

## CATALÀ A TWITTER, L'ÀGORA DE LA LLENGUA

MARC GUEVARA CLARAMUNT  
*Universitat Autònoma de Barcelona*  
mguevaraclaramunt@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-6068-8690

### RESUM

En aquest article ens fixarem en la divulgació de la llengua catalana en una xarxa social molt usada entre els catalanoparlants, Twitter, que avui dia es considera una eina difusora equiparable als mitjans de comunicació, atès que molts dels usuaris manifesten que també la fan servir per informar-se. Ens centrarem en els comptes més seguits que difonen continguts lingüístics per mirar de calibrar quin impacte tenen entre la part de la comunitat lingüística que fa servir les xarxes socials. D'una banda, farem una classificació dels diferents comptes més seguits segons si són institucions, comptes impersonals de divulgació o persones independents, i seleccionarem els més seguits de cada classe. Tindrem en compte els que tracten sobre la normativa, l'adequació, la genuïnitat, els barbarismes, la paremiologia, els dialectalismes, etc. Es tracta de comptes com ara el de l'Optimot, l'IEC, però també de Josep Maria Virgili, *El català com cal*, etc. D'una altra banda, de cada compte determinarem quants seguidors tenen, quants continguts han estat publicats fins al moment, si hi ha interaccions amb la resta d'usuaris i des de quan tenen activitat. També establirem quina mena d'activitat tenen, amb quina periodicitat publiquen i de quina manera presenten la informació.

*PARAULES CLAU:* català, normativa, mitjans de comunicació, xarxes socials, Twitter, difusió de la llengua.

### CATALAN IN TWITTER, THE LANGUAGE AGORA

#### ABSTRACT

In this article we will talk about the dissemination of the Catalan language in a social network widely used among Catalan speakers, Twitter, which nowadays has a similar function to the media, as many users say they also use it to get informed. We will focus on the most followed accounts that disseminate language content to have an idea of the impact they have in the part of the language community that uses social media. On the one hand, we will classify the most followed accounts according to whether they are institutions, anonymous accounts with linguistic content or independent people, and we will select the most followed one in each class. We will consider those that deal with norms, adequacy, genuineness, barbarisms, idioms, dialectalisms, and so on. These are accounts such as that of Optimot and IEC, but also that of Josep Maria Virgili, *El català com cal*, etc. On the other hand, we will determine how many followers each account has, how much content they have published so far, whether they have interactions with other users and since when they have activity. We will also establish what kind of activity they have, how often they publish, and how they present the information.

*KEYWORDS:* Catalan language, linguistic norm, media, social networks, Twitter, language dissemination

## 1. INTRODUCCIÓ I OBJECTIUS DE LA RECERCA

El segle XXI ha comportat molts canvis en el paradigma comunicatiu de la nostra societat. La irrupció de les xarxes socials en el dia a dia de la població ha revolucionat la manera de comunicar-se i, en conseqüència, de difondre l'actualitat, cosa que els professionals que es dediquen al periodisme saben perfectament. Els mitjans de comunicació han passat de ser eminentment escrits (la premsa) a ser audiovisuals, és a dir, la televisió i la ràdio. Però en el tombant de segle també han entrat en joc les xarxes socials i Internet, de manera que com més va aquesta digitalització va fent més forat.

En aquest article ens centrarem en una xarxa social molt estesa a Catalunya que una gran part de la societat fa servir per informar-se, Twitter, que es podria considerar un mitjà de comunicació més. Així, per aportar la informació contextual que acredita aquesta afirmació, repassarem —fent una breu revisió de les dades disponibles dels estudis que diverses institucions han elaborat d'aquest fenomen tan recent— quina extensió té aquesta xarxa social a casa nostra en comparació amb les altres i en segmentarem els hàbits d'ús segons l'edat.

L'objecte d'estudi d'aquesta recerca és la divulgació de la normativa i la llengua catalana en general per Twitter, per tant, també mirarem d'aportar algunes dades, a partir dels estudis existents, de l'ús del català en aquesta xarxa social, per demostrar que la vitalitat que té no és gens negligible i molt millor que en altres àmbits, tenint en compte que es tracta d'una llengua minoritzada.

L'objectiu principal de la recerca és calibrar quin impacte té Twitter en la difusió de la normativa catalana i, en conseqüència, de la llengua catalana, en un espai en què, com dèiem, gaudeix d'una bona salut. Per fer-ho, ens hem fixat uns altres objectius, que són seleccionar els comptes més seguits que difonen continguts de coneixements lingüístics del català, establir-ne una classificació, quantificar quin impacte tenen (a partir del nombre de seguidors, la freqüència de publicació o l'activitat que tenen) i fer una breu anàlisi del contingut que publiquen. Tan sols tindrem en compte els continguts relacionats amb la llengua, tot i que, com és lògic, les xarxes socials es caracteritzen per l'espontaneïtat i, per tant, és probable que alguns dels comptes publiquin aspectes que no s'hi relacionen.

## 2. L'ÚS DE TWITTER A CATALUNYA

Tot seguit veurem, d'una banda, quin és l'ús de Twitter a Catalunya i justificarem amb dades per què l'hem de considerar un tipus més de mitjà de comunicació. D'una altra banda, quantificarem amb més dades l'ús del català en aquesta xarxa social, que es pot dir que és un àmbit en què aquesta llengua té una bona salut, malgrat la situació de minorització que pateix.

## 2.1. L'ús de Twitter com a mitjà de comunicació

El panorama de l'àmbit comunicatiu de principis d'aquest segle s'ha vist alterat per l'ús cada cop més estès d'Internet i de les xarxes socials. D'aquesta manera, la societat ha passat a informar-se pels mitjans de comunicació tradicionals (premsa escrita, televisió i ràdio) a fer-ho també per Internet, fins al punt que aquesta segona opció s'ha convertit en la majoritària, tal com demostren les dades següents, extretes de l'informe anual del CAC (2019):

	16-24 anys	25-34 anys	35-49 anys	50-64 anys	64 i més	Mitjana
Internet	81,9 %	73,0 %	59,6 %	37,9 %	12,4 %	48,4 %
Televisió	12,0 %	17,6 %	24,9 %	38,8 %	48,9 %	31,0 %
Ràdio	1,2 %	7,7 %	10,0 %	14,9 %	27,1 %	13,7 %
Premsa escrita	4,2 %	1,3 %	4,4 %	7,3 %	7,3 %	5,3 %

TAULA 1. preferència de mitjans segons l'edat (Font: dades extretes de Consell Audiovisual de Catalunya 2019: 7)

Les generacions més joves estan propiciant un canvi de paradigma en la manera d'informar-se, atès que la franja d'edat de fins a vint-i-quatre anys té una preferència clara per informar-se per Internet, més del 80 %. L'ús habitual de la televisió puja amb l'edat, fins a ser el mitjà preferit de gairebé la meitat de la població en edat de jubilació. Amb la ràdio la pujada és igual, però amb menys extensió, i crida l'atenció la baixa preferència per la premsa escrita en totes les franges d'edat, de manera que queda un 5,3 % de mitjana.

D'acord amb el mateix informe (CAC 2019: 36), de les persones que utilitzen Internet per informar-se, un 56,3 % ho fa per la premsa digital i, en segon lloc, un 44,1 % per les xarxes socials. En canvi, la televisió i la ràdio en línia són l'opció del 10,1 % i del 8,3 % respectivament. A més, hi ha un canvi generacional important: la població de 16 a 34 anys prefereix les xarxes socials i a partir dels 35 anys s'estima més la premsa digital.

Si ens centrem en quines són les xarxes socials més emprades, d'acord amb el mateix informe (CAC 2019: 37), la gran majoria prefereix Whatsapp (que és una aplicació de missatgeria molt estesa en la població, que quan va aparèixer va revolucionar la manera de comunicar-se) i, en segon lloc, Facebook, seguida d'Instagram (que és l'opció favorita de la franja de 16 a 24 anys). El quart i el cinquè lloc són per a Youtube i Google +, i en el sisè ja hi trobem Twitter. Per tant, es pot veure que té una extensió força elevada entre la població, atès que es troba per damunt d'altres eines força emprades de missatgeria com Telegram o de la xarxa orientada a negocis i professionals LinkedIn.

## 2.2. L'ús del català a Twitter

L'ús d'una llengua en una xarxa social és difícil de calibrar perquè és un espai on regna l'espontaneïtat i en molts casos el multilingüisme. Però en el cas de Twitter hi ha algunes maneres per obtenir indicadors que ens poden donar pistes dels usos lingüístics. Com veurem, hi ha un cert acord amb els experts per concloure que el català, malgrat la condició de llengua subordinada i minoritzada que té,<sup>1</sup> gaudeix d'una bona salut en aquesta xarxa social.

D'acord amb l'informe de la Direcció General de Política Lingüística (2021: 7), un 58,2 % de la població utilitzava el 2018 el català a Internet, un percentatge prou elevat tot i que el del castellà era del 91,1 %. La interacció en català a les xarxes socials com Facebook o Twitter (excloent les de missatgeria), segons la DGPL (2021: 8), és en català sempre o gairebé sempre per a un 44,5 %, i algunes vegades per a un 22,1 %. Per tant, és utilitzat per dos terços de la població de Catalunya. Si ens centrem en Twitter, Buch aporta un indicador prou valuós que il·lustra molt bé la vitalitat del català:

No només sembla que el seu [Twitter] ús està més estès a Catalunya que a la resta de l'Estat sinó que el català hi gaudeix de bona salut. Aquest fet provoca que sovint dels 10 Trending Topics (TT), que són les paraules o hashtags (etiquetes que comencen amb el símbol #) més usades a Espanya en un moment determinat, alguns siguin en català. [...] Alguns d'aquests hashtags en català són reivindicatius, altres per comentar programes de TV3 (#elconvidat #30minuts) o partits de futbol (#frac1 #latdp) o bé artístics #garrotweet o més intrascendents #bondia o #bonnadal. (Buch 2012)

Una altra dada que pot ajudar a comprendre la bona situació del català a Twitter ens la dona un estudi fet per cinc investigadors provinents de centres de recerca de Boston, Cambridge, Marsella i Torí. Segons Aranda (2012), els resultats demostren que el català és la dinovena llengua més usada en aquesta plataforma de *microblogging*. Tenint en compte que el català és la 128a llengua més parlada del món (segons l'*Ethnologue*), és clar que aquest fet és un molt bon indicador de l'ús del català a Twitter.

## 3. COMPTES INSTITUCIONALS

Tot seguit, ens centrarem en la primera categoria de perfils de Twitter que difonen continguts lingüístics, els institucionals. Es tracta de comptes oficials d'organismes públics la tasca dels quals és contribuir en l'estandardització del català, per la qual cosa suposem que el contingut que difonen és eminentment lingüístic. En cadascuna de les categories hem seleccionat els quatre comptes més

---

<sup>1</sup> En àmbits com la justícia, el cinema i les plataformes audiovisuals segons demanda o, com el cas que ens ocupa, les xarxes socials (especialment en els creadors de contingut de Youtube, Instagram o TikTok), la situació descrita és evident. Vegeu Plataforma per la Llengua (2020) i Messeguer, Flors-Mas i Vila (2021).

seguits, que especifiquem a la taula següent, juntament amb algunes dades sobre la seva activitat:

Compte	Seguidors <sup>2</sup>	Publicacions	Activitat diària	Data de creació
@ieec	47 600	10 900	3 tuits cada dia	Maig 2011
@optimotcat	43 200	19 700	8,41 tuits cada dia	Novembre 2014
@termcat	22 100	13 500	3,76 tuits cada dia	Maig 2011
@esadir	17 600	5 486	1,59 tuits cada dia	Novembre 2011

TAULA 2. Dades dels comptes institucionals

Si ens centrem en el nombre de seguidors, l'IEC és la institució que n'aglutina més, seguida molt de prop per l'Optimot —que, de fet, és un organisme que hi té una vinculació, igual que el Termcat—, que en té una mica menys de la meitat que l'Institut. En darrer lloc trobem el portal lingüístic de la CCMA, l'*ésAdir*, que regeix l'estil dels mitjans de comunicació públics Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya. El compte que ha tingut més activitat (i també el més novell) és el de l'Optimot, que gairebé duplica el nombre de publicacions de l'IEC tot i que es va crear tres anys i mig més tard. A continuació, ens centrarem en cadascun d'aquests comptes i n'analitzarem l'activitat.

### 3.1. Institut d'Estudis Catalans

Aquesta és una de les institucions de referència de la societat catalana, que es considera l'Institut de les Ciències i les Humanitats i alhora l'Acadèmia de la llengua catalana (d'acord amb la seva web). Així, el compte oficial de Twitter s'encarrega de difondre'n l'activitat, que, òbviament, no solament se centra en la llengua, sinó també en unes altres disciplines de la ciència. A banda, també és la institució encarregada d'anar actualitzant el diccionari normatiu, el DIEC 2. L'activitat d'aquest compte, doncs, es pot resumir a partir d'aquestes dues imatges:

---

<sup>2</sup> Els nombres de publicacions i de seguidors de tot l'article corresponen als que apareixen el dia 11 d'abril de 2021. Cal suposar, així mateix, que aquests nombres canvien diàriament.



FIGURA 1. Twitter del compte de l'IEC

Amb 10 900 tuïts, l'activitat del compte de l'IEC és de 3 publicacions diàries de mitjana, durant els nou anys i deu mesos que en aquest moment fa que es va crear (el maig del 2011). Tal com es pot veure a partir de les imatges, tot sovint el compte basa l'activitat en la interacció amb el públic, ja sigui fent-lo participar en alguna votació o responnent preguntes dels usuaris.

### 3.2. Optimot

«Optimot, consultes lingüístiques, és un servei que ofereix la Direcció General de Política Lingüística en col·laboració amb l'Institut d'Estudis Catalans i el Centre de Terminologia TERMCAT», d'acord amb la pàgina web. Així, el compte oficial de Twitter d'aquest servei difon continguts propis, ja siguin actualitzacions de les fitxes lingüístiques o de ja elaborades que es recuperen. L'activitat d'aquest compte es pot resumir a partir d'aquestes dues imatges:



FIGURA 2. Twitter del compte de l'Optimot

Amb 19 700 tuïts, l'activitat del compte de l'Optimot és de 8,41 publicacions diàries de mitjana, durant els sis anys i cinc mesos que en aquest moment fa que es va crear (el novembre del 2014). És el compte de creació més recent i el que ha

compartit més continguts amb diferència, amb la freqüència de publicació més alta de tots els comptes institucionals analitzats. Com es pot veure també, tant difon qüestions lingüístiques recollides en fitxes de fa temps com insta el públic general a respondre aspectes de lèxic, per la qual cosa podem dir que aquest compte basa la seva activitat també en la interacció amb el públic.

### 3.3. Termcat

El Consorci del Centre de Terminologia TERMCAT, creat el 1985 per la Generalitat de Catalunya i l'Institut d'Estudis Catalans, coordina l'activitat terminològica en llengua catalana, creant productes terminològics i normalitzant neologismes per tal d'estandarditzar-la i mantenir-la actualitzada. Aleshores, aquest compte difon continguts relacionats amb neologismes que sorgeixen contínuament en la llengua. La seva activitat es pot resumir a partir d'aquestes dues imatges:

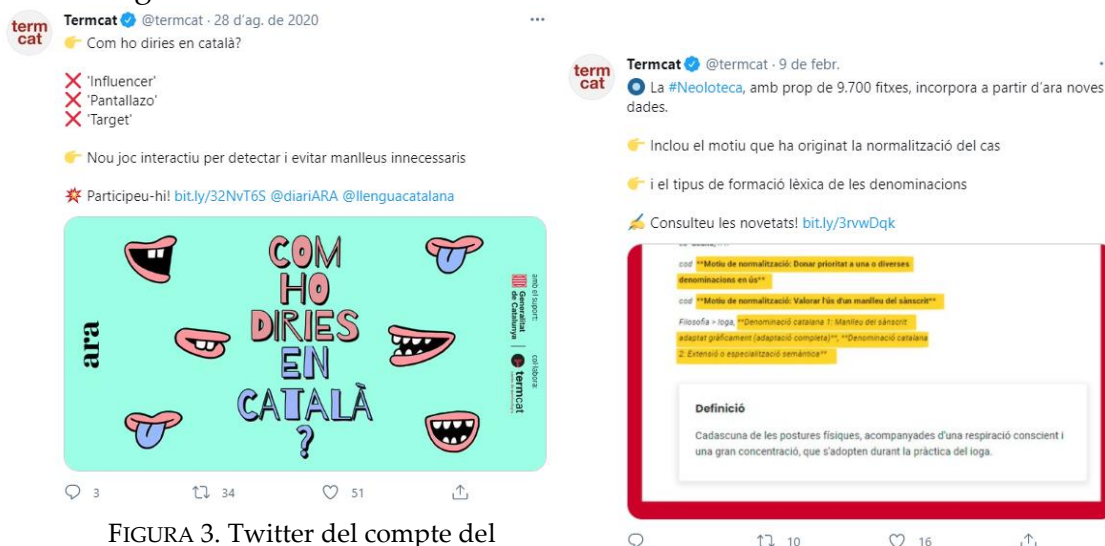


FIGURA 3. Twitter del compte del Termcat

Amb 13 500 tuits, l'activitat del compte del Termcat és de 3,76 publicacions diàries de mitjana, durant els nou anys i deu mesos que en aquest moment fa que es va crear (el maig del 2011). Tal com es pot veure a partir de les imatges, tot sovint el compte basa l'activitat en la interacció amb el públic, en aquest cas fent preguntes sobre lèxic. A banda, també publica continguts per explicar el funcionament de la institució que s'encarrega de normalitzar el català.

### 3.4. ésAdir

El portal lingüístic de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, altrament conegut per *ésAdir*, és una eina molt estesa i de referència entre la població per resoldre dubtes lingüístics. La funció que té dins de la CCMA és de recollir d'una manera pràctica (que permet, per exemple, la cerca d'aspectes concrets de llengua) el contingut del seu llibre d'estil. Atès que és un recurs en línia,

contínuament s’hi van afegint noves informacions, i l’activitat d’aquest compte, doncs, és divulgar-les:

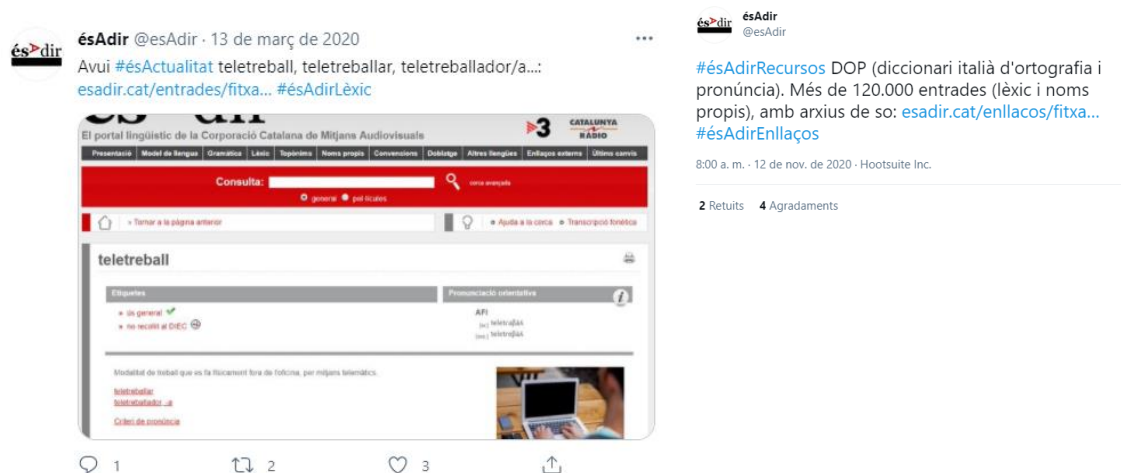


FIGURA 4. Twitter del compte de l'ésAdir

Amb 5 486 tuits, l’activitat del compte de l'ésAdir és d’1,59 publicacions diàries de mitjana, durant els nou anys i cinc mesos que en aquest moment fa que es va crear (el novembre del 2011). Com es pot veure, tant es difonen fitxes amb continguts d’actualitat com es donen a conèixer recursos propis de la web. No hem detectat que basi l’activitat amb el públic, és a dir, no l’interpel·la directament per mitjà de preguntes.

#### 4. COMPTES IMPERSONALS

A continuació, ens fixarem en la categoria de perfils impersonals de Twitter. Es tracta de comptes que es dediquen a divulgar qüestions lingüístiques però que no representen ni una persona ni una institució concreta, sinó que se suposa que són persones aficionades que fan activitat de manera altruïsta o vinculada a algun projecte empresarial. Seguim la mateixa línia que amb la categoria anterior. Vegeu la taula següent:

Compte	Seguidors	Publicacions	Activitat diària	Data de creació
@elcatalacomcal	26 100	55 800	15,56 tuits cada dia	Maig 2011
@fomfeupabra	18 500	3 151	0,78 tuits cada dia	Abril 2010
@aixocomesdiu	14 800	3 719	1,05 tuits cada dia	Juliol 2011
@rodamots	10 100	5 063	1 tuit cada dia	Gener 2010

TAULA 3. Dades dels comptes impersonals

Pel que fa al nombre de seguidors, *El català com cal* és el que en té més, seguit de *Fomfeu Pabra*. Els altres dos en tenen menys, però destaquem que no hi ha gaire diferència en la quantitat total. El compte que té més activitat és el de *El català com cal*, i amb diferència, atès que publica més de quinze tuits cada dia mentre



que la resta tan sols ho fa una vegada al dia. A continuació, ens centrarem en cadascun d'aquests comptes i n'analitzarem l'activitat.

#### 4.1. *El català com cal*

El lema d'aquest compte, que trobem a la descripció del perfil, és: «Parles català o calques i tradueixes literalment el castellà? Parlar català no consisteix a agafar el castellà com a referència i calcar-lo literalment». Per tant, el contingut publicat fa referència principalment a barbarismes, tant paraules com expressions i construccions sintàctiques. L'estètica sol ser força icònica, de manera que a primer cop d'ull es pot veure quina és la forma proposada i quina la condemnada. L'activitat d'aquest compte es pot resumir a partir d'aquestes dues imatges:



FIGURA 5. Twitter del compte d'El català com cal

Amb 55 800 tuits, l'activitat d'aquest compte és de 15,56 publicacions diàries de mitjana, durant els nou anys i deu mesos que en aquest moment fa que es va crear (el maig del 2011). Tal com es pot veure a partir de les imatges, el compte interactua amb el públic aportant informació pròpia quan hi ha discussions d'aspectes lingüístics i apel·la als usuaris en algunes ocasions.

#### 4.2. *Fomfeu Pabra*

Aquest compte tracta sobre aspectes lingüístics però des d'un punt de vista estrictament humorístic. Els continguts que comparteix són imatges amb errades sobretot ortogràfiques, i ho fa amb la intenció de fer riure, tot sovint acompanyant-les amb acudits. A banda, fa retuits de publicacions fetes amb la mateixa intenció que la del compte. La seva activitat es pot resumir a partir d'aquestes dues imatges:



FIGURA 6. Twitter del compte de *Fomfeu Pabra*

Amb 3 151 tuits, l'activitat del compte *Fomfeu Pabra* és de 0,78 publicacions diàries de mitjana, durant els onze anys que en aquest moment fa que es va crear (l'abril del 2010). La interacció amb el públic la té fent retuits de publicacions que contenen acudits amb la mateixa lògica que la seva, però no fa participar de cap manera els usuaris que el segueixen.

#### 4.3. Això com es diu?

Aquest compte pertany a una iniciativa privada, que consisteix en un servei de consultes en català. Es tracta d'una empresa formada per persones de formació filològica que presten serveis de correcció i assessorament lingüístic. El compte principalment serveix per resoldre dubtes al públic general, i no publiquen contingut propi. L'activitat d'aquest compte es pot comprendre a partir d'aquestes dues imatges:



FIGURA 7. Twitter del compte d'*Això com es diu*

Amb 3 719 tuits, l'activitat d'aquest compte és d'1,05 publicacions diàries de mitjana, durant els nou anys i vuit mesos que en aquest moment fa que es va crear (el juliol del 2011), tot i que cal tenir en compte que des del 2016 té molt poca activitat (entre dos i tres tuits a l'any). Com ja hem assenyalat, aquest compte basa la seva activitat en la interacció amb el públic.

#### 4.4. Rodamots

Al perfil d'aquest compte consta el següent: «Cada dia un mot. Casa fundada el 1999», tot i que es va crear el 2010. Per tant, és una entitat que ja existia i que tenia la mateixa activitat, tot i que va començar a difondre coneixements lingüístics per Twitter al cap d'un temps. Com es pot veure, els continguts que s'hi publiquen, amb una periodicitat diària, tenen a veure amb el lèxic, tant de paraules genuïnes com d'expressions o paremiologia. L'activitat d'aquest compte es pot resumir a partir d'aquestes dues imatges:



FIGURA 8. Twitter del compte de Rodamots

Amb 5 063 tuïts, l'activitat del compte de Rodamots és d'una publicació diària —tal com indica al perfil—, durant els onze anys i tres mesos que en aquest moment fa que es va crear (el gener del 2010). En principi, no hi ha interacció amb el públic a menys que es preguntin aspectes concrets.

#### 5. COMPTES DE PERSONALITATS PÚBLIQUES

La darrera categoria que veurem són els perfils de personalitats públiques de Twitter. Aquestes persones són d'alguna manera o altra referents en la disciplina de la filologia catalana, que per altres vies difonen continguts lingüístics, i utilitzen aquesta xarxa social també per fer-ho. Ara, atès que es tracta d'una eina de comunicació que es caracteritza per l'espontaneïtat, tots aquests comptes publiquen en ocasions continguts que no són estrictament de caràcter filològic. Vegeu la taula següent amb les dades de cada perfil:

Compte	Seguidors	Publicacions	Activitat diària	Data de creació
@mariusserra	100.100	66 500	16,44 tuïts cada dia	Març 2010
@virgili7	60 700	312 400	91,68 tuïts cada dia	Desembre 2011
@bibiloni	14 900	21 800	4,49 tuïts cada dia	Gener 2008
@jbardia16	11 600	9 387	2,88 tuïts cada dia	Maig 2012

TAULA 4. Dades dels comptes de personalitats públiques

En primer lloc, cal destacar que el compte amb més seguidors és el de Màrius Serra, que és el que n'acumula més amb diferència de tots els analitzats en aquesta recerca. El segon és el de Josep M. Virgili, que també supera la resta dels perfils que hem vist fins ara. Els altres dos en tenen molts menys, però superen els 10 000 seguidors tots dos. El compte que té més activitat, i amb una diferència molt gran, és el de Josep M. Virgili, que publica gairebé un centenar de tuits cada dia. A continuació, ens centrarem en cadascun d'aquests comptes i n'analitzarem l'activitat.

### 5.1. Màrius Serra

Màrius Serra destaca pel seu vessant d'escriptor, i de formació és llicenciat en Filologia Anglesa. A banda, és àmpliament reconegut pels seus jocs de paraules que presenta al programa *El matí de Catalunya Ràdio*, a la secció *Enigmàrius*, en què repta l'audiència a resoldre un enigma verbal. Així, Serra basa la seva activitat a Twitter en jocs de paraules, amb reptes diferents i canviants. A la següent imatge se'n pot veure un que anomena *Criptomàrius*, en què també intervenen els números. A banda, a l'altra imatge es pot veure que intervé en converses fent broma i jugant amb el lèxic. Per tant, podríem concloure que construeix la seva imatge pública a partir d'aquest factor:



FIGURA 9. Twitter del compte de Màrius Serra

El compte de Màrius Serra ha publicat 66 500 tuits, amb una activitat de 16,44 publicacions diàries de mitjana, durant els onze anys i un mes que en aquest moment fa que va obrir el compte (el març del 2010). Tal com hem assenyalat, Serra basa l'activitat en la interacció amb el públic, no solament pels reptes que planteja, que segueixen la mateixa lògica que l'*Enigmàrius*, sinó també perquè intervé amb jocs lingüístics en publicacions alienes.

## 5.2. Josep Maria Virgili i Ortiga

El cas de Josep M. Virgili és una mostra clara que Twitter té un potencial important per ensenyar llengua a la ciutadania. Amb més de seixanta mil seguidors, aquest catedràtic d'institut de formació lingüística és conegut a Catalunya per la seva activitat en aquesta xarxa social principalment, fins al punt que ha esdevingut referent en llengua i l'han convidat a parlar-ne a la televisió en diverses ocasions. La seva manera de procedir és principalment intervenint en publicacions alienes de les persones que ell segueix —curiosament Virgili té un nombre superior de perfils seguits que de seguidors, cosa que amb comptes amb tant d'impacte és difícil de trobar— i corregir les errades que hi detecta. A banda d'aquesta manera de procedir, regularment publica continguts sobre aspectes lingüístics concrets, tal com es pot veure a continuació:



FIGURA 10. Twitter del compte de Josep M. Virgili i Ortiga

El compte de Josep M. Virgili i Ortiga ha publicat 312 400 tuits, amb una activitat de 91,68 publicacions diàries de mitjana, durant els nou anys i quatre mesos que en aquest moment fa que va obrir el compte (el desembre del 2011). És, de tots els comptes analitzats, el que té més publicacions fetes i el de més activitat amb molta diferència. A més, com hem assenyalat, té una interacció constant amb el públic i tot sovint els seus seguidors li fan preguntes de llengua, de l'estil «com es diu X en català?», i ell hi respon de manera semblant a la imatge superior.

## 5.3. Gabriel Bibiloni

El doctor Bibiloni és lingüista i professor de la Universitat de les Illes Balears. Les seves aportacions han estat sobretot en la sociolingüística i en l'estandardització de la llengua (vegeu, per exemple, Bibiloni 1997). A la descripció del perfil indica que en aquesta xarxa social parla «sobretot de llengua», i les publicacions que fa són variades dins l'àmbit filològic, des d'aspectes de sociolingüística fins a

dialectologia, lèxic i expressions genuïnes, sintaxi, llenguatge periodístic, etc. A partir d'aquestes dues imatges, podem entendre quina és l'activitat d'aquest compte:



FIGURA 11. Twitter del compte de Gabriel Bibiloni

El compte de Gabriel Bibiloni ha publicat 21 800 tuits, amb una activitat de 4,49 publicacions diàries de mitjana, durant els tretze anys i tres mesos que en aquest moment fa que va obrir el compte (el gener del 2008), de manera que és el compte més antic dels dotze analitzats. Com es pot veure, aquest perfil sol interactuar força amb la resta d'usuaris, ja sigui citant tuits d'altri o responent les preguntes que unes altres persones li fan arribar.

#### 5.4. Jordi Badia

Jordi Badia i Pujol és un usuari que es dedica professionalment a la llengua. Va estar durant una etapa força llarga de docent a la secundària i, actualment, és el cap d'assessorament lingüístic al diari digital VilaWeb, on regularment publica un article de l'àmbit de la llengua catalana. De manera semblant al compte *El català com cal*, Badia publica continguts amb icones per destacar aspectes sobretot de genuïnitat del català, tal com es pot veure a les següents imatges:

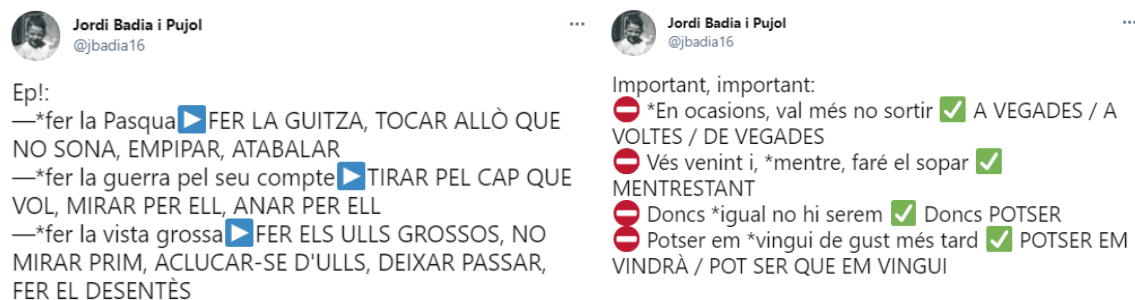


FIGURA 12. Twitter del compte de Jordi Badia

El compte de Jordi Badia ha publicat 9 387 tuits, amb una activitat de 2,88 publicacions diàries de mitjana, durant els vuit anys i onze mesos que en aquest moment fa que va obrir el compte (el maig del 2012). A banda de publicar aquestes «píndoles lingüístiques» (com ell anomena), també divulga els articles que escriu al diari digital VilaWeb, a més d'uns altres aspectes lingüístics (o, de vegades, d'uns altres àmbits). La seva activitat no es basa estrictament en la interacció amb el públic, però sol resoldre dubtes dels usuaris.

## 6. CONCLUSIONS

Com hem vist a l'apartat 2 amb les dades presentades, l'ús de Twitter a Catalunya és força elevat, especialment en una certa franja d'edat (els joves), i el català hi té una vitalitat destacable. A partir de l'anàlisi dels dotze perfils, també podem concloure que hi ha molta difusió de continguts lingüístics per aquesta xarxa social, que es fa per mitjà de comptes que tenen un volum de seguidors important. De les tres categories, la que té més seguiment és la de les personalitats públiques, amb un total de 187 300 seguidors sumant-los tots quatre; els comptes institucionals en tenen un total de 130 500, i els impersonals, 69 500.

D'altra banda, el compte de Twitter més actiu amb molta diferència és el de Josep M. Virgili i Ortiga, que publica gairebé un centenar de tuits cada dia. La segona persona per darrere és Màrius Serra, amb 16,44 tuits al dia. Pel que fa a la interacció —que és un aspecte significatiu en la difusió de la normativa perquè permet enriquir la transmissió del coneixement—, podem concloure que, dels dotze comptes analitzats, nou interaccionen amb la resta d'usuaris habitualment i, fins i tot, alguns d'aquests basen la seva activitat en aquest fet, com ara el de Josep M. Virgili o *Això com es diu*.

## BIBLIOGRAFIA

- ARANDA, X. (2012), «Ús del català a la xarxa social Twitter» [en línia]. Xarxanet, 27-12-2012 [Consulta: 31-07-2021]. Disponible a: <<https://xarxanet.org/informatic/noticies/l-us-del-catala-a-la-xarxa-social-twitter>>.
- BIBILONI, G. (1997), *Llengua estàndard i variació lingüística*, València, Eliseu Climent.
- BUCH, R. (2012), «La reacció espanyola a l'ús del català a Twitter» [en línia]. Tribuna.cat, 31-07-2012 [Consulta: 11-01-2012]. Disponible a: <<http://www.tribuna.cat/cronic/a/comunicacio/la-reaccio-espanyola-a-lus-del-catala-a-twitter-11-01-2012.html>>.
- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2019), *Consum i percepcions dels mitjans audiovisuals a Catalunya 2019. Dossier de premsa*, Barcelona, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Centre d'Estudis d'Opinió, Generalitat de Catalunya. Disponible a: <<https://www.cac.cat/sites/default/files/Enquesta%20opinio%202019.pdf>>.
- DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2021), *Món digital. Dades i indicadors*, Barcelona, Generalitat de Catalunya. Disponible a: <<https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/altres/arxius/mon-digital-dades-indicadors.pdf>>.

- MESSEGUER, M., FLORS-MAS, A. i VILA, F. X. (2021), *Català, youtubers i instagramers. Un punt de partida per promoure l'ús de la llengua*, Barcelona, Biblioteca Tècnica de Política Lingüística. Disponible a: <<https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxiu/29-btpl-catala-youtubers.pdf>>.
- PLATAFORMA PER LA LLENGUA (2020): *InformeCAT 2020. 50 dades sobre la llengua catalana*, Barcelona, Plataforma per la Llengua. Disponible a: <[https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/informecat-2020\\_267\\_11\\_2406.pdf](https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/informecat-2020_267_11_2406.pdf)>.