

El valencià a l'era de les xarxes socials, una aproximació a la realitat lingüística del País Valencià

Hermínia Barberà Frasquet

RESUM

El panorama lingüístic valencià té un interès particular en relació a la llengua. S'ha de posar damunt la taula que el País Valencià té dues realitats lingüístiques que conviuen, però no sempre en harmonia. La constant imposició del castellà fa que el valencià estiga en una situació minoritzada a la majoria de les parts del territori. Aquest fet s'agreuja cada vegada més i no és diferent la situació si parlem de les xarxes socials.

Estudiar la situació de la llengua en aquestes plataformes té un especial interès amb el seu ús i futur, ja que, els que solen usar-les més són els joves. L'objectiu d'aquest estudi, per tant, és aproximar-nos a l'ús del valencià al seu per part dels joves del País Valencià, al seu dia a dia, en general, i a les xarxes socials, en particular. Per poder tenir una visió més completa de la realitat, comptarem tant amb el punt de vista dels creadors del contingut en valencià com dels joves que el consumeixen.

PARAULES CLAU

Valencià – Xarxes Socials – Ús lingüístic – Creadors de contingut – Joves

Índex

INTRODUCCIÓ	1
METODOLOGIA	3
ANÀLISI I RESULTATS	5
Creadors de contingut	5
Joves del País Valencià	11
Semblances i diferències entre joves valencianoparlants i castellanoparlants	17
CONCLUSIONS	27
BIBLIOGRAFIA	34
ANNEXOS	35
Qüestionaris	35
Creadors de contingut	35
Joves	40
Taules	44

INTRODUCCIÓ

La Declaració Universal de Drets Lingüístics dibuixa un horitzó de convivència i de pau gràcies al reconeixement del dret que cada comunitat lingüística té de donar forma a la vida en la seva llengua pròpia, en tots els àmbits. Concretament, l'article 1.2 explica que aquesta declaració parteix del principi que els drets lingüístics són alhora individuals i col·lectius, i adopta com a referent de la plenitud dels drets lingüístics el cas d'una comunitat lingüística històrica en el seu espai territorial, entès aquest no solament com a àrea geogràfica on viu aquesta comunitat, sinó també com un espai social i funcional imprescindible per al ple desenvolupament de la llengua (Comitè de seguiment de la Declaració Universal de Drets Lingüístics, 1998).

No obstant, hem d'entendre que la realitat social no és un fet estàtic al qual puguem aplicar fàcilment esquemes fixes com una Declaració Universal així: hem d'estudiar el perquè d'aquella idea-força, ja que els grups socials participen de símbols, de sobreentesos, que cal tenir també en compte (Vallverdú, 1979).

Hui dia, la major part del nostre temps el passem a la xarxa, un nou espai social i funcional com del que es parla en la Declaració anterior. L'expansió d'Internet representa un repte seriós per a totes les llengües no pertanyents al selecte club de les llengües globals o hegemòniques, que es reparteixen més del 80% dels continguts a la xarxa. L'ús d'una llengua o una altra determina necessàriament l'experiència de l'internauta, així com la quantitat d'informació a la qual pot accedir, i potser també la qualitat d'aquesta informació, o els serveis que té disponibles, les comunitats amb les quals pot relacionar-se, etc. Internet pot semblar infinit, però només és tan gran com la llengua que fem servir per moure'ns per la xarxa (Melero Nogués, 2018). Així mateix, aquest fet no impedeix que hi haja una preferència per la utilització de la llengua a la xarxa, ja que, 9 de cada 10 usuaris d'Internet, si se'ls dona l'opció, naveguen en el seu propi idioma (European Commission, 2019).

Actualment aplicacions com Instagram, Twitch, Tiktok i d'altres han entrat en escena en la vida de la majoria de la gent jove d'arreu del món. Ja no ens referim només a navegar en xarxa via Internet, sinó per diferents plataformes de consum de contingut quotidià, científic, d'esports, moda i milions de temàtiques més. Aquest espai, i les

funcions socials que aconsegueix, ha emergit i molts valencianoparlants també hi participen amb diglòssia (Ninyoles, 1971).

Així doncs, estudiar les xarxes socials i la llengua catalana té un especial interès amb el seu ús i futur. Vivim en un món efímer de constant bombardeig d'informació i, com hem assenyalat anteriorment, aquesta depèn de la llengua amb què decideixes iniciar la teua cerca. Específicament, ens centrarem en l'ús del valencià per part dels joves del País Valencià a les xarxes socials.

L'objectiu d'aquest estudi és aproximar-nos a la situació de la llengua del dia a dia i a les plataformes, tant amb el punt de vista dels creadors del contingut en valencià com dels joves que el consumeixen.

A més, amb les anàlisi tractarem d'establir algunes relacions entorn a la problemàtica que són més significatives, així com les categories més rellevants. Unes i altres poden ser útils en el disseny de mesures per tal de potenciar l'ús del valencià en les xarxes socials.

Amb això, posarem l'accent en la existència o no de relacions entre els àmbits d'ús de la llengua i les xarxes on més la utilitzen, pensant que qui més la parla també serà qui més la utilitzarà a les diferents plataformes.

Veurem si es prediuen diferències d'ús del valencià entre els creadors de contingut i els joves en general, sobreentenenent que els primers utilitzaran més la llengua al seu dia a dia que els segons.

A més, s'extrauran distincions entre els joves valencianoparlants i castellanoparlants en relació a l'ús del valencià a les xarxes socials, imaginant que els primers seran els que tindran un percentatge superior en aquest sentit.

Al igual, es cercarà si hi ha asimetries entre el nombre de temàtiques consumides pels joves valencianoparlant i els castellanoparlants, pensant en primera instància que seran els valencianoparlants qui més varietat temàtica consumirà i en major mesura.

També es tractarà d'establir relacions entre les plataformes on més creació de contingut existeix i les que utilitzen els joves per a consumir-lo, amb la idea de que si són diferents probablement el contingut creat no s'està buscant on pertoca.

Per últim, obrirem un espai on veurem quines característiques creuen els creadors de contingut que tenen el seu públic i on els propis joves han deixat les seues demandes per temàtiques del contingut que troben a faltar a les plataformes en la nostra llengua.

La finalitat de l'estudi, per tant, és tractar de fer una primera aproximació a la situació del valencià en les xarxes socials. A més, sent els joves l'objecte d'estudi, fa que aquest tinga un especial interès en relació al futur de la llengua, amb la intenció de promoure-la a tots els àmbits de la vida, tant social com privada.

METODOLOGIA

Com hem pogut observar, les llengües minoritzades corren el risc de ser abandonades en l'era de les xarxes socials. El consum del contingut en línia amb aquestes llengües es limita a la creació del contingut que existisca en ella i la majoria de creadors aposten per una llengua més hegemònica —en aquest cas, el castellà— per arribar a més gent i ser més influents. A més, els joves que consumeixen aquest també tenen un paper important per fer que la situació de la llengua en aquestes plataformes siga afavoridora, apostant pel contingut en la llengua minoritzada, o quede obsoleta.

Per poder acostar-nos a la informació referent a l'ús del valencià dels joves del País Valencià a les xarxes socials, s'ha elegit una metodologia de caràcter quantitativa, amb qüestionaris. L'elecció d'aquestes parteix de la base de que l'enquesta és un mètode d'investigació que recopila la informació d'una mostra selecta de persones, en el nostre cas seran joves i creadors de contingut del País Valencia.

Amb això, les respostes d'aquests són útils per a obtenir informació i dades que permetran extraure determinades relacions amb la temàtica. A més, el fet de ser quantitativa permet recopilar fets i nombres de dades.

L'anàlisi d'aquestes ens ajuden a extraure conclusions de com provar o refutar les hipòtesis. Per aquesta raó, s'han creat i recollit dades en dos qüestionaris amb el format de formularis de GoogleForms. Cadascun d'ells ha anat dirigit als públics que poden fer que la situació de la llengua millore o empitjore, com hem comentat anteriorment.

En relació al primer dels qüestionaris es crea amb 10 preguntes i ha anat dirigit als creadors de contingut en valencià del País Valencià. Aquest qüestionari no és anònima, sinó que s'ha demanat el nom dels diversos creadors en la primera de les preguntes. S'han fet, a més, tres preguntes sobre trets generals de les que podem extraure informació. En primer lloc podem veure que aquests creadors són de 14 comarques diferents. Sobre l'edat, que el 20% tenen entre 18-20 anys, el 35% entre 20-25, el 5% entre 25-30 i el 35% més de 30. Per últim, el sexe, amb el 65% d'homes i 35% dones. Les sis següents ja han anat relacionades amb les seues característiques lingüístiques, el contingut que creen a les diferents xarxes i amb el seu públic a les plataformes, que seran les analitzades en profunditat en aquest estudi. Els creadors han estat elegits per formar part de la web poble.info, havent contestat 20 que estan adherits a aquesta plataforma de creadors de contingut en valencià.

Seguidament, s'ha creat un qüestionari amb 9 preguntes, aquesta vegada anònim, per als joves del mateix territori. Com l'anterior, aquest recull les preguntes sobre les característiques generals de les joves. En aquest cas són joves de 15 comarques diferents, el 15,8% d'entre 18-20 anys, el 50,9% entre 20-25 i el 33,3% entre 25-30. A més, el 40,4% d'ells són homes, el 56,1 dones i el 3,5% no binaris. Al igual que en el cas dels creadors de contingut, les sis preguntes següents seran sobre les seues pràctiques lingüístiques habituals i a les xarxes concretament, així com una resposta de caràcter obert on poden expressar peticions en relació al contingut en la nostra llengua, és a dir, les que analitzarem. S'ha d'afegir que els joves han estat elegits de forma intencionada, ja que hi ha una característica que els relaciona, la de prendre part en alguna associació juvenil adherida al Consell de la Joventut. Amb això, s'han enviat correus als dirigents de diferents associacions juvenils per a fer arribar el qüestionari als seus joves, havent contestat 57 d'ells.

Tot plegat, es passarà analitzar les 20 respostes dels creadors de contingut i les 57 dels joves de les associacions. Per poder observar les dades recollides de forma simple, arribar a donar respostes als objectius i tenir una primera visió de la situació del valencià a les xarxes socials, s'ha utilitzat el programa excel. Amb la creació de taules i gràfic veurem de forma visual quin pot ser l'impacte de les xarxes socials en relació la llengua al País Valencià.

ANÀLISI I RESULTATS

Arribats a aquest punt, cal objectar que es diferenciarà l'anàlisi en tres parts. La primera serà un recull de pràctiques lingüístiques i de creació de contingut en la llengua dels propis creadors. Seguidament, s'analitzaran les pautes d'utilització del valencià per part dels joves, tant a la vida quotidiana. Finalment, es farà una distinció entre els joves que han afirmat ser valencianoparlants o castellanoparlants.

Els tres apartats seguiran les mateixes pautes de conformació. Una primera anàlisi de les pautes d'ús lingüístiques general. Una específica d'ús de la llengua a les xarxes. I per últim, un apartat sobre el contingut que es crea o consumeix en valencià, tant referit a les plataformes com a les temàtiques. A més, cal assenyalar que els dos primers apartats acabaran amb alguns comentaris relacionats amb les preguntes obertes formulades en ambdós qüestionaris. La primera, sobre les característiques principals del públic dels nostres creadors de contingut en valencià i, la segona, sobre les temàtiques que els joves troben a faltar en la nostra llengua.

Creadors de contingut

Com ja hem apuntat, han sigut 20 els creadors de contingut enquestats. Aquests fan el seu contingut en diverses plataformes i creen vídeos, tiktoks, podcasts...

Ells són coneguts a xarxes com a Luciieta_; ThePaelleta; El coneixement no fa nosa o Coneixement11; Mariaamandarina; Natxo_sarvatxo; ElPanfigol; Patà i Avant; Misteleta o El dolcet pal cafè; Meeryag; Deparkineo; Llet i Vi; Apitxat; Viclleor; La Taula Fosca; Emilpitiflautico; Lasecciódelexcusat; Sobreviu amb Daniel; Giinamart; Malparlat; i En diminutiu.

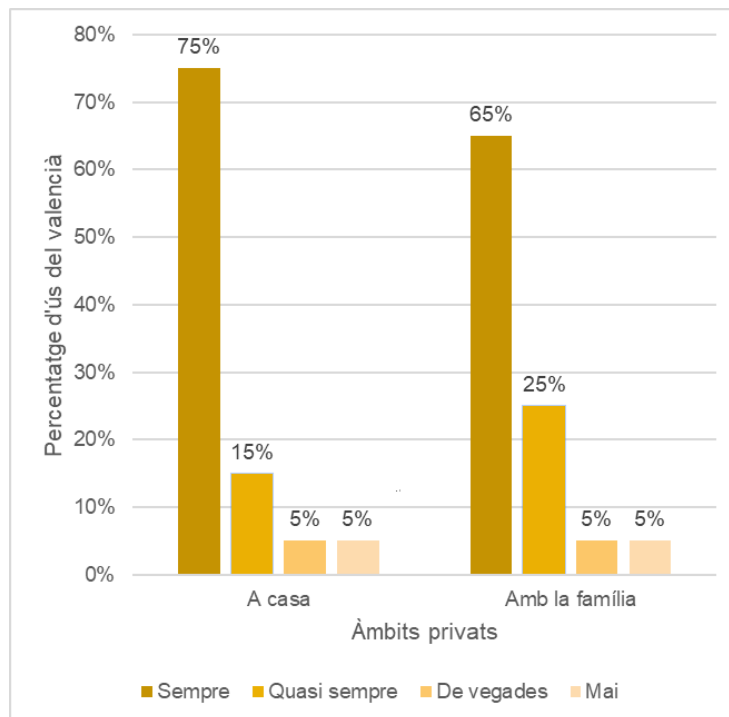
Primerament, s'ha posat l'accent en l'ús del valencià per part dels creadors de contingut al seu dia a dia, tant en l'àmbit més privat, com és l'ús a casa i amb la família, com el públic, referit als amics, treball, Administració, al carrer i a xarxes socials.

Com es pot observar a la Gràfica 1, un 75% i 65% dels 20 enquestats afirmen utilitzar sempre el valencià a casa i amb la família, respectivament. El 15% i 25% l'utilitzen quasi sempre també en aquests dos àmbits. Les categories de vegades i mai

queden en un 5% cadascuna en quant a l'ús del valencià. Amb això, podem afirmar que d'aquests creadors de contingut, el 90% utilitzen el valencià, normalment, a casa i amb la família, els dos llocs de l'àmbit privat, per excel·lència.

Gràfica 1

Ús del valencià a l'àmbit privat en creadors de contingut



Font: Elaboració pròpia

Hem creat la gràfica 2 per parlar de l'ús del valencià al que es considera, habitualment, àmbit de caràcter públic. En aquest sentit s'ha distingit en diferents ubicacions. En primer lloc presentem l'ús de la llengua amb els amics, on un 65% afirma sempre utilitzar-la, un 30% quasi sempre i un 5% de vegades, és a dir, unes dades bastant afavoridores.

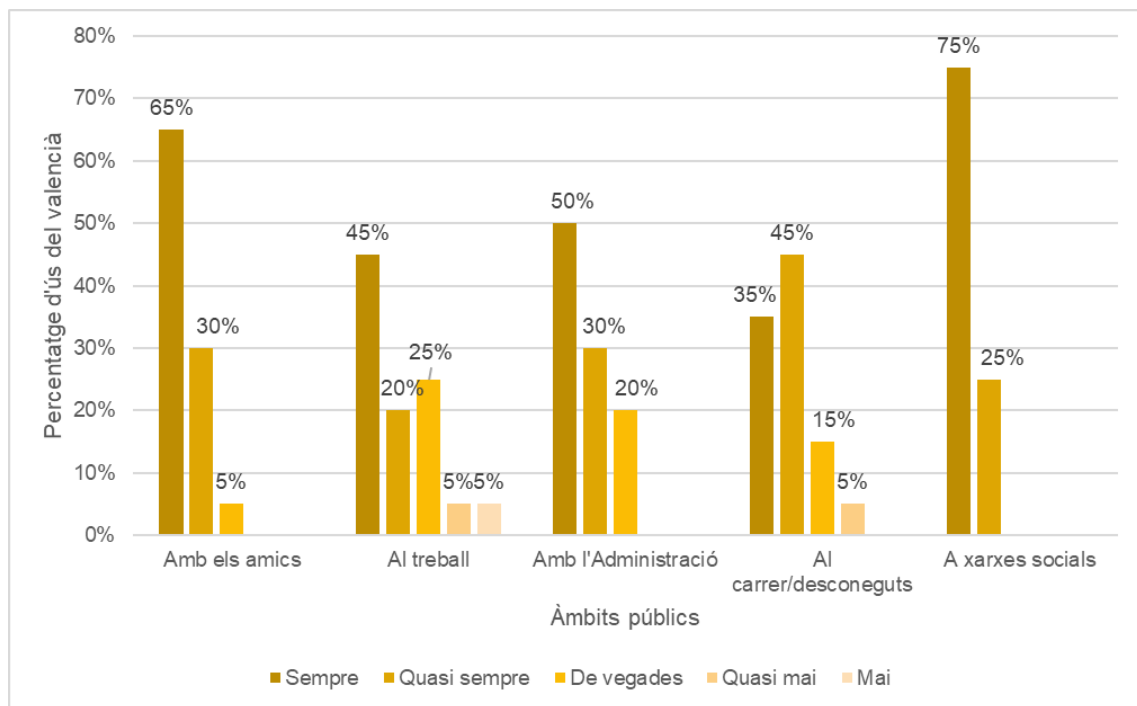
La situació canvia significativament en les tres categories següents. Amb les relacions amb l'Administració, l'ús és un 50% sempre, un 30% quasi sempre i un 25% de vegades, encara que no apareguen quasi mai o mai, és una circumstància clarament desfavoridora. Al treball encara s'accentua més la situació perjudicial on només el 45%

el parla sempre, el 20% quasi sempre, el 25% de vegades i entren quasi mai i mai amb un 5% cadascuna. La categoria que més pateix el desús de la llengua és al carrer o amb desconeguts, quedant sempre valencià en un 35%, quasi sempre 45%, de vegades 15% i quasi mai 5%.

La circumstància, com era d'esperar, canvia en relació a les xarxes socials. Al crear el seu contingut es veu com el 100% l'utilitza molt a xarxes dividint-se entre un 75% els que l'usen sempre i un 25% quasi sempre.

Gràfica 2

Ús del valencià a l'àmbit públic en creadors de contingut



Font: Elaboració pròpia

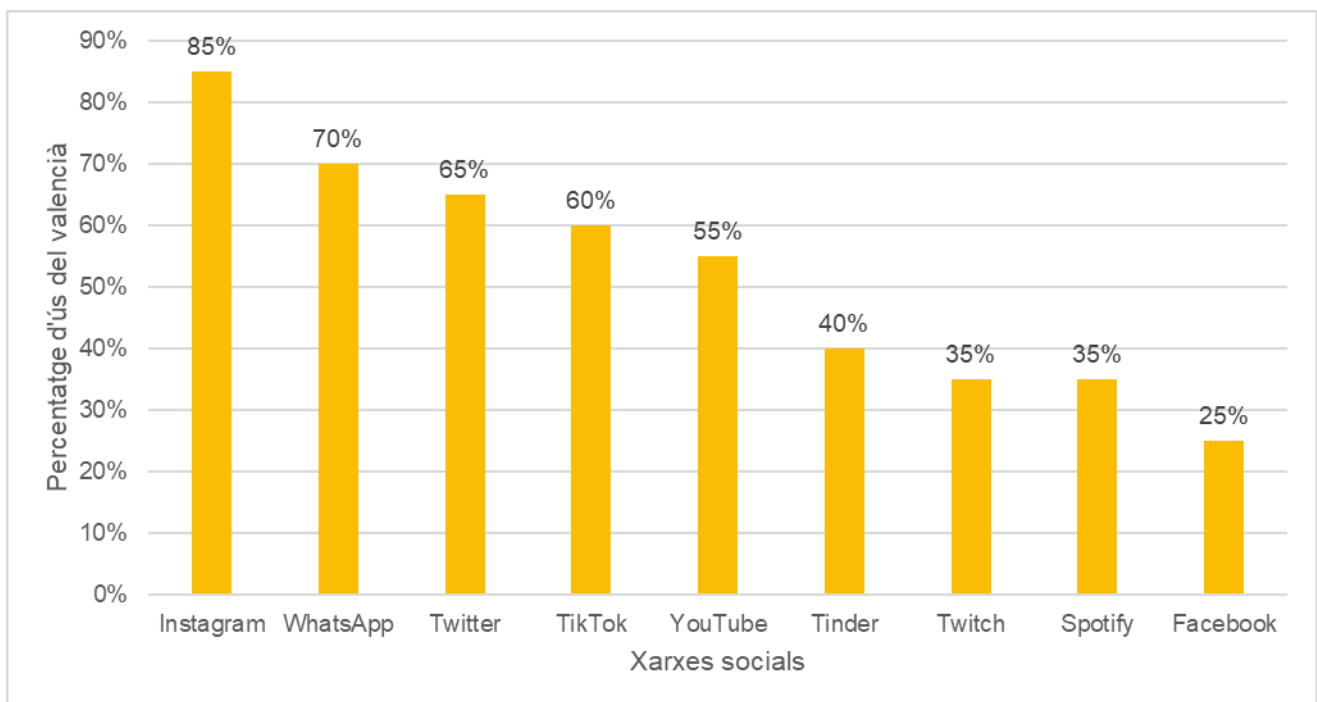
Tot plegat, podem dir que tot i que l'ús de la llengua amb els amics i a les xarxes és afavoridor, l'ús del valencià, per part dels creadors de contingut, queda en l'àmbit públic en una situació més negativa que en l'àmbit privat.

Si passem a les pautes de comportament en relació a la llengua i les xarxes socials, hem creat dues gràfiques. S'ha d'aclarir que aquestes resultats són en relació a una pregunta de resposta múltiple i, per tant, els enquestats han pogut elegir tant qualsevol plataforma on usen el valencià al seu dia i totes aquelles on creen el seu contingut en la nostra llengua.

Primerament, en la gràfica 3, queda reflectit que el 85% dels creadors de contingut utilitzen el valencià al seu dia a dia en Instagram. Seguidament, trobem WhatsApp utilitzat en valencià pel 70%, Twitter 65%, TikTok 60% i YouTube 55%. Menys del 50% dels creadors de contingut usen valencià en Tinder el 40%, Twitch i Spotify 35%, i Facebook 25%.

Gràfica 3

Percentatge d'ús preferentment del valencià a les xarxes socials dels creadors de contingut



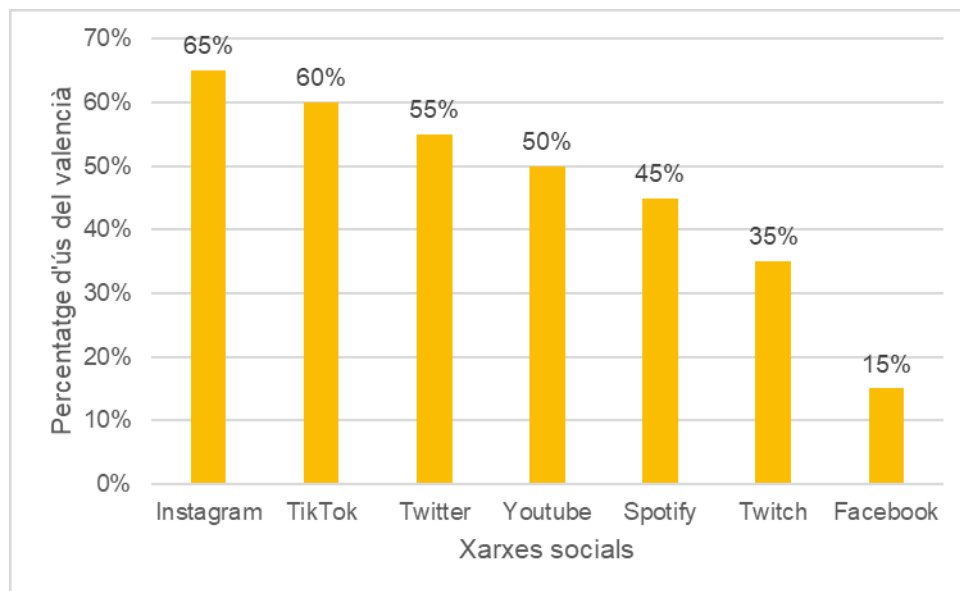
Font: Elaboració pròpia

A continuació, després d'haver recollit informació sobre les plataformes on usen la llengua al seu dia a dia, en la gràfic 4, hem representat les plataformes més comuns on solen crear el seu contingut en valencià.

En aquest sentit, la plataforma on més creadors produeixen contingut en valencià és Instagram, amb un 65% d'ells, seguit de TikTok amb 60%, Twitter 55% i YouTube 50%. Per baix de la meitat trobem que el 45% d'ells creen en la nostra llengua a Spotify, el 35% a Twitch i el 15% a Facebook.

Gràfica 4

Percentatge d'ús a les diferents plataformes on es creen els seus continguts en valencià



Font: Elaboració pròpia

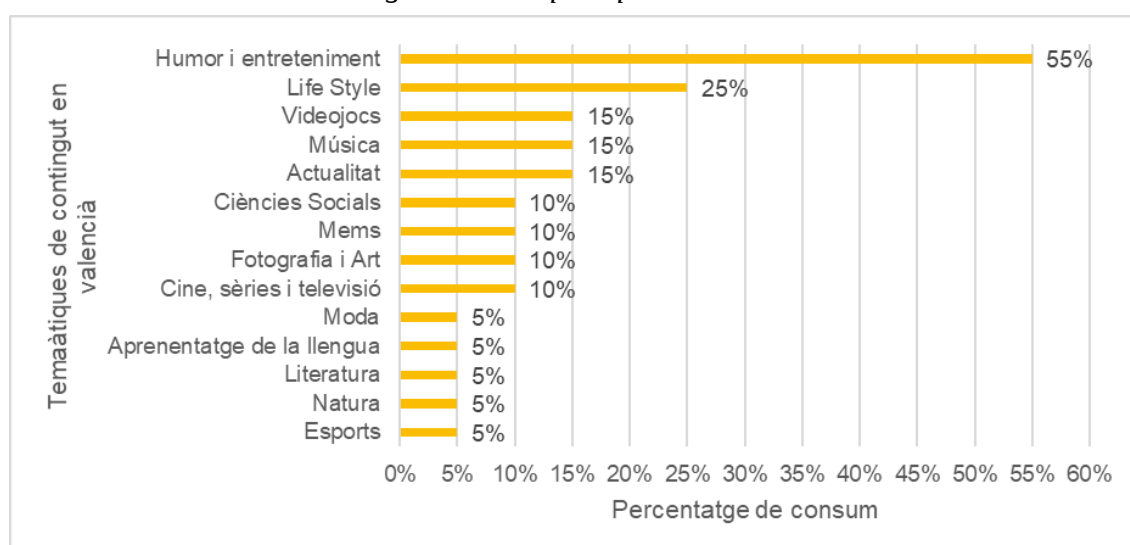
Cal destacar, en relació a l'ús i creació en valencià a xarxes, que Instagram és la plataforma on més s'aposta per la llengua. En l'ús diari el segueix WhatsApp, una aplicació de missatgeria instantània més privada. L'ús de valencià a Twitter i TikTok en valencià també és significatiu tant al dia a dia com en la creació de contingut. YouTube i Spotify queden més per baix de la meitat d'utilització. A més, a altres plataformes com Tinder, Twitch o Facebook, l'ús de valencià deixa molt que desitjar.

Tot seguit, posem atenció a la gràfica 5 on s'han mostrat els percentatges de les diferents temàtiques en les que es crea contingut en valencià a les xarxes. En aquest punt també es posa l'accent en que la majoria dels creadors, tot i tenir una temàtica més característica, solen crear de forma variada en quant a especialitats.

Queda ben clar que la més rellevant és “Humor i entreteniment”, la qual realitzen el 55% dels 20 enquestats. A aquesta la segueix, però a gran distància, el “Life Style” amb un 25% de creadors. Les temàtiques de “Videojocs”, “Música” i “Actualitat”, en el nostre cas, es produïda pel 15% de creadors. “Ciències Socials”, “Mems”, “Fotografia i Art”, “Cine, sèries i televisió” queden en un 10%. Les temàtiques amb menys creació en valencià, entre aquests 20 creadors, són, amb un 5%, “Moda”, “Aprenentatge de la llengua”, “Literatura”, “Natura” i “Esports”.

Gràfica 5

Percentatge de temàtiques que creen en valencià



Font: Elaboració pròpia

Per acabar de comentar les respostes dels creadors de contingut, cal comentar, com ja hem dit anteriorment, que s'ha obert una pregunta curta per a que explicaren quin tipus de públic creuen que tenen. Amb això, les respostes més repetides són que el públic és gent jove, valencianoparlant, interessada per la temàtica concreta que creen o perquè tenen certa proximitat amb els propis creadors.

Joves del País Valencià

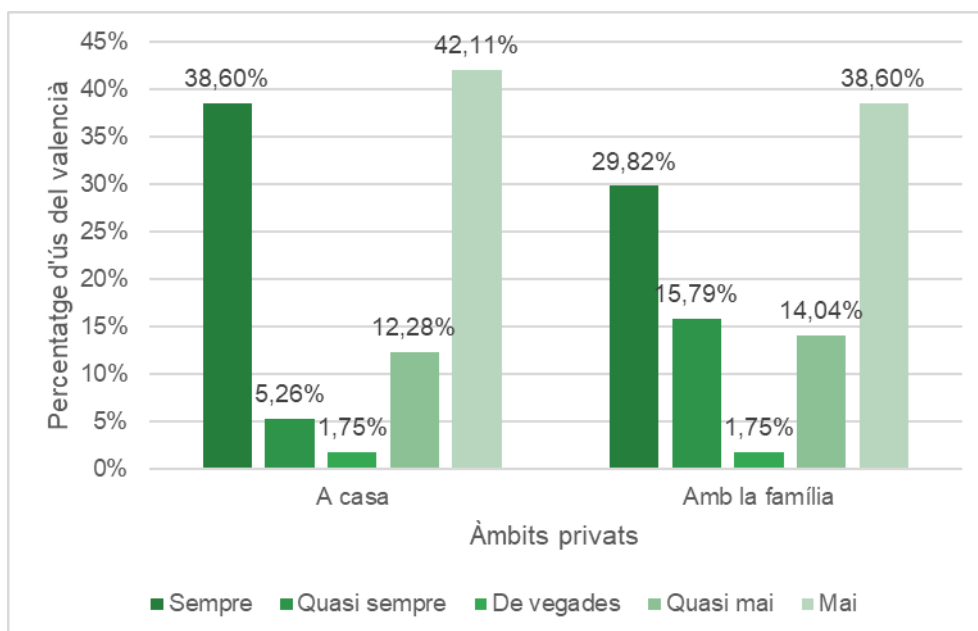
A continuació, procedim a analitzar les respostes dels 57 joves que han participat en l'estudi. Aquests pertanyen a les associacions Moviment Escolta de València, Scouts de Castelló, Associació Juvenil Centro Luís Amigó, ACV Tirant lo Blanc, Consell de la Joventut de Mislata, Esplais Valencians, Federació Don Bosco, Jovent Republicà, Joves EUPV, Joves PV –Compromís– i Joves Socialistes del País Valencià.

Començarem, com hem fet també en els creadors de contingut, analitzant l'ús del valencià al dia a dia dels joves, tant en l'àmbit més privat, com el públic.

A la gràfica 6, es pot observar que hi ha una gran polarització en l'ús del valencià en l'àmbit privat. El 38,60% dels joves sempre parlen valencià a casa, mentre que el 42,11% no ho fan mai. Les categories de quasi sempre, de vegades o quasi mai, queden en un 5,26%, 1,75% i 12,28%, respectivament. En el cas de la família, hi ha un 29,82% que l'usa sempre enfront a un 38,60% que no ho fa mai. Les opcions de quasi sempre, de vegades o quasi mai, queden en un 15,79%, 1,75% i 14,04% cadascuna.

Gràfica 6

Ús del valencià a l'àmbit privat en joves



Font: Elaboració pròpia

Si ens fixem en l'àmbit públic, gràfica 7, aquesta polarització s'esvaeix i predomina un decantament per les posicions més centrades, sobretot amb molt de percentatge en la categoria "de vegades".

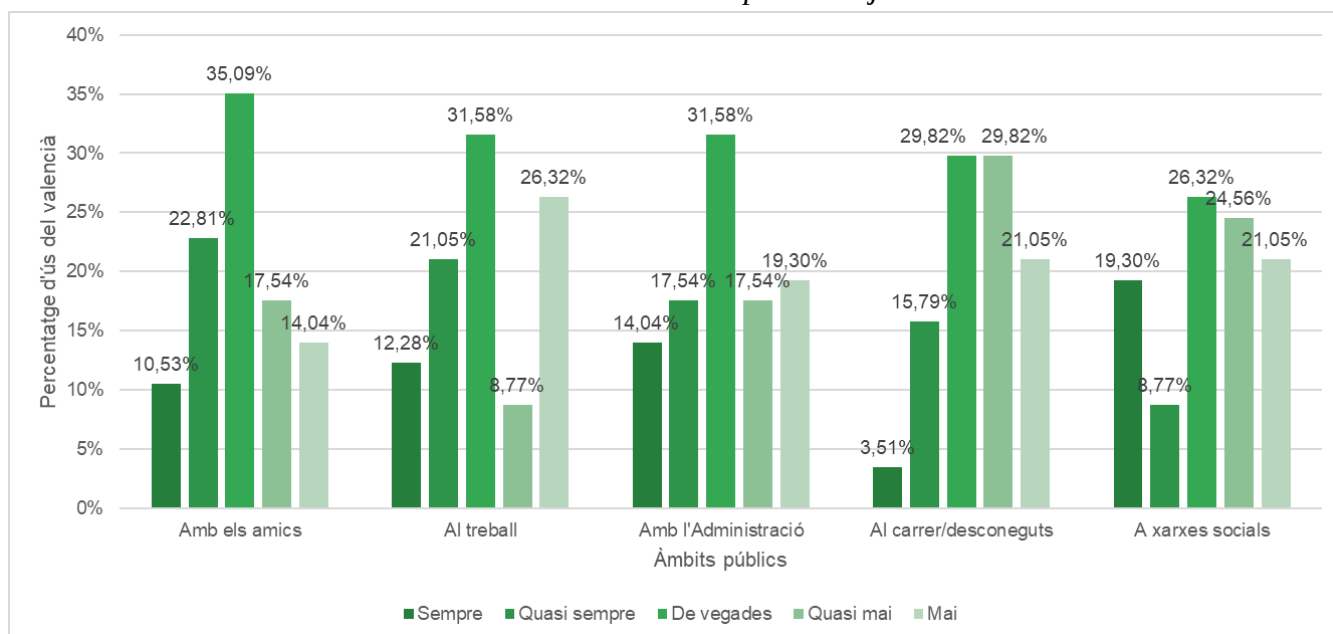
Amb els amics, els joves parlen sempre en valencià un 10,53% dels casos, quasi sempre un 22,81%, de vegades un 35,09%, quasi mai un 17,54% i mai un 14,04%. Al igual, amb l'Administració, el 14,04% dels joves l'usa sempre, el 17,54% quasi sempre o quasi mai, el 31,58% de vegades i el 19,3% mai.

A més, en algunes hi ha un clar predomini del quasi mai o mai. Com per exemple, al treball el valencià s'utilitza sempre en el 12,28% d'aquests, quasi sempre 21,05%, de vegades 31,58%, quasi mai 8,77% i mai 26,32%. També al carrer amb desconeguts on el 3,51% parla el valencià sempre, el 15,79% quasi sempre, el 29,82% de vegades i quasi mai i el 21,05% mai.

L'única que deixa més pas als extrems, afavorint més cap a mai que cap a sempre, però continua amb predominança la posició centrada és el cas de xarxes socials. En aquestes sempre usen el valencià el 19,30%, quasi sempre el 8,77%, de vegades el 26,32%, quasi mai el 24,56% i mai el 21,05%.

Gràfica 7

Ús del valencià a l'àmbit públic en joves



Font: Elaboració pròpia

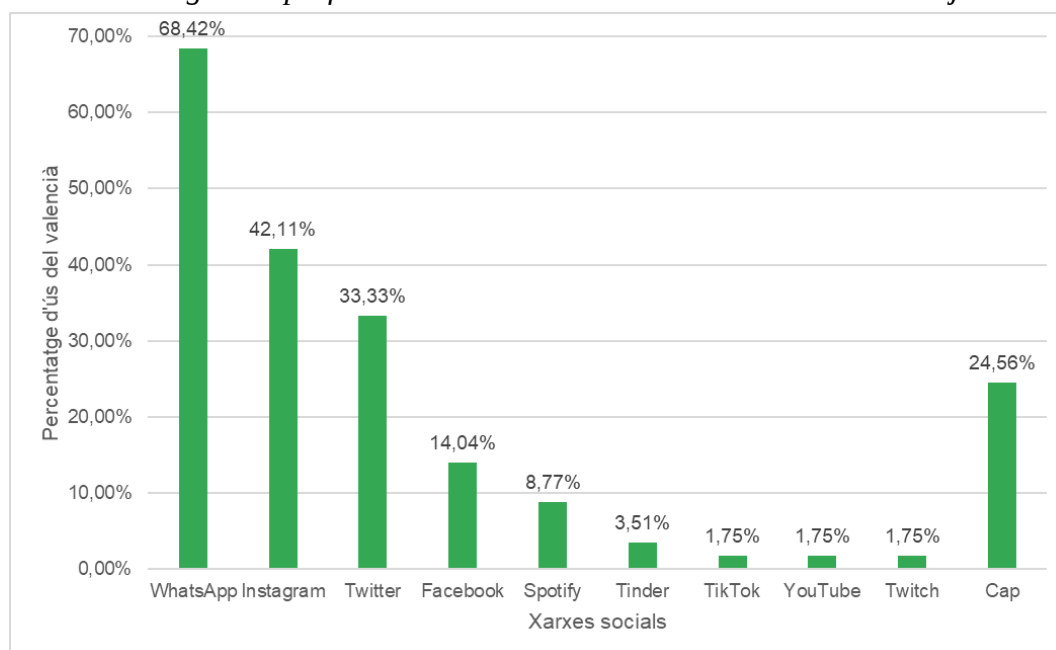
Tot plegat, s'ha mostrat que els joves a l'àmbit privat tenen unes preferències lingüístiques més polaritzades, però que quan passen a l'àmbit públic es decanten per utilitzar la llengua només de vegades o, en algunes circumstàncies com al treball o amb desconeguts més l'utilitzen més bé mai o quasi mai.

Continuem amb l'ús i consum de contingut en valencià a les xarxes. Tornem a objectar que resultats són en relació a una pregunta de resposta múltiple i, per tant, els enquestat han pogut elegir tant qualsevol plataforma on usen el valencià al seu dia i totes aquelles on consumeixen algun tipus de contingut en la nostra llengua.

Com podem veure en la gràfica 8, l'aplicació on més utilitzen els nostres joves el valencià, en diferència, és a WhatsApp. En aquesta plataforma, el 68,42% d'ells afirma utilitzar-lo de forma preferent. Amb una gran diferència, el segueix l'aplicació Instagram, on el 42,11% diu usar-lo. Seguidament, hi ha un 33,33% que es comunica en valencià a Twitter, un 14,04% a Facebook, un 8,77% a Spotify i un 3,51% a Tinder. L'ús de la llengua a TikTok, YouTube i Twitch queda relegada a l'1,75% d'ells. A més, cal posar l'accent a que el 24,56% no utilitza preferentment el valencià a cap d'aquestes xarxes.

Gràfica 8

Percentatge d'ús preferentment del valencià a les xarxes socials dels joves



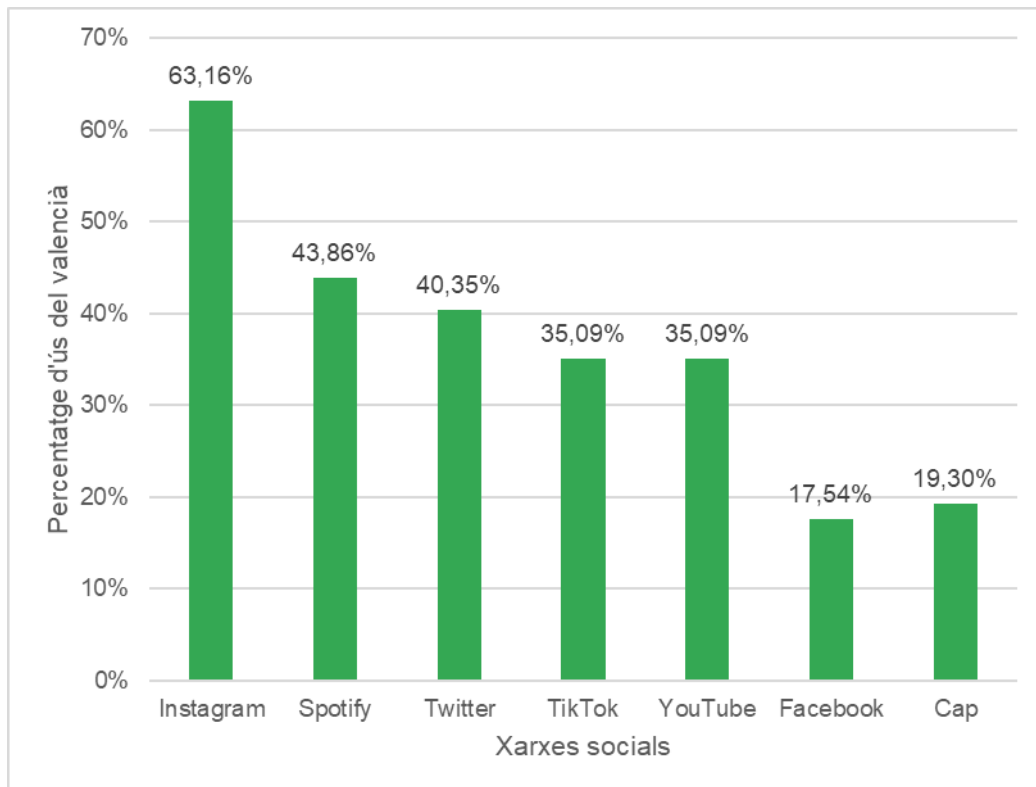
Font: Elaboració pròpia

En resum, la plataforma on més utilitzen preferentment el valencià els joves, en diferència, és a WhatsApp. El segueixen Instagram i Twitter, on més del 30% es comunica en la nostra llengua. Les demés plataformes queden per baix. Cal destacar, per últim, que hi ha un 25% dels joves que no usa valencià preferentment ni consumeix cap contingut en aquesta llengua a cap plataforma.

Seguidament, passem al consum de contingut en valencià. En primer lloc, a gràfica 9 mostra les plataformes on més es consumeix aquest. El 63,16% afirma que veu aquest contingut a Instagram. Amb molta menys repercussió, trobem Spotify en un 43,86% i, seguidament Twitter amb un 40,35%. El 35,09% dels joves consumeix contingut a TikTok i Youtube i el 17,54% a Facebook. A més, cal apuntar que ningun d'ells consumeix contingut en la plataforma Twitch i el 19,30% no el veu en cap d'aquestes.

Gràfica 9

Percentatge d'ús de les diferents plataformes on consumeixen contingut en valencià

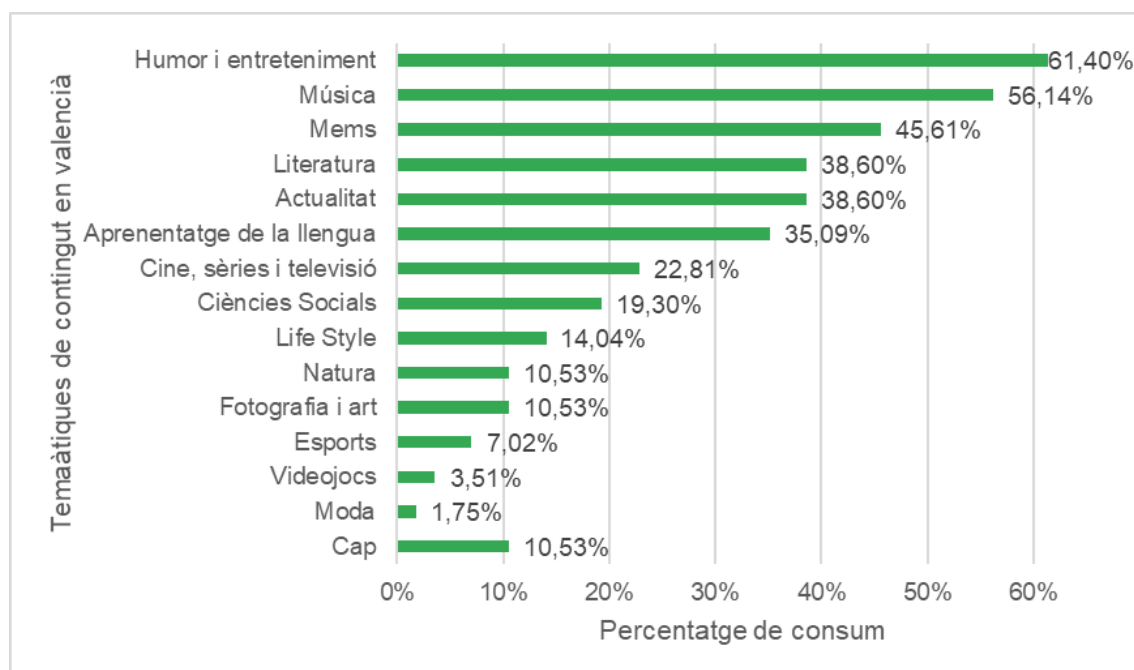


Font: Elaboració pròpia

En segon lloc, la gràfica 10 ens dona informació en relació a les temàtiques del consum del contingut en valencià. Les dues clarament predominants són Humor i entreteniment amb un consum del 61,4% dels joves i Música amb el 56,14%. Els mems ocupen el tercer lloc amb el 45,61% d'enquestats. Literatura i Actualitat queden en un 38,6%, Aprenentatge de la llengua en un 35,09% i Cine, sèries i televisió en un 22,81%. El 14,04% afirma veure contingut de Life Style, el 10,53% Natura i Fotografia i art, 7,02% Esports, 3,51% Videojocs i 1,75% Moda. Per últim, el 10,53% dels joves confirma que no veu cap contingut en valencià.

Gràfica 10

Percentatge de temàtiques que consumeixen els joves en valencià



Font: Elaboració pròpia

En definitiva, en el cas de les plataformes, Instagram és on més es consumeix en valencià, seguit d'Spotify, Twitter, TikTok, YouTube i, en menor mesura Facebook. En el cas de les temàtiques més consumides, queden per dalt del 50% de joves Humor i entreteniment i Música.

Finalment, ens sembla important destacar que s'ha obert una pregunta per a que els joves deixaren els seus suggeriments en relació als continguts que troben a faltar en valencià a les xarxes. Com podem veure a la taula 1, el 70,18% dels joves no ha respost a la pregunta. A més, les tres categories que més joves han demandat són Cine, sèries i televisió amb un 8,77% i Humor i entreteniment i Ciència, en un 5,26% cadascuna.

Taula 1*Percentatge de demanda de temàtiques en valencià per part dels joves*

Cine, sèries i televisió	Humor i entreteniment	Ciència (investigació, divulgació)	De tot tipus	Videojocs	Ràdio 100% en valencià	Publicitat
8,77%	5,26%	5,26%	3,51%	3,51%	1,75%	1,75%

Notícies	Podcasts sobre actualitat	Podcasts per i per a joves	Contingut a TikTok	Aprenentatge	En blanc
1,75%	1,75%	1,75%	1,75%	1,75%	70,18%

Font: Elaboració pròpia

Semblances i diferències entre joves valencianoparlants i castellanoparlants

Aprofitant que, més o menys, una meitat dels enquestats, el 52,6% dels joves, s'han considerat valencianoparlants i l'altra meitat, 47,4%, castellanoparlants, s'ha decidit fer un anàlisi amb aquest filtre per veure els comportaments.

En primer lloc, s'han elegit unes característiques molt concretes dels joves. D'una banda, aquells que mai o quasi mai utilitzen el valencià al seu dia a dia. Hem descobert així que el 10,53% dels nostres joves parla molt poc valencià al seu dia a dia i, com era d'esperar, aquests es consideren castellanoparlants. Per contra, el 8,77% dels joves usen sempre o quasi sempre usen el valencià a la seua vida quotidiana. Al igual, s'ha comprovat que aquest percentatge d'enquestats s'ha considerat valencianoparlant.

Seguidament, s'han contemplat els joves que usen poc el valencià a xarxes. Aquests s'han escollit per elegir les opcions de mai, quasi mai o de vegades quan se'ls preguntava per l'ús de la llengua a les plataformes. No ens ha sorprès que el 71,93% dels joves enquestats usa poc el valencià a xarxes.

Cal destacar, a més, que aquest està format tant per castellanoparlants, el 45,61%, com valencianoparlants, el 26,32%, del total dels enquestats. Amb això, s'han confeccionat dues taules per a cadascuna d'aquestes categories.

A la gràfica 11 es representa l'ús del valencià als diferents àmbits per part dels joves castellanoparlants que utilitzen poc la llengua en xarxes.

En primer lloc, trobem l'àmbit privat amb una clara predominança per parlar castellà. A casa, es veu com el 76,92% no l'usa mai i el 23,08% mai i amb la família, el 73,08% afirma que mai parla valencià i el 26,92% quasi mai.

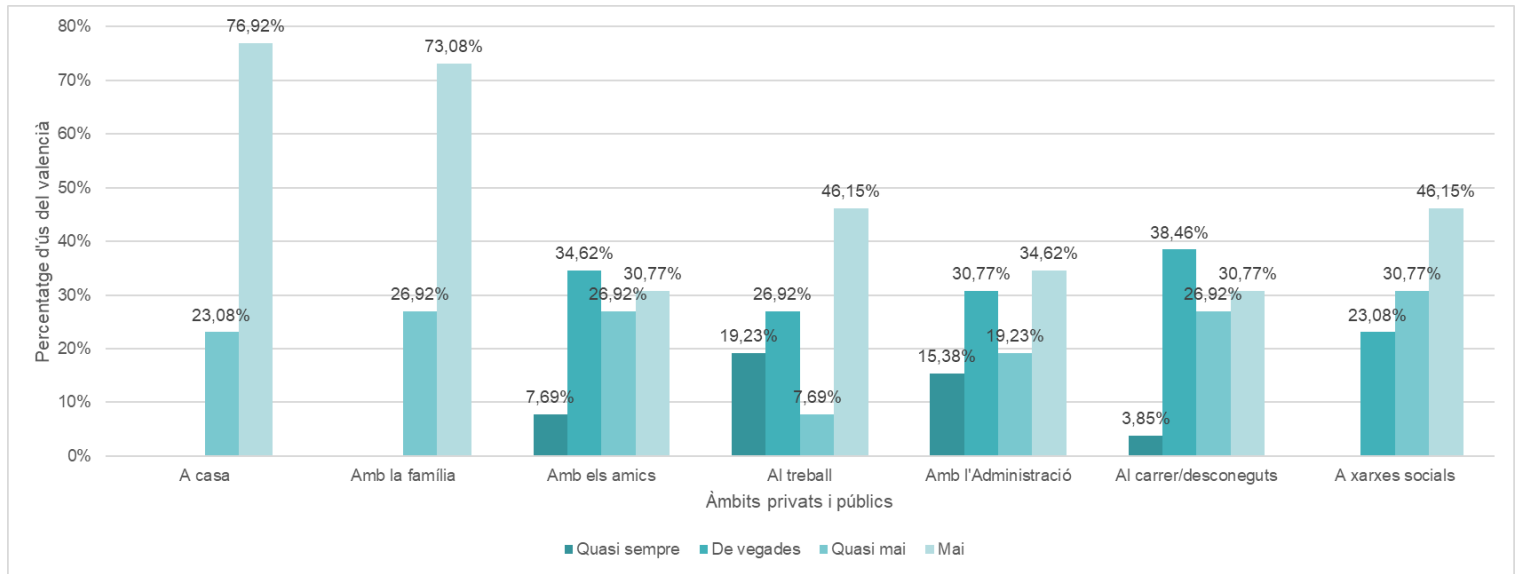
Seguidament trobem l'àmbit públic, en el qual, dues categories tenen percentatge més distintiu en la variable de mai utilitzar el valencià i altres tres que estan més repartides.

Els dos llocs on s'accentua la diferència d'ús i es torna a una predominança del castellà són a les xarxes i al treball. En el primer, que ha sigut el causant del filtre, se'ns mostra que el 46,15% no usen mai el valencià a les xarxes, el 30,77% quasi mai i el 23,06% de vegades. Al segon, mai l'usen el 46,15%, quasi mai 7,69%, de vegades el 26,92% i quasi sempre el 19,23%.

A més, es pot veure que dels joves castellanoparlants que utilitzen poc el valencià a xarxes, amb els amics mai parlen en valencià el 30,77%, quasi mai el 26,92%, de vegades el 34,62% i quasi sempre el 7,96%. Al carrer o amb desconeguts també tenim unes dades semblants, el 30,77% mai l'usa, el 26,92% quasi mai, el 38,46% de vegades i el 3,85% quasi sempre. Si parlem de les relacions amb l'Administració, ja veiem que deixa de ser predominant el de vegades, amb un 30,77% i s'accentua un poc més la categoria mai, amb un 34,62%, quedant quasi sempre amb un 15,38% i quasi mai amb un 19,23%.

Gràfica 11

Ús lingüístic dels joves castellanoparlants que utilitzen poc el valencià a xarxes



Font: Elaboració pròpia

Seguint la mateixa pauta, la gràfica 12 mostra l'ús del valencià als diferents àmbits per part dels joves valencianoparlants que utilitzen poc la llengua en xarxes.

Es veu clarament com a l'àmbit privat, aquests joves, tenen un ús favorable del valencià. A casa el 53,33% el parla sempre, el 20% quasi sempre, el 6,67% de vegades i quasi mai i el 13,33% mai. També, amb la família, sempre parlen en valencià el 46,67% dels joves valencianoparlants que utilitzen poc la llengua en xarxes, quasi sempre el 33,33%, quasi mai el 13,33% i mai el 6,67%.

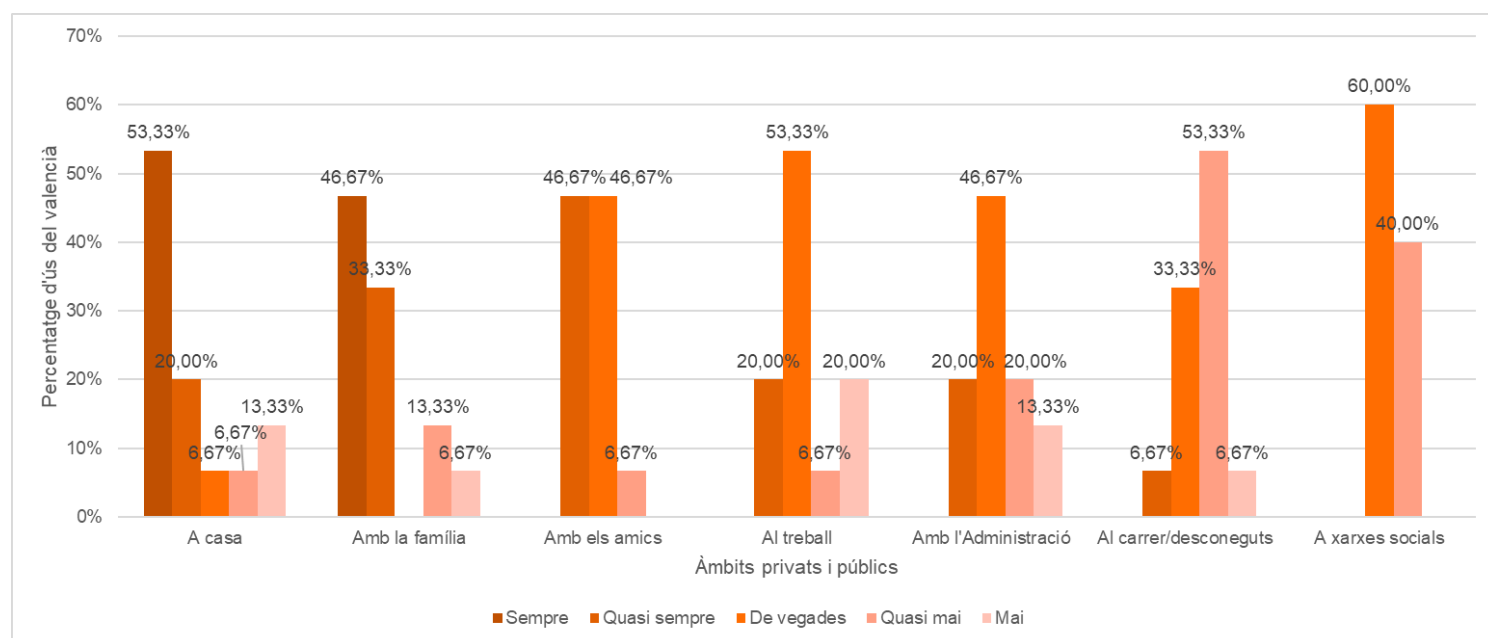
Aquesta situació canvia a mesura que els joves s'endinsen en l'àmbit públic i l'ús de la llengua va reduint-se notablement. De fet, a xarxes, el 60% afirma usar-la de vegades, i el 40% quasi mai. Amb l'Administració i el treball també es troba una predominança amb l'ús de la llengua de vegades. En la primera el valencià es parlat pel 20% quasi sempre i quasi mai, pel 46,67% de vegades i pel 13,33% mai. En la segona, es usat pel 20% quasi sempre i mai, pel 53,33% de vegades i pel 6,67% quasi mai.

Si passem a l'ús en el carrer o amb desconeguts, és el que més es decanta cap a l'ús d'altres llengües, el 6,67% mai la parla, el 53,33% quasi mai, el 33,33% de vegades i el 6,67% quasi sempre.

Només veiem un augment de parlar valencià quasi sempre quan es fa amb els amics, sent el 46,67% dels joves valencianoparlants que utilitzen poc el valencià a xarxes, el que l'usen en este àmbit. Aquest percentatge es repeteix en l'ús de la llengua de vegades i només el 6,67% afirma no usar-lo quasi mai amb els amics.

Gràfica 12

Ús lingüístic dels joves valencianoparlants que utilitzen poc el valencià a xarxes



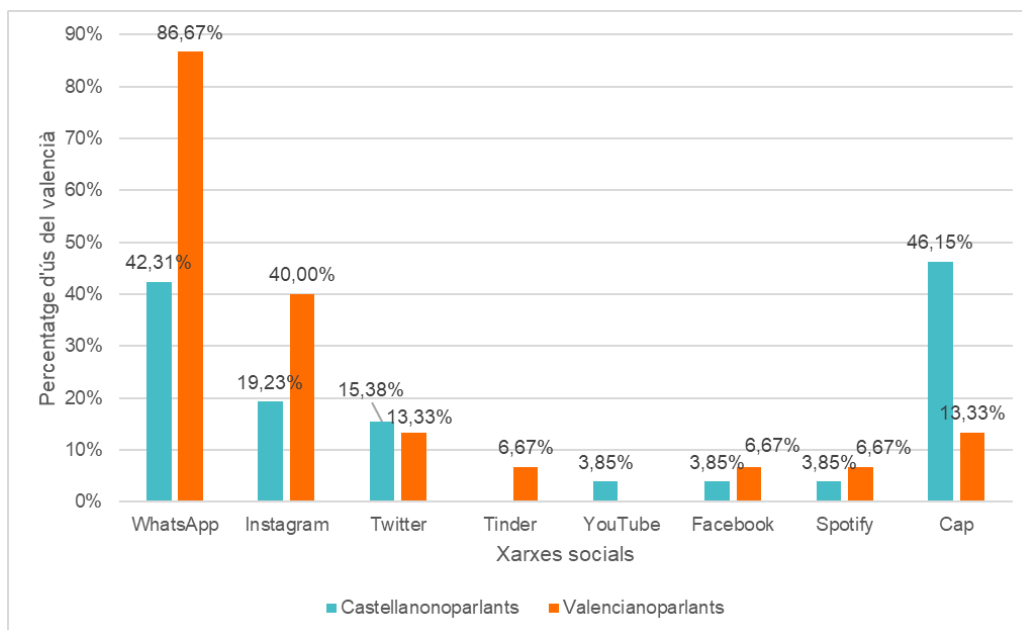
Font: Elaboració pròpia

A més, com podem veure a la gràfica 13, que també hi ha diferències si ens centrem en les plataformes en les que preferentment es comuniquen en valencià. Primerament, s'ha de veure que dels joves utilitzen poc el valencià a xarxes han afirmat no utilitzar cap d'aquestes plataformes en valencià, són el 46,15% dels castellanoparlants i el 13,33% dels valencianoparlants.

Tanmateix, podem veure que la plataforma on més ús del valencià hi ha és a WhatsApp, tant per part dels valencianoparlants, el 86,67%, i dels castellanoparlants, el 42,31%. La següent és Instagram, on el 19,23% dels castellanoparlants i el 40% dels valencianoparlants la utilitzen. Twitter queda en tercera posició i es veu com els castellanoparlants l'usen el 15,38% i els valencianoparlants el 13,33%, preferentment. Altres xarxes com YouTube, Tinderm Facebook i Spotify, queden per baix del 10%.

Gràfica 13

Percentatge d'ús de les diferents xarxes dels joves que utilitzen poc el valencià en aquestes



Font: Elaboració pròpia

Amb l'anàlisi de l'ús del valencià al dia a dia i a les diferents plataformes, en relació als joves que utilitzen poc el valencià a xarxes, hem pogut veure clares diferències entre valencianoparlants i castellanoparlants. En l'àmbit privat, els primers, aposten per la llengua però a mesura que van acostant-se a l'àmbit més públic van deixant-la de costat. Els segons, l'usen molt poc als dos àmbits.

En quant a les plataformes, els castellanoparlants utilitzen ben poc el valencià i, tant ells com els valencianoparlants, ho fan més a WhatsApp que a qualsevol altra xarxa social. A les altres plataformes l'ús del valencià queda molt per davall del 50% dels joves.

Si hem parlat del 71,93% dels joves que usen poc el valencià a les xarxes, ara és el torn del 28,07% que l'usa sempre o quasi sempre. En aquest grup, cal destacar que no s'han fet distincions entre castellanoparlants i valencianoparlants, ja que, només l'1,75% es considera castellanoparlant i, la resta, és a dir, el 26,32%, són valencianoparlants.

Analitzant l'ús lingüístic d'aquets grups de joves ens adonem que l'àmbit privat està molt polaritzat, encara que hi ha una gran predominança a usar el valencià. En aquest sentit, veiem que a casa sempre utilitzen la llengua el 87,50% i mai el 12,50%. Amb la família, sempre queda amb un 62,5% dels joves, quasi sempre un 25% i mai, altra vegada, 12,5%.

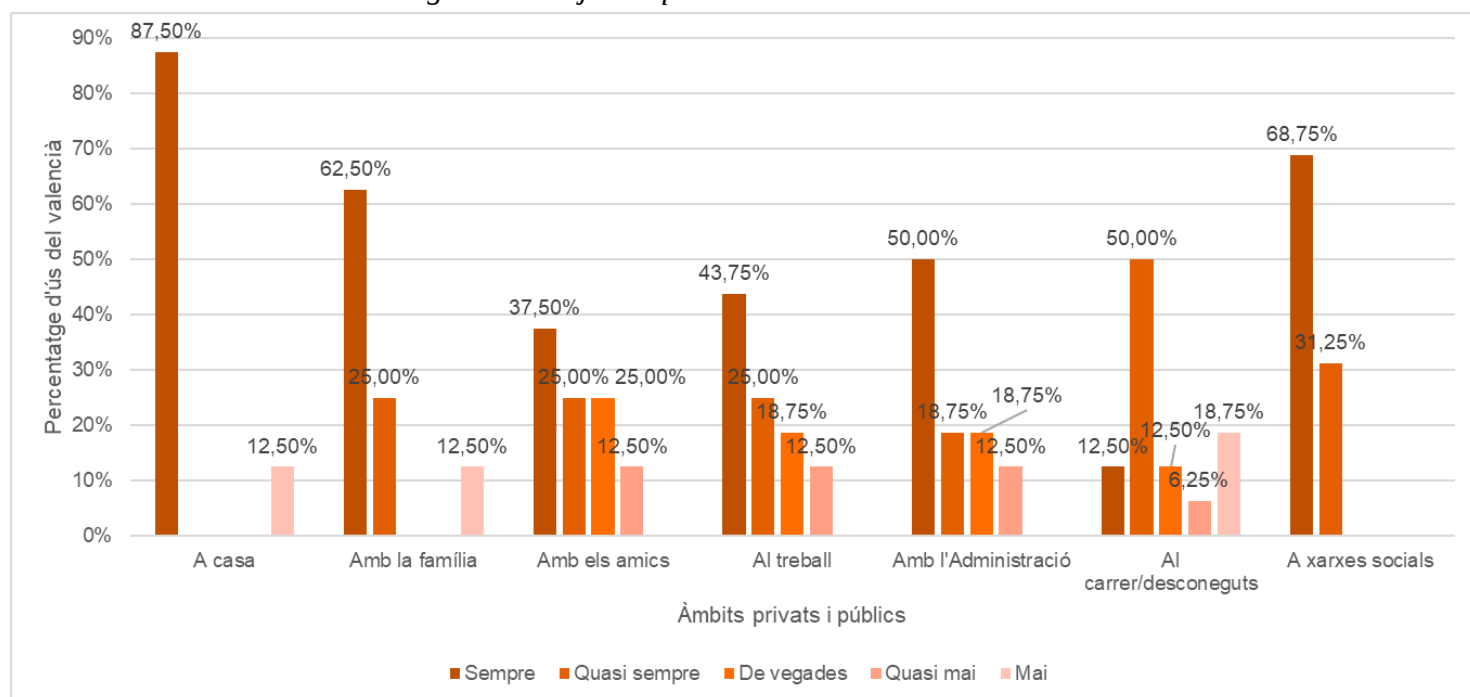
En l'àmbit públic, hi ha un canvi considerable. La categoria pel que hem filtrat a aquests joves ens mostra que el 68,75% d'ells afirma usar sempre el valencià a xarxes socials i el 31,25% quasi sempre.

No obstant això, les relacions en aquest àmbit no queden tan polaritzades ni afavoridores per a la llengua. On més s'afirma utilitzar-la és amb l'Administració, on el 50% ho fa sempre, el 18,75% quasi sempre i de vegades i el 12,50% quasi mai. Seguidament trobem que, al treball, el 43,75% sempre parla valencià, el 25% quasi sempre, el 18,75% de vegades i el 12,50% quasi mai.

Amb els amics la cosa canvia considerablement i usar sempre la llengua passa a un 37,5%, mentre que, el 25% l'usa quasi sempre i de vegades, i el 12,5% quasi mai. Per últim, al carrer i amb desconeguts el percentatge de parlar sempre valencià queda en un 12,5%, quasi sempre guanya punts sent l'opció del 50% d'aquests joves, de vegades 12,5%, quasi sempre 6,25% i entra en joc el 18,75% de mai usar-la en aquesta situació.

Gràfica 14

Ús lingüístic dels joves que utilitzen molt el valencià a xarxes

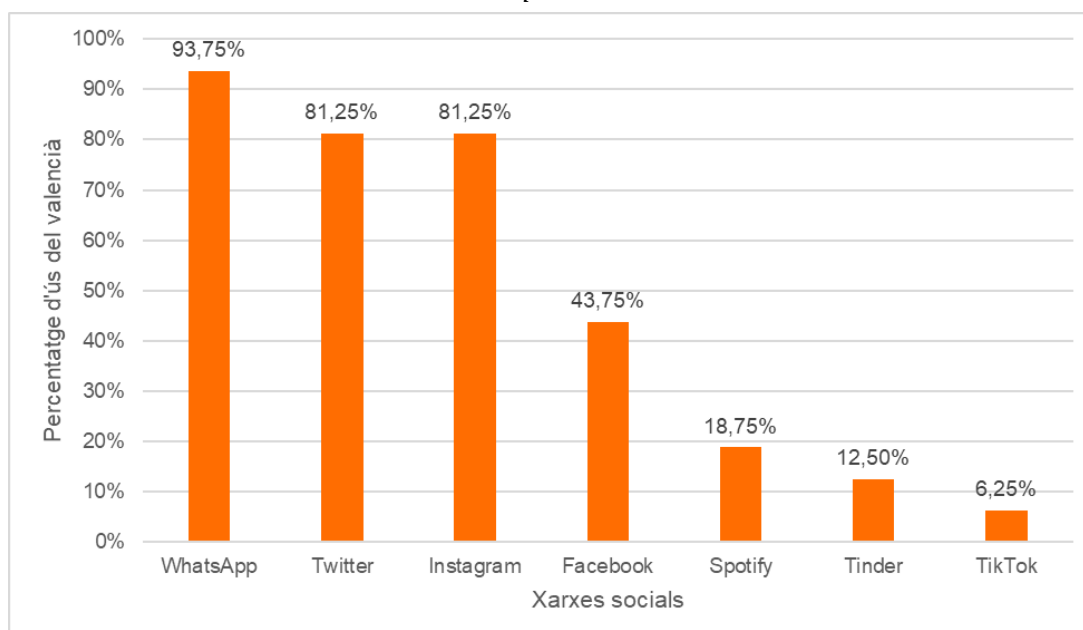


Font: Elaboració pròpia

En relació a les plataformes on més utilitzen valencià els joves que utilitzen molt aquesta llengua a xarxes, veiem que en la que més enquestats la utilitzen és a WhatsApp amb un 93,75%. Seguidament trobem Instagram i Twitter, amb el 81,25% d'aquests joves. A continuació Facebook amb un 43,75%, Spotify amb un 18,75%, Tinder amb un 12,5% i TikTok amb un 6,25%.

Gràfica 15

Percentatge d'ús de les diferents xarxes dels joves que utilitzen molt el valencià en aquestes



Font: Elaboració pròpia

Tot i que aquest 28,07% dels joves usa molt el valencià a xarxes, hem pogut veure que on més l'utilitzen diàriament és a l'àmbit privat. En els escenaris de l'àmbit públic, diferent a les xarxes, continua sent minoritari el percentatge que aposta per usar sempre el valencià.

A més, la plataforma més utilitzada, al igual que els joves que utilitzen poc la llengua a les xarxes socials, és el WhatsApp, amb més del 90%. La diferència més significativa de les plataformes és que s'aposta més pel valencià al Twitter i Instagram també, quedant estes amb l'ús de la llengua pel 81,25% dels joves.

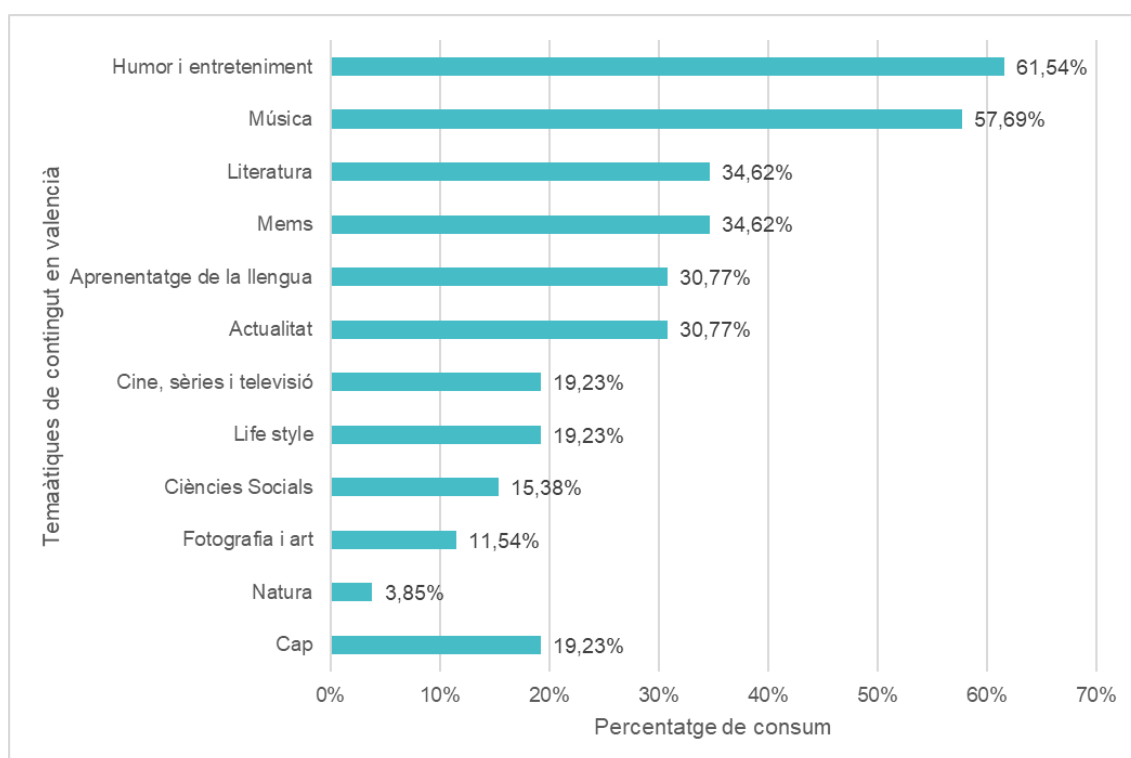
Per concloure amb l'anàlisi, ens ha paregut pertinent fer una distinció entre castellanoparlants i valencianoparlants en relació a les temàtiques que més consumeixen de contingut en valencià.

En quant als primers, es pot observar que l'Humor i entreteniment, amb un 61,54% de joves que el consumeixen en valencià, i la Música amb un 57,69%, són les dues temàtiques que més triomfen. Amb menys del 40%, trobem Literatura i Mems amb 34,62% i Aprenentatge de la llengua i Actualitat amb un 30,77%, cadascuna. Queden Cine, sèries i televisió i Life Style amb un 19,23% de joves castellanoparlants que els consumeixen en valencià, Ciències Socials amb 15,8%, Fotografia i art amb 11,54% i Natura amb 3,85%.

Posem l'accent a que el 19,23% dels joves castellanoparlants del País Valencià no consumeixen cap contingut en la llengua i que tampoc veuen algunes temàtiques com Esports, Videojocs i Moda.

Gràfica 16

Percentatge de consum de temàtiques de contingut dels joves castellanoparlants



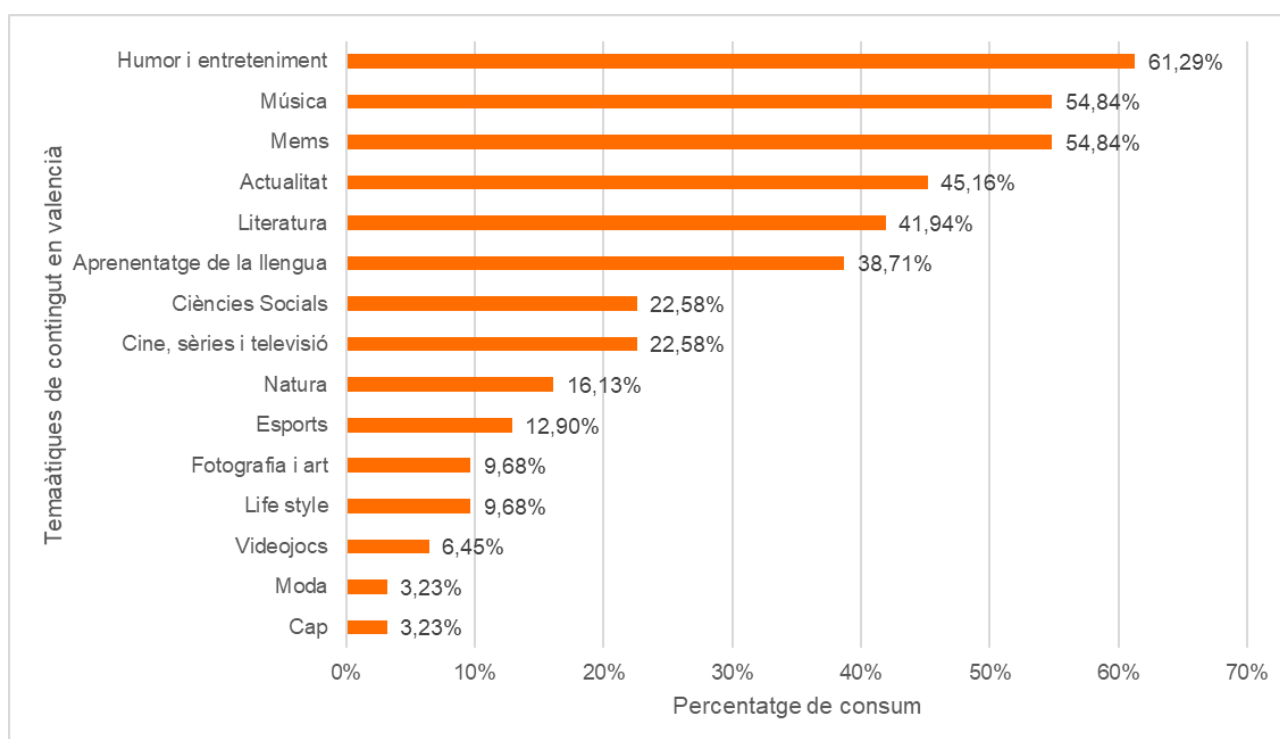
Font: Elaboració pròpia

Si passem als joves valencianoparlants, les temàtiques són més variades. No obstant això, es veu que al igual que els castellanoparlants, les temàtiques Humor i

entreteniment, consumida en valencià pel 61,29% d'ells i Música, pel 54,84%, encapçalen la llista. A aquesta se li suma, a més, Mems, igualada a la Música amb el 54,84%. Amb 45,16% trobem Actualitat, amb 41,94% Literatura i amb 38,71% Aprenentatge de la llengua. Queden amb 22,58% Ciències Socials i Cine, sèries i televisió. Per baix d'aquestes trobem Natura, el 16,13%, Esports, el 12,9%, Fotografia i art i Life Style amb 9,68%, Videojocs amb 6,45% i Moda amb 3,23%. A més, apuntem que només el 3,23% ha afirmat que no escolta cap contingut en valencià.

Gràfica 17

Percentatge de consum de temàtiques de contingut dels joves valencianoparlants



Font: Elaboració pròpia

En resum, les temàtiques més consumides en valencià tant per castellanoparlants com per valencianoparlants són Humor i entreteniment i Música. Dels primers quasi un 20% afirma no consumir cap contingut en valencià i, per contra, dels segons, només un 4% no ho fa.

CONCLUSIONS

Com hem pogut observar a l'anàlisi, l'ús del valencià la majoria de vegades queda relegat a l'àmbit privat. A més, a l'igual que en molts dels àmbits públics de la vida, les xarxes socials també són un escenari on el seu ús és molt deficient. És cert que hi ha una iniciativa prou afavoridora per part dels creadors de contingut en la nostra llengua de promoure-la, no obstant, aquesta idea no està tan interioritzada per part dels joves del País Valencià, en general.

En primera instància, posem l'accent a la nostra primera hipòtesi, on pensàvem que qui més usava la llengua al seu dia a dia també ho faria a les plataformes. Hem pogut veure que els creadors de contingut sí que segueixen aquesta pauta. No obstant, si ens fixem en les anàlisis dels joves, podem veure que hi ha casos molt diferents. En primer lloc, els castellanoparlants, generalment, l'usen poc o gens tant en l'àmbit privat com en el públic i, per tant, també a xarxes. Dels joves que es consideren valencianoparlants, s'ha pogut observar que, tot i tenir unes dades molt afavoridores en l'àmbit privat, a l'àmbit públic deixen molt que desitjar. De fet, concretament a les plataformes, queden dos grups molt marcats i que, a més, suposen cadascun la meitat dels joves d'aquest predomini lingüístic enquestats. Un 26,32% dels valencianoparlants tenen unes pautes molt paregudes als dels castellanoparlants en quant a l'ús de la llengua a xarxes, mentre que l'altre 26,32% és més conscient amb la llengua i el seu ús és bastant semblant als dels creadors de contingut.

En relació a la segona hipòtesi, en la qual consideràvem que els creadors de contingut usen més la llengua al seu dia a dia que els joves del País Valencià, hem de dir que s'afirmen les nostres creences. S'ha pogut veure que l'ús de la llengua en els primers la majoria de vegades és habitual, entre el 75% i 45% d'ells usen sempre el valencià a tots els àmbits de la seua vida. Els percentatges més baixos d'aquests es mostren en les relacions de treball, amb l'Administració i al carrer amb desconeguts. D'altra banda, la parla de valencià per part dels joves queda relegada a certes situacions. Al nostre estudi, la meitat d'enquestats es consideren valencianoparlants i l'altra castellanoparlants. Amb això, a l'àmbit privat és veu una gran polarització, no obstant, es continua tendint a parlar castellà. Si passem a l'àmbit públic la davallada de l'ús de la llengua no canvia, sinó que

empitjora. Indistintament del predomini lingüístic dels joves s'ha pogut observar que els percentatges més elevats són els de les posicions de parlar-la “de vegades” o “quasi mai”. Entre el 59% i 43% dels enquestats s'han decantat per a aquestes opcions quan se'ls ha preguntat per l'ús del valencià als diferents espais públics.

El que afirmava la nostra tercera hipòtesi és que l'ús del valencià a les xarxes socials dels valencianoparlants i castellanoparlants és diferent, sent els primers els que l'usaran més que els segons. Com hem pogut observar els castellanoparlants el 46,15% no l'usa mai, i la resta només de vegades o quasi mai. En el cas dels valencianoparlants, la situació és un tant millor, ja que, ningú ha afirmat no usar-la mai. Tot i això, i al igual que hem fet ja amb la hipòtesi 1, hem de diferenciar d'aquest 52,64% de joves, entre les dues meitats, els que no usen quasi mai la llengua als àmbits públics i els que la solen usar més. Els primers, en relació a xarxes, l'usen el 60% de vegades i la resta quasi mai. En quant als segons, són els que més s'encoratgen a usar-la, sent el 68,75% els que sempre l'usen i el 31,25% els que quasi sempre ho fan.

Com bé havíem predit, la quantitat de temàtiques consumides per part dels valencianoparlants és més elevada que la dels castellanoparlants. Dels primers, només el 3,23% no consumeix cap contingut en valencià. A més, cal apuntar que hi ha cinc temàtiques que superen la visualització el 40% d'aquests joves i són Humor i entreteniment, Música, Mems, Actualitat i Literatura. També hem d'afegir que aquest grup consumeixen la totalitat de les temàtiques presentades. No obstant, si passem al consum dels castellanoparlants, el 19,23% afirma no veure cap tipus de contingut en valencià. Així mateix, només superen el 40% les temàtiques d'Humor i entreteniment i Música. Per últim, no hi ha cap percentatge d'aquest grup que consumeixca contingut d'Esports, Videojocs i Moda en la nostra llengua.

Per a acabar amb la resolució d'hipòtesi, cal destacar que les plataformes on més creació de contingut fan els nostres enquestats a xarxes i les que utilitzen els joves de l'estudi per consumir-lo tenen algunes semblances i diferències. La que més usen en ambdós casos és Instagram. No obstant això, les quatre següents més utilitzades per a crear contingut són TikTok, Twitter, YouTube i Spotify, en aquest ordre. Mentre que, en aquest rànquing també per ordre, on consumeixen els joves és a Spotify, Twitter, TikTok

i Youtube. A més, s'ha observat que dels joves enquestats, cap consumeix contingut a la plataforma Twitch, mentre que sí que es crea aquest en la nostra llengua en aquesta plataforma, amb percentatge més elevat que a Facebook, altra plataforma on els joves sí que afirmen consumir contingut, però en poca mesura.

Com hem pogut observar durant tot l'estudi, hui dia, fer una vida plenament en valencià no és contemplat per quasi ningun jove, independentment si és creador de contingut o no. Aquesta situació està influenciada per diferents factors, però hi ha dos molt importants a tenir en compte.

El primer, és l'intent constant durant la història de prohibir l'ús de la llengua i intentar homogeneïtzar un país que ni té els mateixos trets culturals ni lingüístics, comés Espanya. La majoria de les vegades l'ús lingüístic del valencià queda relegat als àmbits més privats, cosa que no és d'estranyar. L'espectre d'alguns fets històrics com l'abolició dels Furs de València o la repressió de la dictadura franquista han deixat un llegat on continuem pensant que als espais públics és més correcte usar el castellà.

A dia de hui, i des de la implantació de la democràcia s'han establert una sèrie de mesures que intenten pal·liar aquesta situació, amb poc èxit. Per exemple, s'haurien d'exigir uns Drets lingüístics, els quals es recullen a l'Estatut d'Autonomia i on s'estableix, per l'article sisè del primer capítol, que el valencià és la llengua pròpia i cooficial, que cap ciutadà podrà ser discriminat per fer ús de la seua llengua i que els organismes públics vetllaran per l'ensenyament i ús normal del valencià.

Tot i això, el caràcter oficial d'un idioma farà que siga habitualment usat no sols en l'entitats administratives públiques sinó també en les privades, ja que molt sovint serà l'única varietat normativizada explícitament i coneguda per la totalitat de la població, la qual cosa la converteix al mig idoni de comunicació social. Ocuparà habitualment la majoria de les funcions en el sistema educatiu, i es facilitarà a la població el seu coneixement oral i escrit, fonamentat en una modalitat estàndard oficialment sancionada per l'organisme acadèmic competent (Boada, 2011). Aquesta situació fa que les llengües no oficials queden en segon pla, sense cap tipus de recolzament, prestigi ni seguretat de continuïtat. Amb això, moltes llengües maternes acaben sent llengües minoritzades i invisibilitzades, perquè no consten en cap registre, mentre que les llengües franques

adopten el rol de llengües “oficials” per a la comunicació (Universitat Autònoma de Barcelona & Vargas-Urpi, 2020).

Tot això ens du a argumentar que s’ha de canviar de passar del valencià al castellà en els àmbits públics, per “educació”. És molt comú a Espanya, per exemple, que es pose mediàticament i políticament l’atenció en les polítiques públiques que atenen les llengües minoritàries i que, en moltes ocasions, siguen presentades aquestes polítiques com “problemàtiques”, “cares” o «imposades», i es presta escassa atenció a la política lingüística favorable al castellà, que és la principal política lingüística en tots els àmbits i institucions locals, autonòmiques i centrals espanyols, i que, quan s’hi fa alguna referència, es faça generalment en termes positius i descriptius, com si fora una política natural, no imposada i aproblemàtica (Universitat Autònoma de Barcelona & Vargas-Urpi, 2020). Si no s’acompleix aquest estàndard, molts acusen als valencianoparlants d’intentar atemptar contra la llengua castellana i capgirar la situació, afirmant que el valencià és una llengua “autòctona” que està envaint l’espanyol i que els parlants del castellà es senten discriminats i sotmesos a haver d’aprendre el valencià, que lluny de ser plenament una llengua cooficial, queda menyspreada i perseguida constantment.

Tanmateix, en el món del segle XXI, en què fins i tot les societats més rurals estan hiperconnectades i l’Estat s’escola per tot arreu, és obvi que la manca de reconeixement afebleix molt perillosament les llengües i les sotmet a dinàmiques destructives difícils d’evitar. En poques paraules, sense polítiques actives a favor de la llengua tot fa pensar que el català entraria en dinàmiques de retrocés (Bretxa et al., 2019). Aquestes idees venen reflectint-se ja d’abans, en la societat de la comunicació, des dels mitjans. Amb la tallada de l’emissió de les televisions en català, TV3 i IB3, i el posterior tancament de Canal 9, la televisió autonòmica, els valencians quedàvem silenciats. Aquesta situació ens deixava en una posició subordinada enfront al castellà, on sempre s’acabava buscant un poc de reconeixement i sentint-nos reconfortats quan alguna de les televisions espanyoles ens mencionava en algun dels seus informatius o programes.

A dia de hui, aquests pensaments també es traslladen a les xarxes socials. De fet, tot i que hi ha un contant augment de contingut en la llengua, la majoria de valencians continuen apostant per un contingut en la llengua normalitzada i hegemònica amb l’excusa de poder arribar així a més quantitat de gent. Amb això, triar usar el català en les

xarxes socials, sobretot de manera exclusiva, continua sent l'opció marcada, com demostren els comentaris rebuts pels creadors de contingut, de forma més acusada al principi, criticant l'ús del català o exigint-los que usaren el castellà (Milà-Garcia & Tudela-Isanta, 2022).

És una realitat inqüestionable que les xarxes socials han esdevingut eines de comunicació habitual, sobretot entre els més joves, per a qui la comunicació virtual representa un percentatge molt elevat dels seus intercanvis comunicatius diaris. Aquests intercanvis es defineixen pel seu caràcter translocal, transtemporal i multimodal, que a la vegada es tradueix en una desterritorialització del concepte “llengua” (Belmar, 2019). Si ens centrem en l'ús habitual del valencià en elles, també reflexa aquestes diferències entre l'àmbit privat i públic que portem observant fins ara. Amb això, les xarxes més privades i de missatgeria instantània com són WhatsApp i Instagram, són les plataformes on més s'usa el valencià. En canvi, totes aquelles on es va més enllà dels cercles privats o d'amistat, com ara Twitter o Facebook, s'ha pogut observar que el percentatge de joves que publiquen en valencià a aquestes és molt menor. És a dir, segueix el pensament de que les idees o publicacions arriben a la majoria d'usuaris possibles.

Les xarxes són un espai on els usuaris poden amagar-se darrere d'una pantalla i mostrar només certes parts d'ell. El postureig no només està en les fotos d'espais preciosos, menjar i objectes luxosos, sinó en la llengua en la que es faça aquesta publicació. Una tendència ressenyable és la presència cada vegada major en la xarxa de continguts en llengües hegemòniques com el castellà i l'anglès, en detriment d'altres amb comunitats de parlants de menor grandària. Aquesta situació planteja una incògnita sobre el futur de les llengües minoritàries en Internet, que depèn en gran manera del consum, però sobretot de la producció de continguts en elles per part dels joves. (Universidad del País Vasco España et al., 2020).

La idea d'aplegar a més persones i mostrar una vida idònia i envejable, és un pensament molt influenciat per la globalització capitalista, el segon dels factors a comentar. La idea de tenir una realitat planetària com a un tot connectat fa que anem, poc a poc, convertint-nos en una única societat, més enllà de qualsevol frontera, religions,

ètnies, ideologies o condicions culturals o socio-econòmiques. La llengua, per tant, també acaba per homogeneïtzar-se en aquest model global.

Específicament, en el context espanyol la llengua dominant i preferida en els contextos digitals és l'espanyol, que en les xarxes socials es converteix en llengua de referència a conseqüència de les estratègies de disseny de audiències, segons les quals un parlant tria la llengua en funció dels receptors que tinga al cap. Atès que la llengua majoritària, l'espanyol, és la més «normal», els parlants la trien en detriment de les llengües minoritàries, amb les quals només abastarien a un públic menor i més específic (Tudela-Isanta & Milà-Garcia, 2022).

De fet, un dels enquestats, quan se li preguntava per les seues pautes lingüístiques a les plataformes, ha apuntat que “En cap d'elles faig ús del valencià, quasi sempre utilitze o el castellà o l'anglès, quan hi trobem algú que parla en valencià en pose content com si fora una cosa única”. En aquest sentit, ja no només entra en joc, com a llengua hegemònica, el castellà, sinó que al llarg d'aquests últims 20 anys, l'anglès ha anat fent-se un lloc molt important en la societat en general i, en particular, a la valenciana. Hem comentat, al voltant d'aquest tema, anteriorment, que, tot i saber que la majoria dels nostres seguidors són valencianoparlants, tendim a l'ús de l'espanyol i inclús l'anglès, pel fet de poder mostrar el nostre punt de vista a un públic totalment desconegut. Aquesta situació agreuja la discriminació lingüística, ja que, les llengües minoritzades no queden només per baix de les de les oficials de l'Estat propi, sinó també de les més consolidades a nivell mundial.

En definitiva, es pot apreciar al llarg de tot l'estudi que la situació del valencià, al contrari que afirmen algunes forces polítiques i mitjans de comunicació, deixa molt que desitjar en la majoria dels àmbits, sobretot si ens fixem en els espais públics. A més, la situació no millora si parlem de xarxes socials. Tot i tenir un col·lectiu de gent que intenta promoure l'ús en les plataformes, creant a diferents llocs contingut en valencià, s'ha pogut observar que els joves no només l'usen poc, sinó que consumeixen molt poc del contingut que ses crea en la nostra llengua.

Amb això, s'haurien de prendre certes mesures que promogueren el seu ús. En primer lloc, s'haurien de prendre algunes mesures per a que la llengua ens unirà, més que enfrontar-nos. Es podria, per tant, organitzar algun tipus de campanyes i tallers per a erradicar els prejudicis lingüístics i altres tallers de formació des de les administracions públiques per sensibilitzar als joves sobre la importància de revitalitzar la llengua. En relació a les xarxes socials, s'hauria de difondre algun tipus de campanya de sensibilització de l'ús de la llengua entre els joves i organitzar activitats per normalitzar l'ús del valencià en aquests mitjans, com tallers de creació de mems, programes de parelles lingüístiques. També afavoriria l'ús si hi hagueren acords econòmics entre creadors que visibilitzen la llengua i les plataformes de reproducció, al igual que un finançament d'aquest tipus de creacions.

Per tant, és una feina de tots i de totes conscienciar-nos de que la llengua només existeix si la parlem. No podem oblidar d'on venim, no ens han fet callar en centenar d'anys i l'era de les xarxes socials tampoc ha de poder fer-ho. Hem de seguir lluitant per fer-nos un lloc en aquesta societat globalitzada i homogeneïtzada que els poders econòmics i polítics estan intentant imposar-nos. El valencià s'ha de mantenir viu, perquè la llengua és tot el que som, és la llengua en que sentim, en que somiem i ha de ser també, per tot això, amb la que poder fer una vida completament en valencià, sense haver de complaure i sotmetre'ns als parlants de les llengües hegemòniques.

BIBLIOGRAFIA

Belmar, G. (2019). Les xarxes virtuals i el català: Actituds, usos i el paper de les comunitats virtuals com a refugis d'ús. *Révue d'Études Catalanes*, 5, 26-39.

Boada, A. B. (2011). XIV Jornadas de Lingüística, Universidad de Cádiz, 201.

Bretxa, V., Sorolla, N., Torres-Pla, J., Torrijos, A., & Vila, F. X. (2019). Els usos lingüístics als territoris de llengua catalana.

Comitè de seguiment de la Declaració Universal de Drets Lingüístics. (1998). Declaració Universal de Drets Lingüístics.

European Commission. (2019). My Europe. My Language.

Melero Nogués, M. (2018). El futur de les llengües en l'era digital: Oportunitats i bretxa lingüística. *Revista de Llengua i Dret*, 70, 152-165. <https://doi.org/10.2436/rld.i70.2018.3201>

Milà-Garcia, A., & Tudela-Isanta, A. (2022). Lenguas minoritarias y redes sociales: La creación de #estiktokat para contenidos en catalán. *Cuadernos Europeos de Deusto*, 04, 173-202. <https://doi.org/10.18543/ced.2476>

Ninyoles, R. (1971). Idioma i prejudici.

Tudela-Isanta, A., & Milà-Garcia, A. (2022). La presencia del catalán en las plataformas digitales: El caso de Twitch y TikTok. *Caracol*, 24, 76-109. <https://doi.org/10.11606/issn.2317-9651.i24p76-109>

Universidad del País Vasco España, Fernandez de Arroyabe Olaortua, A., Eguskiza Sesumaga, L., Universidad del País Vasco España, Lazkano Arrillaga, I., & Universidad del País Vasco España. (2020). El futuro de las lenguas minoritarias en Internet en manos de los jóvenes prosumidores. El caso vasco. *Cuadernos.info*, 46, 367-396. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1411>

Universitat Autònoma de Barcelona, & Vargas-Urpi, M. (2020). Juicios multilingües en Barcelona desde la perspectiva de la sociología del lenguaje: Lenguas dominantes, lenguas minorizadas y lenguas invisibles. *Onomázein Revista de lingüística filología y traducción*, 47, 206-224. <https://doi.org/10.7764/onomazein.47.08>

Vallverdú, F. (1979). La normalització lingüística a Catalunya.

ANNEXOS

Qüestionaris

Creadors de contingut

El valencià a l'era de les xarxes socials

Aquest qüestionari només et llevarà 2 minuts del teu temps.

La teua resposta em serà de gran ajuda per a endinsar-me més en l'ús i creació de contingut en valencià a xarxes socials, i així poder fer una investigació més exhausta sobre la situació de la llengua en aquestes plataformes.
Gràcies per la teua col·laboració.

* Indica que la pregunta és obligatòria

1. Nom d'usuari a xarxes socials

2. Comarca *

Marqueu només un oval.

- ☐ Alacantí
- ☐ Alcoià
- ☐ Alcalatén
- ☐ Alt Maestrat
- ☐ Alt Millars
- ☐ Alt Palància
- ☐ Alt Vinalopó
- ☐ Baix Maestrat
- ☐ Baix Segura
- ☐ Baix Vinalopó
- ☐ Camp de Morvedre
- ☐ Camp de Túria
- ☐ Canal de Navarrés
- ☐ Comtat
- ☐ Costera

- ☐ Foia de Bunyol
- ☐ Horta Nord
- ☐ Horta Sud
- ☐ Marina Alta
- ☐ Marina Baixa
- ☐ Els Ports
- ☐ Plana Alta
- ☐ Plana Baixa
- ☐ Plana d'Utiel-Requena
- ☐ Racó d'Ademús
- ☐ Ribera Alta
- ☐ Ribera Baixa
- ☐ Serrans
- ☐ Safor
- ☐ València
- ☐ Vall d'Albaida
- ☐ Vall de Cofrents-Aiora
- ☐ Vinalopó Mitjà

3. Edat *

Marqueu només un oval.

- ☐ 18-20
- ☐ 20-25
- ☐ 25-30
- ☐ Més de 30

4. Sexe *

Marqueu només un oval.

- ☐ Dona
- ☐ Home
- ☐ No binari
- ☐ Preferisc no contestar

5. Et consideres valencianoparlant? *

Marqueu només un oval.

- ☐ Sí
- ☐ No

6. Utilitzes el valencià al teu dia a dia? *

Marqueu només un oval per fila.

	Sempre	Quasi sempre	De vegades	Quasi mai	Mai
A casa	☐	☐	☐	☐	☐
Amb la família	☐	☐	☐	☐	☐
Amb els amics	☐	☐	☐	☐	☐
Al treball	☐	☐	☐	☐	☐
Amb l'Administració	☐	☐	☐	☐	☐
Al carrer/ desconeguts	☐	☐	☐	☐	☐
A xarxes socials	☐	☐	☐	☐	☐

7. En quina/es d'aquestes xarxes et comuniques preferentment valencià? (Resposta múltiple)

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ WhatsApp
- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ TikTok
- ☐ Twitch
- ☐ Tinder
- ☐ YouTube
- ☐ Spotify
- ☐ Altres: _____

8. En quina/es plataforma/es crees el teu contingut en valencià? (Resposta múltiple)

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ TikTok
- ☐ Twitch
- ☐ YouTube
- ☐ Spotify
- ☐ Altres: _____

9. Quin/s tipus de contingut/s sols crear en valencià? (Resposta múltiple)

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Videojocs
- ☐ Moda
- ☐ Humor i entreteniment
- ☐ Aprenentatge de la llengua
- ☐ Ciències Socials
- ☐ Música
- ☐ Literatura
- ☐ Mems
- ☐ Actualitat
- ☐ Natura
- ☐ Fotografia i art
- ☐ Cine, sèries i televisió
- ☐ Esports
- ☐ Life Style (Contingut Quotidià)

10. Quines creus que són les principals característiques del teu públic? *

El valencià a l'era de les xarxes socials

Aquest qüestionari només et llevarà 2 minuts del teu temps.

La teua resposta em serà de gran ajuda per a endinsar-me més en l'ús i creació de contingut en valencià a xarxes socials, i així poder fer una investigació més exhausta sobre la situació de la llengua en aquestes plataformes.

Gràcies per la teua col·laboració.

*** Indica que la pregunta és obligatòria**

1. Comarca *

Marqueu només un oval.

- ☐ Alacantí
- ☐ Alcoià
- ☐ Alcalatén
- ☐ Alt Maestrat
- ☐ Alt Millars
- ☐ Alt Palància
- ☐ Alt Vinalopó
- ☐ Baix Maestrat
- ☐ Baix Segura
- ☐ Baix Vinalopó
- ☐ Camp de Morvedre
- ☐ Camp de Túria
- ☐ Canal de Navarrés
- ☐ Comtat
- ☐ Costera
- ☐ Foia de Bunyol
- ☐ Horta Nord
- ☐ Horta Sud
- ☐ Marina Alta
- ☐ Marina Baixa
- ☐ Els Ports
- ☐ Plana Alta

- ☐ Plana Baixa
- ☐ Plana d'Utiel-Requena
- ☐ Racó d'Ademús
- ☐ Ribera Alta
- ☐ Ribera Baixa
- ☐ Serrans
- ☐ Safor
- ☐ València
- ☐ Vall d'Albaida
- ☐ Vall de Cofrents-Aiora
- ☐ Vinalopó Mitjà

2. Edat *

Marqueu només un oval.

- ☐ 18-20
- ☐ 20-25
- ☐ 25-30

3. Sexe *

Marqueu només un oval.

- ☐ Dona
- ☐ Home
- ☐ No binari
- ☐ Preferisc no contestar

4. Et consideres valencianoparlant? *

Marqueu només un oval.

☐ Sí

☐ No

5. Utilitzes el valencià al teu dia a dia? *

Marqueu només un oval per fila.

	Sempre	Quasi sempre	De vegades	Quasi mai	Mai
A casa	☐	☐	☐	☐	☐
Amb la família	☐	☐	☐	☐	☐
Amb els amics	☐	☐	☐	☐	☐
Al treball	☐	☐	☐	☐	☐
Amb l'Administració	☐	☐	☐	☐	☐
Al carrer/ desconeguts	☐	☐	☐	☐	☐
A xarxes socials	☐	☐	☐	☐	☐

6. En quina/es d'aquestes xarxes et comuniques preferentment valencià? (Resposta múltiple)

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

☐ WhatsApp

☐ Instagram

☐ Facebook

☐ Twitter

☐ TikTok

☐ Twitch

☐ Tinder

☐ YouTube

☐ Spotify

☐ Altres: _____

7. En quina/es plataforma/es crees el teu contingut en valencià? (Resposta múltiple)

Selecciona totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ TikTok
- ☐ Twitch
- ☐ YouTube
- ☐ Spotify
- ☐ Altres: _____

8. Quin/s tipus de contingut/s sols crear en valencià? (Resposta múltiple)

Selecciona totes les opcions que corresponguin.

- ☐ Videojocs
- ☐ Moda
- ☐ Humor i entreteniment
- ☐ Aprenentatge de la llengua
- ☐ Ciències Socials
- ☐ Música
- ☐ Literatura
- ☐ Mems
- ☐ Actualitat
- ☐ Natura
- ☐ Fotografia i art
- ☐ Cine, sèries i televisió
- ☐ Esports
- ☐ Life Style (Contingut Quotidià)

9. Indica quin tipus de contingut en valencià trobes a faltar o del t'agradaria que hi haguera més varietat

Taules

Taula 1

Ús del valencià a l'àmbit privat en creadors de contingut

	Sempre		Quasi sempre		De vegades		Mai	
A casa	15	75%	3	15%	1	5%	1	5%
Amb la família	13	65%	5	25%	1	5%	1	5%

Font: Elaboració pròpia

Taula 2

Ús del valencià a l'àmbit públic en creadors de contingut

	Sempre		Quasi sempre		De vegades		Quasi mai		Mai	
Amb els amics	13	65%	6	30%	1	5%	-	-	-	-
Al treball	9	45%	4	20%	5	25%	1	5%	1	5%
Amb l'Administració	10	50%	6	30%	4	20%	-	-	-	-
Al carrer/desconeguts	7	35%	9	45%	3	15%	1	5%	-	-
A xarxes socials	15	75%	5	25%	-	-	-	-	-	-

Font: Elaboració pròpia

Taula 3

Percentatge d'ús preferentment del valencià a les xarxes socials dels creadors de contingut

Instagram		WhatsApp		Twitter		TikTok		YouTube		Tinder		Twitch		Spotify		Facebook	
17	85%	14	70%	13	65%	12	60%	11	55%	8	40%	7	35%	7	35%	5	25%

Font: Elaboració pròpia

Taula 4

Percentatge d'ús a les diferents plataformes on es creen els seus continguts en valencià

Instagram		TikTok		Twitter		YouTube		Spotify		Twitch		Facebook	
13	65%	12	60%	11	55%	10	50%	9	45%	7	35%	3	15%

Font: Elaboració pròpia

Taula 5*Percentatge de temàtiques que creen en valencià*

Humor i entreteniment	Life Style	Videojocs	Música	Actualitat	Ciències socials	Mems
11 55%	5 25%	3 15%	3 15%	3 15%	2 10%	2 10%
Fotografia i art	Cine, sèries i televisió	Moda	Aprentatge de la llengua	Literatura	Natura	Esports
2 10%	2 10%	1 5%	1 5%	1 5%	1 5%	1 5%

Font: Elaboració pròpia

Taula 6*Ús del valencià a l'àmbit privat en joves*

	Sempre		Quasi sempre		De vegades		Quasi mai		Mai	
A casa	22	38,60%	3	5,26%	1	1,75%	7	12,28%	24	42,11%
Amb la família	17	29,82%	9	15,79%	1	1,75%	8	14,04%	22	38,60%

Font: Elaboració pròpia

Taula 7*Ús del valencià a l'àmbit públic en joves*

	Sempre		Quasi sempre		De vegades		Quasi mai		Mai	
Amb els amics	6	10,53%	13	22,81%	20	35,09%	10	17,54%	8	14,04%
Al treball	7	12,28%	12	21,05%	18	31,58%	5	8,77%	15	26,32%
Amb l'Administració	8	14,04%	10	17,54%	18	31,58%	10	17,54%	11	19,30%
Al carrer/desconeguts	2	3,51%	9	15,79%	17	29,82%	17	29,82%	12	21,05%
A xarxes socials	11	19,30%	5	8,77%	15	26,32%	14	24,56%	12	21,05%

Font: Elaboració pròpia

Taula 8*Percentatge d'ús preferentment del valencià a les xarxes socials dels joves*

WhatsApp	Instagram	Twitter	Facebook	Spotify	Tinder
39 68,42%	24 42,11%	19 33,33%	8 14,04%	5 8,77%	2 3,51%
TikTok	YouTube	Twitch	Cap		
1 1,75%	1 1,75%	1 1,75%	14 24,56%		

Font: Elaboració pròpia

Taula 9*Percentatge d'ús de les diferents plataformes on consumeixen contingut en valencià*

Instagram	Spotify	Twitter	TikTok	YouTube	Facebook	Cap
36 63,16%	25 43,86%	23 40,35%	20 35,09%	20 35,09%	10 17,54%	11 19,30%

Font: Elaboració pròpia

Taula 10*Percentatge de temàtiques que consumeixen els joves en valencià*

Humor i entreteniment	Música	Mems	Literatura	Actualitat	Aprenentatge de la llengua	Cine, sèries i televisió	
35 61,40%	32 56,14%	26 45,61%	22 38,60%	22 38,60%	20 35,09%	13 22,81%	
Ciències socials	Life Style	Natura	Fotografia i art	Esports	Videojocs	Moda	Cap
11 19,30%	8 14,04%	6 10,53%	6 10,53%	4 7,02%	2 3,51%	1 1,75%	6 10,53%

Font: Elaboració pròpia

Taula 11*Ús lingüístic dels joves castellanoparlants que utilitzen poc el valencià a xarxes*

	Quasi sempre		De vegades		Quasi mai		Mai	
A casa	-	-	-	-	6	23,08%	20	76,92%
Amb la família	-	-	-	-	7	26,92%	19	73,08%
Amb els amics	2	7,69%	9	34,62%	7	26,92%	8	30,77%
Al treball	5	19,23%	7	26,92%	2	7,69%	12	46,15%
Amb l'Administració	4	15,38%	8	30,77%	5	19,23%	9	34,62%
Al carrer/desconeguts	1	3,85%	10	38,46%	7	26,92%	8	30,77%
A xarxes socials	-	-	6	23,08%	8	30,77%	12	46,15%

Font: Elaboració pròpia

Taula 12*Ús lingüístic dels joves valencianoparlants que utilitzen poc el valencià a xarxes*

	Sempre		Quasi sempre		De vegades		Quasi mai		Mai	
A casa	8	53,33%	3	20,00%	1	6,67%	1	6,67%	2	13,33%
Amb la família	7	46,67%	5	33,33%	-	-	2	13,33%	1	6,67%
Amb els amics	-	-	7	46,67%	7	46,67%	1	6,67%	-	-
Al treball	-	-	3	20,00%	8	53,33%	1	6,67%	3	20,00%
Amb l'Administració	-	-	3	20,00%	7	46,67%	3	20,00%	2	13,33%
Al carrer/desconeguts	-	-	1	6,67%	5	33,33%	8	53,33%	1	6,67%
A xarxes socials	-	-	-	-	9	60,00%	6	40,00%	-	-

Font: Elaboració pròpia

Taula 13

Percentatge d'ús de les diferents xarxes dels joves que utilitzen poc el valencià en aquestes

	WhatsApp		Instagram		Twitter		Tinder		You Tube	
Castellanoparlants	11	42,31%	5	19,23%	4	15,38%	-	-	1	3,85%
Valencianoparlants	13	86,67%	6	40,00%	2	13,33%	1	6,67%	-	-

	Facebook		Spotify		Cap	
Castellanoparlants	3,85%	1	3,85%	12	46,15%	
Valencianoparlants	6,67%	1	6,67%	2	13,33%	

Font: Elaboració pròpia

Taula 14

Ús lingüístic dels joves que utilitzen molt el valencià a xarxes

	Sempre		Quasi sempre		De vegades		Quasi mai		Mai	
A casa	14	87,50%	-	-	-	-	-	-	2	12,50%
Amb la família	10	62,50%	4	25,00%	-	-	-	-	2	12,50%
Amb els amics	6	37,50%	4	25,00%	4	25,00%	2	12,50%	-	-
Al treball	7	43,75%	4	25,00%	3	18,75%	2	12,50%	-	-
Amb l'Administració	8	50,00%	3	18,75%	3	18,75%	2	12,50%	-	-
Al carrer/desconeguts	2	12,50%	8	50,00%	2	12,50%	1	6,25%	3	18,75%
A xarxes socials	11	68,75%	5	31,25%	-	-	-	-	-	-

Font: Elaboració pròpia

Taula 15

Percentatge d'ús de les diferents xarxes dels joves que utilitzen molt el valencià en aquestes

WhatsApp		Twitter		Instagram		Facebook		Spotify		Tinder		TikTok	
15	93,75%	13	81,25%	13	81,25%	7	43,75%	3	18,75%	2	12,50%	1	6,25%

Font: Elaboració pròpia

Taula 16*Percentatge de consum de temàtiques de contingut dels joves castellanoparlants*

Humor i entreteniment	Música	Literatura	Mems	Aprenentatge de la llengua	Actualitat	Cine, sèries i televisió
16 61,54%	15 57,69%	9 34,62%	9 34,62%	8 30,77%	8 30,77%	5 19,23%
	Life Style	Ciències Socials	Fotografia i Art	Natura	Cap	
	5 19,23%	4 15,38%	3 11,54%	1 3,85%	5 19,23%	

Font: Elaboració pròpia

Taula 17*Percentatge de consum de temàtiques de contingut dels joves valencianoparlants*

Humor i entreteniment	Música	Mems	Actualitat	Literatura	Aprenentatge de la llengua	Ciències Socials	
19 61,29%	17 54,84%	17 54,84%	14 45,16%	13 41,94%	12 38,71%	7 22,58%	
Cine, sèries i televisió	Natura	Esports	Fotografia i Art	Life Style	Videojocs	Moda	Cap
7 22,58%	5 16,13%	3 12,90%	3 9,68%	3 9,68%	2 6,45%	1 3,23%	1 3,23%

Font: Elaboració pròpia