



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia

Treball de Fi de Grau

Resum Executiu

El rol dels nous referents audiovisuals en la tria
lingüística dels joves a Catalunya

Autor: Jofre Bielsa i Pascual

Tutor: Salvador Cardús i Ros

Maig del 2021

Grau en Sociologia

El 2019 es van publicar els resultats de l'Enquesta d'Usos Lingüístics de la Població (EULP) (DGPL i Idescat, 2019), feta el 2018. Els resultats evidencien una forta regressió d'ús del català, sobretot entre la generació més jove.

Aquesta generació se l'ha definit com a Generació Z i gràcies a la consolidació d'Internet es diferencia de la seva antecessora per la híper-connexió a les xarxes socials. Han nascut en el món virtual i inverteixen els seus espais d'oci en les diverses possibilitats que presenta aquest món.

L'objectiu que es planteja el treball és identificar si la davallada de parlants en els espectres més joves de la societat catalana pot ser influenciada per la tendència d'utilitzar Internet com a principal espai d'oci. Si bé no hi ha cap estudi que ho mencioni, existeix una correlació temporal entre la davallada d'ús del català, la consolidació de les xarxes socials, i les socialitzacions primàries i secundàries d'aquesta cohort d'edat.

El treball té com a base els diferents usos lingüístic que presenten els parlants catalans alhora de triar una llengua o l'altra. La tria depèn molt de la llengua de referència que s'usa entre el grup d'iguals i es vol demostrar que en el seu temps d'oci es tendeix a triar el castellà.

El Centre de Recerca en Sociolingüística i Comunicació (CUSC) (2020) va investigar sobre la tendència d'un nou col·lectiu de comunicadors de parlar en castellà a les xarxes. El present estudi ha volgut agafat el relleu estudiant les característiques lingüístiques dels seus consumidors.

En aquest sentit les hipòtesis no plantegen trobar una ponderació exhaustiva sobre els motius que tendeixen a l'ús cada cop més reduït de l'idioma, sinó que es basen en com les formes de consum i l'idioma en el que estan podrien arribar a tenir una influència sobre la tria dels joves

Els joves han integrat les pantalles en el seu temps d'oci, on s'hi dirimeixen dos grans usos: El consum audiovisual i la socialització.

En primer lloc, les noves formes de consum es basen en la ficció i l'entreteniment i consten de dinàmiques molt allunyades de les que hi havia abans de la consolidació d'Internet. Anteriorment el consum en català era possible gràcies a l'aposta de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. Ara, més enllà que es van tancar els canals i la programació encarada al jovent, la CCMA no ha sabut crear programació juvenil interessant en català. També, les principals plataformes de VOD no han incorporat els doblatges i subtítols i el català ha desaparegut de l'espectre de consum audiovisual

En segon lloc, diversos estudis apunten que les xarxes socials tenen un paper molt important en el desenvolupament de la identitat dels joves. En els processos de socialització actuals no es crea identitat *online* i una d'*offline* sinó que la identitat dels joves no s'entén sinó comporta l'ús de les xarxes. Molts dels infants i joves que podrien construir la seva identitat amb català poden tendir a interactuar

i a crear la seva identitat lingüística en castellà a les xarxes perquè els espais amb els que compten són amb aquest idioma.

A l'EULP s'hi veuen tendències que podrien marcar que es parla més castellà a les xarxes. El manteniment de la llengua a la xarxa és 15 punts percentuals superiors per part dels parlants de castellà que pels parlants de català. I la conversió total d'una a l'altra llengua és clarament superior la direccionalitat del català cap al castellà, on no es correspon la direccionalitat contrària.

Finalment, la generació Z, a l'haver utilitzat l'espai virtual com a mitjà de socialització, hi ha trobat molt pocs referents en català. També, els referents que hi ha ara a les xarxes són diferents als anteriors, són un nou col·lectiu de comunicadors i creadors de contingut audiovisual que traspasa plataformes. S'anomenen *influencers* i segons diversos estudis acaben sent un model a seguir i persones amb qui s'hi emmirallen.

Aquests referents, per molt que alguns siguin catalanoparlants, es comuniquen en castellà per diversos motius tals com els econòmics o els de popularitat. I si hi ha bibliografia que demostra que tenen molta capacitat d'influència sobre les opinions i els pensaments del jovent, es podria considerar que també tenen capacitat d'influència sobre la tria lingüística.

A tall de conclusió, les hipòtesis plantejades tenien com a premissa la condició diglòssica del català respecte el castellà a l'espai virtual. Durant la recerca s'ha evidenciat que aquest situació és real i s'ha pretès remarcar la poca presència del català als espais lúdics que proposa internet.

També, la generació Z tendeix a construir les seves identitats a les xarxes i, tot i molts ser parlants habituals de català, tenen facilitat per utilitzar el castellà a l'àmbit virtual. Així, és possible que la quantitat de parlants habituals pugui reduir-se per la tria de llengües al nou àmbit d'ús.

Finalment, el nou tipus de referents que s'han trobat els joves a les xarxes podria ser clau per determinar la vivacitat de la llengua entre els seus cercles. S'ha evidenciat que aquest nou model utilitza majoritàriament en castellà i és molt capaç d'incidir en la percepció de la generació Z. Per tant, si també són capaços de fer-ho a nivell lingüístic, cal prioritzar aquests canals com a mitjà de recuperació de l'ús del català i fomentar les iniciatives que apareixen de comunicador que utilitzen la llengua catalana.

Referències

DGPL i Idescat. (2019) Enquesta d'usos lingüístics de la població 2018. Dades accessibles al portal web de l'Idescat. Disponible a: <https://www.idescat.cat/pub/?id=eulp>

Massaguer Comes, M., Flors-Mas, A., & Vila, F. X. (2020). Català, youtubers i instagramers Un punt de partida per promoure l'ús de la llengua

