socials de 10 -Facebook, Twitter i Badoo.

L'oferta dels 10 webs més consultats a Catalunya reflecteix una realitat de l'oferta més generalista, però pel que fa a la presència del català al web de les empreses amb més notorietat, s'observa una gran variabilitat. En el marc del programa Emmarca't, l'any 2017 la Secretaria de Política Lingüística va identificar les marques amb més notorietat i en va analitzar els usos lingüístics al web. Pel que fa a la disponibilitat del català al web segons sectors, s'observa que està per sobre del 60 % en sectors com els de subministraments de la llar, energia i aigua (87,5 %), transports de viatgers (83,3 %), vins i caves (71,4 %), serveis financers (66,7 %) i aigua embotellada (60 %). Els sectors amb una presència baixa de català al web són: calçats i complements (17,4 %), telèfons mòbils (16,7 %), electrodomèstics (10,5 %), i electrònica i informàtica (6,7 %). I també es detecten **serveis sense o pràcticament sense disponibilitat del català al web** com són els productes de neteja de la llar, les motos, els automòbils, i la higiene i cura personal.

Per saber si aquestes dades d'oferta es reflecteixen en l'ús es disposa de les dades de l'*Enquesta territorial TIC a les llars* que cada 2 anys porta a terme l'Idescat. Segons la darrera edició disponible, del 2019, **la configuració de dispositius en català se situa per sota del 50%**. Segons aquestes dades, la llengua de la darrera pàgina web visitada pels usuaris d'Internet era el castellà en el 52,4 % dels casos, el català en el 33,2 % i l'anglès en el 10,6 %. Pel que fa a la configuració dels dispositius, del telèfon mòbil i dels sistemes operatius dels ordinadors de la feina i de casa se situen per sobre del 40 %, i l'MP3, el llibre electrònic i la tauleta tàctil es troben per sota del 30 %. Si es tenen en compte aquestes diferències segons els dispositius, es pot concloure que l'oferta i la disponibilitat que donen les diverses marques de configuració en llengua catalana condicionen la demanda.

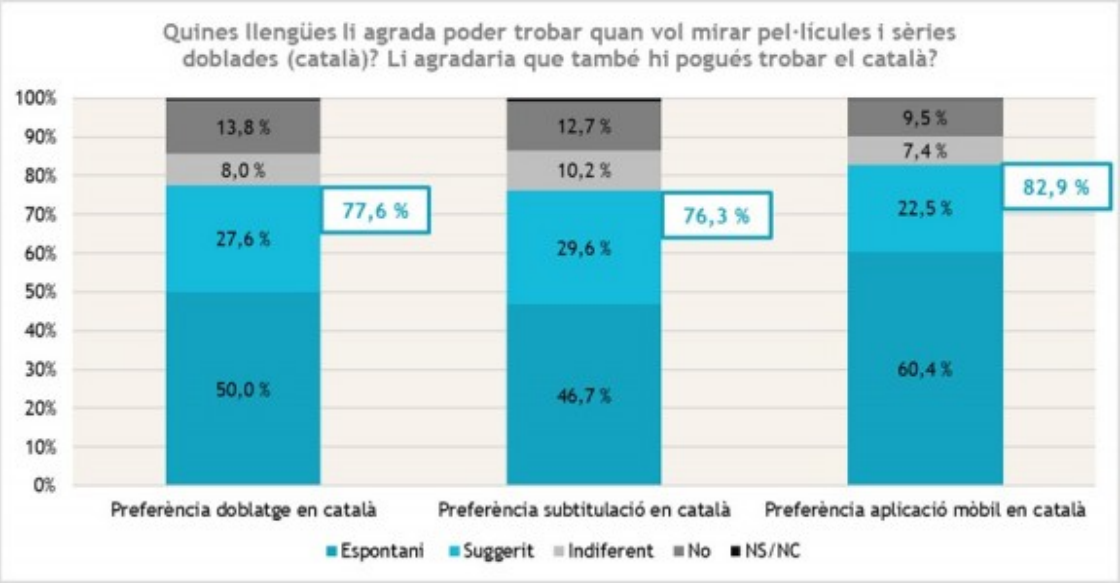


Dispositius configurats en català. Font: Enquesta territorial TIC-2019.

En canvi, quan s'han analitzat les preferències de la ciutadania es destaca que més de la meitat dels consumidors (59,8 %) expressen que voldrien trobar el web de les seves marques en català, segons l'estudi *Llengua i consum* (PDF) que va impulsar Política Lingüística l'any 2016.

[noticiadiariambautor]93/229[/noticiadiariambautor]
2. Continguts digitals en català
El consum de continguts culturals de forma digital -llibres electrònics, música o continguts audiovisuals- es consolida davant d'altres formes de consum d'aquests mateixos continguts. Segons l'estudi *Hàbits de lectura i compra de llibres del 2020* augmenta el nombre de lectors en format digital, els quals arriben al 79,5 % (el percentatge més alt de lectors és el de diaris, webs, blocs, fòrums i xarxes socials).

En la mateixa línia, durant el 2019, el 62,2 % de la població va visionar pel·lícules o sèries en plataformes digitals segons l'estudi *El doblatge i la subtitulació en català a les plataformes digitals (2020)* (PDF). Segons aquest estudi la meitat dels catalans va veure sèries o pel·lícules en català en l'últim any i **més del 90% les va veure en castellà**. Són més els catalans adults que van veure sèries o pel·lícules en català entre els usuaris de canals de televisió tradicionals que no pas entre els usuaris de plataformes de televisió de pagament. L'estudi també reflecteix que el 77,7 % dels catalans demanen poder trobar pel·lícules o sèries doblades en català en aquestes plataformes i el 76,3 % demana poder-les-hi trobar subtitulades.



Quines llengües li agrada poder trobar quan vol mirar pel·lícules i sèries doblades? Font: El doblatge i la subtitulació en català a les plataformes digitals (2020).

Respecte de l'oferta de català en aquestes plataformes, destaquen les dades d'un informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) que ha estudiat la presència d'obres europees en els catàlegs dels serveis de comunicació audiovisual a petició d'Amazon Prime Video, Disney+, Filmin i HBO. En les conclusions es destaca que l'oferta d'obres en llengua catalana (doblades o subtitulades) és gairebé nul·la en tres de les plataformes: **HBO, Disney+ i Amazon Prime Video tenen respectivament només el 0,1 %, el 0,8 % i l'1,3 % del seu catàleg en català**. Per altra banda, Filmin ofereix el 18,9 % del catàleg en català. Per tant, de nou l'oferta i les preferències no es corresponen.

A banda dels continguts culturals, en l'àmbit digital també destaca el contingut lingüístic dels videojocs. Si bé la majoria de videojocs produïts a Catalunya (55 %) i un de cada cinc dels produïts a l'Estat espanyol (20 %) tenen una versió en català -*Llibre blanc de la indústria catalana del videojoc* (PDF); *Libro Blanco del desarrollo de videojuegos 2020 (PDF)*-, només el 4,2 % de les persones van usar el català en l'últim joc al qual van jugar, segons revela la darrera *Enquesta de participació cultural de Catalunya 2020* del Departament de Cultura. Per les seves peculiaritats, l'àmbit del videojoc necessita accions específiques atesa l'oferta internacional en aquest àmbit.

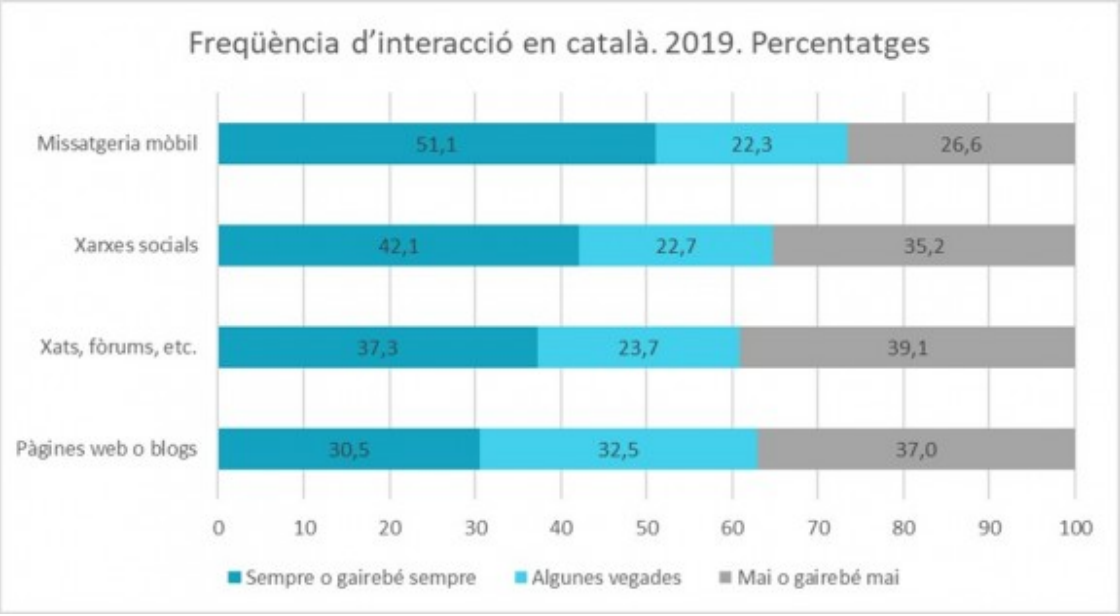
Un dels fenòmens més específics del món digital en l'àmbit dels continguts és la presència de creadors que es belluguen en el món de les xarxes i els canals com YouTube, TikTok o Instagram. Desvinculats del món de les productores audiovisuals, aquests creadors generen directament la pròpia audiència i **els que treballen a Catalunya fan un ús baix del català en tots els indicadors**, com reflecteix l'estudi *Català, youtubers, instagramers. Un punt de partida per promoure l'ús de la llengua*, elaborat pel CUSC i explicat a l'article d'aquest mateix dossier 'Sis mesures per combatre el cercle de minorització digital del català'.

[noticiadiariambautor]93/223[/noticiadiariambautor]

3. Interaccions en català

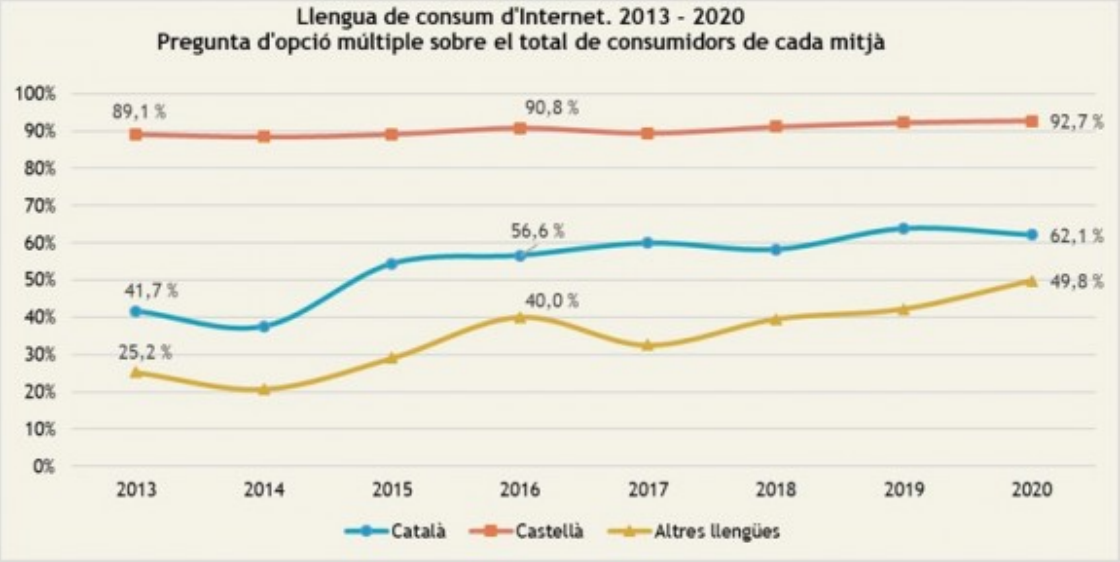
Internet és, també, un àmbit de comunicació i interacció entre els ciutadans, entre ells mateixos i amb les organitzacions, marques i institucions que utilitzen les plataformes de comunicació disponibles. Excepte en algun àmbit concret, l'ús del català a Internet, combinat amb l'ús d'altres llengües, presenta resultats prou positius per la naturalitat amb què, en aquests entorns, es pot tenir un comportament multilingüe.

L'estudi territorial TIC a la llar del 2019 (Idescat, 2021) reflecteix que la interacció en català amb les principals eines se situa entre el 60 i el 70 % si sumem qui l'hi usa gairebé sempre i qui ho fa més ocasionalment. El resultat és compatible amb les freqüències d'ús diàries que reflecteix la darrera *Enquesta d'usos lingüístics de la població (2018)*.



Freqüència d'interacció en català. Foto: Enquesta territorial TIC-2019.

La consulta a Internet en català també se situa a l'entorn del 60 %, segons l'*Enquesta de participació cultural de Catalunya 2020*. El 62,1% de la població que ha consultat Internet ha visitat pàgines en català; el 92,7% ha visitat pàgines en castellà, i el 49,8% n'ha visitat en altres llengües. Tot i que **gairebé tota la població consulta pàgines en castellà**, l'evolució del consum en els últims set anys mostra un augment important en l'ús del català i altres llengües.



Llengua de consum d'Internet. Foto: Enquesta de participació cultural de Catalunya 2020.

Des de Política Lingüística s'han iniciat diversos estudis amb la finalitat d'analitzar els usos lingüístics de les marques de gran consum (PDF). Quant a l'ús que fan les marques a les xarxes socials, veiem que inicien les interaccions amb els seus clients amb un baix ús del català, però que en nombrosos casos s'hi adeqüen quan el client es manté en català. **Menys del 10 % dels missatges que les marques amb més notorietat a Catalunya publiquen a les xarxes socials són en català** (7,7 % a Facebook, 4,2 % a Twitter i 1,9 % a Instagram). En canvi, el grau d'adequació tant en català com en castellà supera el 70 % a les tres xarxes socials.

[noticiadiariambautor]93/227[/noticiadiariambautor]

4. Tecnologies lingüístiques en català

L'estudi dels assistents de veu (PDF), elaborat per la Secretaria de Política Lingüística durant el 2019, va mostrar que només el 4 % de la població té un altaveu intel·ligent, però que al 34,2 % li agradaria tenir-ne un. Quant a la presència del català, el 88,9 % voldria que els altaveus intel·ligents permetessin interaccionar-hi en català: un 67,2 % esmenta el català de forma espontània com a llengua per poder interaccionar amb els aparells i un 22,7 % afirma que sí que voldria que incloguessin el català encara que no l'hagin esmentat. De forma espontània, el 66,8 % menciona el castellà i el 29,3 %, l'anglès com a llengües preferides per interaccionar amb els aparells.

L'*Anàlisi de la llengua catalana en l'entorn de les tecnologies del llenguatge* (PDF) posa èmfasi en la cobertura de la llengua dels projectes que treballen en tecnologies del llenguatge. Cal remarcar que del total de 159 iniciatives identificades actualment, 70 donen cobertura al català (el 44,03 % del total).

[noticiadiariambautor]93/230[/noticiadiariambautor]

5. Escenaris de futur

Cada cop és més possible obtenir més informació sobre els usos lingüístics al món virtual malgrat que hi hagi certes limitacions. **Les dades apunten cap a un augment dels usos i una àmplia presència del català** tot i detectar que hi ha marge per a la millora pel que fa a l'oferta. Aquestes dades en combinació amb la literatura disponible permeten dibuixar tres possibles escenaris futurs.

El primer escenari parteix d'un diagnòstic de **pèrdua de diversitat lingüística a Internet**. Un dels elements de la pèrdua de diversitat lingüística al qual s'apunta, a part de les polítiques nacionals desfavorables i la diferència de prestigi, són els factors econòmics com les migracions o la globalització del comerç i els mitjans de comunicació. Aquests factors econòmics creen una bretxa entre algunes llengües i les llengües dominants, molt més representades, com és el cas de l'anglès. La bretxa que es genera entre les llengües provoca que els usuaris s'adaptin a les llengües amb més presència per engrandir encara més aquesta bretxa (Melero, 2018).

El segon escenari parteix de la percepció que la situació, en el cas del català, és diferent en el món físic del virtual i que **les dificultats que la llengua experimenta en els usos interpersonals de l'entorn físic no es donen en el virtual**. L'existència en un món globalitzat de mecanismes de comunicació com Internet permet a les identitats més pròximes reforçar-se i donar pas a individus amb identitats multicapa o fragmentades a partir de la pertinença a diversos col·lectius i del trànsit continuat entre aquests. En definitiva, permet que s'hi puguin trobar aquelles identitats que a l'entorn físic no podrien existir (Manias i Martori, 2017; Gorriz, 2016).

El darrer escenari és el que parteix d'una dialèctica constant entre el món físic i el virtual amb un transvasament recíproc i continu d'elements que permet parlar de la construcció d'un entorn híbrid o espai mixt (Gorriz, 2016) en el qual les dinàmiques lingüístiques, per tant, no siguin una reproducció de la realitat del món físic, sinó unes de diferents.

Sigui quin sigui l'escenari que s'acabi consolidant, tots apunten a un seguit de reptes que caldrà encarar. Tot i la millora dels sistemes de recollida d'informació i anàlisis dels usos lingüístics a Internet, caldrà seguir avançant per poder tenir informació més fiable, que permeti elaborar diagnòstics correctes per poder planificar adequadament.

Per abordar aquests escenaris, en els darrers anys s'han portat a terme polítiques encaminades a promoure el català al món digital agrupades en l'agenda El català, llengua digital, amb els objectius d'**afavorir l'augment de l'oferta de productes i serveis digitals en català**; d'afavorir el consum i l'ús de productes i serveis digitals en català; de difondre productes i serveis digitals que incorporen la llengua catalana i models empresarials d'èxit; d'impulsar el català en les interfícies de veu i la intel·ligència artificial, i de conèixer i impulsar el desenvolupament de les tecnologies lingüístiques aplicades al català.

Quant a les interfícies, es poden destacar l'Acord de Govern per garantir la presència del català en les clàusules administratives per a la contractació de productes i serveis tecnològics; el suport a accions de sensibilització d'entitats per promoure la configuració en català de programes i dispositius; la línia d'ajuts a empreses per traduir al català productes i serveis tecnològics; les campanyes per promoure l'ús del català en el món digital; les accions orientades a l'ús del català en les interfícies digitals de les empreses mitjançant el programa Emmarca't, o la difusió d'apps i d'altres productes digitals en català, entre d'altres.

En l'àmbit dels continguts, especialment el suport a la subtitulació i el doblatge audiovisual; la col·laboració amb diverses plataformes i distribuïdores; la difusió de l'oferta disponible, incloent-hi la de videojocs, o accions de sensibilització adreçades a col·lectius com *youtubers* i *instagramers*. I en l'àmbit de les tecnologies del llenguatge, la col·laboració amb empreses com Google per al desenvolupament de la seva veu en català; l'impuls a la **creació d'una infraestructura pública d'assistents de veu en català**; la creació d'un directori de recursos i el seguiment continu de les tecnologies de veu; la difusió d'accions promogudes des d'entitats i de caràcter obert, o la

participació en el Consell de Direcció per a la presència del català a Internet, que inclou el projecte de govern Aina.

Bibliografia

Melero, M. (2018). «El futur de les llengües en l'era digital: oportunitats i bretxa lingüística». A: *Revista de Llengua i Dret, Journal of Language and Law*, núm. 70, p. 152-165.
Manias-Muñoz, M., Martori Muntsant, A. (2017) «BBC Alba: servicio público y representación gaélica en Escocia». A: *Historia y Comunicación Social*, núm. 22 (1), p. 191-206.
Gorriz, K. (2016). La identitat catalana en el món digital. El cas de la comunitat d'Ubuntu en català. A: *Treballs de Sociolingüística Catalana*, núm. 26, p. 55-69.

Articles del dossier:
[noticiadiariambautor]93/234[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/233[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/229[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/232[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/226[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/231[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/230[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/227[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/223[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/224[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/222[/noticiadiariambautor]
[noticiadiariambautor]93/225[/noticiadiariambautor]