

ONZE DE SETEMBRE

— 2021 —

Llengua i mitjans de
comunicació a Catalunya:
política lingüística, política
de mitjans i societat civil

Maria Corominas i Piulats



Institut
d'Estudis
Catalans

**Llengua i mitjans de comunicació
a Catalunya: política lingüística,
política de mitjans i societat civil**

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS
DISCURSOS COMMEMORATIUS, 7

**Llengua i mitjans de comunicació
a Catalunya: política lingüística,
política de mitjans i societat civil**

MARIA COROMINAS I PIULATS

ONZE DE SETEMBRE
DISCURS COMMEMORATIU 2021

BARCELONA
2021

Corominas, Maria, 1961- autor

Llengua i mitjans de comunicació a Catalunya: política lingüística, política de mitjans i societat civil : Onze de setembre, discurs commemoratiu 2021. — Primera edició. — (Discursos commemoratius ; 7)

Bibliografia

ISBN 9788499656120

I. Institut d'Estudis Catalans. II. Títol III. Col·lecció: Discursos commemoratius ; 7

1. Mitjans de comunicació de massa i llengua — Catalunya 2. Mitjans de comunicació de massa — Política governamental — Catalunya 3. Catalunya — Política lingüística

659.3:811.134(460.23)

338.47.02(460.23):659.3

811.134.1'272(460.23)

© Maria Corominas i Piulats

© 2021, Institut d'Estudis Catalans, per a aquesta edició

Carrer del Carme, 47. 08001 Barcelona

Coordinació de l'edició: Gabinet de la Presidència

Primera edició: setembre del 2021

Text revisat lingüísticament per la Unitat d'Edició del Servei Editorial de l'IEC

Il·lustració de la coberta: Joan-Albert Ros i Torres

Disseny de la coberta: Azcunce | Ventura

Compost per la Unitat de Producció del Servei Editorial de l'IEC

Impress a Producciones Gráficas Ecológicas, SL

ISBN: 978-84-9965-612-0

Dipòsit Legal: B 15356-2021

Són rigorosament prohibides, sense l'autorització escrita dels titulars del *copyright*, la reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol procediment i suport, incloent-hi la reprografia i el tractament informàtic, la distribució d'exemplars mitjançant lloguer o préstec comercial, la inclusió total o parcial en bases de dades i la consulta a través de xarxa telemàtica o d'Internet. Les infraccions d'aquests drets estan sotmeses a les sancions establertes per les lleis.

Taula

Presentació	7
Discurs commemoratiu del 2021	
Llengua i mitjans de comunicació a Catalunya: política lingüística, política de mitjans i societat civil, <i>per Maria Corominas i Piulats</i>	9
L'himne d' <i>Els segadors</i>	29

Presentació

L'Institut d'Estudis Catalans obre les portes de la seva seu amb motiu de l'Onze de Setembre, data en què, des del 2012, celebra la Diada Nacional de Catalunya amb una conferència d'un membre de l'IEC, acte al qual convida la ciutadania i que té lloc al pati de la Casa de Convalescència, seu de l'Institut.

Els assistents a l'acte podran escoltar el discurs commemoratiu de Maria Corominas i Piulats, membre de l'IEC adscrita a la Secció de Filosofia i Ciències Socials, titulat «Llengua i mitjans de comunicació a Catalunya: política lingüística, política de mitjans i societat civil», i participar del cant d'*Els segadors*, que clourà l'acte.

Llengua i mitjans de comunicació a Catalunya: política lingüística, política de mitjans i societat civil

MARIA COROMINAS I PIULATS

Membre numerària de la Secció de Filosofia i Ciències Socials
de l'Institut d'Estudis Catalans

Quan el president de l'Institut d'Estudis Catalans, Joandomènec Ros, em va convidar a pronunciar el discurs que, des de l'any 2012, fa un membre en l'acte institucional de l'Institut d'Estudis Catalans (IEC) amb motiu de la celebració de la Diada de Catalunya, li vaig agrair la invitació, que vaig considerar —i considero— un honor, i li vaig proposar de fer una intervenció sobre llengua i mitjans de comunicació centrant-me en la llengua catalana.

No vaig parlar de discurs «patriòtic» —entre d'altres raons, perquè és un gènere que no conreo—, sinó d'un discurs en el marc de l'acte institucional de l'IEC amb motiu de l'Onze de Setembre sobre un tema fonamental a totes les societats democràtiques i crucial en aquelles —moltes—, entre les quals hi ha Catalunya, en què es parla més d'una llengua, però en situació de desigualtat. Em centraré en llengua i mitjans de comunicació, fixant l'atenció en les relacions entre la política de mitjans i la política lingüística a Catalunya en el període que va de 1980 —amb les primeres eleccions al Parlament de Catalunya després de la recuperació democràtica— fins avui, el 2021.

L'establiment de polítiques públiques és un procés en el qual tenen —i, sobretot, han tingut— un gran protagonisme els governs. El sector privat i especialment les empreses més grans o les grans corporacions hi han exercit també una gran influència, creixent i contínua, que els darrers anys les ha anat convertint en protagonistes. Avui, en el context de la commemoració de l'Onze de Setembre, voldria fixar-me especialment en un altre actor, que, en aquest procés complex, ha tingut menys visibilitat, però que en més d'una ocasió ha estat decisiu: la societat civil.

1. INTRODUCCIÓ

Els mitjans de comunicació ocupen un paper central a les societats democràtiques. Són instruments imprescindibles per a l'exercici del dret a la llibertat d'expressió, definit en el *Conveni europeu de drets humans* (article 10, «Llibertat d'expressió»)¹ i recollit també en la *Carta dels drets fonamentals de la Unió Europea* (article 11, «Llibertat d'expressió i d'informació»)². Són, per tant, institucions socials nuclears en els sistemes democràtics per assegurar la lliure circulació de les idees.

Però també són institucions socials centrals en relació amb la llengua. La llengua que s'hi usa esdevé pràcticament crucial quan en un territori hi ha més d'una comunitat lingüística, perquè no estan en igualtat de condicions: en aquest context, decidir la utilització (o no, o en quines condicions) d'una llengua als mitjans de comunicació ha estat clau; Catalunya és un bon exemple de la importància d'aquestes relacions entre política lingüística i política de mitjans.

2. POLÍTICA LINGÜÍSTICA I POLÍTICA DE MITJANS A CATALUNYA: ANYS 1980-1990

Després de la mort de Franco (1975), en el context del període que es va anomenar *transició democràtica espanyola*, a Catalunya es va desenvolupar un procés de normalització lingüística del català mitjançant una política lingüística que, en

1. «1. Tota persona té dret a la llibertat d'expressió. Aquest dret comprèn la llibertat d'opinió i la llibertat de rebre o de comunicar informacions o idees sense que pugui haver-hi ingerència d'autoritats públiques i sense consideració de fronteres. El present article no impedeix als Estats de sotmetre les empreses de radiodifusió, de cinema o de televisió a un règim d'autorització prèvia. 2. L'exercici d'aquestes llibertats, que comporten deures i responsabilitats, pot ser sotmès a determinades formalitats, condicions, restriccions o sancions, previstes per la llei, que constitueixin mesures necessàries, en una societat democràtica, per a la seguretat nacional, la integritat territorial o la seguretat pública, per a la defensa de l'ordre i per a la prevenció del crim, la protecció de la salut o de la moral, la protecció de la reputació o dels drets d'altri, per impedir la divulgació d'informacions confidencials o per garantir l'autoritat i la imparcialitat del poder judicial» (CONSELL D'EUROPA, *Conveni europeu de drets humans* (en línia), esmenat de conformitat amb els protocols núm. 11 i 14, inclou també el protocol addicional i els protocols núm. 4, 6, 7, 12, 13 i 16, Estrasburg, Consell d'Europa, versió no oficial, <https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_CAT.pdf>).

2. «1. Tota persona té dret a la llibertat d'expressió. Aquest dret comprèn la llibertat d'opinió i la llibertat de rebre o de comunicar informacions o idees sense que hi pugui haver ingerència d'autoritats públiques i sense consideració de fronteres. 2. Es respecten la llibertat dels mitjans de comunicació i el seu pluralisme» (*Carta dels drets fonamentals de la Unió Europea* (en línia) (2001), versió en llengua catalana del text publicat al *Diari Oficial de les Comunitats Europees* del 18 de desembre de 2000 (C 364), realitzada per l'Oficina del Parlament Europeu i la Representació de la Comissió Europea a Barcelona, Barcelona, juliol, text no oficial, <<https://www.europarl.europa.eu/spain/barcelona/resource/static/files/Publicacions/cartadretsfonamentals.pdf>>).

molt bona part, se centrava en l'ús del català a l'escola i als mitjans de comunicació (de l'època: això és, premsa i, sobretot, ràdio i televisió).

L'existència de mitjans en català es considerava imprescindible per a la *normalització* de la llengua, al mateix temps que també era percebuda socialment com un requisit per a la democràcia (Corominas, 2007). Així, l'any 1983, el Parlament de Catalunya va aprovar (sense cap vot en contra i una sola abstenció) la Llei de normalització lingüística que, entre d'altres, tenia com a objectiu (article 1.2c) «la normalització de l'ús del català en tots els mitjans de comunicació social».

Dit de manera molt sintètica, aquesta política va consistir fonamentalment, primer, en la creació de la radiotelevisió pública de Catalunya el 1983 (com a Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, esdevinguda Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals el 2007, en el procés d'adaptació dels organismes públics de radiotelevisió al context digital) i, en segon lloc i successivament, en la promoció de mitjans privats en català.³

2.1. *Mitjans audiovisuals públics*

La Llei 10/1983, de creació de l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV), establia explícitament entre «els principis inspiradors de la programació» de les emissores de ràdio i de televisió de la Generalitat de Catalunya «la promoció de la llengua i de la cultura catalanes» (article 14.5).

D'acord amb això, entre 1983 i 1984 es posen en marxa les emissions regulars en català de Catalunya Ràdio i de TV3, fet que va comportar un augment significatiu de les emissions en català. A la ràdio, amb l'estrena de Catalunya Ràdio (1983), que s'afegia a la pública Ràdio 4, del grup Radio Nacional de España (1976), i a les emissores públiques municipals encapçalades des de 1979 per Ràdio Arenys, la primera. I augmenta també l'oferta especialment a la televisió, amb la sèrie *Dallas* i les retransmissions de futbol en català per TV3 com dos dels casos d'èxit més populars en la normalització lingüística en aquest mitjà.

Aquest augment de l'oferta de continguts audiovisuals (de tipus i formats diversos) contribueix a la *normalització* del català a la ràdio i a la televisió, que es reforça per l'acceptació que va tenir en l'audiència (López i Corominas, 1995).

A l'època, la televisió era central en el sistema comunicatiu, tot i que, en comparació amb l'evolució posterior, hi havia un nombre molt limitat de canals: primer

3. Com a anàlisi de referència per al període 1980-2003, vegeu GUIMERÀ I ORTS (2014). Tot i que posa l'èmfasi en l'acció de govern en aquest període, en la introducció identifica el paper de la societat civil en el període immediatament anterior, tot destacant «El Congrés de Cultura Catalana (1975-1977): un moment fundacional» (p. 54), «Les propostes professionals: Congrés de Periodistes Catalans i l'Informe Miramar» (p. 56) i «L'acadèmia catalana: preocupació per la llengua i pel paper dels mitjans», en el qual fa referència al professorat universitari dels àmbits de la filologia i les ciències de la comunicació (p. 57).

dos, després tres, més tard set. La pública Radiotelevisió Espanyola (RTVE) en tenia dos i emetia també unes hores en català per a Catalunya i les Illes Balears. Era un monopoli fins que es van posar en marxa les primeres televisions autonòmiques al País Basc, Catalunya i Galícia, que el van trencar en aquestes comunitats.

Entre final dels anys 1980 i 1990, s'aprova a Espanya la Llei de televisió privada d'acord amb la qual neixen tres canals nous, privats, d'abast estatal i en castellà. De cop, l'oferta en castellà va passar de dos a cinc canals. En aquell context, l'abril de 1989, la CCRTV crea un segon canal, Canal 33, especialitzat, en un «intent de reforçar la seva posició i augmentar la programació televisiva en català» (Corominas, 2007). D'aquesta manera, a Catalunya, la situació quedava en cinc canals en castellà i dos en català, una desproporció en l'oferta que els anys següents ha anat augmentant.

Històricament, el sistema comunicatiu de Catalunya s'ha caracteritzat per l'existència d'un conjunt ampli i divers de mitjans locals i/o comarcals, començant per la premsa i continuant per la ràdio i la televisió.

Aquesta és una àrea amb algunes especificitats pel que fa a la política de mitjans i a les relacions entre aquesta política i la política lingüística. En aquest àmbit trobem diverses mostres d'accions promogudes per la societat civil, en relació amb les quals, *a posteriori*, s'articula una política pública. En la comunicació local de Catalunya, i especialment en relació amb la ràdio i la televisió, hi ha hagut diferents iniciatives de polítiques de mitjans que s'han acabat concretant en resposta a accions de la societat civil (polítiques de baix a dalt).

A partir del camí marcat per la premsa local i comarcal durant el franquisme (Guillamet, 1983), la ràdio *municipal* (des de 1979) i la televisió *local* (des de 1980) es van estendre per Catalunya, tot i que el marc legal de l'època no les preveia, impulsades sobretot per la societat civil (Moragas i Corominas, 1988 i 1992). A falta d'un marc legal, i amb el suport dels ajuntaments, les ràdios municipals i les televisions locals es van anar agrupant, les primeres en les Emissores Municipals de Catalunya (EMUC, 1980) i les segones en la Federació de Televisions Locals de Catalunya (FTLC, 1985). En tots dos casos, els principis formulats per aquestes organitzacions (com a autoregulació) eren la participació social i democràtica i la normalització lingüística; això volia dir que en la ràdio municipal i en la televisió local el català s'utilitzava *normalment*, entenent-ho, a més, com un requisit de democratització (Corominas, 2007 i 2009): és a dir, la *normalització* lingüística i la *normalització* democràtica eren dues aspiracions que orientaven i impulsaven la comunicació local (des de la societat civil).

En conjunt, a final dels anys 1980, «l'ús del català a la ràdio (pública) i a la televisió havia començat a ser *normal* a Catalunya, a causa d'una combinació de decisions de política lingüística i de política de mitjans, amb una àmplia acceptació» (Corominas, 2007).

2.2. *Impuls als mitjans privats en català*

Un cop s'ha establert la base d'una radiotelevisió pública autonòmica en català i una comunicació local majoritàriament en aquesta llengua (encara que sense un marc legal), els anys 1990 comporten un segon estadi en la relació entre política de mitjans i política lingüística a Catalunya, orientat sobretot a promoure l'ús del català en mitjans privats.

La Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística⁴ ho introdueix des de l'article 1. Així, pel que fa als mitjans de comunicació, mentre que l'objecte de la Llei de 1983 era, com s'ha assenyalat, «normalitzar l'ús del català en tots els mitjans de comunicació social» (article 1.2c), en la de 1998 es converteix en «normalitzar i fomentar l'ús del català en l'Administració, l'ensenyament, els mitjans de comunicació social, les indústries culturals i el món socioeconòmic» (article 1.2c).

Dues novetats que cal remarcar. La primera: no n'hi ha prou a normalitzar, també s'ha de fomentar l'ús del català. La segona: al costat dels mitjans de comunicació, s'inclouen altres sectors i, pel que fa a l'àmbit que estem tractant, explícitament les indústries culturals. Aquest és un indicatiu que el sistema comunicatiu de final dels anys 1990 ja no és igual que el dels primers anys 1980. La digitalització ja havia començat.

En relació amb els «mitjans de comunicació», la Llei de 1998 diferencia entre públics i privats. Quant als mitjans públics de ràdio i televisió (article 25), que inclouen els gestionats per la Generalitat i per les corporacions locals, estableix que «la llengua normalment emprada ha de ser el català»,⁵ i també que «han de promoure les expressions culturals de Catalunya, especialment les que es produeixen en llengua catalana» (article 25.2).

Una altra mostra del canvi en la situació fa referència a les televisions d'altres territoris que emeten en llengua catalana. A diferència dels anys 1980, als noranta ja hi ha emissions de televisió autonòmica al País Valencià (des de 1989). Les emissions de TV3, mitjançant la iniciativa d'Acció Cultural del País Valencià i de Voltor SA de l'Obra Cultural Balear, es podien rebre al País Valencià i a les Illes Balears, respectivament, des de 1985. Això no tenia cobertura en el marc legal espanyol,

4. A diferència de la Llei de 1983 de *normalització* lingüística, la de 1998 és ja explícitament de *política* lingüística (èmfasis meus). També a diferència de la Llei de 1983, el resultat de la votació de la de 1998 mostra que el consens és menor: hi van votar a favor Convergència i Unió (al Govern), Partit dels Socialistes de Catalunya, Iniciativa per Catalunya i Partit per la Independència; en contra, Partit Popular i Esquerra Republicana, encara que per raons oposades. El Partit dels Comunistes de Catalunya es va abstenir.

5. Amb tot, els mitjans dependents de «les corporacions locals poden tenir en compte les característiques de llur audiència» (article 25.1). A més del català, inclou l'aranès i obliga l'aleshores CCRTV (des de 2007 CCMA) a «garantir la programació regular d'emissions radiofòniques i televisives en aranès per a la Vall d'Aran» (article 25.3).

que impedia la recepció de les televisions autonòmiques fora de la seva comunitat d'origen.⁶ Aquest és un altre exemple —ara referit al País Valencià i a les Illes Balears— de la societat civil organitzada promovent accions de política lingüística i de política de mitjans: l'arribada del senyal de TV3 a aquestes comunitats en una època en què la llei no ho preveia ni ho emparava.

En aquestes dues comunitats, l'evolució d'aquesta iniciativa va ser diferent. Al País Valencià, la recepció del senyal de TV3 va acabar el 2011 a causa de les multes que la Generalitat Valenciana va imposar a Acció Cultural del País Valencià pels repetidors (Martínez, 2011).

A les Illes Balears, en canvi, la Llei 3/1986 de normalització lingüística, a l'article 30, ja encarregava al Govern balear:

1. «Dur una política de col·laboració, en matèria de ràdio i televisió, amb altres comunitats autònomes que tinguin el català com a llengua pròpia.»

2. Fer «les gestions necessàries per a facilitar als ciutadans de les Illes Balears la recepció de les emissions de televisió en llengua catalana dependents d'altres comunitats autònomes».

La Llei de política lingüística de Catalunya de 1998 incorpora una previsió similar a la balear a l'article 25.4: «El Govern de la Generalitat ha de facilitar la recepció correcta a Catalunya de les televisions d'altres territoris que emeten en llengua catalana.»

Aquestes previsions de les lleis de 1998 de Catalunya i de 1986 de les Illes Balears són una mostra del fet que les polítiques públiques de mitjans, que des del moment que es van anar articulant com a tals després de la II Guerra Mundial (Cuilenburg i McQuail, 2003) s'havien centrat en el territori (sobretot de l'Estat o de les unitats integrants), són desbordades per l'evolució dels mitjans i intenten adaptar-s'hi.

Aquesta superació del territori sobre el qual es tenen les competències augmentarà exponencialment amb la digitalització i la globalització, que ja estaven en marxa en aquells anys.

En relació amb els mitjans privats, la Llei de política lingüística de 1998 introdueix un sistema de quotes per a les ràdios i televisions privades d'abast local o autonòmic. Es tracta de mitjans que utilitzen l'espectre radioelèctric i que reque-

6. Aquesta possibilitat es va legalitzar el 1999, mitjançant la modificació de la Llei 46/1983, reguladora del tercer canal, per incorporar-hi que «les comunitats autònomes podran signar convenis de col·laboració per a permetre l'emissió d'un o diversos programes de la televisió autonòmica en l'àmbit geogràfic d'altres, sempre que els espais radioelèctrics corresponents als seus àmbits territorials siguin contigus i que utilitzin les freqüències que tinguin assignades pel Ministeri de Foment» («Disposició addicional 32, Llei 55/1999, del 29 de desembre de 1999, modificació de la Llei 46/1983, del 26 de desembre, reguladora del tercer canal de televisió», *Butlletí Oficial de l'Estat* (en línia) (1999), núm. 312 (desembre), <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1999-24786&p=20120630&tn=1#datrigesimasegunda>>).

reixen d'un permís específic per poder funcionar (d'una concessió, en el moment d'aprovació de la Llei, i, posteriorment, d'una llicència), que s'obté mitjançant un concurs públic. La Llei estableix per a aquests mitjans que com a mínim el 50 % del temps d'emissió ha de ser en llengua catalana (articles 26.1 i 26.2)⁷ i, en la línia de l'impuls i del foment, determina que s'haurà d'incloure en els concursos per a l'assignació de freqüències de televisió per ones terrestres i d'emissores de ràdio l'ús de la llengua catalana en percentatges superiors als que marca la llei (article 26.4).

Finalment, la Llei disposa que en les emissores de ràdio i televisió hi ha d'haver «una presència adequada de cançons produïdes per artistes catalans i que com a mínim el vint-i-cinc per cent siguin cançons interpretades en llengua catalana o en aranès» (article 26.5).

Per als mitjans de comunicació escrits editats per la Generalitat i per les corporacions locals, la «llengua normalment emprada» també «ha d'ésser la catalana» (article 27.1).

Per impulsar la llengua catalana en els mitjans privats, la Llei de política lingüística de 1998 (article 27) estipula que el Govern de la Generalitat «ha de fomentar i pot subvencionar les publicacions periòdiques» «redactades totalment o majoritàriament en català», tant si són «de difusió general» (article 27.2) com si són «d'àmbit local o comarcal» (article 27.3). L'ús del català queda definit com un dels criteris d'atorgament d'aquestes subvencions, juntament amb objectius de difusió i comercialització (article 27.4).

El foment i l'impuls, per tant, en relació amb els mitjans privats es concreten en quotes per a ràdio i televisió, en «mèrits» per als concursos de freqüències i en subvencions per a la utilització del català.

Juntament amb els mitjans de comunicació clàssics, la Llei de 1998 introdueix «les indústries culturals i les arts de l'espectacle» (article 28) i «les indústries de la llengua i la informàtica» (article 29).

En matèria d'indústries culturals, encarrega al Govern de la Generalitat que afavoreixi, estimuli i fomenti, entre d'altres, «l'edició, la distribució i la difusió de llibres i de publicacions periòdiques en català» (article 28.1b) i «la producció cinematogràfica en català i el doblatge i la subtitulació en català [...] i la distribució, en qualsevol format, i l'exhibició d'aquests productes» (article 28.1c). En relació amb el cinema, a més, la Llei preveu la introducció «per reglament» d'un sistema «de quotes lingüístiques de pantalla i de distribució per als productes cinematogràfics que es distribueixin i s'exhibeixin doblats o subtitulats en una llengua diferent de l'original» (article 28.3). Les quotes es van fixar en el Decret 237/1998, que va aca-

7. Tot i que, en ràdio, «atenent a les característiques de llur audiència, es pot modificar el percentatge» (article 26.3). D'altra banda, les emissores de concessió que emeten a la Vall d'Aran «han de garantir una presència significativa de l'aranès en llur programació» (article 26.6).

bar sent revocat el 2000 davant les protestes del sector i en el marc de negociacions entre el Govern i, sobretot, les grans distribuïdores (Corominas, 2007).

Finalment, la Llei de política lingüística de 1998 també encarrega al Govern que afavoreixi, estimuli i fomenti, entre d'altres, «la investigació, la producció i la comercialització de tota mena de productes en català relacionats amb les indústries de la llengua, com ara els sistemes de reconeixement de veu, de traducció automàtica» (article 29a), «programaris informàtics, dels jocs d'ordinador, de les edicions digitals i de les obres multimèdia en llengua catalana i la traducció, si escau» (article 29b) i «la presència de productes i d'informacions a les xarxes telemàtiques d'informació» (article 29c).

Totes aquestes mesures d'impuls i de foment anaven en la línia de promoure el català en tots aquests mitjans i sectors, de manera que, si més no en termes d'oferta, estigués en una situació similar o comparable a la del castellà.

Aquest marc, que es desenvolupa entre els anys 1990 i almenys el primer decenni dels 2000, té resultats diferents.

El març de 2000, l'aleshores conseller de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Jordi Vilajoana, en una compareixença parlamentària (Corominas i Oliva, 2000), va identificar quatre objectius prioritaris a assolir al final de la legislatura per augmentar la presència del català als mitjans de comunicació que, vistos en perspectiva, ens il·lustren sobre quina era la situació. En dos casos, fixava indicadors numèrics a assolir:

- Arribar al 30 % de tota la premsa diària venuda i, «en especial, a la premsa esportiva i a la premsa periòdica de quiosc».

- Superar el 75 % d'emissores comercials (privades) de ràdio que emetin en català.

En premsa diària, el canvi més significatiu s'havia produït el 28 d'octubre de 1997, quan el diari *El Periódico de Catalunya* va introduir la doble edició, en castellà (l'única llengua que havia utilitzat fins llavors) i en català. Un mes abans, el diari *Segre* de Lleida havia fet el mateix. Tot i l'increment de premsa de quiosc en català que això va representar, el 1998 la majoria de vendes eren d'exemplars en castellà (442.040 exemplars, 73,77 %) i només un 26,3 % (158.000 exemplars) eren en català (Corominas i Oliva, 2000).

En ràdio pública, s'havia constituït el grup Catalunya Ràdio, amb la generalista del mateix nom, que s'havia convertit en líder d'audiència, i les especialitzades Catalunya Música (1987), Catalunya Informació (1992) i Catalunya Cultura (1999). També emetien en català Ràdio 4 i COMRàdio, un projecte promogut per la Diputació de Barcelona al qual s'havien associat nombroses emissores municipals amb el català com a llengua majoritària.

En ràdio privada, havien aparegut algunes emissores monolingües en català —Flaix FM, Flaixbac, Ona Catalana, RAC105, Ràdio Estel, Ràdio Marina o Segre.

En les emissores integrants de cadenes estatals amb desconnexions s'havia anat imposant la pràctica d'utilitzar sobretot el català en aquests períodes de temps (Corominas i Oliva, 2000).

En la compareixença parlamentària de març de 2000, el conseller Jordi Vilajoana en els objectius prioritaris 3 i 4 només identificava els àmbits, però sense marcar indicadors a assolir:

— L'oferta cinematogràfica, per la via del doblatge i de la producció de pel·lícules en català.

— El mercat del vídeo, el DVD i el multimèdia.

En general, encara que amb l'excepció notable del cinema, en aquest període, la presència de la llengua catalana va augmentar a tots els mitjans, tant en oferta com en consum, com a resultat d'un procés complex en què les mesures de política lingüística i de política de mitjans van tenir un paper important, al costat del sector privat i també d'una societat civil activa (Corominas, 2007).

També en general, tot i aquest augment, arribem als anys 2000 i el català ocupa la segona posició en els mitjans —en una gamma de diferències ampla entre la ràdio a un extrem i el cinema a l'altre. Això «suggereix que la *normalització* tendeix a significar situar-lo en una posició secundària, excepte en la comunicació local, en què ocupa el primer lloc» (Corominas, 2007).

3. ELS ANYS 2000: DIGITALITZACIÓ, GLOBALITZACIÓ I NOUS REPTES

Entre final dels anys 1990 i, sobretot, a partir dels 2000, la digitalització, la globalització i la liberalització introdueixen canvis profunds en el sistema comunicatiu i plantegen reptes nous per a les llengües i els mitjans de comunicació, ja siguin els *clàssics* (de massa: un emissor institucionalitzat a un públic general) o bé els *digitals* (com ara publicacions en web, serveis de vídeo a petició, plataformes d'intercanvis de vídeos, xarxes socials...), en què es multipliquen els emissors i es diversifiquen —d'institucionals a individuals— i canvien les relacions entre emissors i receptors —d'un a molts, de molts a molts...; amb formes de bidireccionalitat o multidireccionalitat.

A aquest canvi estructural profund —alguns autors parlen de *revolució digital* (Meyer, 2017) per donar compte de la magnitud de la transformació— s'hi ha afegit, primer, a partir de 2007-2008, una crisi econòmicofinancera de gran abast i, després, a partir de 2020, la crisi provocada per la COVID-19.

Tot això ha fet que les previsions d'aquella llei de política lingüística aprovada l'any 1998 vagin quedant superades almenys en part.

Quin és el panorama dels mitjans de comunicació a Catalunya des del punt de vista de la llengua? O, millor dit, quina és la situació del sistema comunicatiu a Catalunya? I quina és la situació de les llengües en termes d'oferta i de consum?

En línies generals, abans de la pandèmia de la COVID-19, l'ecosistema comunicatiu català es caracteritzava per un grau significatiu de digitalització (Crusafon Baqués, 2019), amb mitjans de comunicació nadius o força adaptats i amb un pes creixent dels serveis audiovisuals a petició, sobretot els de pagament. La premsa (originàriament) impresa n'és una excepció: tot i els intents d'adaptació al context, es troba immersa en una crisi de model (Corominas, 2017). En general, els mitjans de comunicació s'havien recuperat de les conseqüències de la crisi econòmicofinancera, encara que sense arribar als nivells d'inversió publicitària d'abans.

En relació amb els dispositius d'accés a mitjans, ja abans de la pandèmia de la COVID-19, a Catalunya el mòbil s'havia convertit en el dispositiu més usat com a primera opció per la població de 16 a 60 anys i el televisor ho era només pels més grans de 64 anys (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2019, p. 5).

El 2019 mateix, l'ordre de preferències dels mitjans de la població de Catalunya de més de 15 anys era el següent: Internet (48,4 % de mitjana, però 81,9 % de joves de 16 a 24 anys, 73,0 % de 25 a 34 anys i 59,6 % de 35 a 49 anys), televisió (31,0 % de mitjana; 38,8 % de 50 a 64 anys i 48,9 % de 64 anys i més), ràdio (13,7 %) i premsa (5,3 %) (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2019, p. 7).

La crisi de la COVID-19 afecta molts sectors, també el dels mitjans de comunicació. L'impacte sobre el sistema comunicatiu⁸ és directe, començant per la contracció important de la publicitat,⁹ font de finançament fonamental dels mitjans, i continuant per la reducció o desaparició d'altres ingressos, com ara la venda d'exemplars de premsa o d'entrades de cinema. La crisi econòmica, doncs, també afecta els mitjans, que hi responen aplicant mecanismes per reduir costos com ara ERTO i acomiadaments.

Pel que fa a l'audiència, la COVID-19 ha comportat canvis, a escala internacional, en el sentit que ha augmentat el consum de mitjans (*clàssics* —com la televisió— i digitals), l'interès per les notícies i la informació, i també l'ús de la reproducció en línia (que és la manera com el TERMCAT recomana que anomenem l'*streaming*) i de les xarxes socials (dades de l'estudi dut a terme per GlobalWebIndex —GWI—, citades pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2020a, p. 18-19), en aquests casos més orientats a l'entreteniment.

El consum de televisió —això és, el temps, en minuts, dedicat a mirar la televisió— va créixer sobretot en els primers mesos de confinament (març i abril de 2020),

8. En aquest punt s'avancen alguns resultats de l'àmbit de la comunicació que, conjuntament amb Aida Martori, estem portant a terme dins del projecte de recerca de la Secció de Filosofia i Ciències Socials de l'IEC, «Les mutacions socials de la COVID-19», codirigida per Andreu Domingo i Mercè Barceló.

9. La reducció dels recursos publicitaris dels mitjans catalans l'any 2020 ha estat del 25 % (330,9 milions d'euros el 2019 i 247,1 milions d'euros el 2020; Associació Empresarial de Publicitat (AEP), 2021, p. 10).

però també al llarg de tot el primer any de la COVID-19 (de març de 2020 a març de 2021). A Catalunya, per exemple, on de mitjana es dedicava a l'entorn de 3 h 30 min diaris a mirar la televisió, el març de 2020 va pujar a 4 h 20 min i a l'abril del mateix any a 4 h 28 min (una hora més en comparació amb el consum habitual mitjà) (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2020a, p. 2). Mirant-ho durant tot un any: de març de 2019 a març de 2020, la mitjana de temps que s'havia destinat a veure la televisió a Catalunya havia estat de 3 h 50 min, i de març de 2020 a març de 2021 (el primer any de la COVID-19) va ser de 4 h 25 min (Barlovento Comunicación, 2021). A part de dormir i de treballar, a poques activitats humanes dediquem de manera habitual tant de temps.

I en aquest context, quina és la situació de la llengua catalana?

Els indicadors sobre oferta i consum de mitjans de comunicació¹⁰ que, a partir de diverses fonts com l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat), l'Estudi General de Mitjans (EGM), l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD), l'Enquesta de participació cultural de Catalunya, etc., proporciona l'àrea de llengua de la Generalitat de Catalunya permeten mesurar l'evolució¹¹ en un període que va des de 2008-2015, segons els casos, fins a 2019 d'acord amb les darreres dades disponibles en escriure aquestes ratlles.

En síntesi, tal com es recull a la taula 1 i es detalla en els paràgrafs posteriors, el 2019, la llengua catalana ocupava la primera posició pel que fa a oferta en premsa impresa i també en lectura de premsa (impresa i digital) i en audiència de ràdio (l'únic àmbit en què l'any de l'indicador inicial situava el català en el primer lloc). En televisió, l'augment del nombre de canals havia deixat el català en una desproporció d'1 a 9, davant el castellà en termes d'oferta, i del 18,9 % d'audiència, davant el 78,9 %.

Quant a la premsa, un dels indicadors mesura la proporció de la difusió de les deu capçaleres (premsa generalista i esportiva) que tenen més vendes a Catalunya: l'any 2010, de cada 100 exemplars, 90,5 eren en castellà i 9,5 en català. El 2019, la desproporció continua, però és menor: 62 % en castellà i 38 % en català. Un dels factors que explica el creixement de l'oferta en català és la introducció, a partir del 3 de maig de 2011, de la doble edició en català i en castellà de *La Vanguardia*.

En relació amb la llengua de consum de la premsa (en paper o digital), a partir de les dades de l'Enquesta de participació cultural de Catalunya, el 2014, un 60,9 % i un 59,4 % de les persones enquestades deien que llegien diaris en castellà i en

10. Disponibles a <https://llengua.gencat.cat/ca/serveis/dades_i_estudis/sil/mitjans/mitjans-comunicacio/>.

11. Carme Ferré (2019, p. 31-33) ha posat de manifest les discrepàncies en les dades sobre consum de mitjans i llengua, segons les fonts. Per a l'any 2017 ho va estudiar amb deteniment, comparant les dades de l'*Informe de política lingüística 2017* i de l'Enquesta de participació cultural de Catalunya, d'una banda, i les proporcionades per l'EGM, de l'altra. En alguns casos aprecia diferències notables.

català, respectivament (i un 1,9 % en altres llengües); el 2019, les proporcions són del 70,4 % en català i el 67 % en castellà (i un 9,8 % en altres llengües).

TAULA 1
Oferta i consum de mitjans de comunicació a Catalunya (en català i en castellà)
(2008/2015-2019)

Indicador		Any inicial*		2019	
		Català	Castellà	Català	Castellà
Premsa	Oferta de difusió: 10 capçaleres	9,5 %	90,5 %	38 %	62 %
	Consum: lectura de premsa (impresa o digital)	59,4 %	60,9 %	70,4 %	67 %
Ràdio	Oferta: 10 emissores	43 %	57 %	48 %	52 %
	Consum: audiència	74,2 %	25,8 %	73,1 %	26,9 %
Televisió	Oferta: 10 cadenes	32 %	68 %	10 %	90 %
	Consum: audiència	21,8 %	72,7 %	18,9 %	78,9 %

*Premsa: 2010 per a l'oferta i 2014 per al consum. Ràdio: 2015. Televisió: 2008 per a oferta i consum.

FONT: Dades extretes dels indicadors de mitjans de comunicació, disponibles al web de la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya, <https://llengua.gencat.cat/ca/serveis/dades_i_estudis/sil/mitjans/mitjans-comunicacio/>.

La ràdio és un dels mitjans de comunicació en què l'ús del català és més *normal* i ho va ser abans. Aquesta situació s'ha mantingut els anys 2010 i 2020. Així, el 2015, les deu emissores generalistes i de temàtica informativa amb més audiència de dilluns a divendres representaven el 57 % de l'oferta en castellà i el 43 % en català. Aquesta diferència de catorze punts percentuals s'havia reduït el 2019 a quatre punts: 52 % en castellà i 48 % en català. No és la meitat exacta, però s'hi acostava.

En l'àmbit de l'audiència radiofònica, la situació de predomini és per a les emissores en català, que tenien una quota del 74,2 % el 2015 davant del 25,8 % de les que emetien en castellà. El 2019 es mantenen les posicions, tot i que la distància s'ha reduït una mica, tant per un lleuger descens de l'audiència de les emissores en català (73,1 %) com per un petit increment (26,9 %) per a les que ho fan en castellà.

En televisió, l'any 2008, l'oferta de les cadenes amb més audiència era en castellà en un 68 % i en català en un 32 %. El 2019, la proporció havia canviat a favor del castellà, que ja era del 90 % davant del 10 % en català. En aquests anys, van

augmentar els canals disponibles, però això ha acabat comportant que el català passi de representar pràcticament un terç a un 10 %.

Continuant amb la televisió, l'any 2008, la quota d'audiència de les cadenes en castellà era del 72,7 %, 21,8 % per a les que ho feien en català i 5,6 % per a les que utilitzaven totes dues llengües. El 2019, la posició dels canals que difonen en castellà es va reforçar i van obtenir un 78,9 % i els canals en català es van quedar en un 18,9 % (els que utilitzen totes dues llengües, en un 2,2 %).

La desproporció creixent a favor del castellà (a setanta punts percentuals de diferència) en l'oferta ha estat molt inferior en l'audiència, que també ha disminuït, però en menor grau, sobretot pel pes que té TV3 en aquest grup i que, des de març de 2019, encara s'ha reforçat.¹²

En l'àmbit digital, nou dels deu webs més visitats, entre cinc i vuit aplicacions de missatgeria instantània i entre quatre i tres xarxes socials més utilitzades a Catalunya tenien oferta en català de 2013 a 2019, segons l'indicador de l'àrea de llengua de la Generalitat de Catalunya. En aquests casos, la comparativa és amb el castellà (deu en tots els casos), amb l'anglès (vuit, nou i deu, respectivament) i amb el francès (sis, nou i deu, respectivament).

En els webs és on la situació del català és millor. Això també ho confirma el Baròmetre de l'ús del català a Internet que elabora l'associació (de nou, la societat civil organitzada) Webmasters Independents en Català, de Cultura i d'Àmbits Cívics (WICCAC, 2021) que, el juny de 2021, qualificava com a alt —entre el 66 % i el 79 %— l'ús del català a:

- Diaris, revistes, agències i diaris digitals, amb seixanta-sis webs en català d'un total de vuitanta-cinc (77,65 %).

- Cinema, amb divuit webs en català de vint-i-cinc (75 %).

- Ràdio, televisió, grups de comunicació i productores, amb trenta-sis webs en català de cinquanta (72 %).

- Jocs, videojocs, oci i còmic, amb quaranta webs en català de cinquanta-vuit (68,97 %).

El dèficit i la minorització del català són especialment destacats en el cas de les xarxes socials. L'*Informe de política lingüística 2019* (Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura, 2021, p. 50) explicita que el català era present a set de les nou aplicacions de missatgeria instantània més utilitzades —WhatsApp, Facebook Messenger, Skype, Google Talk, Telegram, Snapchat i Pidgin— i a quatre de les deu xarxes més utilitzades: Facebook, Twitter, Google+ i Snapchat. És una oferta molt limitada i incideix, especialment, en la població més jove, que les uti-

12. TV3 ha estat líder d'audiència en termes de quota (o *share*) quaranta-sis mesos seguits, fins al maig de 2021 inclòs; vegeu <<https://comunicacio21.cat/noticies/telecinco-trenca-els-46-mesos-de-lideratge-de-tv3/>>.

litza més, amb més freqüència i intensitat, i hi troba també referents. Per poder prendre decisions en matèria de política lingüística cal identificar tant els àmbits en què el català és present com aquells en els quals és absent.

Marina Massaguer, Avel·lí Flors-Mas i F. Xavier Vila (2021) ho han estudiat en profunditat fixant-se en YouTube i en Instagram —«la xarxa social preferida per la població de 16 a 24 anys» i una de les que no té versió en català. Els autors, que fan l'estudi com a investigadors del Centre de Recerca en Sociolingüística i Comunicació de la Universitat de Barcelona, plantegen unes mesures de política lingüística adaptades al context digital i fan propostes per promocionar l'ús del català en aquests àmbits, la primera de les quals «seria recuperar el canal juvenil de la CCMA i orientar-lo a les xarxes amb una estratègia sòlida per competir amb els continguts existents en altres llengües» (Massaguer Comes, Flors-Mas i Vila, 2021, p. 59). També plantegen mesures de nivell mitjà, com ara: «1. Acords econòmics amb els cercadors i les plataformes de reproducció en línia (*streaming*) per al posicionament i la visibilització de continguts en català»; «2. Remuneració de les visites a continguts en català a YouTube i Instagram per vies alternatives»; «3. Finançament de la creació de continguts especialitzats en català»; «4. Facilitació del contacte entre microinfluenciadors i empreses que vulguin promocionar els seus productes», i «5. Facilitació de la presència de microinfluenciadors en català a esdeveniments perquè els reproduueixin en línia.»

Aquestes mesures, que requereixen recursos econòmics, apunten no només a la presència del català, sinó també al posicionament i la visibilització. I és que en l'àmbit digital no n'hi ha prou a ser-hi: ha de ser visible, accessible. Dit de manera gràfica: a un clic.

Un altre àmbit que ha esdevingut molt important amb la digitalització i en què el català es troba en situació de minorització o marginalització és el vídeo a petició (*video on demand*). Es tracta d'un tipus de servei audiovisual que consisteix en vídeo sobre protocol d'Internet: a diferència de la televisió, que és unidireccional, Internet fa possible que nosaltres triem quan volem veure un vídeo o accedir a uns continguts audiovisuals; triem en un catàleg el vídeo i decidim quan comença. Qui ofereix el servei pot ser al mateix temps el propietari de la xarxa d'Internet, de la infraestructura mitjançant la qual nosaltres hi accedim. Aquesta n'és una modalitat. També es pot oferir un servei de vídeo a la carta sobre protocol d'Internet al qual accedim des de la xarxa que volem. En aquest segon cas, parlem dels serveis de lliure transmissió (OTT, de l'anglès *over the top*), serveis audiovisuals que s'ofereixen sobre la xarxa oberta d'Internet.

Els serveis de vídeo a petició, entre els quals hi ha els OTT, ja es trobaven en una fase expansiva i el context de la COVID-19 els ha reforçat. A partir de les dades de la primera onada de l'EGM de 2021, a Catalunya, «en un any caracteritzat per la pandèmia, les plataformes OTT de pagament gairebé han duplicat les subscripcions i

superen els 9,1 milions d'abonats» —cal tenir en compte que una mateixa persona pot estar abonada a més d'un servei— «en comparació a les 5,2 milions del mateix període del 2020» (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2021a, p. 17).

D'acord amb l'EGM, en primera posició hi ha Netflix, que ja és present a un 53,2 % de les 3.034.000 llars de Catalunya. A continuació, Prime Video (35,2 % de llars), HBO (14,3 %), Disney+ (11,7 %), DAZN (3,8 %), Filmin (3,6 %), Rakuten TV (2,5 %) i altres proveïdors (7,5 %).

I aquí es planteja la qüestió de la llengua. La tecnologia, en principi, permet moltes opcions lingüístiques. En teoria, la presència del català no hauria de representar un problema, o un problema greu. A la pràctica, però, el que hi ha o hi ha hagut és més absència que presència...

A Netflix, el 2020, entre un 0,3 i un 0,5 % del catàleg (setanta-set obres), en funció del sistema de càlcul que s'apliqués, tenia àudio disponible en català, segons un informe fet pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya el maig de 2020 (2020b, p. 21-22).

L'abril de 2021 —d'acord amb un altre informe del mateix Consell de l'Audiovisual de Catalunya publicat el juny (2021b)—, de menys a més: HBO tenia una obra del catàleg (0,1 %) en català; Disney+, tres llargmetratges d'animació (un 0,2 % del catàleg); Amazon Prime Video, setanta-una obres (un 1,3 % del catàleg), i Filmin, l'única que compta amb una interfície en català (des de 2017), n'oferia prop de dues mil obres (un 18,9 % del catàleg).

A banda de Filmin, la presència del català en aquestes plataformes —que, recordem-ho, es troben en procés de creixement— és pràcticament insignificant. Fins ara, els avenços han estat molt petits, però n'hi ha hagut. L'abril de 2021, per exemple, Netflix va estrenar *La família Mitchell contra les màquines*, la primera pel·lícula doblada al català estrenada directament a la plataforma (sense haver-se projectat abans a les sales de cinema); el juny hi incorporava cinc pel·lícules més. El mes de maig, Rakuten TV sumava al seu catàleg *El retorn del rei*, la tercera entrega de la trilogia d'*El Senyor dels Anells*.

Aquests són uns petits —minúsculs— avenços davant d'uns actors que majoritàriament operen a escala mundial i pensant en *grans* mercats; quantitativament, però, també tenen en compte els estats, tal com mostra, per exemple, el fet que moltes vegades es puguin trobar versions doblades en castellà diferents per a Espanya i per a l'Amèrica llatina, o en portuguès per a Portugal i per al Brasil.

Els reptes són molts i grans. Però hi ha indicis positius. D'una banda, un grau remarcable d'activisme per part de la societat civil que reclama la presència del català com a dret i utilitza formes noves de vinculació i d'acció.

Per exemple, Disney+, que es va posar en marxa el 2019 als Estats Units, arriba a Espanya el 24 de març de 2020, iniciat el primer confinament. I ho fa «sense cap contingut en català». «Aquell mateix dia milers de ciutadans van començar a de-

manar respecte pels seus drets, a través de l'etiqueta #DisneyPlusEnCatala i d'una petició al portal www.canvia.cat» (Plataforma per la Llengua, 2020c, p. 18). Plataforma per la Llengua —que s'identifica com l'ONG del català— va escriure a The Walt Disney Co per reclamar —«exigir»— que incloguessin el català en els seus continguts. Tant la companyia com les filials disposaven de versions en català de nombrosos llargmetratges.

Disney+ va contestar. D'acord amb el relat de Plataforma per la Llengua: «La companyia va sorprendre, en primer lloc, responent en català a les peticions dels usuaris a la xarxa Twitter demanant que canalitzessin les seves demandes pel formulari d'incidències» (Plataforma per la Llengua, 2020c, p. 18; Plana, 2020).

El Govern també va actuar. El maig de 2020, la Direcció General de Política Lingüística, juntament amb la publicació dels resultats d'una enquesta encarregada pel Departament de Cultura sobre *El doblatge i la subtitulació en català a les plataformes digitals*, anunciava que Disney incorporaria el català, inicialment en la pestanya d'extres i, més endavant, com una pista d'àudio més (Vilaweb, 2020). I aquesta distinció té importància: no es tracta només que el català hi sigui, sinó que s'hi pugui accedir en igualtat de condicions que les altres llengües. A un clic. Finalment, la incorporació normalitzada es va portar a terme a partir del dia de Nadal de 2020 mateix amb l'estrena de *Soul*, a la qual se sumaven les versions en català d'*Espies disfressats* i *Frozen 2* (Generalitat de Catalunya, 2020).

Un altre exemple és el compte de *Twitter@DoblatgeCatala*. Creat el desembre de 2019, es presenta així: «Demanem a les plataformes poder consumir cinema en català fora de la clandestinitat, pagant una quota com tothom.» A mitjan juliol de 2021 tenia 14.000 seguidors. El compte és anònim i individual: darrere hi ha «el Miquel [...]». Havia tingut un blog feia molts anys sobre doblatge, fet que el va portar a conèixer molta gent del sector» (Terès, 2021; Valero i Navarro, 2021). Aquest compte és molt actiu a les xarxes socials en totes les iniciatives relacionades amb la presència del català a les plataformes, accions que han contribuït a augmentar-la (Valero i Navarro, 2021). De fet, les publicacions d'aquest compte són utilitzades per alguns mitjans de comunicació com a font per informar de les incorporacions, de l'oferta, etc.

Un altre indicatiu positiu és que la qüestió és objecte de debat públic: d'una banda a les xarxes socials, però també amb una presència significativa als mitjans de comunicació. Per exemple, Àlex Gutiérrez i Judit Huguet, en un reportatge publicat a l'*Ara*, el juny de 2020 argumentaven sobre el perquè de la presència «molt migrada» —directament residual— del català en aquestes plataformes: «No hi ha una explicació única o senzilla de per què passa això: és més aviat una combinació d'inèrcies empresarials, complicacions burocràtiques, poca implicació de les distribuïdores» —que qualificaven com «la gran assignatura pendent»— «i plataformes, un pressupost insuficient per impulsar-lo des de l'esfera pública i un marge legislatiu escàs per poder assegurar el dret lingüístic de veure ficcions en català».

COMENTARI FINAL

Pel que fa a la relació entre política de mitjans i política lingüística, Catalunya ha estat un exemple de comunitat amb una capacitat limitada pel que fa a la gestió de les xarxes i els circuits de comunicació; aquesta limitació ha estat contrarestada, si més no en part, per l'activisme ciutadà: des de l'època de la ràdio i la televisió local amb uns períodes molt llargs sense marc legal, a Internet, a les xarxes socials i a les plataformes de reproducció en línia (*streaming*).

Ni les polítiques públiques soles ni la societat civil sola no haurien estat suficients per assegurar un espai comunicatiu en català que, encara que amb limitacions, ha tingut un creixement notable. Ara tampoc i, de cara al futur, encara menys. Davant dels reptes del context en què ens trobem, tots els recursos són necessaris i cal que articulem tota mena d'estratègies de cooperació.

Els avenços en relació amb el català als mitjans de comunicació s'han produït per les interaccions entre les polítiques públiques en matèria de llengua i de mitjans de comunicació, el sector privat i l'activitat de la societat civil —en la qual avui hem volgut posar èmfasi com una forma de reconeixement. La seva contribució a aquest espai català de comunicació ha estat fonamental.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- ASSOCIACIÓ EMPRESARIAL DE PUBLICITAT (2021). *Estudi 2020 de la inversió publicitària a Catalunya* [en línia] (febrer). Barcelona: Associació Empresarial de Publicitat: Arce Media: Media Hotline. <https://mcusercontent.com/78e0eea2bb7b95a6a6ca8a82b/files/001da38c-fe50-47a4-81cf-2c87dc95129e/i2p_presentacion_2020_catalunya.pdf>.
- BARLOVENTO COMUNICACIÓN (2021). *Balance del consumo de televisión durante el primer año del Covid-19 (del 9 de marzo de 2020 al 9 de marzo de 2021)* [en línia] (11 març). Madrid: Barlovento Comunicación. <<https://www.barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2021/03/INFORME-BARLOVENTO-BALANCE-DEL-CONSUMO-DE-TV-DURANTE-EL-PRIMER-ANO-DEL-COVID.pdf>>.
- Carta dels drets fonamentals de la Unió Europea* [en línia] (2001). Versió en llengua catalana del text publicat al *Diari Oficial de les Comunitats Europees* del 18 de desembre de 2000 (C 364), realitzada per l'Oficina del Parlament Europeu i la Representació de la Comissió Europea a Barcelona. Barcelona, juliol. Text no oficial. <<https://www.europarl.europa.eu/spain/barcelona/resource/static/files/Publicacions/cartadretsfonamentals.pdf>>.
- CONSELL D'EUROPA. *Conveni europeu de drets humans* [en línia]. Esmenat de conformitat amb els protocols núm. 11 i 14, inclou també el protocol addicional i els protocols núm. 4, 6, 7, 12, 13 i 16. Estrasburg: Consell d'Europa. Versió no oficial. <https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_CAT.pdf>.
- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2019). *Consum i percepcions dels mitjans audiovisuals a Catalunya 2019* [en línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalu-

- nya: Centre d'Estudis d'Opinió. <<https://www.cac.cat/sites/default/files/Enquesta%20opinio%202019.pdf>>.
- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2020a). *Butlletí de la Informació Audiovisual de Catalunya* [en línia] [Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya], número extra: *Especial Coronavirus 2* (maig). <https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-05/BIAC_Coronavirus2_rev_0.pdf>.
- (2020b) «Acord 49/2020, de 20 de maig, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. D'aprovació de l'Informe 82/2020, de 18 de maig, de l'Àrea de Continguts, Presència i prominència d'obres europees a Netflix» [en línia] (20 maig). <https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-05/Acord_49_2020_ca.pdf>.
- (2021a). *Butlletí d'Informació sobre l'Audiovisual a Catalunya* [en línia] [Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya], núm. 18 (maig). <https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-06/BIAC18_0.pdf>.
- (2021b). «Acord 53/2021, de 16 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. D'aprovació de l'Informe 72/2021, de 4 de juny, de l'Àrea de Continguts, Presència d'obres europees en els catàlegs dels serveis de comunicació audiovisual a petició Amazon Prime Video, Disney+, Filmin i HBO» [en línia] (juny). <https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-06/Acord_53_2021_ca.pdf>.
- COROMINAS, Maria (2007). «Media policy and language policy in Catalonia». A: COR-MACK, Mike; HOURIGAN, Niamh (ed.). *Minority language media: Concepts, critiques and case studies*. Clevedon; Buffalo; Toronto: Multilingual Matters, p. 168-187.
- (2009). *Televisió local a Catalunya*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans. [Discurs de recepció com a membre numerària de la Secció de Filosofia i Ciències Socials, llegit el dia 26 de març de 2009]
- (2017). «Epíleg». A: CIVIL I SERRA, Marta; CORBELLA I CORDOMÍ, Joan; FERRÉ I PAVIA, Carme; SABATÉ SALAZAR, Joan (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2015-2016*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, p. 280-289.
- COROMINAS, Maria; OLIVA, Lúcia (2000). «La llengua». A: COROMINAS, Maria; MORAGAS, Miquel de (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Universitat Autònoma de Barcelona. Institut de la Comunicació, p. 259-273.
- CRUSAFON BAQUÉS, Carmina (2019). «Epíleg». A: CIVIL I SERRA, Marta; LÓPEZ, Bernat (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2017-2018* [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, p. 319-325. <<https://incom.uab.cat/occ/informe/>>.
- CUILENBURG, Jan van; MCQUAIL, Denis (2003). «Media policy paradigm shifts: Towards a new communication paradigm». *European Journal of Communication* [en línia], vol. 18, núm. 2, p. 181-207. <<https://doi.org/10.1177%2F0267323103018002002>>.
- «Disposició addicional 32, Llei 55/1999, del 29 de desembre de 1999, modificació de la Llei 46/1983, del 26 de desembre, reguladora del tercer canal de televisió». *Butlletí Oficial de l'Estat* [en línia] (1999), núm. 312 (desembre). <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1999-24786&p=20120630&tn=1#datrigesimasegunda>>.
- EL PAÍS (2021). «El sector audiovisual reclama 10 mesures urgents per preservar el català». *El País* [en línia] (gener 21) <https://cat.elpais.com/cat/2021/01/21/cultura/1611246856_584167.html>.

- FERRÉ PAVIA, Carme (2019). «Espais comunicatius i llengua». A: CIVIL I SERRA, Marta; LÓPEZ, Bernat (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2017-2018* [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, p. 25-38. <incom.uab.cat/occ/informe>.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (2020). «Disney+ incorpora el català a l'opció d'idioma» [en línia] (23 desembre). <<https://web.gencat.cat/ca/actualitat/detall/Disney-incorpora-el-catala-a-lopcio-didioma>>.
- GENERALITAT DE CATALUNYA. DEPARTAMENT DE CULTURA (2021). *Informe de política lingüística 2019* [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. <<https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/informepl/arxiu/IPL-2019.pdf>>.
- GENERALITAT DE CATALUNYA. DEPARTAMENT DE CULTURA. DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2020a). *El doblatge i la subtitulació en català a les plataformes digitals* [en línia] (maig). <https://llengua.gencat.cat/web/.content/actualitat/2020/imatges/2020.06.08-demanda_doblatge_subtit.pdf>.
- (2020b). «Més del 75 % dels catalans volen sèries i pel·lícules doblades en català a les plataformes digitals» [en línia] (25 maig). <<https://llengua.gencat.cat/ca/detalls/noticia/series-en-catala-i-Disney>>.
- GUILLAMET, Jaume (1983). *Prensa local i comarcal: Un model català de periodisme popular*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura.
- GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel (2014). *Les polítiques de mitjans de comunicació durant els governs de Jordi Pujol: Prensa, ràdio i televisió en el procés de reconstrucció nacional de Catalunya*. Barcelona: Proa.
- GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel; BLASCO GIL, José Joaquín (2015). «La regularización de las emisiones de televisión autonómica fuera de la comunidad de origen: el caso de Cataluña (2004-2014)». *Área Abierta* [en línia], vol. 15, núm. 2, p. 1-17. <https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2015.v15.n2.49525>.
- GUTIÉRREZ, Àlex; HUGUET, Judit (2020). «El català a les plataformes, què el frena?». *Ara* [en línia] (6 juny). <https://www.ara.cat/media/catala-plataformes-streaming-netflix-amazon-filmin-disney-hbo-series_1_1132107.html>.
- LÓPEZ, Bernat; COROMINAS, Maria (1995). «Spain: The contradictions of the autonomous model». A: MORAGAS, Miquel de; GARITAONANDÍA, Carmelo (ed.). *Decentralization in the global era: Television in the regions, nationalities and small countries of the European Union*. Londres: John Libbey, p. 175-199.
- MARTÍNEZ, Francesc (2011). «Persecució a la comunicació en valencià». *El Punt Avui* [en línia] (22 febrer). <<http://www.elpuntavui.cat/article/lliure/13-comunicacio/20-comunicacio/373864-persecucio-a-la-comunicacio-en-valencia.html>>.
- MASSAGUER COMES, Marina; FLORS-MAS, Avel·lí; VILA, F. Xavier (2021). *Català, youtubers i instagramers: Un punt de partida per promoure l'ús de la llengua* [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística. <<https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/btpl/arxiu/29-btpl-catala-youtubers.pdf>>.
- MEYER, Henning (2017). «Comprender la revolución digital y lo que realmente implica». *Anuario Internacional CIDOB* [en línia] [Barcelona], p. 50-56. <<https://raco.cat/index.php/AnuarioCIDOB/article/view/348673>>.

- MORAGAS, Miquel de; COROMINAS, Maria (1988). *La comunicació local a Catalunya (1975-1988): Espais de comunicació i participació democràtica*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- (1992). «Spain, Catalonia: Media and democratic participation in local communication». A: JANKOWSKI, Nick; PREHN, Ole; STAPPERS, James (ed.). *The people's voice: Local radio and television in Europe*. Londres; París; Roma: John Libbey, p. 186-197.
- PLANA, Mireia (2020). «No és això, Disney Plus, no és això». *La Corbella* [en línia], núm. 35, p. 19. <<https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/arxius/lacorbella/Corbella-35-Versi%C3%B3Web.pdf>>.
- PLATAFORMA PER LA LLENGUA (2020a). *Informe sobre el català a Netflix* [en línia] (maig). Barcelona: Plataforma per la Llengua. <https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/netflix_1590739331.pdf>.
- (2020b). *Informe CAT 2020: 50 dades sobre la llengua catalana* [en línia] (juny). Barcelona: Plataforma per la Llengua. <https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/pdf/informecat-2020_267_11_2406.pdf>.
- (2020c). «La llengua de Disney». *La Corbella* [en línia], núm. 35 (estiu), p. 18. <<https://www.plataforma-llengua.cat/media/upload/arxius/lacorbella/Corbella-35-Versi%C3%B3Web.pdf>>.
- SALVÀ, Bernat (2020). «Català sota mínims». *El Punt Avui* [en línia] (1 juny). <<http://www.elpuntavui.cat/cultura/article/19-cultura/1799079-catala-sota-minims.html>>.
- TERÈS, Mercè (2021). «Per què el doblatge en català no arriba a plataformes com Netflix?». *El Nacional.cat* [en línia] (31 març). <https://www.elnacional.cat/ca/cultura/doblage-catala-plataformes-netflix-disney-hbo_596576_102.html>.
- VALERO, Pol; NAVARRO, Edgar (2021). «El català s'obre pas a les plataformes de streaming». *Diari de Barcelona* [en línia] (12 maig). <<https://www.diaridebarcelona.cat/-/catala-obre-pas-plataformes-streaming>>.
- VILAWEB (2020). «Disney+ incorporarà films en català al catàleg». *VilaWeb* [en línia] (23 maig) <<https://www.vilaweb.cat/noticies/disney-catala-doblage-subtitols-series-pellicules-enquesta/>>.
- WEBMÀSTERS INDEPENDENTS EN CATALÀ, DE CULTURA I D'ÀMBITS CÍVICS (WICCAC) (2021). *Baròmetre de l'ús del català a Internet: Resum de situació a 30 de juny del 2021* [en línia]. <<http://wiccac.cat/resum.html>>.

L'himne d'*Els segadors*

Com encertadament assenyala Josep Massot i Muntaner en el seu estudi, signat conjuntament amb Salvador Pueyo i Oriol Martorell, titulat *Els segadors. Himne nacional de Catalunya*, i publicat el 1983 pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, l'origen i el desenvolupament de l'himne *Els segadors* procedeixen d'una cançó popular nascuda arran dels fets històrics del període 1639-1640.

El text té com a base la versió recollida per Manuel Milà i Fontanals (1853), la qual s'ha anat adaptant fins a arribar a l'actual, segons una darrera revisió d'Emili Guanyavents (1899) i amb la tornada unificada recentment. La música, en totes les versions i arranjaments, s'ha desenvolupat a partir de l'harmonització de la cançó que feu Joan Lamote de Grignon (1937) i algunes puntualitzacions introduïdes per Oriol Martorell, Manuel Oltra i Enric Gispert (1981).

Catalunya, triomfant,
tornarà a ser rica i plena!
Endarrere aquesta gent
tan ufana i tan superba!

Bon cop de falç!
Bon cop de falç, defensors de la terra!
Bon cop de falç!

Ara és hora, segadors!
Ara és hora d'estar alerta!
Per quan vingui un altre juny
esmolem ben bé les eines!

Bon cop de falç!
Bon cop de falç, defensors de la terra!
Bon cop de falç!

Que tremoli l'enemic
en veient la nostra ensenya:
com fem caure espigues d'or,
quan convé seguem cadenes!

Bon cop de falç!
Bon cop de falç, defensors de la terra!
Bon cop de falç!

DISCURSOS COMMEMORATIUS

Títols publicats

- [1] *Onze de Setembre: Discursos commemoratius (2012-2015)* (2016)
- 2 Eva SERRA, *Història i política en el passat i en el present* (2019)
- 3 Carles BOIX, *Catalunya, subjecte sobirà, a la recerca de garanties polítiques: el referèndum de l'1 d'octubre* (2019)
- 4 Joan MARTÍ I CASTELL, *Pompeu Fabra: un exemple infrangible de lleialtat nacional* (2019)
- 5 Andreu MAS-COLELL, *El futur de l'economia catalana: brillant o mediocre?* (2019)
- 6 Núria SALÁN, *La tecnologia i la nostra vida: quan la petita es fa gran...* (2020)
- 7 Maria COROMINAS, *Llengua i mitjans de comunicació a Catalunya: política lingüística, política de mitjans i societat civil* (2021)

