

PERCEPCIONS SOCIOLINGÜÍSTIQUES SOBRE LA CONFIGURACIÓ DE DISPOSITIUS I PROGRAMARIS EN CATALÀ A CATALUNYA

CATALÀ



DESEMBRE DE 2025



Aquest estudi està publicat sota la llicència Creative Commons Reconeixement 4.0 Internacional (CC BY-SA 4.0), que permet distribuir-ne, adaptar-ne i remesclar-ne la informació, fins i tot comercialment, sempre que se n'acrediti la creació original i els seus autors.

SUMARI

INTRODUCCIÓ	4
RESUM EXECUTIU.....	7
METODOLOGIA DE L'ESTUDI	9
RESULTATS DE L'ESTUDI.....	12
PERCEPCIONS SOCIOLINGÜÍSTIQUES GENERALS	12
PERCEPCIONS SEGONS L'EDAT	13
PERCEPCIONS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS	15
PERCEPCIONS SEGONS LA SITUACIÓ LABORAL	17
PERCEPCIONS SEGONS L'ÀMBIT TERRITORIAL	18
PERCEPCIONS SEGONS LA LLENGUA HABITUAL	20
ENCREUAMENTS DE CARÀCTER IDEOLÒGIC I POLÍTIC.....	21
ANÀLISI COMPARATIVA ENTRE AUTOPERCEPCIÓ DIGITAL I REIVINDICACIÓ DELS WEBS D'EMPRESA.....	25
INCOHERÈNCIES SEGONS EL GRUP D'EDAT	26
INCOHERÈNCIES SEGONS LA LLENGUA HABITUAL.....	27
INCOHERÈNCIES SEGONS CARÀCTER IDEOLÒGIC I POLÍTIC.....	28
CONCLUSIONS	32
PROPER PASSOS.....	34
CRÈDITS	35
ENTITATS MEMBRES DE L'ALIANÇA DIGITAL PER LA PRESÈNCIA DEL CATALÀ.....	35

INTRODUCCIÓ

L'Aliança per la Presència Digital del Català es va constituir l'any 2023 amb la intenció de consolidar el català com a llengua normalitzada en l'entorn i el consum digitals. Des de llavors, les onze entitats de la societat civil que la conformen han treballat amb una estratègia coordinada i d'interlocució centralitzada per a reclamar més i millor presència lingüística a una selecció de les grans empreses tecnològiques internacionals.

D'entre les diferents necessitats derivades de l'existència de l'Aliança, una de les més prioritàries té a veure amb **incrementar el trànsit d'Internet en català**, factor cabdal perquè aquesta llengua no quedi menystinguda ni relegada als resultats dels motors de cerca o als productes i serveis de les corporacions digitals de més impacte. Convé recordar que l'Aliança va néixer precisament per la urgència social quan l'algoritme de Google va canviar i fer retrocedir els resultats en català, un fet que va afectar un de cada tres webs empresarials amb versió en llengua catalana. Aquesta coalició d'entitats va aconseguir esmorteir i revertir aquella tendència de davallada a la fi del 2023 i durant el 2024 (vegeu els estudis publicats el juny del 2023 i 2024)¹, però alhora va ratificar una altra situació a corregir: **la situació de configuració dels dispositius, aplicacions, navegadors d'Internet i programaris en català arreu del domini lingüístic**. Per tal de convertir el català en una llengua viva, activa i amb visibilitat internacional en el món digital, cal que es normalitzi com la llengua de configuració preferent dels internautes catalanoparlants com també (sigui primària o secundària) d'altres segments potencials de la població.

En aquest context, **l'Aliança va fer pública l'octubre del 2025 la campanya «Configura (els dispositius en la nostra llengua)»²**, una iniciativa amb la voluntat de crear consciència social i facilitar el discurs i les eines perquè qualsevol persona pugui adaptar els mòbils, ordinadors i programaris més habituals del mercat, que de fet ja incorporen de sèrie el català, en aquesta llengua. Està liderada per Accent Obert,

¹ Reports tècnics «Informe de posicionament» del 6 de juny del 2023 i «Anàlisi de la visibilitat del contingut en llengua catalana en els resultats de cerca web» disponibles a <https://aliançadigital.cat/informes/> [Consulta: 28 de desembre del 2025]

² Més informació a <https://configura.cat/> i amb videotutorials específics a <https://www.youtube.com/@configuraelsdispositius> [Consulta: 28 de desembre del 2025]

Plataforma per la Llengua, Òmnium Cultural i Softcatalà i inclou un ampli ventall de recursos en línia, videotutorials i materials de divulgació per a difondre el canvi d'usos lingüístics en l'àmbit electrònic i en línia, amb la participació i activitats presencials de totes les entitats membres de l'Aliança.

El punt de referència, d'anunci públic inicial i d'evolució de la campanya «*Configura*» són les dades proporcionades per organitzacions acadèmiques, empresarials, institucionals i mitjans de comunicació sobre el trànsit dels seus llocs web. Aquestes dades, recollides i processades per Accent Obert, es van creuar amb els censos dels instituts oficials d'estadística de Catalunya, del País Valencià, de les Illes Balears i de l'Estat espanyol sobre la xifra d'equipaments digitals presents a les llars i amb altres fonts especialitzades sobre dispositius presents al món corporatiu. Es va estimar que només uns 5 milions de dispositius, respecte d'un rang aproximat d'entre 25 milions (forquilla més baixa) i 32 milions (forquilla més alta) del total de dispositius connectats als territoris de parla catalana de l'Estat espanyol (Andorra, Catalunya del Nord i l'Alguer exclosos) es troben configurats en català. És a dir, **només entre un 15 i un 20 % del volum objectiu de dispositius es troba configurat en català**.

Per tal de conèixer el nivell de consciència i responsabilitat de la població en relació amb la configuració lingüística dels dispositius i programaris, cal construir un diagnòstic acurat de les percepcions sociolingüístiques de la població de Catalunya.

D'acord amb la necessitat de conèixer la percepció sociolingüística de la ciutadania, **Plataforma per la Llengua s'ha encarregat d'analitzar l'estat d'opinió i percepció generals a Catalunya** sobre el compromís individual amb la configuració lingüística dels dispositius. Com a entitat especialitzada en la generació de coneixement sobre l'estat de l'ús i la presència del català, té una àrea específica de treball destinada a la producció i l'anàlisi d'informació d'usos, corrents i comportaments lingüístics de la població. A banda d'elaborar estudis sociolingüístics de caràcter propi, quan es pretenen obtenir dades només del territori del Principat, Plataforma per la Llengua participa en l'onada d'enquestes Òmnibus del Gabinet d'Estudis Socials i Opinió Pública (GESOP) amb preguntes dels seus interessos.

En aquesta ocasió i amb motiu dels compromisos dins de l'Aliança i amb la campanya «*Configura*», s'han inclòs preguntes específiques a l'Òmnibus de GESOP de com la

població catalana procura esdevenir una comunitat lingüística digital. El present estudi recull la descripció, l'anàlisi i la interpretació comparativa del conjunt de respostes obtingudes a través d'aquestes preguntes al llarg de diferents apartats segons paràmetres i òptiques demoscòpiques diverses.

RESUM EXECUTIU

Plataforma per la Llengua, dins la campanya «*Configura*» promoguda conjuntament amb altres membres de l'Aliança per la Presència Digital del Català, ha analitzat durant el segon semestre del 2025 el grau de percepció ciutadana sobre la configuració lingüística dels seus dispositius digitals. L'estudi parteix de la dada preocupant amb què es va publicar la campanya l'octubre del 2025: **només entre un 15 % i un 20 % dels dispositius connectats a la xarxa als Països Catalans estan ben configurats en català**, segons estimacions internes de l'Aliança.

Es van encarregar preguntes específiques en dues onades de l'Òmnibus del GESOP, amb una mostra representativa de 1.601 persones. Els resultats mostren que **només un 20 % de la població procura «molt» tenir els dispositius en català i un altre 19,6 % ho fa «bastant», mentre que gairebé el 60 % no hi posa atenció**. Aquesta actitud és especialment baixa entre les franges més joves (sobretot la de 30-44 anys), en què fins a dos terços no posen cura de configurar-los en català —fet que pot condicionar els hàbits generacionals futurs.

L'anàlisi revela diferències significatives segons variables sociodemogràfiques: el nivell d'estudis (**44,9 % de consciència de configuració entre enquestats amb estudis universitaris respecte del 23,1 % dels que no tenen estudis**), la situació laboral (**més consciència entre jubilats**), l'àmbit territorial (**l'Àrea Metropolitana com a zona més crítica**) i, per damunt de tot, la llengua habitual. **Un 77 % dels catalanoparlants exclusius configuren els dispositius en català, davant només un 13 % dels castellanoparlants. La implicació és mínima als autopercebuts com a bilingües: només un 14 % ho procura «molt»**. Aquest bilingüisme social passiï afavoreix les llengües dominants i situa aquest col·lectiu com a públic objectiu de conscienciació fonamental.

L'informe també detecta una desconexió profunda entre l'exigència d'un millor marc jurídic pel català a l'empresa (discurs) i la corresponsabilitat individual (pràctica). **El 50 % de la població reclama que les empreses que operen a Catalunya tinguin versió dels webs en català per normativa, però en canvi només el 20 % actua en conseqüència configurant prou els seus dispositius per a fer-se visibles davant**

de les estadístiques de trànsit d'Internet com a part de la comunitat lingüística d'internautes en català. Aquestes contradiccions són transversals, però més marcades en els segments ideològics d'esquerra i en alguns grups polítics.

L'Aliança es proposa consolidar «*Configura*» i futures campanyes amb especial atenció a aquests grups i sectors, a fi i efecte que fonamentalment la població que parla habitualment (i s'identifica) amb el català l'incorpori als seus aparells com a primera i/o única llengua. Atenent a les dades i a les possibilitats de configuració dels dispositius, aplicacions i motors de cerca, **es recomanarà insistentment la inclusió del català com a segona o tercera llengua a la llista de configuració dels dispositius per part de col·lectius que no el facin servir de manera habitual**, car es tracta d'un gest senzill i discret que augmenta molt significativament la visibilitat digital del català i permet de reforçar-ne la legitimitat a l'hora de reclamar-ne més presència en productes i serveis tecnològics.

METODOLOGIA DE L'ESTUDI

Aquest estudi es va desenvolupar gràcies a la inclusió de preguntes a l'onada d'enquestes de l'Òmnibus del GESOP, un servei elaborat a Catalunya a través d'entrevistes presencials i telefòniques. Les enquestes es van efectuar a una mostra representativa de població de 16 anys i més resident a Catalunya, que es va seleccionar de forma aleatòria tenint en compte quotes creuades de sexe i edat i, a més, es distribuïa segons una afixació uniforme que distribueix Catalunya en quatre àmbits territorials: Barcelona ciutat, resta de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, resta de la Regió Metropolitana i resta de Catalunya. Per a l'obtenció dels resultats globals, les dades es van ponderar d'acord al pes real de cadascun d'aquests àmbits territorials.

En total, l'enquesta es va dur a terme a una **mostra de 1.601 persones** (400 de cada àmbit territorial). Per a un nivell de confiança del 95,5 % i $p=q=0,5$, la mostra tenia un marge d'error del $\pm 2,5$ %. Per a cadascun dels àmbits territorials, però, l'error mostrat era del $\pm 5,0$ %.

Les dues preguntes que va analitzar l'estudi es van incloure en dues onades de l'Òmnibus diferents (la d'estiu i la de tardor). Atès que el cos principal de l'estudi es centra en la darrera pregunta elaborada (la de l'onada de tardor), a continuació s'explica en detall la forma com es distribueix la mostra de població d'aquesta onada.

Per a conèixer i comprendre el grau de consciència i responsabilitat ciutadana en referència a la configuració lingüística dels dispositius es va elaborar la següent pregunta:

Vostè procura tenir configurats els seus dispositius en català (mòbil, ordinador, navegador i aplicacions)? Molt, bastant, poc o gens?

El GESOP va elaborar el treball de camp de l'Òmnibus de tardor entre el 27 d'octubre i el 6 de novembre del 2025. D'acord amb la distribució general de la població, la mostra ponderada recollia respostes de diferents segments de població en funció d'algunes característiques principals. D'entre les més importants, la mostra contemplava una **distribució equilibrada per gènere** (un 51,2 % de dones i un

48,8 % d'homes), **per edat** (un 18,6 % de joves d'entre 16 i 29 anys, un 23,7 % d'adults d'entre 30 i 44 anys, un 27,5 % d'adults d'entre 45 i 59 anys i un 30,1 % de població de més de 60 anys) i **per lloc de naixement** (un 60,5 % de nascuts a Catalunya, un 15,3 % de nascuts a la resta d'Espanya i un 24,0 % de nascuts a l'estranger). Pel que fa a la **llengua habitual**, la mostra es corresponia força amb les dades actuals de la llengua habitual de la població. Segons les dades de l'Enquesta d'usos lingüístics a la població del 2023 (EULP) de la Generalitat de Catalunya³, un 32,6 % de la població parla en català de forma habitual (la mostra en recollia un 34,5 %) i un 46,5 % ho fa en castellà (a la mostra, un 47,9 %). L'únic segment amb el qual la mostra es «distanciava» relativament de la realitat va ser amb la concentració de parlants autopercebuts com a bilingües. Mentre que, entre el conjunt de la població catalana, un 9,4 % consideren que tant el castellà com el català són la seva llengua habitual, a la mostra aquest segment va ascendir fins al 17,3 %.

Anteriorment, l'entitat ja havia incorporat una altra pregunta a l'Òmnibus de GESOP. Va ser a l'onada d'estiu, amb un treball de camp efectuat entre l'1 i el 9 de juliol del 2025, i emprat per contrastar algunes de les percepcions ciutadanes:

Creu que les empreses que tenen establiments oberts al públic a Catalunya haurien de tenir la pàgina web en català de forma obligatòria?

El fonament de plantejar **aquesta qüestió rau en la manca de drets lingüístics digitals dels consumidors a Catalunya i que repercuteix, de retruc, a tot el domini lingüístic**. En termes generals, tant la Llei 1/1998 de Política Lingüística, com la Llei 22/2010 del Codi de Consum de Catalunya, no contemplen mínims necessaris de català ni als béns electrònics, ni en llurs interfícies o pantalles de control, com tampoc la inclusió d'aquesta llengua als webs o a les xarxes socials de les empreses que hi operen. Actualment només hi ha consideracions lingüístiques remarcables en el sector de l'audiovisual i a través de la Llei 20/2010 del Cinema i de la Llei 13/2022 General de Comunicació Audiovisual. Per tant, és convenient de conèixer quina és la tendència d'opinió social que pugui afavorir la reclamació de millores del marc jurídic actual.

³ Dades i resultats de l'EULP 2023 disponibles a <https://www.idescat.cat/pub/?id=eulp> [Consulta: 12 de desembre del 2025]

Tot seguint el criteri de comparabilitat entre totes dues i també de representativitat respecte la població que estableix el GESOP, la distribució de la mostra de l'onada d'estiu va ser pràcticament igual a la de la següent.

Per al tractament específic de les dades obtingudes del GESOP, Plataforma per la Llengua va fer servir dos programaris d'anàlisi quantitativa: SPSS Statistics (IBM) i Jamovi (The Jamovi Project).

RESULTATS DE L'ESTUDI

Aquest apartat presenta l'anàlisi del conjunt de respostes a les preguntes encarregades segons diferents segments de població. En primer lloc, s'exploren les respostes a la pregunta principal de l'estudi (sobre la configuració lingüística dels dispositius) i, posteriorment, s'analitzen les incoherències en relació amb la pregunta feta a l'estiu (sobre l'obligatorietat de tenir el web en català).

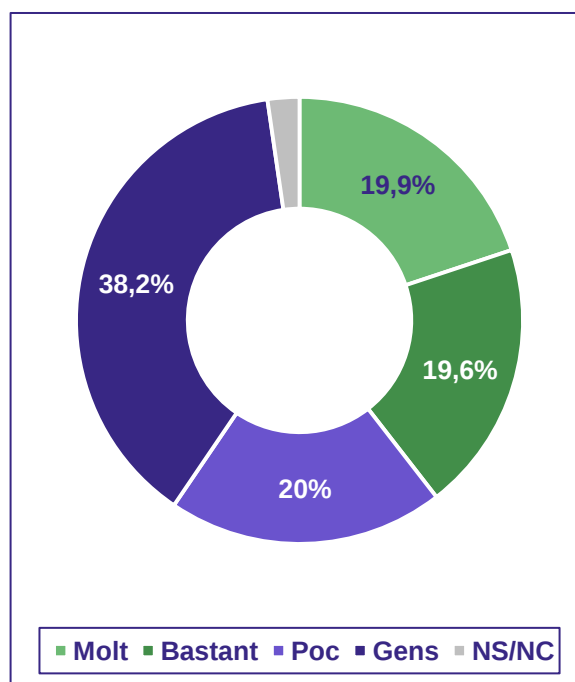
PERCEPCIONS SOCIOLINGÜÍSTIQUES GENERALS

D'entrada, a diferència d'allò més habitual en les preguntes que inclouen un gradient de resposta (enlloc de ser de caràcter dicotòmic: sí/no), la concentració de població no es troba especialment condicionada per l'existència de categories intermèdies i extremes. De fet, **el percentatge més significatiu es produeix en una categoria ubicada a l'extrem: el fet de no procurar gens tenir el dispositiu configurat en català.**

Només un 20 % de la població s'assegura (ho procura «molt») de tenir el dispositiu configurat en català, mentre que un altre

19,6 % ho procura «bastant». A diferència d'això, però, entre la població que no procura fer-ho, un 20 % no ho procura gaire («poc») i, a més, un 38,2 % no ho procura «gens».

La dada del 20 % de població enquestada que procura en major grau tenir el seu dispositiu configurat en català coincideix plenament amb l'estimació percentual de dispositius configurats en català als Països Catalans (un de cada cinc, el 20 %) presentada a la introducció de l'estudi. Convé advertir, emperò, que es tracta d'una



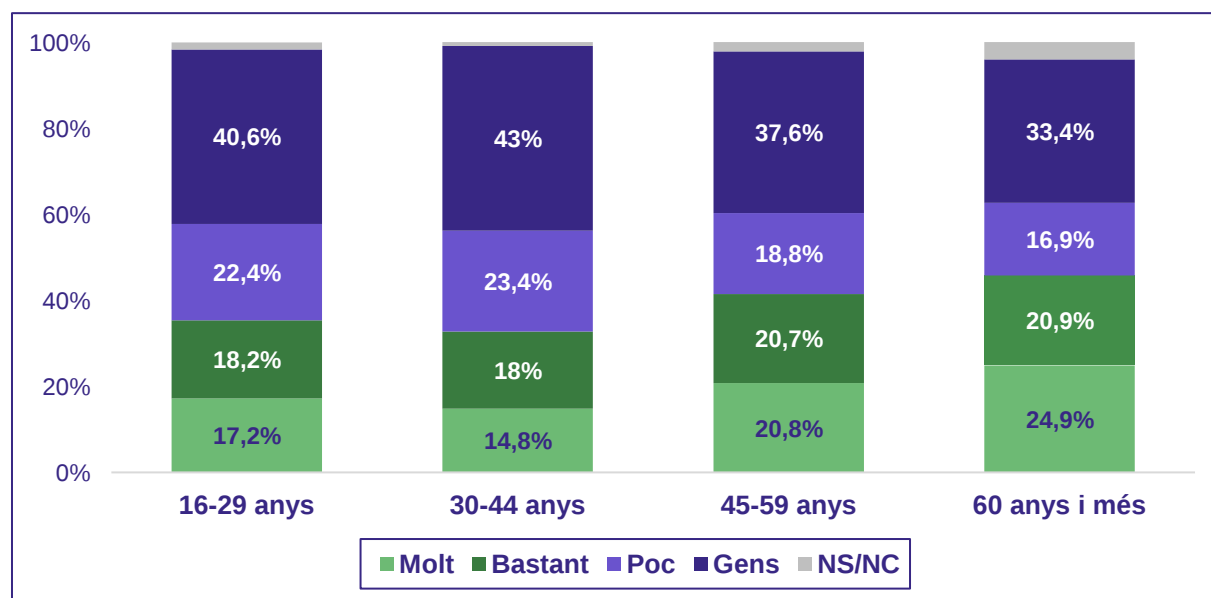
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

inferència difícilment contrastable, atès que, d'entrada, es tracta de mostres poblacionals del tot diferents: d'una banda, l'autopercepció dels habitants de Catalunya i, de l'altra, el total de dispositius físics configurats en català al domini lingüístic.

En termes dicotòmics, es constata que **un 40 % dels catalans procura configurar els dispositius en català, mentre que gairebé el 60 % no ho fa**. En relació al sexe dels enquestats, les dones que ho procuren superen lleugerament aquesta mitjana amb un 43,5 %, mentre que en homes disminueix fins al 35,5 %. En ambdues categories («molt» i «bastant») les dones reporten un 4 % més de sensibilització en aquest assumpte que els homes.

A continuació, en primer lloc, s'estudien les distribucions de resposta segons un seguit de característiques sociodemogràfiques significatives a l'hora d'establir diferències entre els enquestats. Posteriorment, a més, s'estudien les diferències d'alguns grups de població concrets:

PERCEPCIONS SEGONS L'EDAT



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

D'acord amb el gràfic, no existeixen diferències poblacionals àmplies segons l'edat, però sí que es percep una certa tendència: **els grups d'edat més avançada procuren més tenir configurats els dispositius en català.**

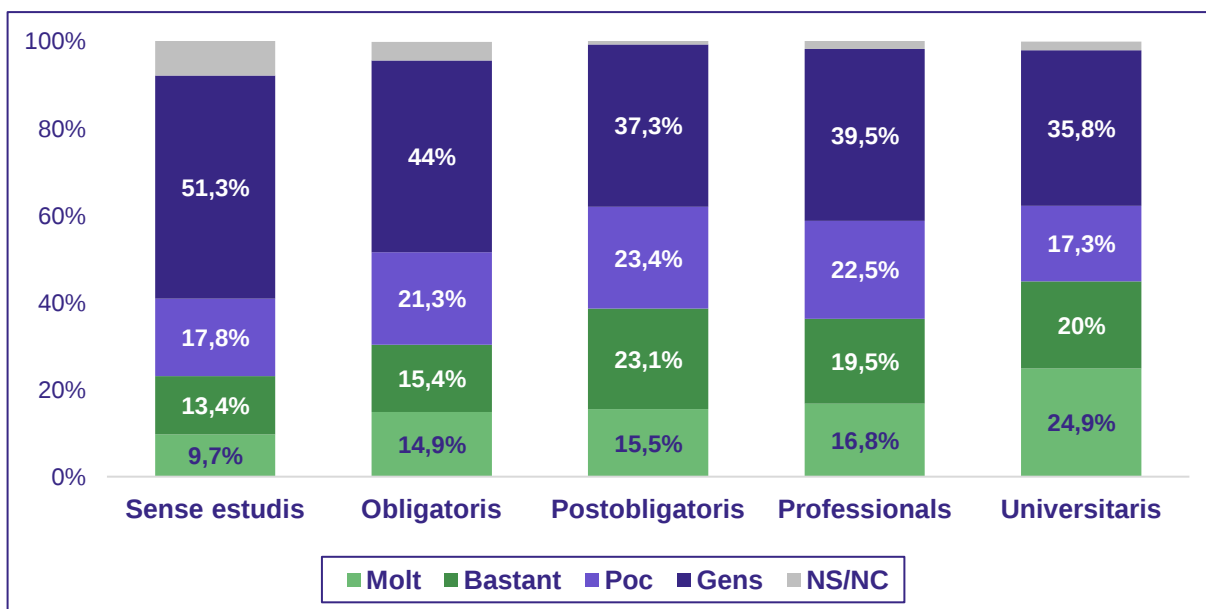
Entre el tram de població més jove (entre 16 i 29 anys), només un 17,2 % ho procura molt, mentre que fins al 40,6 % no ho procura gens. El grup d'edat dels 30 als 44 anys, de fet, és **on la situació és més crítica: només un 32,8 % procura fer-ho («molt» o «bastant»), mentre que fins al 66,4 % no ho fa.** Aquestes xifres posen de manifest una situació d'actituds lingüístiques digitals preocupant, car, es tracta dels hàbits de les generacions més joves que afectaran el comportament del mercat a llarg termini, tant en l'oci i consum individuals, com en les relacions en línia laborals i també com a referents generacionals cap als fills. Cal tenir en compte que l'etapa dels 30 als 44 anys (amb les percepcions de configuració més baixes) és una de les més decisives quant a la criança i l'estabilització de competències i hàbits laborals, que poden marcar les següents generacions. Tot i que, òbviament, les generacions anteriors no són l'únic factor condicionant de les posteriors ni, necessàriament, el més important.

Cal apuntar que entre les franges d'edat joves, i particularment entre les que es troben en edat laboral, és on es concentra la població nascuda fora de l'Estat espanyol, que generalment no té el català com a llengua inicial. Segons l'Enquesta d'usos lingüístics de la població de Catalunya de 2023, el 8,6 % del conjunt de nascuts a l'estranger parlen habitualment el català en el seu dia a dia (de forma exclusiva o en combinació amb el castellà) i més del 70 % el castellà (en exclusiva o en combinació amb altres llengües).

Això planteja un **repte notable sobre l'ús del català en els dispositius.** Per una banda, la tecnologia actual facilita que els usuaris de llengües dominants facin servir les seves llengües d'origen. Per l'altra, el seu ús habitual més freqüent del castellà els predisposa a emprar-lo també preferentment en qualsevol tecnologia. És en aquests casos en què convé promoure la inclusió del català no com a primera llengua, però sí com a segona o tercera en la llista d'idiomes coneguts d'aplicacions i serveis, en què la tria d'una llengua no n'exclou l'aparició d'altres als resultats de cerca, com és el cas, per exemple, del cercador de Google. Això promouria notablement l'aparició de més pàgines en català a tota la població i l'increment com a llengua de contacte per la via digital.

El grup d'edat d'entre 45 i 59 anys és el que s'assembla més al conjunt de la població catalana: la distribució n'és pràcticament igual. Per últim, **la població envellida és la que fa més esforços per configurar el dispositiu en català: un 24,9 % ho fa «molt» i un 20,9 % ho fa «bastant»** (la població que ho fa «poc» o «gens», en aquest cas, només arriba al 50,3 %). Aquest valor podria estar relacionat amb la fractura digital per edat, en què la necessitat de tenir el mòbil o l'ordinador en la llengua pròpia ajuda a corregir altres dificultats tècniques o de navegació. A més, per lògica generacional (atesa la menor tendència a fer-los servir), es tracta del segment de població que acumula més gent que no ho sap o no contesta la pregunta.

PERCEPCIONS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

El nivell d'estudis condiciona la disposició a configurar els dispositius en català. Com s'observa, tot i algunes excepcions, la proporció de població que procura configurar el mòbil en català augmenta a mesura que el seu nivell d'estudis és superior. Així doncs, entre la població sense estudis, només un 23,1 % procura fer-ho, mentre que, entre la població universitària, aquesta proporció ascendeix fins al 44,9 %. A més, **entre la població sense estudis hi ha un major desconeixement o sensibilitat en relació amb la matèria** (un 7,8 % no ho sap o no contesta).

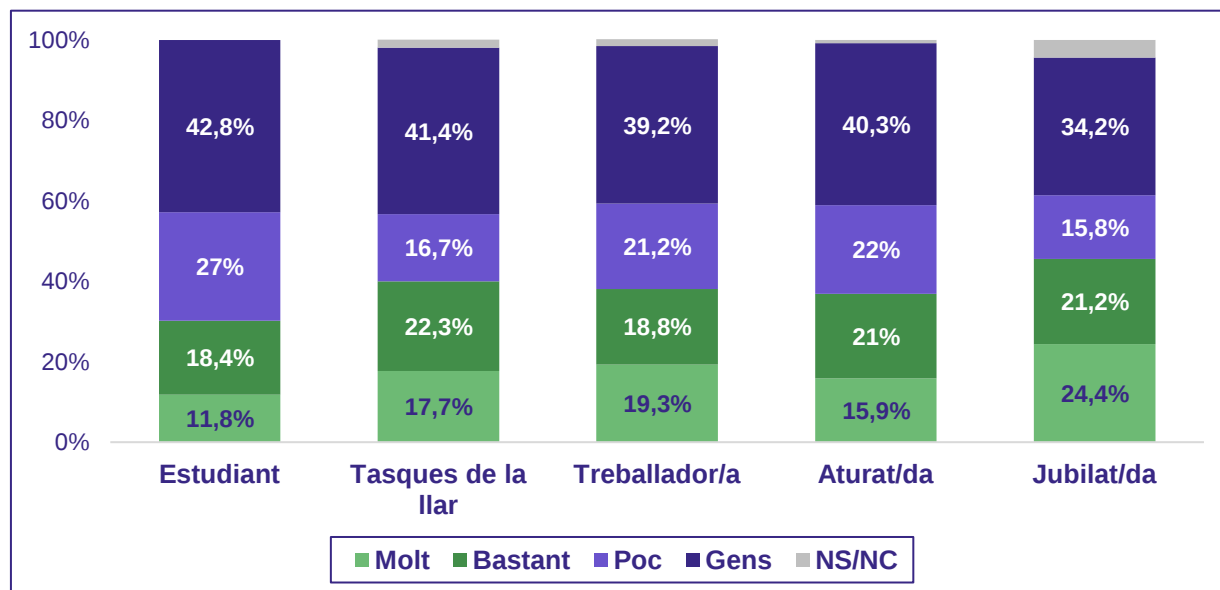
En conseqüència, la població amb menor nivell d'estudis és un dels perfils poblacionals que campanyes com «*Configura*» han d'intentar abordar discursivament per tal de produir transformacions transversals de consciència i d'actitud.

D'entre la població amb estudis elevats, la diferència entre els que han cursat estudis professionals (graus de formació professional i derivats) respecte dels que han cursat estudis universitaris és rellevant: només un 16,8 % dels professionals procura «molt» tenir el dispositiu configurat en català, mentre que, d'entre els universitaris, la proporció creix fins al 24,9 % (fins a vuit punts més). Convé tenir en compte que el gruix de la població professional inclou també aquella que té negocis i presta serveis i que, per tant, opera amb dispositius de feina que poden tenir impacte en l'atenció al públic o entre empreses, àmbits en què també s'hi ha d'incorporar la perspectiva lingüística.

Tant pel que fa als grups d'edat analitzats anteriorment, com també segons el nivell d'estudis, és essencialment rellevant la influència de l'anglès com a llengua franca digital i el domini dels usuaris en aquesta llengua a l'hora de triar la configuració del dispositiu. Cal tenir en compte que **quan una aplicació o programari no existeix en català, la llengua de la interfície es determina a partir de la segona opció que l'usuari hagi triat en la llista d'idiomes del dispositiu; en absència d'aquesta selecció, es mostra l'anglès com a llengua predeterminada.**

Aquest és, de fet, un dels motius que l'Aliança ha detectat entre força usuaris que al·leguen no tenir els dispositius configurats en català. En són situacions clares les d'Instagram, BeReal o aplicacions mòbils de vehicles com MyToyota, que en aquells dispositius configurats només amb un sol idioma afegit (català) i que no coincideix amb els idiomes disponibles per l'aplicació, es mostren en anglès. Aquest tipus de desemparellament es pot resoldre fàcilment **incorporant altres llengües de comprensió com a segona opció lingüística a la configuració general del dispositiu** i que sí que estiguin incorporades pel programari en qüestió. Aquest pas senzill fa que tant el sistema operatiu del dispositiu com les aplicacions que tenen disponible el català apareguin es mostrin en aquesta llengua, mentre que aquestes altres aplicacions o programaris que encara l'inclouen, apareguin visibles en la segona o tercera llengua que hagi designat l'usuari.

PERCEPCIONS SEGONS LA SITUACIÓ LABORAL



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

En les diferències segons la situació laboral de la població catalana, la majoria de categories s'assimilen a la mitjana del país, si bé **la població jubilada (o pensionista) és la que té més consciència per la configuració lingüística dels dispositius** (un 45,6 % afirma que procura fer-ho «molt» o «bastant»), mentre que **la població que estudia és la que menys sensibilitat presenta en aquest àmbit** (només un 30,2 %). Es tracta d'un fet que guarda estreta relació, precisament, amb les diferències que es perceben segons l'edat dels enquestats.

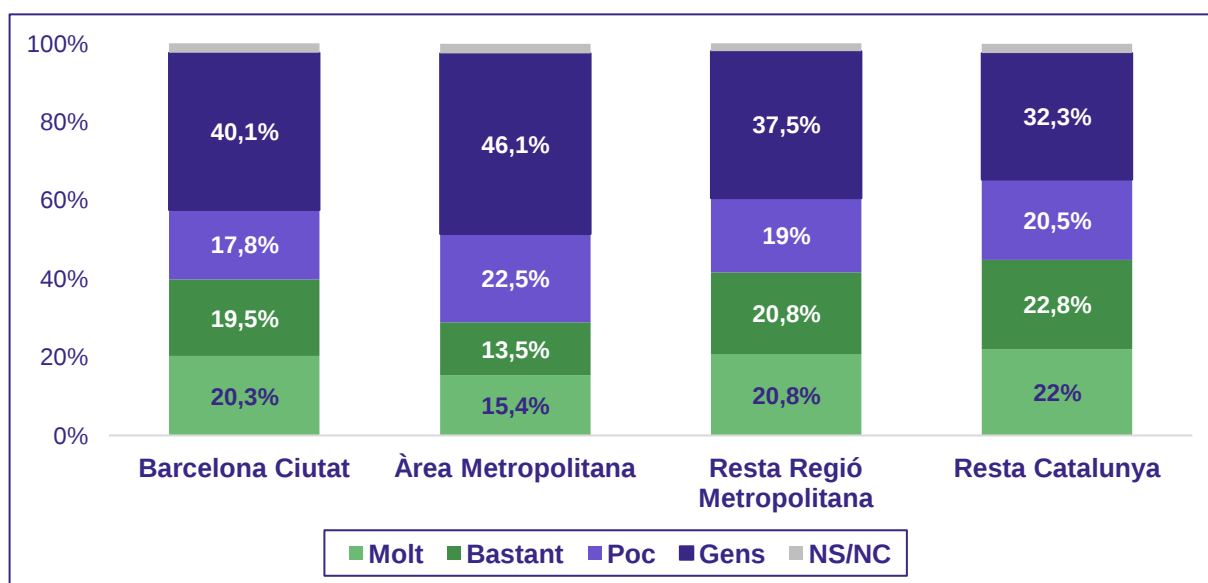
El fet que la població en etapa estudiantil sigui la que presta menys atenció a la configuració lingüística dels dispositius és prou alarmant (només un 11,8 % dels estudiants procura «molt» tenir configurat el seu dispositiu en català). Entre aquest segment de població s'hi troben, sobretot, **persones en una etapa clau a l'hora d'adquirir hàbits de consum digital, d'interacció digital i de cerca d'informació**.

Segons l'EULP 2023, només un 22,2 % de la població parla només en català amb els seus companys d'estudi; un 14,5 % ho fa més en català que en castellà i un 15,9 % afirma fer-ho indistintament en les dues llengües. Els usos lingüístics en aquestes interaccions poden estar condicionant, també, la disposició i actitud envers les

interaccions digitals. En el cas de la població en etapa educativa, el seu estil de vida comporta que, sovint, les interaccions digitals siguin tant o més significatives que les interaccions en el pla personal. Per tant, cal definir un marc de consciència que permeti transformar la presència del català en tots dos àmbits: en les interaccions quotidianes i en la realitat digital.

Per a promoure i facilitar la normalització de l'ús de dispositius en català entre la població estudiantil, el Departament d'Educació i les direccions escolars han de continuar vetllant i **garantint que el català sigui la llengua predeterminada en tots els dispositius i llurs programaris i navegadors d'Internet que es faciliten a l'alumnat**. A més, en el contacte amb el món laboral (tant a l'etapa estudiantil com en les posteriors), **la responsabilitat social corporativa de les empreses les ha d'empènyer a configurar millor en català els dispositius facilitats als treballadors o, si més no, a permetre que ho puguin fer a través dels permisos d'administrador necessaris**.

PERCEPCIONS SEGONS L'ÀMBIT TERRITORIAL



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

Com s'explica a la metodologia de l'estudi, a l'hora d'elaborar l'enquesta, el GESOP distribueix Catalunya en quatre àmbits territorials. Tot i que, malauradament, no és una repartició equiparable a d'altres segmentacions utilitzades en enquestes de l'administració (l'Enquesta d'usos lingüístics a la població de Catalunya, per exemple, distribueix Catalunya segons les vegueries), permet obtenir certa informació sobre la centralitat de Barcelona i la diferència respecte el conjunt del país.

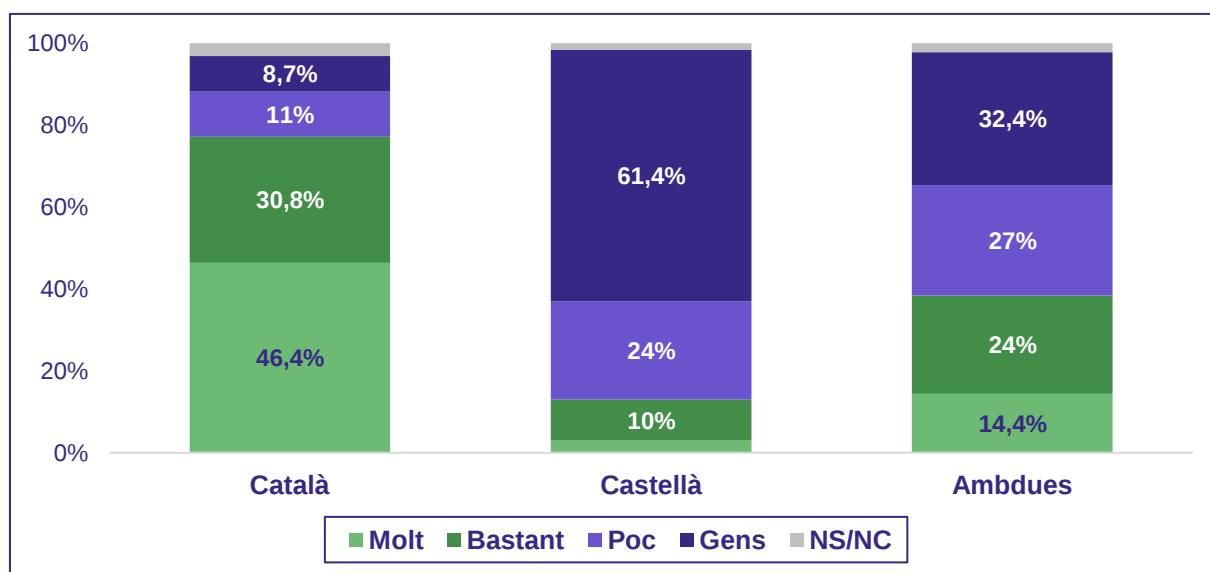
L'Àrea Metropolitana destaca com una zona especialment crítica en la configuració dels dispositius en català, mentre que les altres tres categories es mantenen en valors molt semblants a la mitjana de Catalunya. En aquest àmbit metropolità, la població que procura configurar «molt» o «bastant» el seu dispositiu en català no supera el 30 %, mentre que, en canvi, la que no ho fa supera els dos terços. Es tracta d'una dada que corrobora l'estat crític de la presència de la llengua catalana en la vida quotidiana d'aquest territori, on, segons les darreres dades de l'EULP 2023, només el 24,7% fa servir només el català de forma habitual.

Com també s'explica al següent apartat (diferències segons la llengua habitual), la manca de presència de parlants habituals de català i alhora l'estancament o pèrdua del paisatge lingüístic en molts sectors de consum als entorns de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, confirmats per les enquestes Ofercat de la Generalitat de Catalunya⁴, provoquen que el nivell de consciència social en aquest sentit minvi. Per a revertir-ho, les accions d'incidència derivades d'aquesta diagnosi haurien de procurar arribar, també, als coneixedors i/o potencials nous parlants de la llengua catalana. Un cop més, la via per arribar a aquests grups no hauria d'anar centrada en la configuració exclusiva dels dispositius en català com a primera o única llengua sinó en **difondre la realitat que la gran majoria dels principals dispositius i programaris permeten d'incloure segones i terceres llengües segons la preferència dels usuaris**. Això contribuiria a incrementar el contacte lingüístic amb resultats de cerca en català de manera indirecta i gradual, particularment en el cas de la configuració del perfil de Google.

⁴ Dades i resultats de l'Ofercat disponibles a https://llengua.gencat.cat/ca/serveis/dades_i_estudis/dades/ofercat/index.html [Consulta:19 de desembre del 2025]

Poder incidir en aquests segments de població més aïllats digitalment del català en algunes zones del país contribueix a un fet fonamental: **l'increment de la comunitat digital que viu en català en un gradient representatiu de la situació oral, com fa l'EULP 2023 en la distinció entre parlants primaris i secundaris.**

PERCEPCIONS SEGONS LA LLENGUA HABITUAL



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

Un dels factors més determinants en l'actitud de procurar de configurar el dispositiu en català és, com era d'esperar, la llengua habitual de la població. **Un 77,2 % dels catalanoparlants (exclusius) procuren tenir configurat el dispositiu en català,** mentre que només un 13 % dels castellanoparlants ho fa. Tot i això, **entre els catalanoparlants, un 30,8 % només ho procura bastant i, a més, pràcticament un 20 % no ho fa.**

D'aquesta anàlisi, resulta fonamental tenir present el cas dels autoconsiderats bilingües: entre la població que afirma fer servir tant el català com el castellà com a llengües habituals, només un 14,4 % procura «molt» tenir el dispositiu en català (i un 24 % ho procura «bastant»). Per contra, pràcticament un 60 % d'aquests parlants bilingües no donen importància a la configuració lingüística del seu dispositiu mòbil.

La poca atenció i implicació d'una part dels parlants autopercebuts com a bilingües en la presència del català a la seva vida digital provoca que l'univers d'internautes catalanoparlants, a ulls externs i de les grans corporacions, es redueixi considerablement. L'Aliança ha tingut accés a reports tècnics interns de plataformes digitals que consideren el català com a llengua de consulta no prioritària, sota l'assumpció que els seus parlants ja poden accedir a la mateixa informació i amb la mateixa facilitat en altres llengües dominants. Les directrius d'aquestes empreses relativitzen l'aplicació de filtres de contingut en català sota la presumpció que la gran majoria de parlants de català ja disposen de prou competències en altres llengües majoritàries —sobretot en castellà i, en menor mesura, en anglès— per accedir als continguts i serveis digitals sense que la llengua de cerca representi un obstacle. Això, de retruc, penalitza les versions en català respecte dels seus equivalents en altres llengües, que guanyen posicionament de manera progressiva. Aquesta lògica, tant en l'actitud de navegació individual com de prejudici empresarial, exemplifica i referma com **el bilingüisme social asimètric, pel fet de no estar acompanyat d'un exercici actiu de preferència lingüística en els entorns digitals, promou un efecte substitutori** i contribueix, de manera indirecta però sostinguda, a la minorització de la llengua catalana en l'ecosistema digital.

Per a poder revertir vulneracions flagrants com aquestes, són convenients polítiques de conscienciació àmplies que sensibilitzin també els parlants bilingües, l'actitud dels quals en detriment de l'atenció al català és la que provoca que la situació s'extremi.

ENCREUAMENTS DE CARÀCTER IDEOLÒGIC I POLÍTIC

A banda d'estudiar el comportament genèric dels enquestats segons diferents variables, és interessant avaluar-ne les diferències de comportament segons variables encreuades per a estudiar segments de població més específics. En aquest cas, s'opta per analitzar el comportament dels catalanoparlants (tant exclusius com bilingües) en funció d'algunes qüestions que poden influir-ne l'opinió. La intenció, doncs, és identificar aquells perfils concrets on hi manca més consciència lingüística pel que fa a la importància de la llengua de configuració dels dispositius.

Per a facilitar la comprensió de les taules, la variable es mostra com a simplificada: d'una banda, agrupades les opcions de resposta «molt» i «bastant» (es considera que «sí que ho procura») i, de l'altra, les de «poc» o «gens» (es considera que «no ho procura»).

T1. Segons l'opció ideològica i la llengua habitual

		Llengua habitual	
		Català	Català i castellà
Opció ideològica	Esquerra	81,9 %	43,4 %
	Centre esquerra	79,5 %	37,3 %
	Centre	72,5 %	25,5 %
	Centre dreta	65,8 %	39,5 %
	Dreta	66 %	26,8 %

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP. Percentatge agregat de resposta «molt» i «bastant». Els valors marcats en gris indiquen categories amb un nombre baix de casos a la mostra, la qual cosa en limita una relació significativament estadística.

Entre els parlants habituals de català en exclusiva, la sensibilitat per la configuració lingüística del dispositiu es troba condicionada per la seva opció ideològica. **La població catalanoparlant que s'autobica a l'esquerra (en l'eix ideològic), mostra una clara consciència respecte de la temàtica** (més del 80 % procura configurar els dispositius), mentre que, a mesura que s'avança per l'eix ideològic (cap a la dreta), aquesta consciència disminueix —només el 66 % dels catalanoparlants de dretes procuren tenir-los.

En els autoconsiderats bilingües, malgrat que les dades són il·lustratives, la relació entre variables no és estadísticament significativa i, per tant, no pot ser contemplada en aquest anàlisi.

T2. Segons el sentiment de pertinença nacional i la llengua habitual

		Llengua habitual	
		Català	Català i castellà
Pertinença nacional	CAT	91,2 %	75,5 %
	CAT > ESP	77 %	51,7 %
	CAT = ESP	42,6 %	30,9 %
	ESP > CAT	73,8 %	0 %
	ESP	100 %	15,3 %

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP. Percentatge agregat de resposta «molt» i «bastant». Els valors marcats en gris indiquen categories amb un nombre baix de casos a la mostra, la qual cosa en limita una relació significativament estadística.

Entre els catalanoparlants exclusius, el fet de sentir-se català també determina molt la consciència sobre la temàtica. Mentre que un 91,2 % dels catalanoparlants que se senten únicament catalans procuren tenir el dispositiu configurat en català, això només ocorre entre un 42,6 % dels que se senten tant catalans com espanyols.

A més, el sentiment de pertinença en bilingües també condiciona la seva sensibilitat: hi ha fins a 45 punts de diferència entre els considerats catalans i els que se senten tant catalans com espanyols.

T3. Segons l'opció de vot i la llengua habitual

		Catalanoparlants exclusius	Total d'enquestats
Opció de vot	CUP	84,4 %	78,9 %
	ERC	79,1 %	61,8 %
	Junts	95,3 %	82,9 %

Opció de vot	Aliança Catalana	76,7 %	48,6 %
	Comuns Sumar	81,5 %	41,5 %
	Podem	45,4 %	20,3 %
	PSC	68 %	29,7 %
	PP	27,7 %	9,8 %
	Vox	26,8 %	9,8 %
	Altres	68,5 %	20,1 %
	Cap	69,2 %	35,5 %

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP. Percentatge agregat de resposta «molt» i «bastant». Els valors marcats en gris indiquen categories amb un nombre baix de casos a la mostra, la qual cosa en limita una relació significativament estadística.

Entre els catalanoparlants exclusius, el grau més elevat de consciència temàtica en la qüestió es registra entre els votants de l'àmbit independentista: Junts, les CUP i ERC, amb Aliança Catalana (AC) situada a poca distància percentual. Per contra, entre els votants del PP, Vox i Podem (aquest darrer amb una diferència menys acusada), el grau de consciència és sensiblement inferior i se situa, en tots els casos, per sota del llindar del 50%.

En gairebé totes les formacions analitzades (amb l'excepció de les CUP), s'observa una diferència significativa, de dos dígits percentuals, entre els declarats catalanoparlants exclusius i el total d'enquestats. És especialment marcada entre aquells reconeguts com a catalanoparlants respecte dels totals partidaris del PSC (38,1%), d'AC (28,1%) i els que no es veuen identificats amb cap dels partits representats —les mostres de Podem i Comuns són massa poc significatives, tot i que amb la mateixa tendència. Aquest fet obre la porta a interpel·lar diversos partits perquè incloguin argumentaris de sensibilització sobre aquest afer entre els seus respectius espais de simpatitzants.

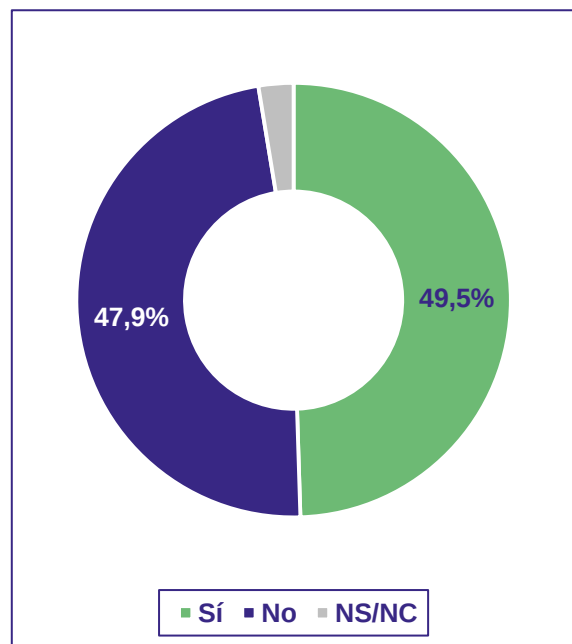
ANÀLISI COMPARATIVA ENTRE AUTOPERCEPCIÓ DIGITAL I REIVINDICACIÓ DELS WEBS D'EMPRESA

En el marc de l'Aliança per la Presència Digital del Català, Plataforma per la Llengua ha anat construint coneixement sobre la percepció sociolingüística ciutadana envers l'accés a la llengua als entorns d'empresa digitals. Anteriorment, l'entitat ja havia incorporat una altra pregunta a l'Òmnibus de GESOP (en aquest cas, a l'onada d'estiu, el treball de camp de la qual es va realitzar entre l'1 i el 9 de juliol del 2025):

Creu que les empreses que tenen establiments oberts al públic a Catalunya haurien de tenir la pàgina web en català de forma obligatòria?

Atesa la metodologia compartida entre les dues onades d'enquestes on s'incorporaven les preguntes, val la pena observar com es relacionen algunes respostes d'aquesta pregunta amb l'estudiada fins al moment, a fi i efecte d'identificar tant incoherències, com nous elements per a la construcció de discurs enfocat a segments econòmics i de població concrets.

Es tracta d'una comparativa molt interessant perquè permet de trobar actituds incoherents entre la població. És a dir, que la consciència individual respecte de la importància que les empreses respectin la identitat dels internautes catalanoparlants (via nova legislació) no sigui conseqüent amb la mateixa actitud a l'hora de configurar els dispositius i programaris propis.



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

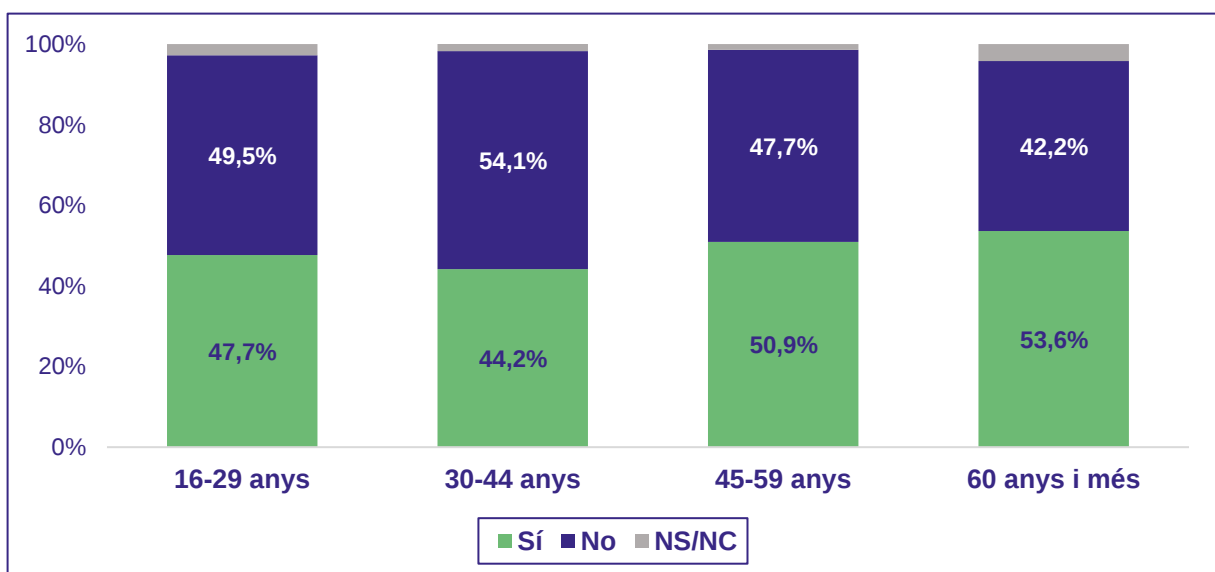
En aquest cas, **la meitat dels catalans considerava que els negocis de Catalunya havien de tenir necessàriament una versió en català del seu web.**

Per tant, la primera «incoherència» és clara: el 50 % dels catalans considera que els establiments haurien de tenir per normativa el web disponible en català, mentre que només el 20 % té una actitud personal escrita de procurar «molt» tenir configurats els seus dispositius en català. El percentatge, però, creix fins al 40 % si s'hi agrega l'opció de «bastant».

Cal tenir en compte les diferències segons el tipus de pregunta formulada ja que, possiblement, si aquesta anterior hagués inclòs un gradient de resposta en comptes d'un valor dicotòmic «sí/no», també s'hauria distribuït diferent la població; hi ha enquestats que haguessin pogut considerar que estaven «bastant» d'acord amb el fet que els establiments tinguessin el web en català, però no «molt».

La resposta a aquesta pregunta segons el sexe és molt ajustada: les dones (50,5 %) hi estan dos punts percentuals més a favor que els homes (48,5 %), per bé que això suposa, poc significativament, trencar el llindar del 50 % entre grups. És la mateixa tendència que l'observada en la pregunta de configuració de dispositius, amb lleuger avantatge femení. A continuació s'analitzen les diferències de resposta entre ambdues preguntes a partir d'altres trets sociodemogràfics, amb valoracions sobre les contradiccions de conscienciació individual lingüística que se'n desprenen.

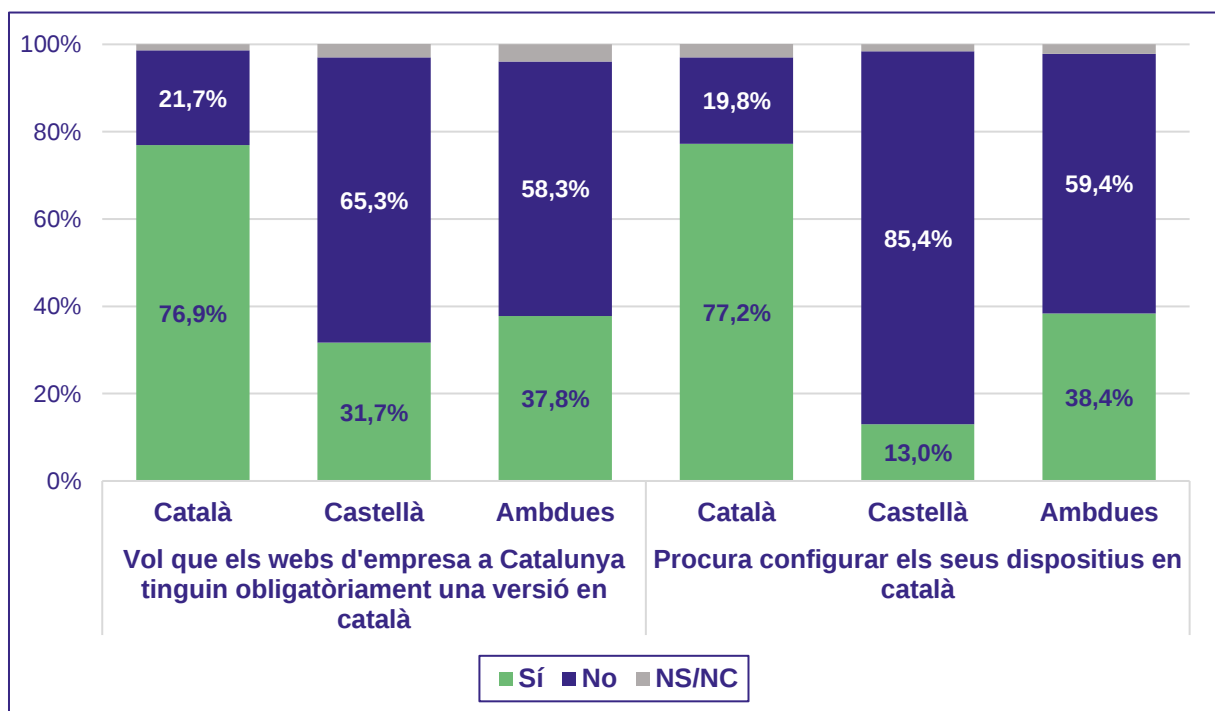
INCOHERÈNCIES SEGONS EL GRUP D'EDAT



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

Segons el grup d'edat, les majors incoherències les trobem en el cas de la població jove: un 47,7 % considera que els establiments haurien de tenir obligatòriament el web en català però, en canvi, el percentatge agregat dels que fan l'esforç de tenir el seu mòbil o ordinador en català només arriba al 35,4 %. Concretament, la població jove que procura «molt» tenir els dispositius en català només arriba al 17,2 %. En canvi, el segment poblacional més sènior és el que demostra tenir una actitud personal sobre configuració de dispositius (45,8 % entre «molt» i «bastant») més alineada amb les seves expectatives i reivindicacions empresarials (53,6%), amb vuit punts percentuals de diferència.

INCOHERÈNCIES SEGONS LA LLENGUA HABITUAL



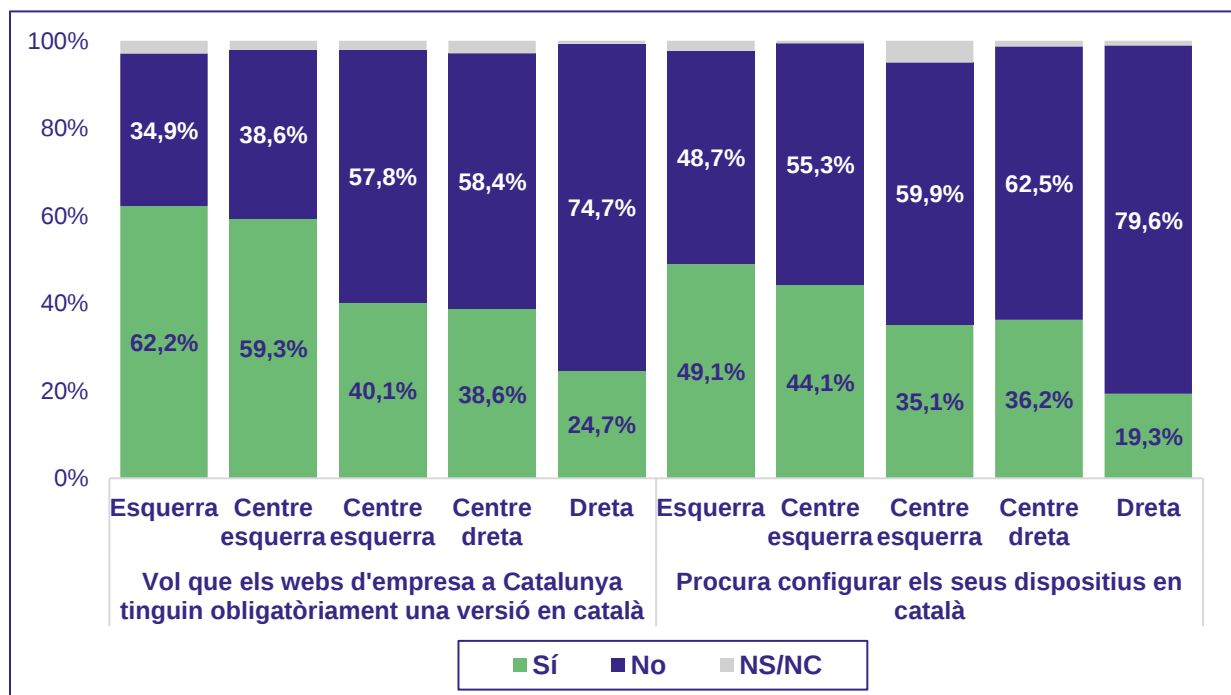
Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

Pel que fa a la llengua habitual, queda palès com, en totes dues preguntes, **el grup de catalanoparlants és els més conscient i exigent lingüísticament**. En el cas dels catalanoparlants i els bilingües, les proporcions en l'autopercepció de configuració i

en la reglamentació dels usos web del català empresarials es mantenen de forma força lògica i equilibrada, amb percentatges pràcticament idèntics.

La «pèrdua» més notòria es localitza en un segment difícilment «abordable»: la població castellanoparlant pot estar a favor de l'obligatorietat dels establiments de tenir el web en català (un 31,7 % ho està) però, precisament per la seva condició d'usos habituals, no fan esforços per a configurar el seus dispositius en català. Com s'ha comentat anteriorment, aquestes dades reforcen encara més la necessitat d'orientar campanyes de sensibilització com «Configura» cap a la inclusió del català com a segona o tercera llengua a les llistes idiomàtiques, amb l'objectiu que aquest grup poblacional pugui fer-se veure com a parlant secundari o entenedor davant les galetes (cookies) i les estadístiques analítiques que recullen els webs empresarials.

INCOHERÈNCIES SEGONS CARÀCTER IDEOLÒGIC I POLÍTIC



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP.

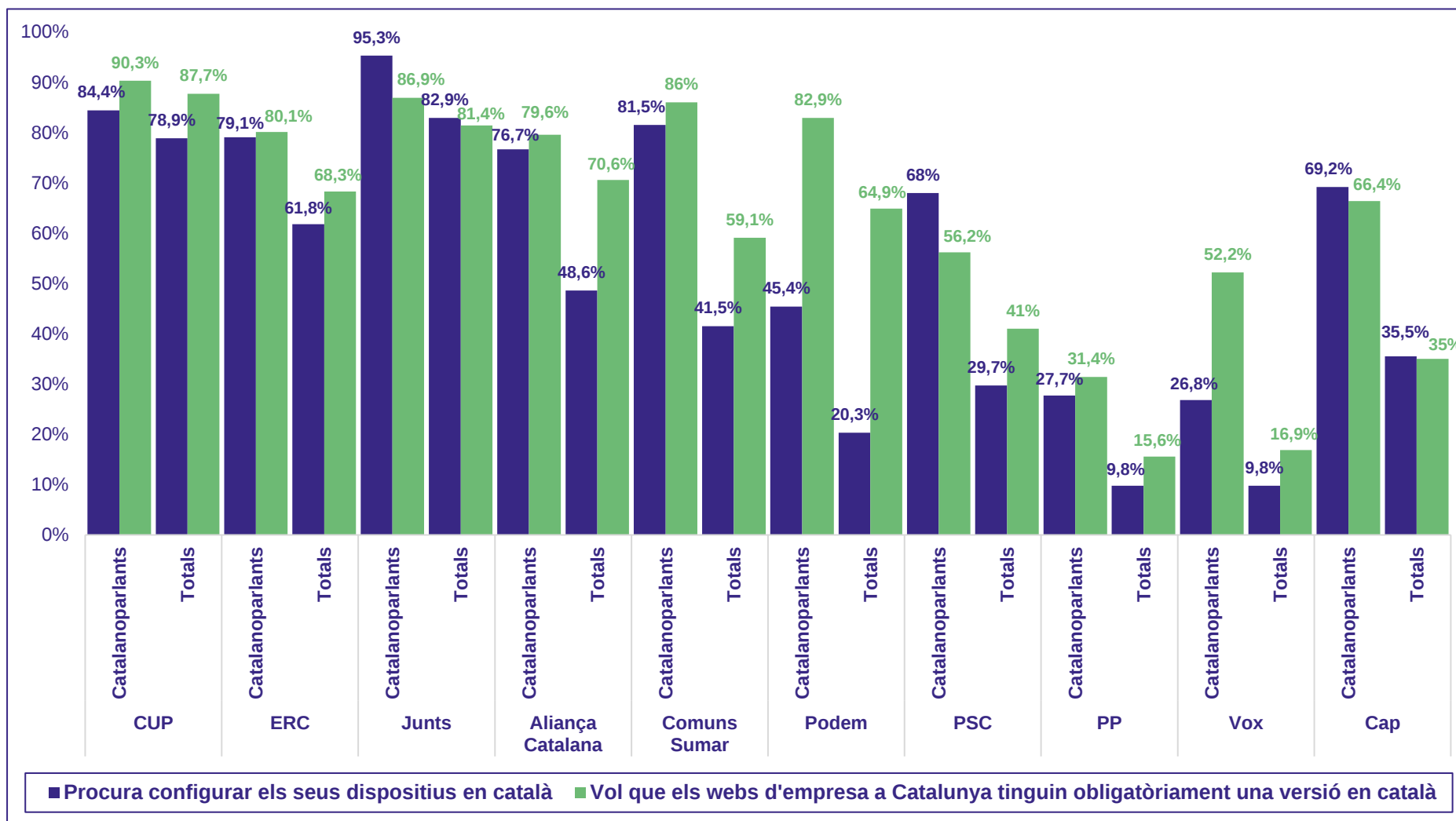
Com mostra el gràfic, en tots dos casos, a mesura que s'avança per l'espectre ideològic (d'esquerra a dreta), el grau de consciència i sensibilització lingüística

disminueixen. Tot i això, però, **les incoherències es troben presents en tots els segments de percepció ideològica.**

Les diferències més notables apareixen en el cas de la població que s'autopercep entre l'esquerra i el centre esquerra. Mentre que un 62,2 % de la població d'esquerreres vol que els webs d'empreses de Catalunya tinguin obligatòriament una versió en català, només el 49,1 % (menys de la meitat) fa un esforç conscient de configurar el seu dispositiu, el que suposa un decalatge de més de tretze punts percentuals de diferència. En el grup de centre esquerra, la diferència entre la legislació lingüística que s'exigeix a les empreses respecte de la cura que es té individualment s'enfila encara més substancialment, fins al 15,2 %. Aquesta situació permet entreveure que es tracta d'un segment ideològic amb prou marge de convenciment en les campanyes de sensibilització lingüística durant la navegació d'Internet.

Les dades desagregades segons la tria de formació política reforcen les dades de l'espectre ideològic. Al total de la mostra enquestada, **els partidaris a formacions associades a l'eix d'esquerreres són més favorables a l'obligatorietat de disposar de la versió en català als webs** (CUP, ERC, Podem, Comuns) pel cap baix entre el 60 i el 90 %. En canvi, als partits de l'eix ideològic de centre o de dreta, com també aquells que s'identifiquen amb altres o cap de les opcions polítiques suggerides, la majoria presenten suports a aquestes mesures inferiors al llindar del 50% (PSC, PP, VOX) —amb l'excepció de Junts i AC. Respecte de l'eix nacional, ERC n'és el partit amb menys partidaris.

En tots els casos analitzats, **les bosses de partidaris catalanoparlants fan créixer aquests posicionaments** entre un 3 % (CUP) i un 35,3 % (VOX) més; aquest darrer cas és prou destacable perquè els suports catalanoparlants dins d'aquest partit siguin majoria (52,2 %) quant a la petició de l'obligatorietat del web en català. Dins del bloc independentista, els catalanoparlants alineats amb ERC són un 12 % més partidaris d'aquest clam que el total d'afins al partit. També és remarcable la distància del 35,1 % entre el total d'enquestats i els catalanoparlants que no s'adscriuen a cap dels partits preguntats.



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del GESOP. Per a Podem i Comuns Sumar, el baix nombre de casos de la mostra en limita la significació estadística.

Tal com es desprèn del gràfic i com s'havia avaluat anteriorment només amb la primera pregunta, **altres incoherències força significatives dels simpatitzants de cada formació són al total d'enquestats del PSC i d'AC**; ambdós mostren valors de fins a dues xifres percentuals de diferència entre ambdues preguntes. La població afí als socialistes procura configurar els dispositius en català un 11,3 % menys que no pas la seva posició d'exigència respecte la incorporació del català als webs empresarials que operen a Catalunya. En els partidaris d'AC, aquest decalatge es dispara fins al 22%, la més àmplia en tot l'espectre (en el cas de Podem i Comuns, la mostra no és prou significativa estadísticament). Aquestes incoherències de resposta posen de manifest que encara hi ha un marge molt elevat de conscienciació pel que fa a actituds digitals lingüístiques individuals en alguns sectors polítics, com també la capacitat d'incidència a l'hora d'influir en bones pràctiques dins els seus argumentaris polítics.

Quan s'observa aquest grup de tendències **només en catalanoparlants, les diferències segons la pregunta dins de cada partit es minimitzen i igualen notablement**. De fet, fins i tot es detecten xifres lleugerament més elevades de configuració lingüística de dispositius que no pas de petició d'obligatorietat per a webs en els catalanoparlants de Junts, en els que no s'adscriuen a cap proposta de formació política de les presentades i sobretot en els del PSC (el 68 % respecte del 56,2 %).

CONCLUSIONS

El report presentat permet conèixer el grau de consciència lingüística sobre la configuració dels dispositius i programaris en català a Catalunya. La conclusió més destacable és que **allò que minva la presència del català al món digital no és una qüestió merament tècnica, sinó fortament influïda (perjudicada) per l'actitud personal**: només dos de cada deu catalans procura «molt» tenir configurats els seus dispositius en català, mentre que un altre 20 % ho procura «bastant». Per contra, fins a sis de cada deu declaren no mostrar cura rellevant per la configuració lingüística dels seus aparells digitals.

L'anàlisi per segments poblacionals demostra que el fet de vetllar per tenir configurats els dispositius en català es troba supeditat per algunes característiques sociodemogràfiques com l'edat, el nivell d'estudis, la situació laboral, l'àmbit territorial de residència i, principalment, la llengua d'ús habitual.

D'entre les diferències principals, apareix una necessitat derivada important: focalitzar les campanyes, també, en **l'augment del cens dels catalanoparlants digitals, fins i tot quan no fan servir aquesta llengua de manera primària**. En el conjunt de la societat, s'han detectat un seguit de grups —adults de mitjana edat, estudiants, habitants de l'àrea metropolitana i individus autopercebuts en l'eix ideològic de la dreta— que requereixen una atenció especial a l'hora de transmetre campanyes de sensibilització. Segons diversos dels paràmetres analitzats, alguns dels **grups amb menor compromís pràctic són els qui disposen de majors competències digitals i/o més influència de consum en el futur dels mercats electrònics**.

Un altre segment poblacional crític és el dels bilingües: només un 14 % declara procurar «molt» la configuració lingüística dels seus aparells, mentre que prop d'un terç afirma no fixar-s'hi «gens». Per a incrementar el trànsit d'usuaris que s'identifiquen digitalment en català (tant a propòsit de les galetes idiomàtiques com amb altres indicadors d'ús a d'Internet) **cal que els segments de població que es reconeixen com a part de la comunitat catalanoparlant, però no en fan un ús prou habitual, prenguin consciència de la importància de revitalitzar-lo també en l'àmbit digital**. Àdhuc poden optar per **configurar-lo com a segona o tercera llengua a la**

configuració idiomàtica del dispositiu. Es tracta d'un gest senzill que prestigia la llengua i que n'incrementa molt notablement la visibilitat i traçabilitat estadístiques, fet que alhora en reforça la legitimitat per a exigir-ne més presència als productes i serveis digitals. El desconeixement o manca d'interès actuals comporten que l'internauta tingui una experiència de navegació més limitada del seu entorn territorial immediat i que, a més, els motors de cerca i plataformes web l'obviïn com a pertanyent a una comunitat digital pròpia.

Com a part de l'estratègia de l'Aliança, també convé **detectar i explicar incoherències** de la població pel que fa als usos digitals que frenen la normalització lingüística. Una aportació clau d'aquest estudi és que **la meitat de la població catalana és exigent per a legislar en la presència del català als dominis web empresarials**, però només un 20 % es mostra fermament responsable amb el seus dispositius personals per a identificar-se com a catalanoparlant davant d'aquestes mateixes corporacions. Aquestes incoherències entre acció individual i clam legislatiu, que fan del suport al català un fet més simbòlic que operatiu, són presents en tots els eixos ideològics, però **especialment notables en la població que es defineix d'esquerres** i també en els partidaris de formacions polítiques concretes. Les majors contradiccions, un cop segmentades per llengua habitual, es troben en la **població declarada castellanoparlant**, en què l'autoidentificació lingüística i allò que esperen de les empreses no s'adiuen percentualment amb els seus usos o corresponsabilitats individuals.

PROPER PASSOS

El present estudi es fa arribar a totes les entitats membres de l'Aliança per la presència digital del català, als Governos dels territoris de parla catalana i a les empreses, entitats i organitzacions col·laboradores que cedeixen dades de trànsit a l'Aliança. També es publica tant als webs de l'Aliança com de Plataforma per la Llengua, a disposició del públic.

El període de publicació d'aquest report, durant la darrera setmana de desembre, es fa coincidir amb la campanya de Nadal, de Reis i transcorregut un mes del *Black Friday*, atesa l'especial rellevància en ple pic més important de venda de dispositius mòbils i d'ordinadors de l'any. També **marca els dos mesos d'ençà del llançament de la campanya «Configura» i pretén revitalitzar-la amb noves dades clau** que permetin incrementar la tria activa del català i xifra de dispositius, navegadors i programaris correctament configurats en aquesta llengua durant els **dies de major adquisició, renovació i configuració del parc d'aparells electrònics** del domini lingüístic.

Paral·lelament, l'Aliança continua fent un **seguiment mensual de qualsevol millora de trànsit que es pugui desprendre d'aquesta campanya** gràcies a les xarxes de monitoratge pròpies de diversos llocs webs i de sensors físics (XMCD). Aquesta supervisió ha de servir per a **continuar el diàleg diplomàtic amb els departaments corresponents de Google** per millores de posicionament algorítmic de la llengua i per a la inclusió del català als serveis en què hi queda pendent. També pretén demostrar a altres empreses i grans corporacions que **hi ha una demanda creixent de la llengua** perquè s'incorpori com a opció lingüística en interfícies de navegació, plataformes web, xarxes socials i altres tipus de béns i serveis electrònics.

CRÈDITS

- Coordinació de l'estudi: F. Xavier Dengra i Grau (xdengra@plataforma-llengua.cat)
- Gestió i tractament de dades: Equip tècnic de l'Àrea d'Estudis de Plataforma per la Llengua
- Adquisició de dades de l'enquesta demoscòpica: GESOP - Gabinet d'Estudis Socials i Opinió Pública, S.L
- Disseny i maquetació originals: Amets Díaz
- Disponible amb accés obert a: <https://aliançadigital.cat/informes> i <https://www.plataforma-llengua.cat/que-fem/estudis-i-publicacions/>

ENTITATS MEMBRES DE L'ALIANÇA DIGITAL PER LA PRESÈNCIA DEL CATALÀ

A desembre del 2025, les onze entitats membres de l'Aliança per la presència digital del català són Acció Cultural del País Valencià, Amical Wikimedia, Accent Obert, l'Institut d'Estudis Catalans, l'Institut Ramon Llull, l'Obra Cultural Balear, Òmnium Cultural, Plataforma per la Llengua, SEO en català, Softcatalà i els Webmàsters Independents en Català, de Cultura i d'Àmbits Cívics (WICCAC). N'és el portaveu i coordinador institucional el periodista Albert Cuesta.

Plataforma per la Llengua agraeix a totes aquestes entitats la confiança i entesa mútua per a dissenyar, encarregar, analitzar, redactar i publicar aquest estudi emmarcat en la campanya conjunta «Configura».



Plaça Nova, 5, 7a planta,
08002 Barcelona

info@aliançadigital.cat