



elcatalà

en els mitjans de comunicació

Situació actual i perspectives

La recerca que ha dut a terme la Societat Catalana de Comunicació, amb el suport del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, parteix del fet que a Catalunya hi ha una certa consciència de la manca de mitjans de comunicació en català, però no es coneix la situació de manera rigorosa, ja que els estudis o bé són parcials o, en darrer terme, no reflecteixen la realitat canviant d'aquest sector (nou entorn tecnològic, nous mitjans de comunicació i nous usos). L'estudi es planteja reunir i sistematitzar, d'una banda, les dades que hi ha sobre l'oferta de mitjans de comunicació en català, sector que ha estat força difícil, i, de l'altra, completar la recerca amb dades sobre el consum.



elcatalà

en els mitjans de comunicació

Situació actual i perspectives



Societat Catalana de Comunicació

El **Català** en els mitjans de comunicació : situació actual i perspectives

Bibliografia

ISBN 84-7283-620-7

1. Societat Catalana de Comunicació

1. Mitjans de comunicació de massa i llengua — Catalunya

2. Català — Ús

659.3:804.99

amb el suport de



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura

© dels autors dels treballs

© 2002, Societat Catalana de Comunicació,

filial de l'Institut d'Estudis Catalans, per a aquesta edició

Carrer del Carme, 47. 08001 Barcelona

Primera edició: setembre de 2002

Tiratge: 500 exemplars

Text revisat lingüísticament pel Servei de Correcció de l'IEC

Compost per fotocomposició gama, s. l.

Carrer d'Àrístides Maillol, 3, 1r. 08028 Barcelona

Imprès a Limpergraf, SL

Polígon industrial Can Salvatella. Carrer de Mogoda, 29-31. 08210 Barberà del Vallès

ISBN: 84-7283-620-7

Dipòsit Legal: B. 11187-2002

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 sormeses a les sancions establertes per les lleis.

Introducció. <i>Imma Tubella, coordinadora de la recerca</i>	5
El català als mitjans de comunicació. Perspectiva històrica i bibliografia. <i>Josep M. Figueres, amb el suport de Lluís Tolosa i David Ventura</i>	9
L'oferta del català als mitjans de comunicació. <i>Marcial Murciano, amb el suport d'Enric Xicoy</i>	77
La mesura de l'ús dels mitjans catalans, una qüestió pendent. <i>Llúcia Oliva de la Esperanza, amb el suport de Conxa Parramon i Jordi Jauset</i>	99
Recerca qualitativa. Enquesta als responsables de les empreses audiovisuals. <i>Albert Sáez i Casas, amb el suport d'Eva Comas i Enric Xicoy</i>	115
ANNEXOS	155
El català a Internet: l'oferta lingüística a la xarxa. <i>David Domingo i Antoni Esteve, amb el suport d'Albert Benet</i>	157
El cas de les Illes Balears. <i>Matilde Delgado</i>	175
El cas del País Valencià. <i>Rafael Xambó</i>	189
Conclusions. <i>Josep M. Martí, director de la recerca</i>	221

INTRODUCCIÓ

Imma Tubella

Coordinadora de la recerca

algrat que hi ha una certa consciència a Catalunya de la manca de mitjans de comunicació en català, no es coneix la situació de manera rigorosa, ja que els estudis o bé són parcials o en darrer terme no reflecteixen la realitat canviant d'aquest sector: nou entorn tecnològic, nous mitjans de comunicació i nous usos.

La recerca que ha dut a terme la Societat Catalana de Comunicació, amb el suport del Departament de Cultura, parteix d'aquest fet i es planteja reunir i sistematitzar, d'una banda, les dades existents sobre l'oferta de mitjans de comunicació en català, sector en què ha trobat més dificultat, i, de l'altra, completar la recerca amb dades sobre el consum. Cal tenir en compte que quan parlem de grans mitjans de comunicació l'existència de dades és significativa, però quan intentem extreure dades de mitjans de comunicació locals, de fora de l'àmbit territorial considerat per SOFRES –per exemple, en el cas de la televisió a les Illes o al País Valencià, per no dir a la Catalunya Nord–, o no tradicionals, com és el cas d'Internet, la dificultat és considerable.

De tota manera, la recerca que hem emprès parteix de la convicció que el present i el futur proper van cap a la convergència i la integració de mitjans o, si més no, de la complementarietat, i fa una aproximació a la situació del català als mitjans de comunicació partint d'àrees temàtiques i no de mitjans. D'aquesta manera s'ofereix una visió global i no fragmentada del sector, més pròpia de la història que del futur.

En aquest sentit, s'inicia la recerca amb un cop d'ull a l'evolució històrica del català als mitjans de comunicació analitzant la producció editorial, premsa diària, ràdio, televisió i cinema. En aquest capítol, sota la direcció de Josep M. Figueres i amb la col·laboració de Lluís Tolosa i David Ventura, s'inclou una àmplia bibliografia històrica sobre el tema.

A continuació, els autors Marcial Murciano Martínez i Lúcia Oliva de la Esperanza, amb la col·laboració de Dolors Parramon Codina i Jordi Jauset Berrocal, analitzen l'oferta i la demanda, respectivament.

El capítol IV, dins de l'àmbit de la perspectiva, ofereix els resultats d'una enquesta valorativa realitzada a responsables d'empreses audiovisuals. Els autors, Albert Sáez i Casas, Eva Comas i Arnal i Enric Xicoy i Comas, intenten conèixer l'autopercepció dels dirigents dels mitjans respecte de l'ús de la llengua catalana i detectar tendències en la presa de decisions. Cal tenir en compte, però, que aquestes entrevistes es van fer l'estiu de l'any 1999 i que alguns dels directors entrevistats actualment ja no tenen el mateix càrrec. Malgrat això, les respostes són vigents quant al punt de vista del mitjà.

Finalment, tres annexos completen la recerca; el primer, sobre la situació del català a la xarxa, realitzat per Antoni Esteve, Albert Benet i David Domingo. Tot i que Internet és un fenomen comunicatiu complex i difícil d'analitzar i que les dades són encara escasses, aquesta contribució és una de les primeres aproximacions al tema, fet que li confereix un valor afegit important. Els altres dos annexos són una aproximació a la situació del català als mitjans de comunicació a les Illes Balears (Matilde Delgado Reina) i al País Valencià (Rafael Xambó i Olmos).

També havíem demanat una contribució a investigadors de la Catalunya Nord, però l'escassetat i la dificultat en la verificació de dades no l'ha fet possible.

El problema fonamental de la recerca han estat les dades. D'una banda, pel que fa al consum, les dades són molt recents, pràcticament del moment, però quan es tracta d'oferta, la publicació de dades contrastades és molt més lenta. Vàrem iniciar la recerca partint d'un estudi de la Universitat de Barcelona sobre indicadors d'ús del català als mitjans de comunicació i les indústries de la cultura de desembre de 1997 amb dades fonamentalment de 1994, i en alguns casos de 1995. De fet, la recerca estava enllestida abans de l'estiu de 1999, però vàrem decidir retardar-la uns mesos per poder incloure dades de 1998. Una de les conclusions, doncs, que ens atrevim a incloure en aquesta introducció metodològica és la necessitat de crear un observatori es-

table d'indicadors d'ús del català als mitjans de comunicació, que permetria posar al dia aquesta recerca i promoure activament una millora en el tractament de dades.

La funció de l'observatori d'indicadors d'ús del català als mitjans de comunicació recolliria i sistematitzaria les dades que de fet existeixen de manera dispersa i fragmentada, les processaria mitjançant una metodologia clara, o almenys amb criteris únics, transparents i fàcilment contrastables, amb l'objectiu d'oferir un repertori de dades comparables que ens permeti construir seqüències històriques i avaluar l'evolució i no la situació en un moment concret, molt poc útil des de punt de vista científic. D'aquesta manera potser podrem començar a treure conclusions qualitatives sobre la situació del català lligades a conceptes com el prestigi, l'adhesió social, etc.

En un temps on el concepte velocitat domina la realitat lligada a la comunicació i les televisions, per exemple, disposen de dades immediates, s'han de posar els mitjans necessaris a disposició dels investigadors per a poder elaborar estudis d'acord amb aquesta realitat, perquè la situació de 1998, quan es tracta de mitjans de comunicació, és història.

Finalment cal dir que, la Societat Catalana de Comunicació va fer una crida entre els seus associats per a formar un grup de recerca. D'aquesta crida ha sortit l'equip que he coordinat durant el període que ha durat la recerca, assistit eficaçment per Ferran Cabellos, secretari tècnic de la Societat, i la col·laboració d'Enric Xicoy i Comas en l'actualització de dades sobre l'oferta.

EL CATALÀ ALS MITJAS DE COMUNICACIÓ. PERSPECTIVA HISTÒRICA I BIBLIOGRAFIA¹

Josep M. Figueres,
amb el suport de **Lluís Tolosa i David Ventura**

l'equip de treball, sota la nostra coordinació, en els diversos capítols, s'ha fixat sobretot en la presentació de la bibliografia essencial (David Ventura) i dels gràfics més rellevants per als apartats de producció social més destacats, això és: llibre, premsa, ràdio, cinema, televisió (Lluís Tolosa). Hem descartat altres apartats, també interessants, com teatre, noves tecnologies, retolació pública, etc., en funció de paràmetres que ha calgut considerar en un treball de conjunt (temps limitat de recerca, unificació de criteris amb els altres capítols d'aquesta investigació, falta de dades en les sèries específiques...).

L'evolució de la presència històrica de la llengua catalana als mitjans de comunicació ha estat íntimament lligada a la voluntat política centralista espanyola; i des que Catalunya ha estat vinculada políticament i en situació de dependència, des de 1714, tret de breus períodes temporals, ha estat lli-

1. Dossier elaborat per la Societat Catalana de Comunicació. Se'n féu la publicació oficial al butlletí de l'entitat i es lliurà al Departament de Cultura en una reunió amb E. Carbonell, qui aleshores n'era el director general i tenia competències en aquesta qüestió.

gada a la discriminació i prohibició. En aquest sentit no es pot parlar ni d'igualtat de mercat ni de voluntat de la població. Els factors aliens a les lleis de l'oferta i la demanda han prevalgut al territori de parla catalana.

L'evolució de la presència de la llengua catalana, doncs, als mitjans de comunicació editats a la Catalunya estricta² i des del període que ens fixem per mor de la manca de dades seguides, de sèries, la considerem des de la fi de la Guerra Civil fins ara. Aquesta evolució ha tingut des de 1939 tres moments determinants que cal assenyalar encara que sigui de manera breu i ajustada a l'extensió d'aquesta presentació: primer, l'impacte repressiu del franquisme contra la llengua (i les derivacions i els productes socials i culturals...); segon, la recuperació tant cultural, des de la tolerància, l'empara eclesiàstica, els subterfugis i les *escletxes*, com política amb l'oposició (premsa clandestina...); i, finalment, les noves etapes democràtiques en què l'Estat no ataca directament per acció la llengua catalana sinó per omisió, això és, no l'afavoreix mentre que protegeix l'espanyol amb lleis, pressupostos, reglaments, subvencions i, el més important, amb una voluntat continuada, sistemàtica i regular que la llengua oficial sigui la predominant a l'Estat. No podem parlar, doncs, d'una igualtat de condicions entre la llengua oficial a tot l'Estat i les nacionals dels altres territoris. Es deixen les llengües que no són la castellana a mercè dels fluxos del mercat amb les conseqüències prou observables de minoritat i residualitat en determinats àmbits i amb les polèmiques paradoxals (cinema, justícia, programes informàtics) en una situació d'injustícia social evident.

Anys 1938-1939. Repressió militar i legal contra una llengua

El 1938, en terres de Lleida, i el 1939, a totes les altres comarques catalanes, l'actuació oficial, sistematitzada amb ordres, bans, decrets i la força dels fets, fou de prohibició absoluta, sistemàtica, global per a tota comunicació en llengua catalana, sempre utilitzant la força militar, tot i que, per la vitalitat de la llengua, aparegueren normatives precises atenent que catalans que donaven suport al nou règim utilitzaven habitualment, i en el món del treball també, com és obvi, la llengua catalana. Llibres, opuscles i fullets, cartells, octavetes i participacions privades de casament o altres, impresos publicitaris, emissions radiofòniques, teatrals, cinematogràfiques, etc., foren prohibits en un règim de terror en el qual hi havia afusellaments diaris, empresonaments en camps de concentració, censura als continguts informatius i d'opinió, tribunals diversos de repressió que actuaven en instàncies múltiples... Era evident que la llengua catalana s'havia de mantenir, com volien les noves autoritats d'ocupació, reclosa a l'àmbit privat, on s'assegurava que no seria

2. No considerem els altres territoris de parla catalana de l'Estat espanyol o els que es podrien considerar pertanyents a la Catalunya lingüística, com la Franja de Ponent i la Catalunya Nord, per la seva específica situació lingüística, que necessita monografies particularitzades.

perseguida: la llengua catalana, a la cuina, com es glossava des del dol individual resignat..., com si fos el pas previ a la desaparició de la llengua culta i útil.

Tanmateix, la presència insignificant d'elements al·lògens en la vitalitat demogràfica, la força de la identitat catalana en el conjunt de la població rural i les capes urbanes populars, la identificació del clergat de base, la presència d'uns nous intel·lectuals ràpidament reivindicadors de la cultura catalana i un conjunt d'altres factors, possibilità que de manera gradual comencés la voluntat de continuïtat,³ un progrés que podríem considerar com una piràmide de la recuperació de l'ús públic de la llengua catalana:

TAULA 1

<i>Mostra de l'evolució de l'activitat pública de la cultura catalana en diversos mitjans de comunicació</i>		
<i>Llibre</i>	<i>Prensa</i>	<i>Altres mitjans</i>
1940-1950		
Bibliòfil	Erudita	Teatre religiós
Reedicions	Especialitzada	Lectures privades de poesia
1951-1960		
Religiós	Especialitzada	Teatre literari
	Mensual especialitzada	
	No informativa	Ràdio folklòrica
1961-1970		
Assaig	Comarcal	Ràdio cultural
	Infantil	Recitals de cançó
	Setmanal	Recitals de poesia
		Teatre general
1971-1980		
Novel·la de butxaca	Literària	Cinema
Traduccions	Diària	Espectacles diversos
		Ràdio informativa
1981-1990		
Ensenyament	Digital	Televisió per cable

S'observa, doncs, un progrés continuat, de forma constant des de la cleda de la minoritat i la semiclandestinitat, amb l'exemple més evident de les lec-

3. Entre d'altres, han estudiat meticulosament el procés de prohibició i de recuperació: Joan SAMSÓ, *La cultura catalana entre la clandestinitat i la represa pública (1939-1951)*, Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1951, 2 v.; Joan CREXELL i Albert MANENT, *Bibliografia catalana dels anys més difícils (1939-1943)*, Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1988; Josep BENET, *Catalunya sota el règim franquista. Informe sobre la persecució de la llengua i la cultura catalana pel règim del general Franco*, París, Edicions Catalanes de París, 1973 i nova ed. ampl. amb el títol *L'intent franquista de genocidi cultural contra Catalunya*, Barcelona, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1992; Francesc FERRER, *La persecució política de la llengua catalana: Història de les mesures preses contra el seu ús des de la Nova Planta fins avui*, Barcelona, Edicions 62, 1985; Jaume GUILLAMET, *Prensa, franquisme i autonomia: Crònica catalana de mig segle llarg (1939-1995)*, Barcelona, Flor del Vent Edicions, 1996; Miquel PORTER i MOIX, *Història del cinema a Catalunya*, Barcelona, Departament de Cultura, 1992; Rosa M. FRANQUET, *Història de la radiodifusió a Catalunya*, Barcelona, Edicions 62, 1986.

tures de poesia en domicilis particulars i l'empara eclesiàstica en l'edició de llibres i revistes o en la cobertura d'activitats. Aquest procés avança des de la presència erudita a la d'abast general en una similitud en els diversos àmbits (llibre, premsa, ràdio...), i tolera primer els continguts folklòrics abans d'arribar als informatius. Fins i tot en etapes recents de proclamada llibertat, un president de govern –Adolfo Suárez– protagonitza una sonora polèmica arran de la possibilitat de divulgar –i fer– ciència en català. S'autoritza, doncs, primer un incipient, mins, mercat resistencial que possibilitarà un mercat normalitzat a la dècada dels vuitanta.

Si bé la premsa en català el 1939 és absolutament prohibida –àdhuc la religiosa i la falangista, com la ràdio i el cinema–, el primer mitjà comunicatiu que comença a manifestar la seva voluntat de catalanització és el llibre. Autors i editors es passen al castellà per a poder viure i divulguen temàtica catalana en llengua castellana i així s'afavoreix el salt posterior a la plena catalanització, sense renunciar a ser presents al mercat estatal. Joan Crexell i Albert Manent han estudiat l'acció editorial dels primers anys en unes xifres minses⁴ però carregades d'heroïcitat:

TAULA 2

	Acció editorial 1939-1943			
	<i>Països Catalans</i>	<i>Espanya</i>	<i>Exili</i>	<i>Total</i>
1939 ⁵	32	0	15	47
1940	18	1	9	28
1941	25	2	12	39
1942	28	16	24	68
1943	29	9	24	62

Any 1966. Obertura tímida amb control de continguts i mitjans

La llei de premsa i impremta de Fraga Iribarne derogà la llei de premsa de 1938, una llei de guerra que posava sota administració militar tot el procés comunicatiu (dels continguts a les empreses, passant pels periodistes) a través de registres especialitzats i d'organismes repressors. La nova legislació possibilitava un creixement, i els anys seixanta podem afirmar que comunicativament s'observa el pas del llibre a la premsa especialitzada, mentre que la ràdio comença tímidament. S'assenten així les bases per a un creixement.

El procés de catalanització té lloc gràcies a l'habilitat de pràcticament tots els promotors culturals de comarques, de tots els agitadors del país, que aprofitaren les plataformes creades o mantingudes en llengua castellana,

4. J. CREXELL, i A. MANENT, *Bibliografia dels anys...*, 12.

5. Comptant els nou títols apareguts abans del 26 de gener.

arran del canvi forçat el 1939, per a introduir, subtilment, calmadament però constantment, la llengua catalana, amb les discussions amb censors i autoritats en una gradació de continguts a partir de continguts folklòrics, literaris i religiosos, els anys cinquanta, d'una gradualitat exasperant en determinats àmbits que avançà, generalment, de les comarques a la capital.⁶ Els intents de la capital de Catalunya de crear plataformes per tot el país, per exemple el del diari *Migdia* (1966), són anul·lats; només es tolera la premsa infantil amb regust de barretina i folklore, allunyada de la modernitat, com ara *En Patufet* (1968) o *Tele-Estel* (1966), que al costat dels suplementos en català de diaris com *El Correo Catalán* («Catalunya endins») o la columna, al mateix periòdic, d'Esteve Busquets i Molas recorden l'existència d'una llengua que no té presència als mitjans de comunicació quan només vint anys abans era impossible seguir la vida cultural sense llegir els diaris en català com *La Publicitat* o *La Veu*. Tanmateix, el sector més representatiu del període, si el llibre ho fou, amb la premsa clandestina als anys cinquanta, és la premsa local i comarcal, de la qual el cens de Jaume Guillaumet de 1981 anotava 147 publicacions en una llista abundosa i majoritària.⁷

Els grans mitjans del període 1967-1979 exclouen la llengua catalana. Ni un diari, ni una emissora de ràdio, ni un setmanari informatiu...; això sí, parcel·les en cada àmbit: columnes o suplementos en periòdics, programes de ràdio, setmanaris comarcals o especialitzats. A les comarques, tant en premsa com en ràdio, s'avançava i es va marcar un camí cap a Barcelona; la indústria editorial de la capital enceta un estol d'editorials minúscules degudes sovint al voluntariat però que s'expandeixen durant aquesta dècada i arriben a fer grans obres. És el cas de l'editorial nascuda el 1962 i que pren aquest nom, Edicions 62, que s'arrisca a fer el salt del llibre religiós al llibre de butxaca i a la novel·la negra, o d'Enciclopèdia Catalana, que esdevé tot un repte per l'ambició d'un projecte que va acabar amb èxit de participació, tot i les dificultats financeres i les crisis que se superen.

Any 1979. Expansió voluntarista frenada pel mercat capitalista

El 1980 va aparèixer un dossier de Marina Subirats⁸ que descriu el procés de canvi arran del nou tombant polític iniciat, exposat a partir de les conclusions del Congrés de Cultura Catalana (1977), on es glossaven les dificultats. En aquest treball, després d'una recerca amb gairebé mig centenar de protagonistes en l'ús social del català, la sociòloga constata la dificultat del procés

6. Josep M. FIGUERES, «La premsa catalana (1966-1979)», *L'Avenç*, 29 (octubre 1979), pàg. 66-70.

7. Jaume GUILLAMET, *La premsa comarcal. Un model de periodisme popular*, Barcelona, Departament de Cultura, 1983, pàg. 442.

8. Marina SUBIRATS, «La utilització del català. Entre la precarietat i la normalització», *Saber*, 1 (1980), pàg. 34-50.

de normalització, la lentitud i els costos, la desigualtat en els diversos àmbits analitzats i el gran esforç que significa haver de partir de zero, i de l'eliminació de la llengua catalana de l'activitat social i la vida pública. Ens sembla, no obstant això, un document important pel moment històric, tot just començat el canvi polític i en plena discussió sobre quin havia de ser el camí que calia emprendre.

S'observa, un cop analitzat l'article vint anys després, que l'origen i l'adhesió popular al procés de normalització lingüística no ha estat suficient per a consolidar canvis radicals en una situació socialment injusta per essència (condemnar una població a l'ús d'una altra llengua), en què la castellanització es féu autoritàriament i sense discussions, mentre la tornada a la catalanització es féu pactadament i amb discussions constants entre multitud de sectors fins a arribar a infinites polèmiques, com es detecta en el sector del cinema, encara gens catalanitzat, més enllà d'un film únic simbòlic en unes poques sales i en unes sessions mínimes. A l'informe de Subirats s'al·ludeix, entre altres, al llibre, a la premsa, a la ràdio, a la televisió i al cinema. Vegem el primer d'aquests apartats amb alguna dada de l'època.

La bibliografia sobre premsa, a diferència de la d'altres sectors és nodrida.⁹ A l'informe de Josep Gifreu¹⁰ se cita la presència de dos diaris en llengua catalana (*Avui* i *Punt Diari*) d'un total de 21 publicacions diàries existents al Principat.¹¹ En percentatge de consum no s'arribava al 6 %. La premsa d'abast general mantenia una situació també residual.¹² Deu anys després, el nombre de diaris va augmentar (*Regió 7*, *El Maresme*, *Diari de Barcelona*, *Diari de Lleida*, *Nou Diari*...) però els percentatges de consum no es van alterar considerablement atenent que les tres quarts parts de la tirada corresponen als diaris esportius, a *La Vanguardia* i a *El Periódico*, editats tots en castellà. Només fins a arribar a la duplicació del diari en dues edicions (*El Periódico*, *El Segre*) es va poder superar la difícil barrera del 10 % del consum. Tanmateix al final dels setanta es constata amb sorpresa, en l'informe esmentat, que la premsa podia ajudar més que el llibre a fer la lectura habitual en català,

9. Esmentem especialment pel seu valor el monogràfic doble de la revista *Anàlisi*, «Mitjans de comunicació a Catalunya», 5-6 (1982), que conté una extensa bibliografia amb taules, gràfics i dades diverses sobre la comunicació als anys vuitanta. Pel que fa a la premsa diària, cal esmentar Salvador CARDÚS i Lluís TOLOSA, *La premsa diària a les Illes Balears, el País Valencià i Catalunya (1976-1996)*, Barcelona, Grup de Fundacions Fus, 1998.

10. *L'Hora* (novembre 1979).

11. Insistim que no es considera Andorra que, amb *El Poble Andorrà* i actualment amb *Diari d'Andorra* i el suplement diari dedicat a Andorra d'*El Periódico de Catalunya*, manté en proporció a la seva població una taxa de capçaleres en català diferent a la del Principat.

12. Josep M. FIGUERES, *Informe sobre les perspectives de la premsa en català d'abast general a Catalunya*, investigació auspiciada pel Centre d'Investigació de la Comunicació, Barcelona, El Llamp, 1990. Ofereix una taula amb les publicacions d'abast general desaparegudes que abracen àmbits tan significatius com gastronomia, informació política, informació esportiva, infantil, humorística, universitària, cultural, ecologista, femenina, juvenil..., amb la qual cosa es demostra que la iniciativa privada editava publicacions d'abast general (temàtica oberta i distribució als quioscos), però el mercat fou incapaç de mantenir-les per problemes diversos.

com a les biblioteques les revistes en català existents aleshores eren sovint llegides amb interès. Analitzades les 369 revistes presents en l'exposició de premsa catalana de "la Caixa" (1979), hi predomina la distribució restringida a una zona geogràfica determinada o a un àmbit també delimitat, com ara una associació o un grup.

En els vint anys transcorreguts, els resultats, a diferència de la ràdio o el llibre, no han millorat substancialment en l'apartat de la premsa general. Sí, però, a la local i a la diària. Per a la premsa setmanal les xifres són esfereïdors. Al rellevant informe de Josep Gifreu,¹³ la premsa diària en llengua catalana tenia una difusió de 53.800 exemplars sobre un total de 576.000 exemplars pel que fa al total de difusió de diaris a Catalunya; la xifra era, doncs, del 9,3 %, amb desigualtats que anaven del 21,3 % a la província de Girona al 3,8 % a la de Lleida. A l'*Avui* s'hi van sumar periòdics locals com *El Pla de Bages*, mentre que la premsa barcelonina de gran abast (*La Vanguardia*, *El Periódico*) no va fer el canvi lingüístic que va fer deu anys després *El Periódico* a Barcelona i *El Segre* a Lleida amb la doble edició del mateix diari, una per a cada llengua. El 1988 el percentatge era del 12 % amb els periòdics *Punt Diari*, *Regió 7*, *Avui* i *Diari de Barcelona*.

El 1999 dels 50 setmanaris distribuïts arreu de Catalunya només tres (*Triangle*, *Catalunya Cristiana* i *El Temps*) es poden trobar amb una relativa facilitat. Han desaparegut pràcticament tots els models de publicacions setmanals (humorística, informativa, política, literària...) amb l'empobriment idiomàtic que comporta. Alhora, la premsa setmanal editada a Madrid venia regularment entre el 12,30 % i el 33,78 % de la seva edició a Catalunya.¹⁴ La premsa setmanal en llengua catalana havia fet un esforç de presència des de 1966 amb *Tele-Estel* (23 títols segons Josep Faulí),¹⁵ dels quals només els tres esmentats pogueren mantenir-se fins avui en un procés no exempt de dificultats. Per a constatar l'hegemonia castellana en la difusió de la premsa no diària a Catalunya del període 1990-1994, de 48 grans publicacions de quiosc, de la premsa general d'informació, del cor, guies de televisió, revistes del motor, de divulgació científica, de la llar, de la família, del cinema, etc., no n'hi havia cap en català.¹⁶ Naturalment, dels gairebé deu milions d'exemplars en el consum del quiosc no hi havia ni l'1 % en llengua catalana.¹⁷

Tanmateix, apareixen des dels anys setanta fins als noranta uns sectors periodístics temàtics concrets en un creixement constant en nombre de cap-

13. Josep GRIFFEU, *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya: Horitzó 1990: Perspectiva sobre la transformació del sistema de comunicació a Catalunya i la seva incidència en la llengua i la cultura*, Barcelona, Institut d'Estudis Catalans, 1986, pàg. 126.

14. Josep GRIFFEU, «La difusió de la premsa diària i setmanal a Catalunya», *Anàlisi*, 1 (juny 1980), pàg. 40.

15. Josep FAULÍ, «Setmanaris de posguerra», *Gazeta*, 1, pàg. 30.

16. Joan CORBELLA, *La comunicació social a Catalunya*, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1995.

17. Les raons resten prou explicades a l'*Informe* de Figueres.

çaleres, en consum i en extensió de penetració en noves capes socials. Aquests sectors corresponien a la premsa local i comarcal, a la religiosa, a la institucional, a la d'entitats, a la premsa cultural i erudita, i a l'especialitzada en qüestions diverses produïda per diversos àmbits. Aquests sectors, lligats a l'Administració, l'Església, les entitats associatives, la universitat, els centres d'estudi local i acadèmic, es catalanitzaren ràpidament tot consolidant la línia d'abast general a diferència de la premsa, segurament la més important en la perspectiva global de tirada i d'influència, on la llengua catalana tenia als setanta –i manté encara– una presència ben minsa per no dir pràcticament nul·la. A les llistes dels primers setmanaris de l'Estat, a la llista de les publicacions més difoses, només trobem com a més difoses les revistes vinculades a la Caixa, el RACC o similars. Fins i tot els setmanaris gratuïts universitaris majoritaris són en castellà. El document APPEC¹⁸ mostrava uns camins que, en no seguir-se han comportat, per a la premsa d'abast general, a la inexistència de premsa política, especialitzada (modes, informàtica, etc.), femenina i del cor, informativa, televisiva, etc., en llengua catalana, atès que ara cap empresa periodística aposta per la llengua catalana i totes les noves iniciatives es fan en la llengua vehicular, cada vegada més, dels mitjans de comunicació, això és, la llengua oficial de l'Estat.

Perspectiva històrica

La producció de títols

L'evolució de la producció de llibres en català al llarg del segle és un bon mirall on es pot contemplar la història d'un país i d'una llengua sotmesos a la repressió d'una dictadura (gràfic 1 i gràfic 2; aquest últim és una ampliació del període d'enfonsament i recuperació de la producció en català).

El 1933, la producció editorial en català era de 740 títols, que representava el 20 % del total de la producció de l'Estat espanyol.

El 1936, la producció en català era de 865 títols, però la victòria franquista de 1939 redueix l'edició catalana al no-res. De 1939 a 1945 es publiquen una desena de llibres i encara de forma clandestina. En aquest mateix període, es publiquen més llibres a l'exili que a l'interior.

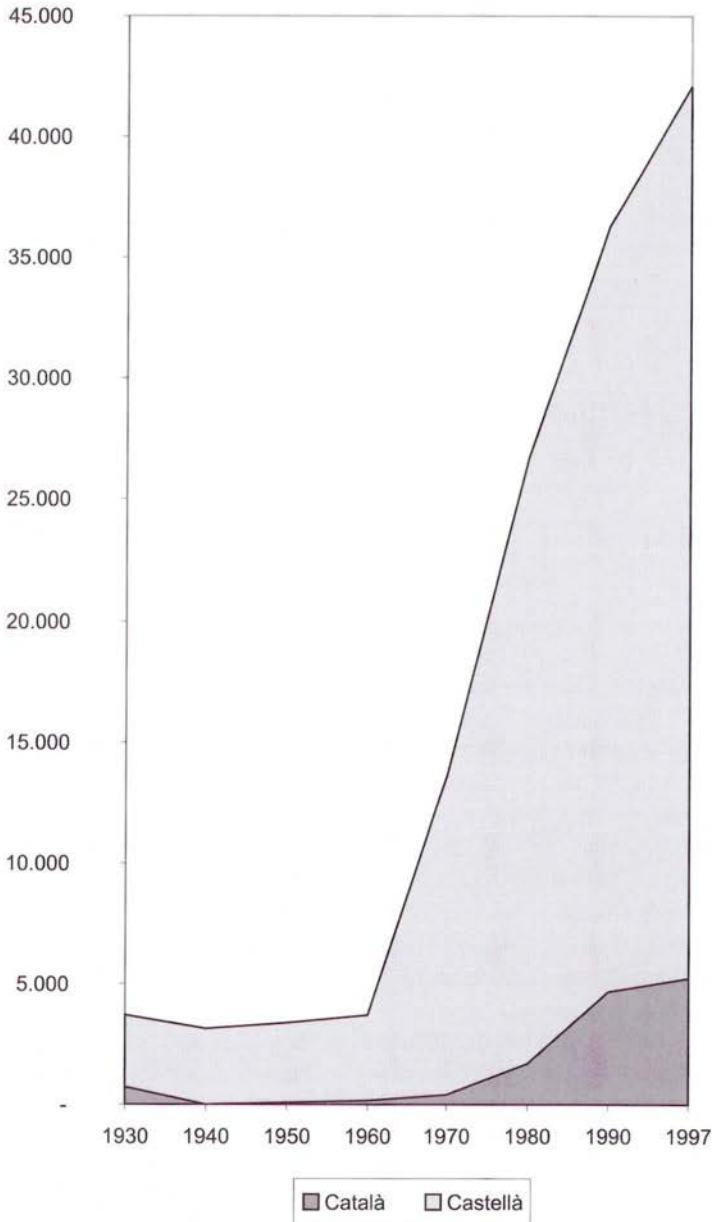
Als anys seixanta, en aixecar-se la veda burocràtica del règim, la producció editorial comença a augmentar, però no va ser fins a 1976, amb l'inici de la transició democràtica, quan es va recuperar el nivell de producció de l'any 1936. Això vol dir que han calgut quaranta anys (1936-1976) per a recuperar la producció editorial d'abans de la guerra (865 títols l'any 1936; 855 títols l'any 1976, veg. el gràfic 2).

Amb la normalitat democràtica, el llibre en llengua catalana consolida l'augment progressiu, i en tretze anys la producció editorial ha passat dels 2.177 títols de l'any 1983 als 5.236 de l'any 1996 (segons dades de la Generalitat de Catalunya, encara que segons el Ministeri de Cultura el 1996 es van superar els 6.000 títols en català).

Aquesta última empenta coincideix amb la política d'ajuts genèrics que la Generalitat de Catalunya va posar en marxa el 1982, amb què es donava suport a la producció editorial en llengua catalana a través de la compra d'exemplars publicats, d'acord amb una sèrie de condicionants.

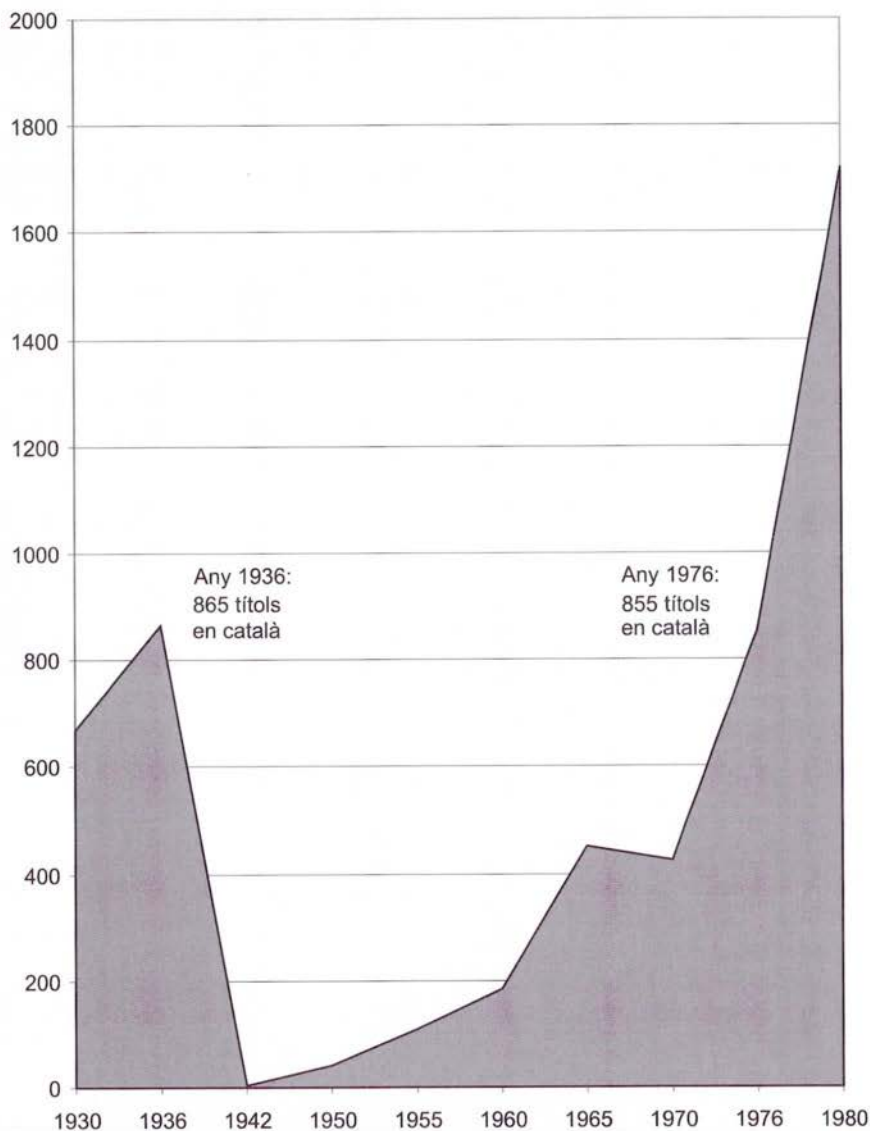
GRÀFIC 1

Producció de títols en català i castellà a l'Estat espanyol, 1930-1997



Font: Elaboració pròpia a partir de Güell i Reixach (1978), *Panoràmica de la edició espanyola de llibres* (1989) i *Anuari estadístic de Catalunya* (1989-1998).

GRÀFIC 2
Producció de títols en català. Detall del període 1930-1980



Font: Elaboració pròpia a partir de Güell i Reixach (1978) i *Panoràmica de la edició española de libros* (1989).

La producció d'exemplars

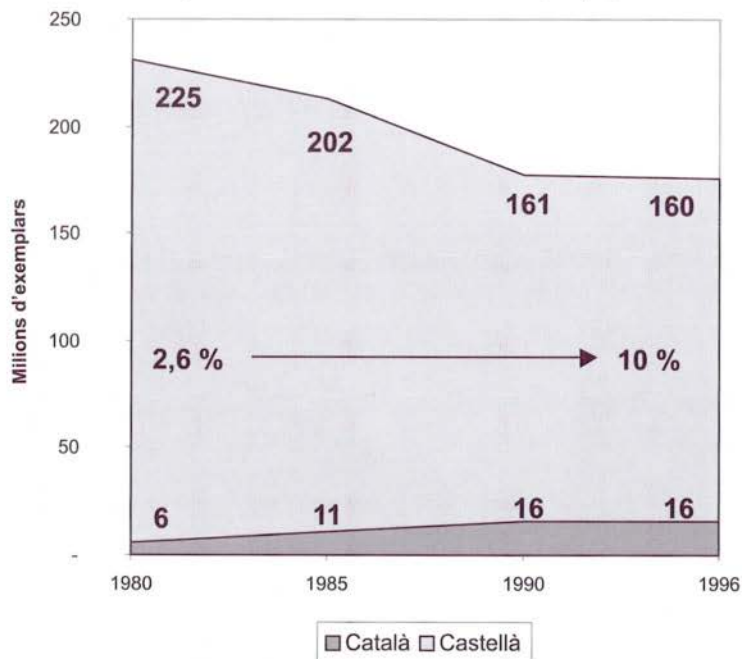
Es calcula que l'any 1981 la mitjana de producció era de 3.700 exemplars per cada títol en català, mentre que la mitjana espanyola era de més de 9.000 exemplars per cada títol en castellà. Aquesta diferència, però, ha anat disminuint considerablement els últims anys fins a gairebé igualar-se.

Malgrat que la mitjana de la producció en català s'ha mantingut amb un lleuger descens i ara se situa al voltant dels 3.000 exemplars per títol, la mitjana de la producció espanyola ha passat de superar els 9.000 exemplars a situar-se als 3.800 exemplars per títol l'any 1997. Això representa una tendència comuna en les dues llengües a augmentar el nombre de títols i a disminuir les tirades mitjanes.

Ja que, com hem vist, el gran canvi és el descens de la mitjana de tirades de la producció en castellà, la producció en català ha anat guanyant pes pel que fa a la producció total de l'Estat espanyol (gràfic 3). L'any 1980, la producció en català era d'uns 7 milions d'exemplars i ara és gairebé de 16 milions. Simultàniament, els 225 milions d'exemplars anuals en castellà han anat baixant fins als 160 milions de l'any 1996.

GRÀFIC 3

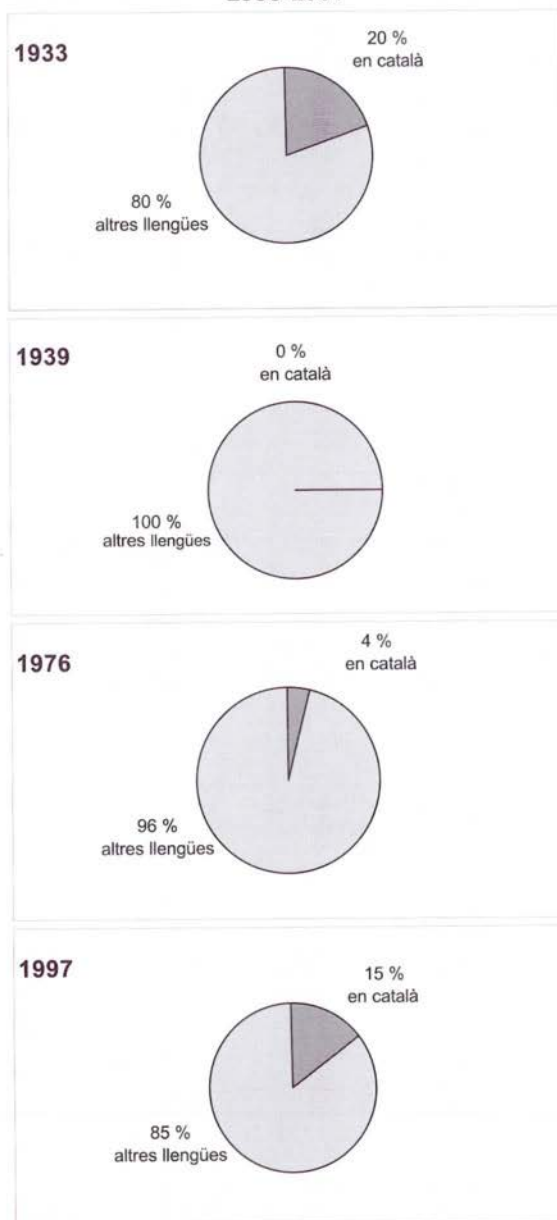
Producció d'exemplars en català i castellà a l'Estat espanyol, 1980-1996



Font: Elaboració pròpia a partir de Gifreu (1986), *Panoràmica de la edició espanyola de llibros* (1998) i *Anuari estadístic de Catalunya* (1989-1998).

GRÀFIC 4

Evolució de la presència del català en la producció editorial de l'Estat espanyol, 1933-1997



Font: Elaboració pròpia a partir de Gifreu (1986), *Panoràmica de la edició espanyola de llibros* (1998) i *Anuari estadístic de Catalunya* (1989-1998).

Presència de la llengua catalana en la producció editorial de l'Estat espanyol

L'any 1933, la producció de llibres en català representava el 20 % de la producció total de l'Estat espanyol (gràfic 4).

El règim franquista va reduir la presència del català en la producció editorial fins al punt de fer-la desaparèixer completament. Els últims anys de dictadura hi va haver una lleugera recuperació del llibre en català, però l'any 1976 només representa el 4 % de la producció total de l'Estat.

El període democràtic consolida aquest creixement, fins que l'any 1997 la producció editorial en català representa el 15 % del total espanyol, encara 5 punts per sota del pes que tenia l'any 1933.

Presència de la llengua catalana en el món del llibre

Aquest últim apartat no presenta una anàlisi històrica, que és l'objectiu de l'informe, sinó que planteja una qüestió metodològica important i una dada que pot resultar confusa.

Segons la Federación de Gremios de Editores de España, l'any 1997 les editorials catalanes van editar el 29 % dels seus llibres en català. L'últim informe del Gremi d'Editors de Catalunya posa en relleu que el total de llibres editats en català per les editorials privades de Catalunya era del 34,9 %. Sens dubte, és un motiu de felicitació que un de cada tres llibres fets a Catalunya sigui en llengua catalana. Però això no vol dir que un de cada tres llibres *comprats* a Catalunya sigui en llengua catalana.

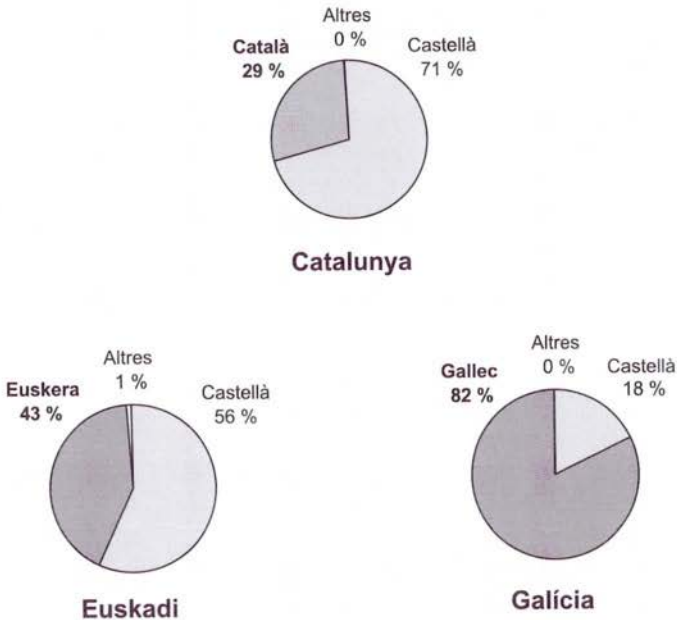
Això seria així si el mercat català fos tancat; llavors l'oferta real seria un llibre en català per cada tres a la llibreria. Però un dels trets bàsics de l'edició en castellà és que pot anar dirigida a la totalitat del territori espanyol. És raonable pensar que la pràctica totalitat de l'edició en català es queda a Catalunya, però ens falten dades de difusió territorial per a mesurar quants milions d'exemplars en castellà arriben des de fora, especialment l'allau que ve de Madrid. Només aquestes xifres ens podrien aclarir fins a quin punt queda diluït el llibre en català dins el mercat del llibre a Catalunya.

Sembla que coneixem la producció del llibre, però es fa difícil conèixer l'oferta global a Catalunya i, més encara, el consum. Si parléssim de premsa, poc cas fariem de les tirades sense atendre la difusió territorial. A més, en el cas del llibre caldria relacionar les tirades amb el volum dels dipòsits a les llibreries, amb les devolucions, amb els estocs que queden arraconats, amb el mercat de restes d'edició i no sé quantes coses més. Sigui com sigui, sembla que podem establir la presència del català en el 15 % de la producció editorial del total de l'Estat i en el 29-35 % de la producció de Catalunya.

No sabem, però, quin és el punt mitjà on se situa realment el català en el món del llibre. I alhora apareixen altres qüestions que caldria analitzar i que marquen la peculiar història del llibre en català. En primer lloc, entre 1982 i 1998 el 16 % dels llibres publicats en català van rebre ajut del Departament

GRÀFIC 5

Presència del català en la producció editorial de Catalunya, 1997



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de la Federació de Gremios de Editores de España (1998).

de Cultura. A més el 38,5 % de les obres venudes en català són llibres de text escolar i l'àmbit de l'escola ha estat els últims anys l'impulsor bàsic de la llengua catalana en el món editorial. Si a aquesta situació li afegim que el 22,2 % de les vendes són de diccionaris i enciclopèdies, o que l'edició institucional en català va passar de 600 títols el 1996 a 1.000 el 1997, tenim el panorama d'una llengua fent malabarismes sobre les pàgines del llibre. Per a acabar-ho d'arrodonir, les xifres suposadament *oficials* són ben variades:

- l'INE presenta xifres a partir de l'ISBN
- el Ministeri de Cultura, a partir del dipòsit legal
- els editors, a partir d'enquestes.

El mateix Josep Herrero, president de l'Associació d'Editors en Llengua Catalana, declarava: «les xifres de l'edició catalana estan inflades, però serveixen per a indicar les tendències» (*Presència*, 18 d'abril de 1999).

Bibliografia

«1972-1983: Deu anys de llibres en català». *L'Avenç* [Barcelona], (juliol-agost 1984).

AINAUD, J. M.; BOHIGAS, P.; PUIGJANER, J. M. *El llibre i la llengua catalana*. Barcelona: Curial, 1986.

Lista del nombre de títols editats en català en el període 1962-1975.

Producció de l'edició en llengua catalana en el període 1976-1984.

BARÓ, E.; CODINACH, J. M.; CUBELES, X. *El sector del llibre de Catalunya: Dades estadístiques*. Barcelona: Centre d'Estudis de Planificació, 1994.

Producció total del sector editorial a Catalunya, que ofereix la relació de la producció editorial dividida en novetats i reedicions, segons les dades del Dipòsit Legal o de l'ISBN.

Vendes de les editorials catalanes al mercat interior i a l'exterior.

Anàlisi dels punts de venda, quantificació i distribució geogràfica.

Llocs de treball que genera la indústria editorial.

Comparació de totes les dades amb les de la resta de l'Estat.

– *El sector del llibre de Catalunya: Dades estadístiques. Desembre 1994 i juliol 1995*. Barcelona: Centre d'Estudis de Planificació, 1994.

BASTARDES, R. *Anàlisi estadística de l'edició en català de l'any 1993*. Barcelona: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1995.

– *Anàlisi estadística de l'edició en llengua catalana de l'any 1994*. Barcelona; Palma de Mallorca; València: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1995.

– *Anàlisi estadística de l'edició en llengua catalana de l'any 1995*. Barcelona; Palma de Mallorca; València: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1996. L'àmbit és el dels Països Catalans.

Relació de la producció editorial en llengua catalana, dividida en novetats i reedicions.

Entitat jurídica dels editors: empreses editorials, institucions o autors-editors. Rànquing de les editorials segons el volum de producció global o segons la producció de llibres per matèries (llibre infantil, literatura i ficció, llibres de text...).

Llengua dels títols editats en català. Si són traduccions s'especifica la llengua original.

Pàgines i preus de venda de les novetats de les empreses editorials.

Localització geogràfica de les empreses editorials.

– *Anàlisi estadística de l'edició en català de 1992 i comparació amb la de l'any 1990*. Barcelona: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1994.

– *Enquesta sobre les característiques i el volum de negoci de l'edició en llengua catalana (1990-1992)*. Barcelona: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1994. 2 v.

– *Resultats de les enquestes sobre l'activitat editorial en llengua catalana corresponents als anys 1992 i 1994*. Barcelona; Palma de Mallorca; València: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1995.

- CAPDEVILA, J. M. «Algunas consideraciones sobre la industria editorial». *Banca Catalana* [Barcelona], núm. 3 (desembre 1966), pàg. 18-24.
Publicació d'informació econòmica.
- CORBELLA, J. M. *La comunicació social a Catalunya 1981-1991: Una dècada de canvis*. Barcelona: CIC, 1991.
– *La comunicació social a Catalunya*. Barcelona: CIC, 1995.
- CUYÀS, R. *Anàlisi comparativa de l'edició en llengua catalana de dos anys: 1979 i 1990*. Barcelona: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1993.
Realitzada en l'àmbit dels Països Catalans.
Llista de tots els llibres editats, dividits segons novetats o reedicions.
Entitat jurídica de qui edita els llibres.
Anàlisi del llibre català: temàtica i característiques dels llibres editats.
Llista d'empreses editorials segons volum de llibres editats. Llistes d'institucions que editen llibres. Localització geogràfica de les empreses editores.
Anàlisi específica dels llibres escolars en català.
- *Anàlisi estadística de l'edició en català. 1990*. Barcelona: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1992.
Es desglossen tots els títols editats segons que es tractin de novetats o reedicions, segons la llengua del llibre editat i la temàtica. S'especifica també la categoria jurídica de l'editor (empresa editorial, autor-editor o institució pública o privada).
Títols originals en català i traduccions (s'especifica la llengua original).
Llistes de preus i nombre de vendes, i anàlisi especialment dels llibres infantils i dels llibres de text.
Llista de les empreses editorials que més títols editen en català.
Comparació de totes les dades amb les de la resta de l'Estat.
- DEPARTAMENT DE CULTURA. *Estadístiques culturals de Catalunya. 1992-1993*. Barcelona, 1995.
– *Estadístiques culturals de Catalunya. 1995*. Barcelona, 1997.
– *Economia i cultura a Catalunya*. Barcelona, 1998.
Llista de les empreses editorials catalanes.
Producció total del llibre a Catalunya. Desglossament del nombre de títols editats i facturats. Llista de tirades. Desglossament de les dades segons la temàtica i l'idioma dels llibres. Evolució dels títols editats en català i de les traduccions.
Llista de distribució geogràfica dels punts de venda.
- DEPARTAMENT D'ECONOMIA I FINANCES. *Estudi econòmic i financer de l'empresa catalana. Exercicis 1987-1988 i anàlisi de tendències del període 1985-1988*. Barcelona, 1989, pàg. 169-180.
Conté un capítol amb la llista de les empreses editorials catalanes, la producció, el patrimoni, la rendibilitat i el personal que hi treballa.
Relació de venda i facturació.
Llista de tots els llibres editats a Espanya. Desglossa les dades en idiomes –del llibre publicat– i províncies –on s'editen i on es venen.

- «Estadística de la producción editorial en España en el año 1945». *Bibliografía Hispánica*, núm. 1 (gener 1946), Madrid. [Separata]
- FEDERACION DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA. *Datos estadísticos del sector editorial*. Madrid, 1983.
- *Memoria de actividades de la Federación de Gremios de Editores de España*. 1993-1994. Madrid, 1983.
 - *Comercio interior del libro en España*. 1992. Madrid, 1994.
Anual. S'ha editat fins a l'any 1998.
Característiques del sector editorial espanyol: llista d'empreses, producció editorial, comerç interior, canals de comercialització dels productes editorials, etc.
En l'àmbit de la producció, inclou llistes amb el nombre de títols editats, nombre d'exemplars i tirada mitjana. Distribució de la producció segons el volum de l'empresa. Desglossament dels volums de producció i facturació segons la quantitat i la matèria dels llibres.
 - *Comercio exterior*. 1994. Madrid: Federación Española de Cámaras del Libro, 1995.
Anual. S'ha editat fins a l'any 1998.
Recull la mateixa informació que l'anterior, però se centra en el comerç exterior.
- GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA. *Memòries* 1983. Barcelona, 1984.
Anual. Editat actualment pel Gremi d'Editors de Catalunya i la Cambra del Llibre.
- GÜELL I FORTUNY, A. M. *Estudi de producció de llibres en català*. Barcelona: ESADE, 1986-1987. 6 v.
Llista de totes les dades vinculades a la producció editorial de llibres en català a Catalunya: publicacions, edicions, tirades, nombre de vendes, preus, temàtica dels llibres, etc.
En relació amb els títols publicats, les dades sobre la dècada dels vuitanta són exhaustives, tot i que inclou una llista de títols publicats a partir de 1965.
En relació amb la tirada, inclou dades a partir de la dècada dels cinquanta.
- *Llibres en català existents al mercat durant el període 1975-1984*. Barcelona: ESADE, 1987.
Llista de llibres editats –i l'any d'edició– desglossat en llibres en català, castellà o traduccions. Si es tracta de reedicions, s'indica les reedicions que s'han fet.
Llista quantitativa de les edicions, tirades i vendes.
Temàtica dels llibres publicats.
Llista d'editorials: volum de llibres editats per cada editorial, temàtica dels títols editats, nombre d'edicions, reimpressions, tirades, etc.
Nombre de pàgines dels llibres editats. Evolució dels preus.
Comparació de les dades de Catalunya amb les de la resta de l'Estat.
 - *Llibres en català existents al mercat durant el període 1985-1986*. Barcelona: AELC, 1988.
Actualització de les dades comentades al llibre ressenyat anteriorment.
 - *Llibres en català existents al mercat durant el període 1987-1988*. Barcelona: Departament de Cultura, 1990.

- Actualització de les dades comentades al llibre ressenyat anteriorment.
- GÜELL I FORTUNY, A. M; REIXACH, M. «La producció editorial a les àrees lingüístiques restringides: el cas català». *Perspectiva Social* [Barcelona: ICESB], núm. 12 (1978).
- Producció de llibres a Catalunya; desglossament de la producció segons si són originals en català o traduccions, matèries dels llibres editats i any d'edició.
- Llista de totes les edicions, tirada mitjana de les primeres edicions per anys.
- Llista de reimpressions.
- Evolució del preu per pàgina.
- Consum de la producció editorial a Catalunya.
- Comparació de les dades amb la resta de l'Estat espanyol.
- Ofereix una llista de dades de la producció de llibres a Catalunya a partir de 1942; algunes no són fiables, i els autors proposen dades alternatives segons les fonts. A partir de 1967 les dades són fiables i l'anàlisi és exhaustiva.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Estadística de la producción y comercio del libro español. 1946-1957*. Madrid: Presidència del Govern, 1958.
- Dades anuals de les edicions, les tirades i les impressions. Llista dels títols editats.
- Llista de les empreses editorials.
- Tipus i temàtica de tots els llibres editats.
- Les dades són desglossades en províncies.
- El libro español*. Suplement anual de la revista de l'Institut Nacional del Llibre Espanyol, de publicitat mensual (1970).
- A partir de 1986 passa a anomenar-se *La voz del libro*.
- MARTÍN CARVAJAL, F. *El sector del libro en España. Situación actual y líneas de futuro*. Madrid: FUNDESCO, 1993.
- MINISTERI DE CULTURA. *Informe sobre la producción editorial española. 1987*. Madrid, 1988.
- Llistes d'ISBN assignats. Llistes quantitatives de tots els llibres editats, siguin novetats o reedicions.
- Desglossament de les dades dels llibres editats segons la tipologia –temes i matèries– i la llengua, siguin de les diverses llengües oficials o estrangeres, o si es tracta de traduccions.
- *Panorámica de la edición española de libros en catalán. 1992*. Madrid, 1993.
- Anual. L'edició de 1994 ja s'ha editat.
- Llista de totes les empreses catalanes.
- Inclou les dades vinculades al sector editorial català que ja estan incloses dins l'informe d'àmbit espanyol a «Panorámica de la edición española de libros» editat pel mateix Ministeri de Cultura.
- MINISTERI D'ECONOMIA. *Estadística de la producción anual*. Madrid, 1965.
- Anual. La darrera edició conté les dades de 1997.
- Dades de totes les edicions: nombre de llibres editats, tirada de cada edició. Especifica si es tracta de reedicions o reimpressions. Dades dels ISBN concedits.

Tipus i temàtica dels llibres editats, percentatges.

Idioma original del llibre editat –inclou els llibres en llengua catalana; quin percentatge pertany a traduccions i, si són traduccions, de quina llengua.

Llista d'editors i d'empreses editorials, classificats segons la naturalesa jurídica.

Localització geogràfica dels llocs de venda de llibres i de les empreses editorials.

Totes les dades apareixen desglossades en províncies.

MINISTERI D'EDUCACIÓ I CULTURA. *Panoràmica de la edició española de libros*. 1988. Madrid, 1989.

Anual. S'ha editat fins a l'any 1998. També s'edita en disquet.

Actualment és editat pel Ministeri de Cultura.

Llista de tots els editors, classificats segons la naturalesa jurídica. Principals empreses editores: rànquings segons l'especialització temàtica.

Dades de totes les edicions: nombre de llibres editats, tirada de cada edició; quin percentatge pertany a llibres originals, reedicions o reimpressions. Dades de l'ISBN concedits.

Tipus i temàtica dels llibres editats. Evolució de la producció, la venda, l'edició i les tirades segons el tema dels llibres.

Idioma dels llibres editats, ja siguin les llengües oficials –incloent-hi la llengua catalana– o les llengües estrangeres. Evolució del nombre de traduccions i de les llengües traduïdes. Llista d'edicions multilingües.

Listes de preus. Estimació del preu mitjà.

Dades desglossades en províncies i comunitats autònomes.

Perspectiva històrica

El primer diari escrit en català va ser el *Diari Català*, fundat l'any 1879 i amb només dos anys de vida. Des de llavors fins a l'inici de la Guerra Civil es van publicar fins a 25 diaris en llengua catalana només a Barcelona.

En les dues primeres dècades del segle (gràfic 1), quan es configura el sistema comunicatiu de gran abast, la llengua catalana es va situant en una posició de creixement.

L'any 1920 només es comptabilitzava un diari en català enfront dels 22 diaris en llengua castellana; 10 anys després la proporció era de 4 en català davant els 13 en castellà, i l'any 1939 la situació ja estava quasi igualada amb 5 diaris en català per 7 en castellà.

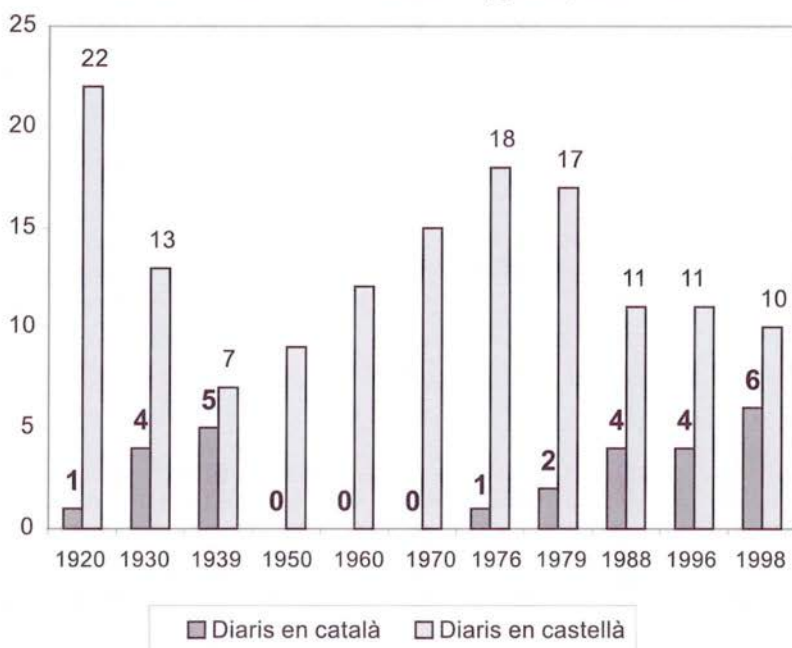
La producció de premsa en llengua catalana era, doncs, important: el 1939, el 42 % de les capçaleres eren en català, com hem vist, encara que representaven només el 25 o el 30 % de la tirada. De fet, la premsa en castellà tenia dos grans rotatius, *La Vanguardia* i *El Diluvio*, que representaven el 55 % dels exemplars que s'imprimien a Barcelona. Aquests dos diaris eren la competència de la premsa en català, ja que els altres diaris en castellà estaven en declivi (Vallverdú, 1982).

Paral·lelament, es desenvolupava una important premsa comarcal en llengua catalana, més important pel que fa a presència de capçaleres que a volum d'exemplars, ja que les tirades eren molt discretes.

La victòria franquista, però, va reduir la premsa en català literalment al no-res: va clausurar totes les publicacions i va fer tancar els tallers. S'iniciava així un període de censura i repressió que no només va afectar la llengua i la premsa sinó tota la cultura catalana.

La Llei de premsa de 1966 va possibilitar sobre el paper l'edició de premsa en català, però la dissuasió burocràtica no va permetre l'aparició d'un diari en català fins al 1976, després de quasi quaranta anys de fosc i ja mort el dictador.

GRÀFIC 1
Diaris en català i diaris en castellà. Capçaleres, 1920-1998



Font: Elaboració pròpia a partir de diverses fonts. Per als anys 1920 i 1930: Figueres (1994) i Vallverdú (1982), i per al període democràtic: Cardús i Tolosa (1998), Guillaumet (1983) i censos de premsa comarcal (1979 i 1983).

Nota: El nombre de capçaleres en castellà durant la dictadura és purament gràfic, per això consta sense número. El motiu de l'estudi és la presència de la llengua catalana i en aquest període hi ha absència. S'ha traçat una tendència lineal entre els set diaris de 1939 i els divuit de 1976.

Del primer número de l'*Avui* se'n van publicar 126.006 exemplars, i es van esgotar tots. El control de difusió del primer any va comptabilitzar 56.624 exemplars, xifra que aviat es va mantenir fluctuant entre els 30.000 i els 40.000 exemplars.

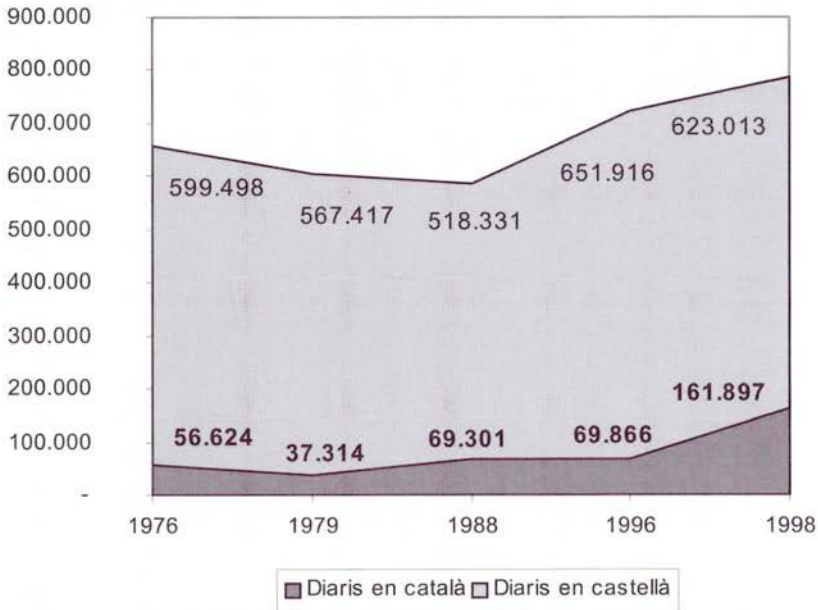
Aquesta reducció no va quedar compensada per l'aparició del *Punt Diari* (gràfic 2) el 1979 (ara és *El Punt*). El primer any s'estima una difusió d'uns 3.000 exemplars.

Regió 7 va anar incrementant la seva periodicitat fins a convertir-se en el tercer diari en català, amb un primer control de difusió de 3.542 exemplars l'any 1984.

El 1986 va tornar a aparèixer el *Diari de Barcelona*, amb uns 14.000 exemplars estimats el 1987, que es va publicar només set anys.

GRÀFIC 2

Diaris en català i diaris en castellà. Exemplars, 1976-1998



Font: Elaboració pròpia a partir de diverses fonts. Per als anys 1920 i 1930: Figueres (1994) i Vallverdú (1982), i per al període democràtic: Cardús i Tolosa (1998), Guillaumet (1983) i censos de premsa comarcal (1979 i 1983).

L'any 1989 es va començar a publicar en català el *Diari de Lleida*, i el 1990 també el *Diari de Girona*. El primer, amb uns 3.000 exemplars diaris, va sortir per últim cop el 1993. El *Diari de Girona* té una tirada d'uns 8.000 exemplars.

La proliferació de diaris en llengua catalana ha estat important per a la normalitat lingüística de Catalunya, però el creixement de la premsa en castellà ha anat deixant les coses com estaven. Si mirem els diaris en català i els diaris en castellà (gràfic 4) –producció de títols–, hom diria que hem arribat a la millor situació del segle, amb un 41 % dels diaris en català.

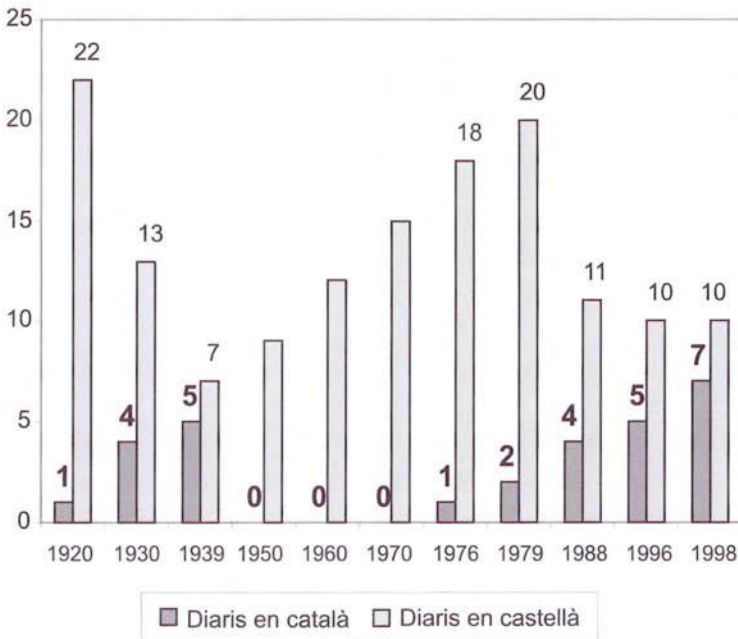
Fins i tot si observem la producció en exemplars (gràfic 7) trobem que el 21 % dels exemplars editats a Catalunya són en català, amb un creixement sostingut al llarg del període democràtic.

Però la presència de la llengua catalana a la premsa no es pot limitar només a la producció. Catalunya és un espai comunicatiu amb una forta penetració de premsa de Madrid, que a més ha establert magnífiques estratègies de consolidació a Catalunya, entre les quals destaquen les edicions a Catalunya d'*El País*, *l'ABC* i *El Mundo*.

De fet, en vint anys de procés autonòmic, la premsa pròpia de Catalunya

GRÀFIC 3

Evolució del nombre de diaris en català i castellà, 1920-1998



Font: Elaboració pròpia a partir de Gifreu (1983) i Cardús i Tolosa (1998).

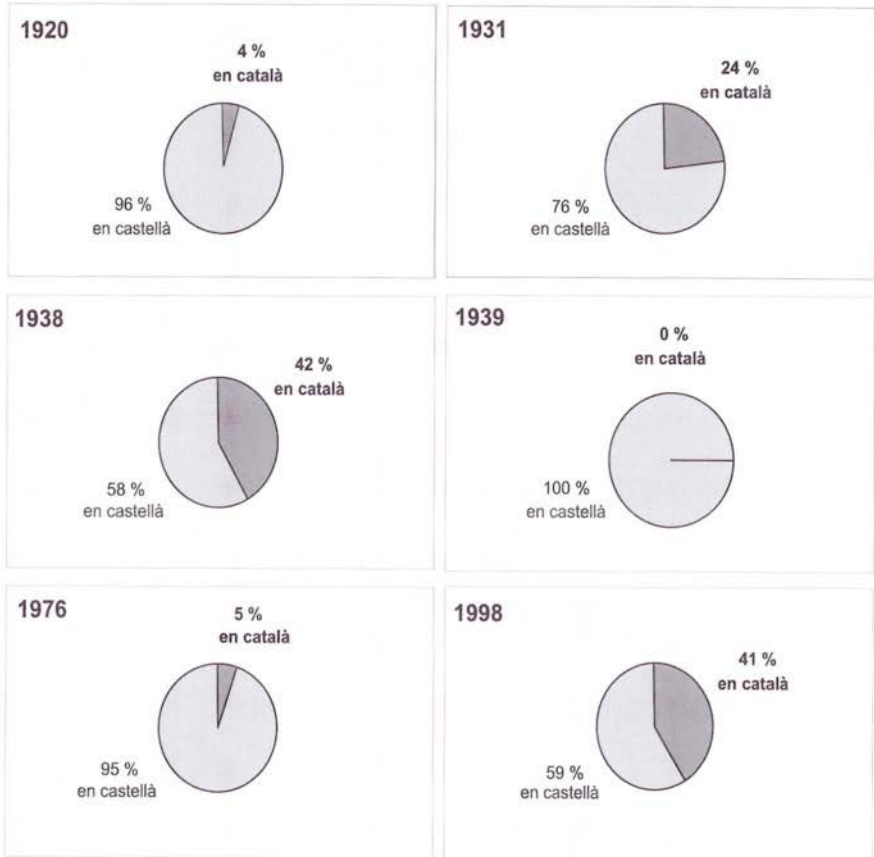
Nota: El diari *Avui* apareix el 1976. *El Punt Diari* (més tard *El Punt*) apareix el 1979. *Regió 7* apareix com a periòdic el 1978, però com a diari el 1984. El *Diari de Barcelona* surt de nou el 1986 i fins al 1993. El *Diari de Lleida* surt en català des de 1989 i desapareix el 1993. El *Diari de Girona* surt en català des de 1990. El *9 Nou* neix el 1995. I el 1996 neixen les edicions en català del *Segre* i *El Periòdic de Catalunya*. Alguns d'aquests diaris no són estrictament d'abast general, com *El Punt*, *Regió 7*, el *Diari de Lleida*, el *Diari de Girona* i el *Segre*, però superen clarament la barrera local i comarcal, i fins i tot la provincial, així que els hem considerat premsa d'abast general. D'altra banda, el nombre de capçaleres en castellà durant els anys de la dictadura és purament gràfic, per això no hi consta la xifra concreta, però reflecteix el contrast amb la desaparició de la premsa en català.

s'ha mantingut gairebé estancada al voltant dels 630.000 exemplars diaris (Cardús i Tolosa, 1998), mentre la premsa central quadruplicava la seva presència a Catalunya.

La premsa d'informació general de Madrid difosa a Catalunya ha passat, en vint anys, de 8.000 exemplars a més de 80.000. La premsa esportiva de Madrid ha passat dels 20.000 als 40.000 exemplars diaris difosos a Catalunya. El *Marca* i l'*As* venen junts el mateix nombre d'exemplars a Catalunya

GRÀFIC 4

Presència de la llengua catalana en el total de la premsa diària difosa a Catalunya, segons el nombre de capçaleres en català i castellà, 1920-1998



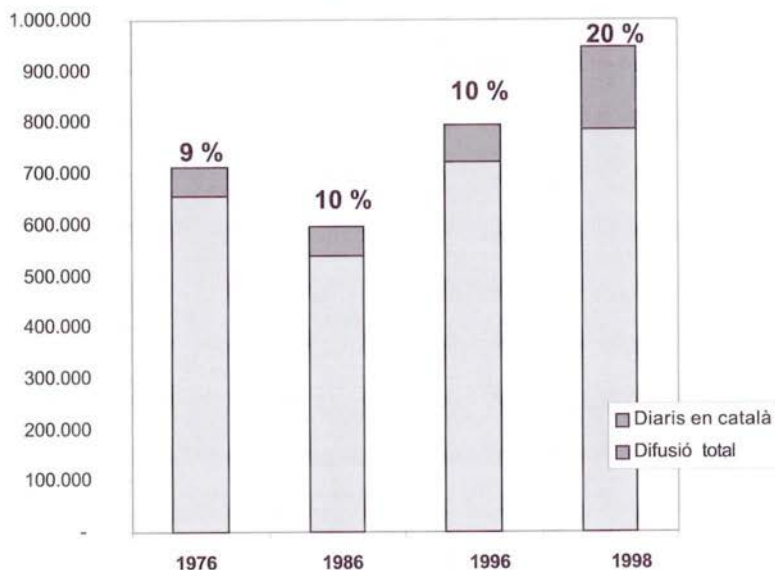
Font: Elaboració pròpia a partir de Gifreu (1983) i Cardús i Tolosa (1998).

que l'Avui en els seus millors moments (40.000 exemplars). No tenim premsa diària esportiva en català, ni tampoc premsa diària econòmica. Per això la premsa econòmica de Madrid ha passat a Catalunya dels 400 exemplars de 1976 als 10.000 actuals.

Si atenem, doncs, a la presència efectiva de la llengua catalana a la premsa diària de Catalunya no hem de tenir en compte la nostra producció sinó la difusió total al país, el consum real (gràfic 5). El resultat d'aquesta observació és que la presència efectiva de la llengua catalana, malgrat tot el procés de catalanització que hem vist, ha estat constant al llarg de vint anys (de 1976 a 1996): el català és present a un 9 % de la premsa difosa a Catalunya.

GRÀFIC 5

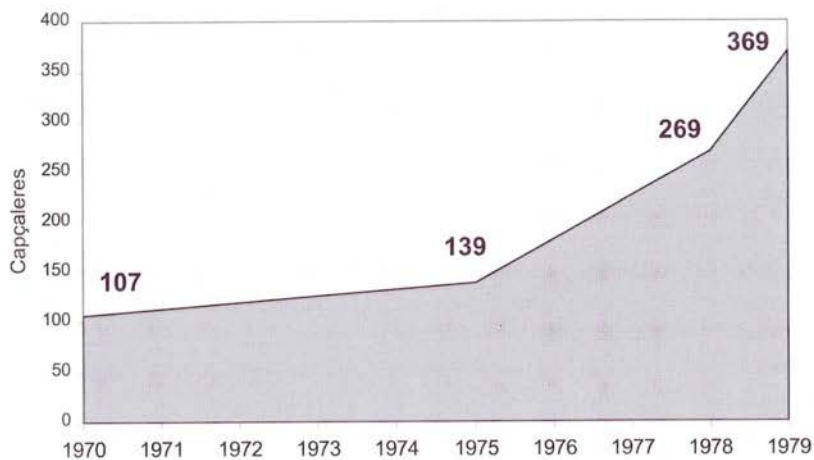
Presència de la llengua catalana en el total dels exemplars difosos a Catalunya, 1976-1998



Font: Elaboració pròpia a partir de Gifreu (1983) i Cardús i Tolosa (1998).

GRÀFIC 6

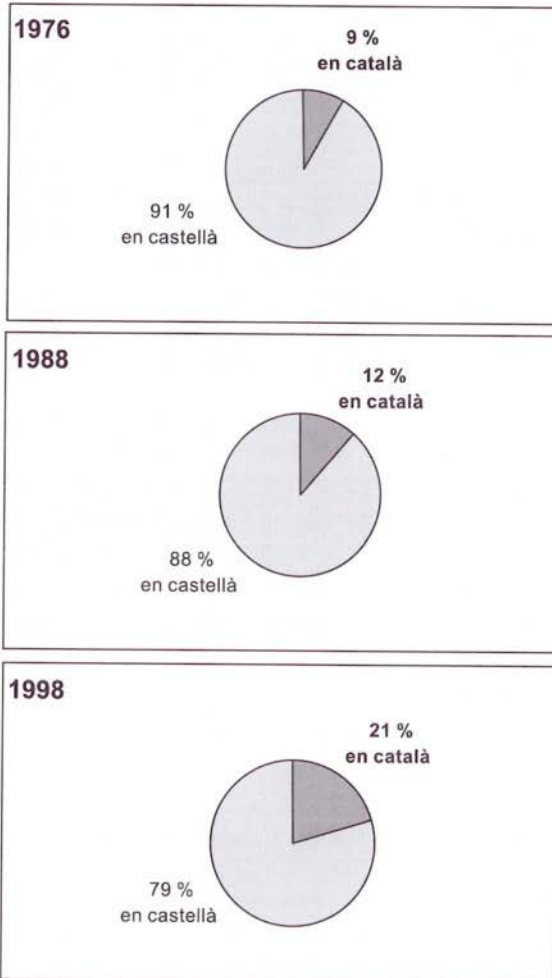
Evolució de la premsa periòdica en llengua catalana, 1970-1979



Font: Catàleg de l'exposició de premsa catalana, recollit per Marina Subirats, *Saber*, núm. 1 (1980).

GRÀFIC 7

Presència del català en la producció total d'exemplars a Catalunya, 1976-1998



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del gràfic 2.

Parlem de 40.000 exemplars de l'*Avui* i de 40.000 exemplars de premsa comarcal (o intercomarcal, vistes les diferents edicions locals d'*El Punt* o del *Regió 7*). Fins i tot encara que suméssim tota la premsa bilingüe, la premsa comarcal que es va catalanitzant de mica en mica, canviant les capçaleres al nom català i ampliant les pàgines en llengua catalana, fins i tot així, només sumariem 40.000 exemplars més.

Aprofitem al màxim el concepte de *premsa en català* fins a comptabilitzar aquests 120.000 exemplars i posem-los davant dels gairebé 800.000 que es difonen a Catalunya cada dia. Fins i tot així només arribaríem a un 15 % dels exemplars venuts a Catalunya. Això en un país de sis milions d'habitants i amb un mercat lingüístic potencial que inclou els quatre milions del País Valencià i els 700.000 de les Illes Balears més els pocs milers d'Andorra i de la Catalunya Nord.

Aquesta situació, però, troba el seu punt d'inflexió l'any 1996. El mes de setembre surt l'edició catalana del *Segre*, i un mes més tard l'edició catalana d'*El Periódico de Catalunya*. S'ha parlat molt de si són estrictament *diaris en català* o diaris *traduïts*, però aquest és un altre terreny.

A la pràctica, aquestes dues novetats canvien totalment el mapa lingüístic de la premsa a Catalunya, en tots dos casos per la innovació del sistema de doble edició per llengües, però quantitativament perquè la tirada i difusió d'*El Periódico* és molt elevada.

El 1998, l'OJD ha controlat 5.016 exemplars diaris de l'edició catalana del *Segre* i 83.416 exemplars diaris d'*El Periódico* en català. Tots dos estan al voltant del 40 % de les seves vendes per a l'edició catalana. No només és una sorpresa per a tots els que pensaven que no hi havia més mercat per a la premsa d'abast general en català, sinó que ha duplicat literalment la presència de la llengua catalana en la premsa del país, que ha passat del 9 % mantingut durant vint anys a una quota de mercat del 20 % de la premsa difosa a Catalunya.

Bibliografia

Anuario El País

S'edita des de l'any 1982. Difusió de la premsa a Espanya (dades des de 1975).

Llista que inclou revistes, diaris i suplementos. Desglossen el tipus de consumidor segons l'edat, el sexe, la classe social, la instrucció, l'estat civil i el rol familiar. Dades per comunitats autònomes.

CAIXA DE PENSIONS. *Exposició de premsa catalana actual*. Barcelona, 1979.

Catàleg de tota la premsa en llengua catalana, que inclou el títol, la població i la comarca on s'edita, la temàtica, la periodicitat i la data de fundació de cada publicació. Mapa comarcal de densitat de la premsa a Catalunya.

CARDÚS I ROS, S.; TOLOSA I PLANET, LI. *La premsa diària a les Illes Balears, el País Valencià i Catalunya (1976-1996)*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill, 1998.

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. *Cens de premsa local de la ciutat de Barcelona*. Barcelona, 1996.

Llista de tota la premsa local. De cada capçalera inclou les dades següents: editor, barri, periodicitat, aparició del primer número, nombre de pàgines, format, tirada, finançament, distribució, subscriptors, nombre de redactors i col·laboradors, i director.

CORBELLA, J. M. *La comunicació social a Catalunya: Panorama general als anys 80*. Barcelona: CIC, 1988.

Taules amb la difusió dels diaris i les publicacions no diàries editats a Catalunya. Mapa de Catalunya amb el lloc d'edició de premsa d'informació general i local de 1988.

– *La comunicació social a Catalunya (1995)*. Barcelona: CIC, 1995.

Difusió de la premsa diària i no diària a Catalunya, tant la premsa d'informació general com la premsa local i la comarcal. Dades desglossades per províncies.

DEPARTAMENT DE CULTURA. *La premsa a Catalunya als anys vuitanta*. Barcelona, 1988.

Difusió dels diaris editats a Catalunya –ja siguin d'informació general, comarcals o provincials– entre 1980 i 1986. Audiència dels diaris catalans. Difusió a Espanya i Catalunya de la premsa periòdica i de les revistes més importants. Difusió de la premsa gratuïta a Catalunya controlada per l'OJD.

– *Economia i cultura a Catalunya*. Barcelona, 1998.

Diaris publicats a Catalunya, classificats segons la llengua i el tipus de diari. Revistes de distribució general publicades a Catalunya, classificades segons la llengua i el tipus de revista. Premsa local i comarcal no diària, classificada per comarques. Difusió dels diaris a Catalunya. Difusió de la premsa diària en català.

DIPUTACIÓ DE BARCELONA. *Llibre del cens de la premsa local i comarcal 1986*. Barcelona, 1986.

Cens alfabètic general que inclou el nom, la població on s'edita, la data del primer número, la periodicitat, el contingut, la llengua, el format, el preu i la tirada de totes les publicacions. Cens de la premsa comarcal, dividida en: premsa d'informació general i local, butlletins municipals, i revistes especialitzades. Cada títol inclou les dades següents: nom, població on s'edita, periodicitat, contingut, tirada i idioma. Repàs de totes les comarques i els municipis de Catalunya on s'editi alguna mena de publicació.

Dos-cents anys de premsa diària a Catalunya, 1792-1992. Barcelona: Fundació Caixa de Catalunya, 1996.

Cens de tots els diaris catalans, incloent-hi: director, nom dels redactors i col·laboradors, primer i darrer número, idioma i tendència ideològica.

Difusió dels diaris catalans a la dècada dels setanta.

Difusió dels diaris catalans al 1993.

FAULÍ, J. *Les revistes culturals en català*. Barcelona: CIC, 1995.

Relació de publicacions periòdiques culturals en català: números que es van arribar a editar de cada revista, editor i consell de redacció, format, tirada, característiques... Totes les publicacions són desglossades per matèries i tirada.

FIGUERES, J. M. *Informe sobre les perspectives de la premsa en català d'abast general a Catalunya*. Barcelona: El Llamp, 1990.

Relació de revistes especialitzades d'abast general desaparegudes. Relació de diaris en llengua catalana.

Diaris existents a Catalunya, difusió. Difusió a Catalunya de la premsa diària i set-

- manal editada a Madrid. Audiència dels diaris catalans. Revistes setmanals del període 1970-1980, durada i temàtica. Difusió de setmanaris a Espanya i Catalunya. Llista de revistes en català controlades per l'OJD.
- «Situació actual dels mitjans de comunicació de masses en llengua catalana al Principat de Catalunya». *Nationalia* (1981).
- GENERALITAT DE CATALUNYA. *Anuari estadístic de Catalunya, 1997*. Barcelona: IEC, 1998.
- Anual. S'edita des de 1985. Conté una taula amb la difusió de la premsa diària editada a Catalunya, segons les dades de l'OJD.
- GIFREU, J. *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya: Horitzó 1990*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 1986.
- Difusió de la premsa diària i dels principals setmanaris editats a Catalunya (1978-1982).
- «Sistema i polítiques de la comunicació a Catalunya: Premsa, ràdio, televisió i cinema. 1970-1980». *L'Avenç* [Barcelona], 1983.
 - *Guia de la premsa de les comarques lleidatanes*. Barcelona: Departament de Cultura, 1981.
 - *Guia de la premsa local i comarcal: Alt Penedès, Anoia, Bages, Baix Llobregat, Barcelonès, Berguedà, Garraf, Maresme, Osona, Vallès Occidental, Vallès Oriental*. Barcelona: Departament de Cultura, 1981.
 - *Guia de la premsa local i comarcal: Alt Camp, Baix Camp, Baix Ebre, Baix Penedès, Conca de Barberà, Montsià, Priorat, Tarragonès, Terra Alta*. Barcelona: Departament de Cultura, 1981.
 - *Guia de la premsa local i comarcal: Alt Empordà, Baix Empordà, Cerdanya, Garrotxa, Gironès, Ripollès, Selva*. Barcelona: Departament de Cultura, 1981.
- GIFREU, J.; COROMINAS, M. T. *Construir l'espai català de la comunicació*. Barcelona: CIC, 1991.
- Difusió a Catalunya, Andorra, Illes Balears i País Valencià, dels diaris, setmanaris i revistes editades a Catalunya. Difusió dels diaris editats a les Illes Balears i al País Valencià. Difusió als Països Catalans dels setmanaris editats a Madrid.
- GUILLAMET, J. T. *La circulació de la premsa Catalunya-Espanya*. Barcelona: CIC, 1990.
- Difusió general dels diaris i setmanaris a Catalunya als anys 1972 i 1987. Dades desglossades per províncies.
- *La premsa a Catalunya*. Barcelona: Diputació de Barcelona, 1988.
- Relació general de tots els diaris de Catalunya entre 1939 i 1987, que inclou les dades següents de cada diari: nom, ciutat d'edició, any d'aparició i llengua. Diaris apareguts i desapareguts entre 1967 i 1987.
- Catàleg dels setmanaris, revistes no setmanals i revistes infantils i juvenils, editades a Catalunya al període 1970-1980, amb les següents dades de cada publicació: anys d'aparició, editorial, llengua, contingut, i difusió (segons l'OJD).
- Cens de la premsa comarcal. Nombre de publicacions per comarques i difusió.
- Difusió a Catalunya de la premsa diària –catalana i no catalana–, revistes i setma-

- naris als anys vuitanta. Dades desglossades per províncies.
- *La premsa comarcal. Un model català de periodisme popular*. Barcelona: Departament de Cultura, 1983.
 - Mapa comarcal de densitat de la premsa a Catalunya l'any 1979.
 - Llista de la premsa catalana comarcal entre 1939 i 1975.
 - Cens de la premsa comarcal catalana (1979), amb les dades de difusió de diaris, periòdics i revistes.
 - Rànquing de periòdics i diaris per ordre de difusió.
 - Idioma utilitzat per la premsa comarcal.
 - Cens general de la premsa comarcal per municipis.
 - HUERTAS, J. M. «Cens de la premsa local i comarcal no diària a Catalunya (1981). 194 publicacions». *Anàlisi*, núm. 6, (1982).
 - Inclou el títol, el lloc de publicació, la periodicitat, la tirada, la propietat i l'idioma de les 194 publicacions.
 - HUERTAS, J. M.; VILASERÓ, M. *La premsa de barris a Barcelona (1939-1982)*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 1982.
 - Cens de totes les publicacions de barri que van sorgir a Barcelona a partir de 1970.
 - «La premsa comarcal a Catalunya», *Arrel* (març 1981).
 - «La comunicació local a Catalunya», *Arrel* (abril-setembre 1982).
 - MACIÀ, J. *La comunicació regional y local*. Madrid: Ciencia, 1993.
 - Taula de difusió de diaris a Catalunya (1990). Llista amb tots els diaris que s'editen a l'Estat espanyol (1990).
 - MORAGAS, M. DE. *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62, 1988.
 - Taula amb la periodicitat, nombre i tirada de les publicacions i la premsa local i comarcal.
 - MORAGAS, M. DE; GIFREU, J. «Selecció de documentació i referències estadístiques sobre els mitjans de comunicació a Catalunya». *Anàlisi*, núm. 6 (1982).
 - Estructura dels diaris editats a Catalunya: empresa editora, nombre de treballadors, llengua, format, pàgines, composició, nombre de subscriptors, difusió, dades econòmiques...
 - Distribuidores de premsa diària i no diària a Catalunya.
 - Difusió a Catalunya, per províncies, de premsa diària i setmanal editada a Catalunya i a Madrid; dades de l'any 1980.

Perspectiva històrica

s poden distingir quatre períodes:

1. De 1956, naixement de la televisió a Espanya, a 1984, naixement de TV3 (gràfic 1).

2. De 1984 a 1989, creixement i consolidació de TV3 (gràfic 2).

3. De 1990 fins avui, amb l'aparició de les televisions privades (gràfics 3a-10).

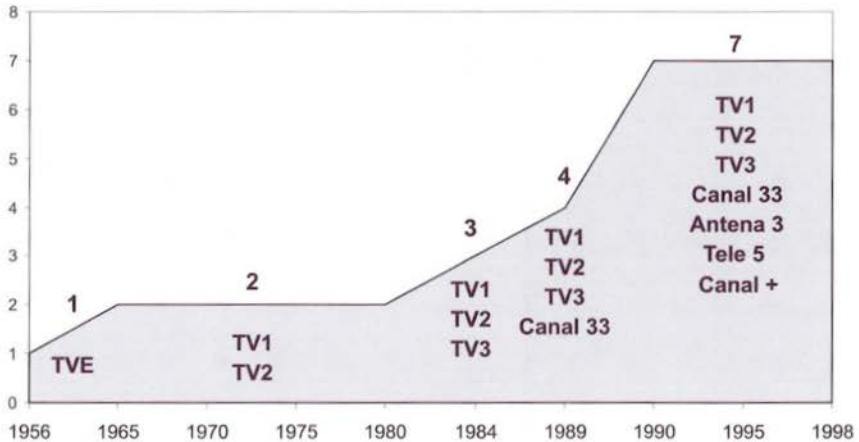
4. A partir d'ara. Podem considerar positiva la tendència de les privades a introduir el català en les seves programacions d'una manera més sòlida que fins ara; a més es comença a mesurar l'abast real de les televisions locals, d'ús quasi exclusiu de la llengua catalana, però no se sap prou bé la dimensió que tenen en conjunt. I es pot considerar negativa la proliferació desproporcionada de canals per satèl·lit, cable i sistema digital, que en termes quantitatius representa una invasió de la llengua castellana. El panorama televisiu es complica tant que ja no té aquella netedat amb què associàvem *català a la televisió* amb TV3, Canal 33 i la programació catalana de La 2. L'estiu de 1999 neixen informatius en català a les privades, es parla de les possibilitats del sistema dual i de mil coses més que compliquen la suma total. A més, caldria reconsiderar algunes variables territorials, com ara la presència de TV3 a les Illes, la Franja de Ponent o el País Valencià.

Metodologia

Només ens centrarem en la televisió convencional (la televisió pública i les privades en obert). És cert que evitem la complexitat en què estem immersos i ens deixem al voltant de 100 televisions locals que emeten quasi exclusivament en català, però també ens deixem tot el seguit de canals per satèl·lit, que, com hem dit, són majoritàriament en castellà. A hores d'ara, em sembla que introduir-hi qualsevol dada és encara especulatiu.

GRÀFIC 1

Oferta televisiva a Catalunya. Canals de televisió, 1956-1998



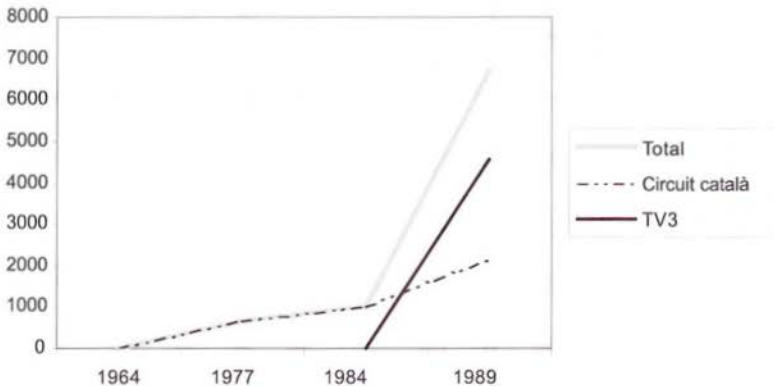
Font: EGM i Corbella (1995).

El català abans de TV3

42

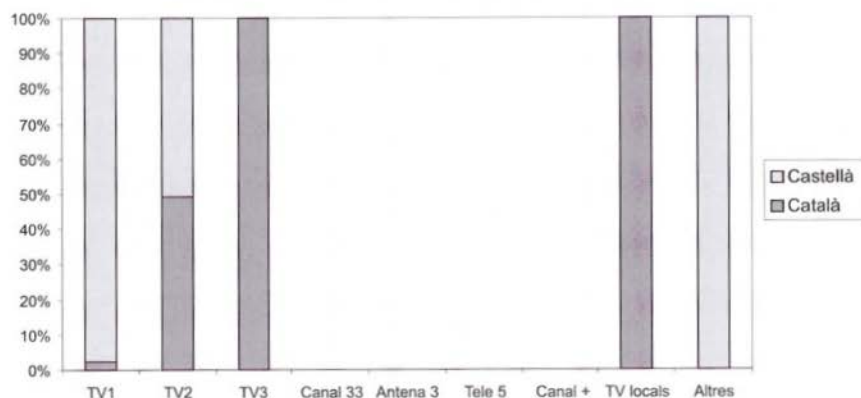
La televisió va començar a funcionar a Espanya l'any 1956. Deu anys després, TVE va començar a emetre un segon canal de televisió (TV2). Aquests han estat els dos canals d'emissió a Catalunya durant vint anys, fins que l'any 1984 va començar l'emissió de TV3 a Catalunya.

GRÀFIC 2

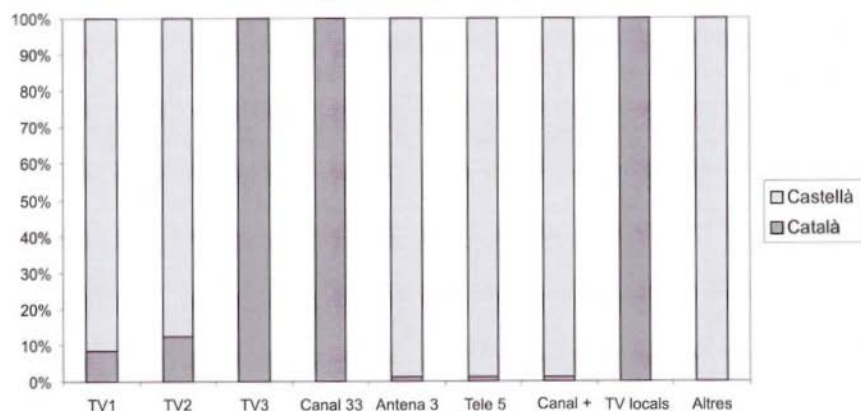
L'oferta televisiva en català amb l'aparició de TV3.
Hores d'emissió en català, 1964-1989

Font: Elaboració pròpia a partir de Corbella (1991).

GRÀFIC 3a
Programació en català, 1989



GRÀFIC 3b
Programació en català, 1997

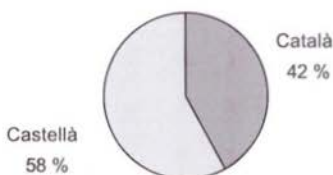


Font: Elaboració pròpia a partir de Carulla (1990) i Corbella (1988, 1991 i 1995).

La presència de la llengua catalana en tot aquest període (1956-1984) era mínima i molt irregular, encara que als anys vuitanta TV2 va consolidar una programació regular en català. L'any 1964 va començar la sèrie *Teatro catalán* a TV2. Per a fer-nos una idea de la presència del català a la televisió, només cal dir que devia significar una hora d'emissió al mes en llengua catalana.

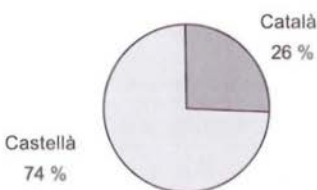
GRÀFIC 4a

Presència del català a la programació total emesa a Catalunya, 1989



GRÀFIC 4b

Presència del català a la programació total emesa a Catalunya, 1997



Font: Elaboració pròpia a partir d'EGM, Carulla (1990) i Corbella (1988, 1991 i 1995).

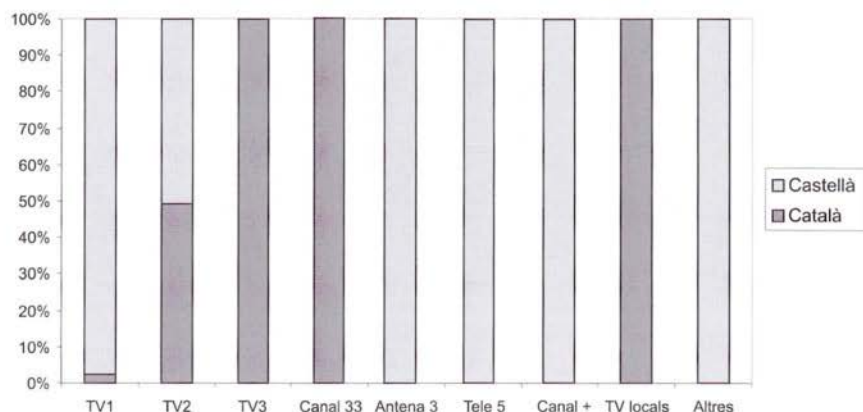
El 1974 s'hi va afegir un programa informatiu, de manera que s'emetien 9 hores mensuals en català (al gràfic 1: s'observa que la progressió era lenta, i només TV3 la fa despuntar).

Per tant, la tònica general d'aquest període va ser anar guanyant presència hora a hora: el 1977 eren 54 hores al mes; el 1978 es va arribar a les 70 hores mensuals, i el 1980, a les 80 hores mensuals.

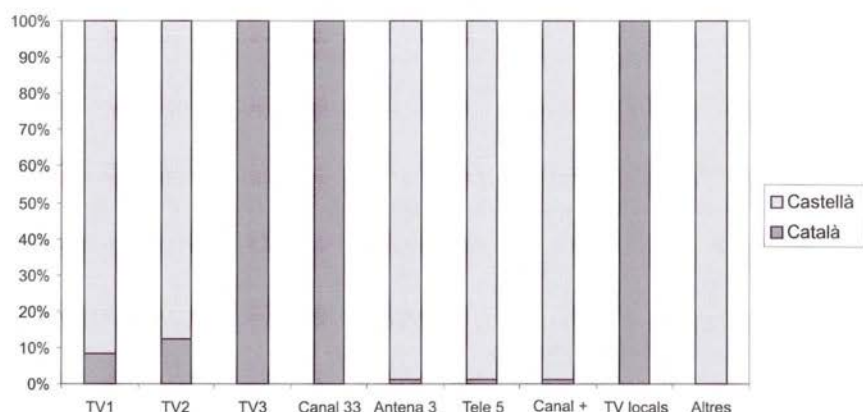
El 1987 es va acceptar la desconexió del circuit català i va començar la programació pròpia al migdia i a la tarda; el 1989 s'hi va afegir la programació nocturna en català, entre les vuit del vespre i les onze de la nit.

En aquell moment, la producció en català a TV2 arribava ja al 49 % del total de l'emissió a Catalunya (gràfic 3a, 3b). A més TV1 va incrementar lleugerament els espais en català fins al 2 % de la seva emissió a Catalunya, un percentatge aparentment baix però important si considerem la gran audiència del primer canal de televisió.

GRÀFIC 5a
Programació televisiva en català, 1989



GRÀFIC 5b
Programació televisiva en català, 1997

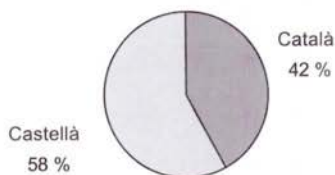


Font: Elaboració pròpia a partir de Carulla (1990) i Corbella (1988, 1991 i 1995).

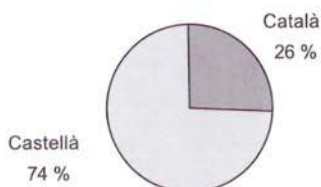
Començament de l'emissió regular de TV3

Però allò que va ser definitiu per a la llengua és el començament de les emissions de TV3 el 1983, i de forma regular el 1984, totalment en llengua catalana (gràfic 2: fins aleshores l'oferta televisiva en català era la del circuit català de TV2, però l'oferta de 13-16 hores diàries en català de TV3 en va disparar l'oferta total).

GRÀFIC 6a
Presència del català a la programació televisiva, 1989



GRÀFIC 6b
Presència del català a la programació televisiva, 1997



Font: Elaboració pròpia a partir d'EGM, Carulla (1990) i Corbella (1988, 1991 i 1995).

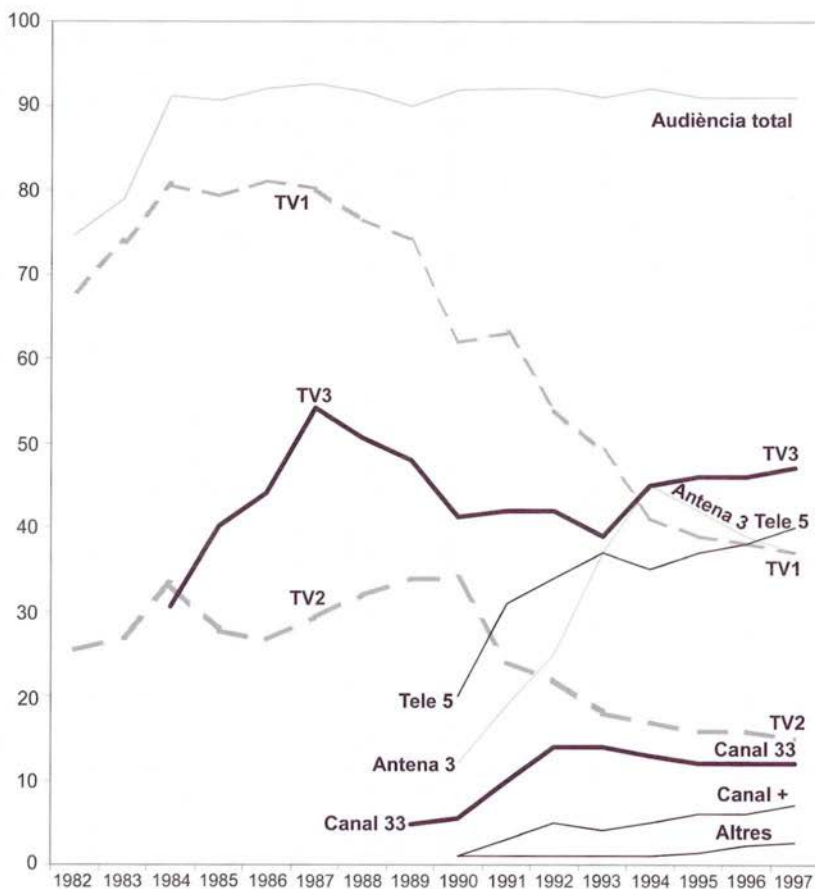
El 49 % a TV2, el 2 % a TV1, però amb més audiència, i el naixement de TV3, fan que el 1989 el 47 % dels programes de l'oferta televisiva a Catalunya fossin en català (gràfic 3a). Dos canals en castellà, un d'aquests amb un important nivell de desconexions diàries, i una televisió pública en català, conformen un moment estel·lar per a la presència de la llengua catalana a la televisió que es veu a Catalunya.

Tot va canviar amb l'arribada de la televisió privada

El 1988 es van regular les televisions privades i el 1990 van començar les emissions regulars de tres canals privats (Antena 3, Tele 5 i Canal +); per tant els canals castellans passen a ser cinc (TV1, TV2 i els tres privats).

En principi, les televisions privades tenien una cobertura limitada, però el 1991 ja es rebien a la major part de Catalunya, aviat amb emissions de 18 hores diàries, de manera que la presència del català a TV2 i TV3 va quedar diluïda en multiplicar-se els canals castellans.

GRÀFIC 7
Evolució de l'audiència de televisió a Catalunya, 1982-1997



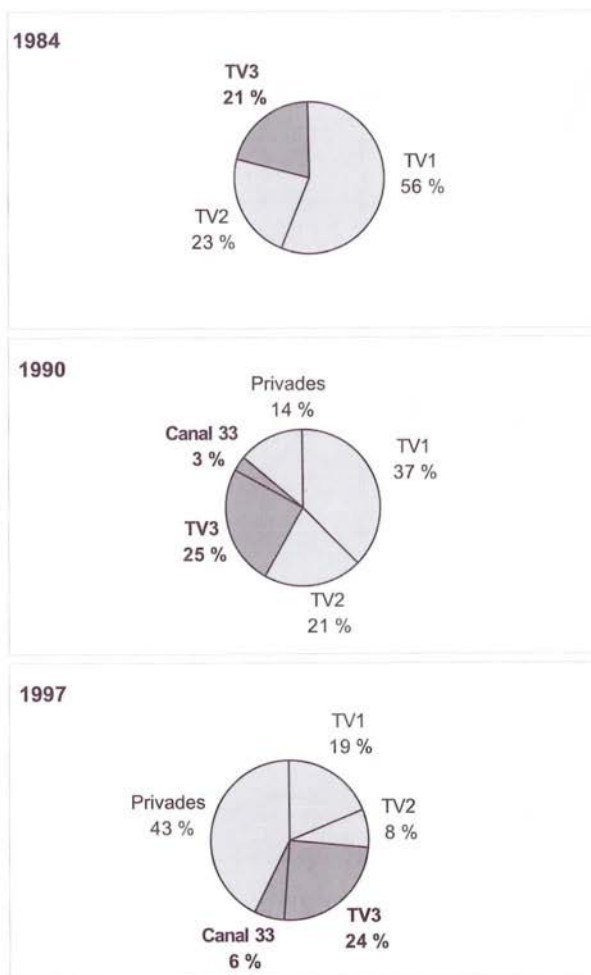
Font: Elaboració pròpia a partir d'EGM i Corbella (1988, 1991 i 1995).

El 1991, entre tot els canals, hi havia 25-30 hores d'emissió en català per cada 90 hores en castellà. La presència del català a l'oferta total es pot situar al voltant del 27 %.

El Canal 33, el segon canal totalment en català, neix també el 1989, però l'audiència (al principi del 5 %) no compensa l'audiència de televisió privada en castellà, ja que totes tres sumen el 30 % de l'audiència en començar les emissions.

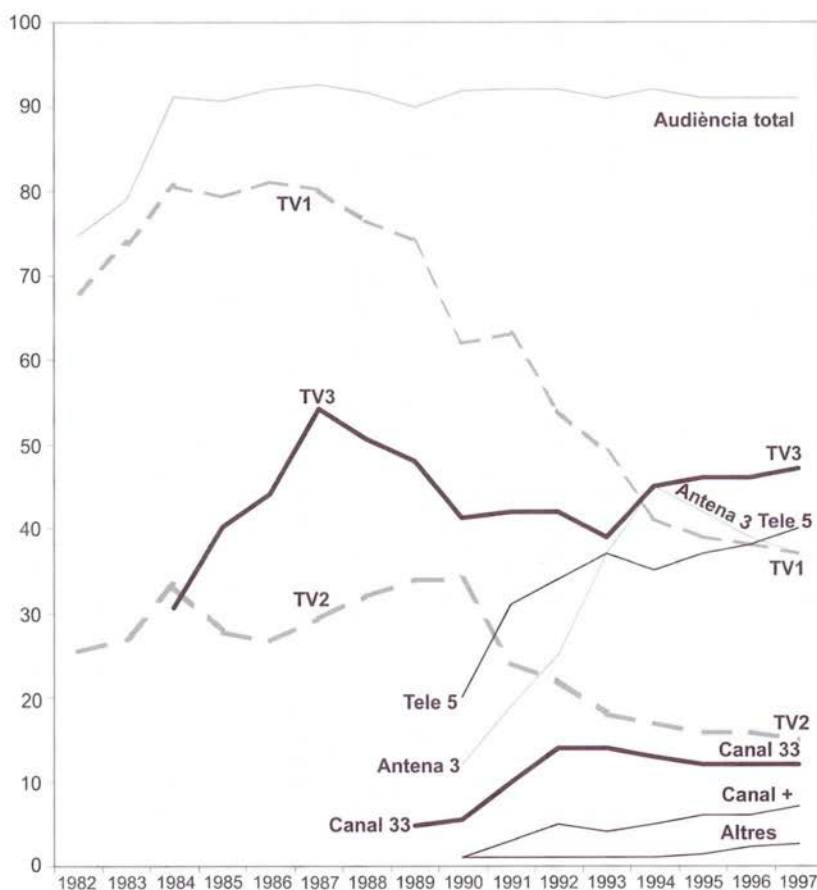
De fet, el 1991 el Canal 33 encara no arribava a totes les comarques catalanes, i alhora emetia la meitat d'hores diàries (6 hores) que les televisions privades (18 hores) o TV3 (13-16 hores diàries).

GRÀFIC 8
Distribució de l'audiència de televisió a Catalunya, 1984-1997



Font: Elaboració pròpia a partir d'EGM i Corbella (1988, 1991 i 1995).

GRÀFIC 9
Evolució de l'audiència de televisió a Catalunya, 1982-1997



Font: Elaboració pròpia a partir d'EGM i Corbella (1988, 1991 i 1995).

A la fragmentació de l'audiència en set canals, s'hi suma la fragmentació de la televisió local

El 1984 es comptabilitzen a Catalunya 40 televisions locals, el 1991 unes 100 televisions locals, i el 1997 en funcionen 83 de manera més o menys regular.

Prop de 60 emissores eren gestionades per entitats sense ànim de lucre o bé eren públiques municipals, i quasi la meitat tenien programació regular.

La majoria de les televisions locals es concentren a l'àrea de Barcelona i a les comarques veïnes, i tenen l'àmbit de recepció al seu municipi, a causa de la baixa potència dels equips.

Però ja hem dit que una cosa és la producció i la difusió local i una altra, el mercat: potser tot això es desmunta si considerem la quantitat de canals de la televisió per satèl·lit (popularitzats als anys vuitanta) o per cable, saturats de canals en castellà. I també l'oferta televisiva d'altres països, com França, que a molts indrets de Catalunya es reben bé.

Estimacions sobre el parc d'antenes per satèl·lit: a Catalunya, el 1989 unes 6.000 antenes instal·lades, i el 1990, unes 10.000.

L'audiència

L'audiència global de televisió s'ha mantingut estable durant els anys vuitanta i noranta entorn del 90-92 % de la població de Catalunya de catorze anys o més (gràfic 9).

La proliferació de canals ha comportat una lluita per l'audiència fixa. Primer va ser TV3 qui comença a fer-se una quota de pantalla a costa de TVE. Però l'any 1991, TVE encara era el primer canal de Catalunya.

Després va començar el repartiment. El pastís que era per a tres s'havia de repartir entre set televisions, quatre de públiques i tres de privades. Dues de públiques i dues de privades aconseguen unes quotes d'audiència altes (TV1, TV3, Tele 5 i Antena 3 entre el 30 i el 50 % de la població), mentre que les altres tres es mantenen entorn del 10-15 % de la població. Avui TV3 és la que té més audiència, però Tele 5 i Antena 3 són a la vora.

Conclusions

1. La programació emesa en llengua catalana a Catalunya l'any 1989 (gràfic 3a), abans de l'aparició de les televisions privades, representava el 42 % de la programació total, entre la minsa de programació de TV1, quasi la meitat de TV2 i la totalitat de TV3 (gràfic 3a).

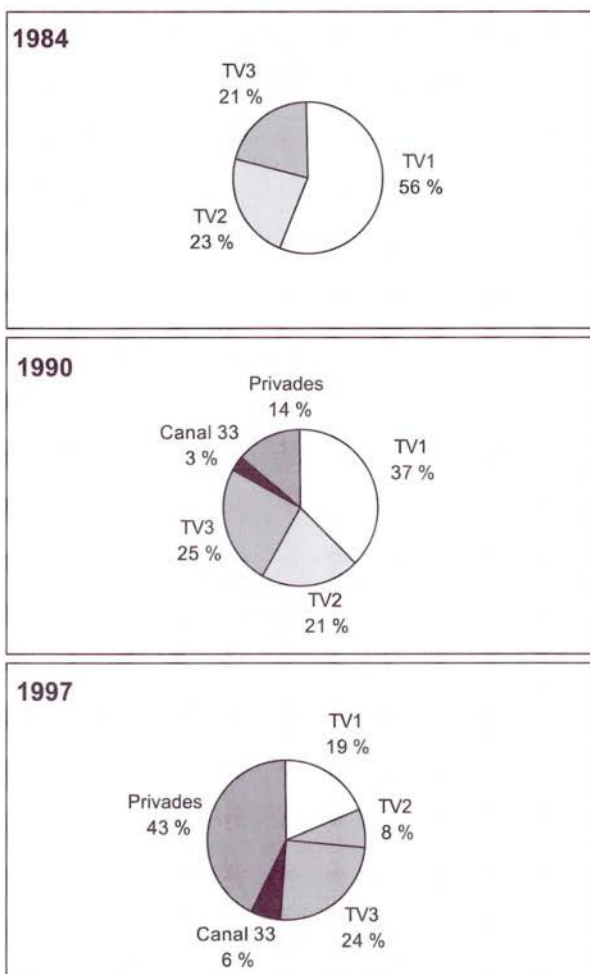
L'any 1997, la programació en llengua catalana és del 26 % del total emès a Catalunya. Podem dir, per tant, que la presència de la llengua catalana pel que fa a l'oferta a la televisió de Catalunya ha disminuït considerablement.

Ja ho hem dit, no és una qüestió de poca oferta en català: és que l'oferta en castellà s'ha disparat amb el naixement de les televisions privades.

2. El consum, en termes d'audiència, però, s'ha mantingut o ha pujat molt lleugerament en aquest període (gràfic 10). El 1984, TV3 tenia el 21 % del mercat televisiu, al qual cal afegir que quasi la meitat de la programació de TV2 era en català, de manera que es pot estimar que el consum en llengua catalana era del 25-30 %.

L'any 1990, TV3 puja al 25 % del mercat televisiu i suma el 3 % de Canal 33, però la disminució de programació en català de TV2 i la disminució d'audiència de TV1 i TV2 (gràfic 3b) fan que la presència del català es mantingui per sota del 30 %.

GRÀFIC 10
Repartiment del mercat televisiu a Catalunya, 1984-1997



Font: Elaboració pròpia a partir d'EGM i Corbella (1988, 1991 i 1995).

L'any 1997, TV1 i TV2 van continuar perdent audiència a favor de les televisions privades (un procés clar de castellanització), i TV3 i Canal 33 van mantenir (ara sí) el 30 % del consum a Catalunya en llengua catalana.

Bibliografia

Anuario de audiencias de televisión. Madrid: SOFRES, 1995.

Anuario. RTVE.

BAGET I HERMS, J. M. *Història de la TV a Catalunya*. Barcelona: CIC, 1994.

CARULLA, M. *La lengua catalana en la actualidad*. Barcelona: Institut de Sociolingüística Catalana, 1990.

CARRERAS, LI. DE. *La ràdio i la TV de Catalunya, avui (1980-1986)*. Barcelona: Edicions 62, 1987.

Xarxa de tots els emissors i reemissors de TV3: denominació, cobertura, canal i potència d'emissió. Hores de programació setmanal de TV3 (1984-1987): hores que pertanyen a programes de producció pròpia, aliena, repeticions o publicitat. Comparació amb TVE. Classificació per gènere dels programes de TVE i TV3, i proporció de temps destinat a cadascú. Audiència mitjana (1984-1986) dividit per setmanes i mesos. Llista dels programes de màxima audiència. Audiència dels programes informatius i dels programes de tipus cultural i científic. Cobertura de TV3 fora de Catalunya. Anàlisi del circuit català de TVE, gènere de programes i hores d'emissió. Xarxa de reemissors, cobertura, canal i potència.

Censo de televisiones locales. Madrid: AIMC, 1995.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 1997 i 1998*. Barcelona: Generalitat de Catalunya/CAC, 1999.

Informe exhaustiu sobre les activitats del CAC que va ser presentat al Parlament de Catalunya i al Govern. Situació de Televisió de Catalunya: mercat televisiu, producció audiovisual, canals internacionals. Els operadors de televisió d'abast estatal a Catalunya. La indústria de producció de programes a Catalunya. La televisió local a Catalunya. La televisió i les xarxes de cable a Catalunya. Dades d'audiència i consum de televisió a Catalunya (1997), segons les dades de SOFRES i d'EGM.

CORBELLA, J. M. *La comunicació social a Catalunya: panorama general als anys 80*. Barcelona: CIC, 1988.

Mapa de Catalunya amb totes les emissores de televisió local (1988). Evolució de l'audiència de televisió a Catalunya (1982-1987).

– *La comunicació social a Catalunya, 1981-1991: una dècada de canvis*. Barcelona: CIC, 1991.

– *La comunicació social a Catalunya, 1995*. Barcelona: CIC, 1995.

Audiència i quotes d'audiència dels canals de televisió a Catalunya (1990-1994).

COROMINAS, M.; LLINÉS, M. *La televisió a Catalunya*. Barcelona: Els llibres de la Frontera, 1988.

CORPORACIÓ CATALANA DE RÀDIO I TELEVISIÓ. *Estudi d'audiència, 1986*.

– *Informe anual: 1993*. Sant Joan Despí, 1994.

GENERALITAT DE CATALUNYA. *Economia i cultura a Catalunya*. Barcelona: Departament de Cultura, 1998.

Repartiment de l'audiència per cadenes. Audiència acumulada per minuts/dia/persona.

– *Anuari estadístic de Catalunya*. 1997. Barcelona: Institut d'Estadística de Catalunya, 1998.

Anual. S'edita des de 1985. Conté una taula amb el repartiment de l'audiència per cadenes.

GIFREU, J. «Sistema i polítiques de la comunicació a Catalunya: Premsa, ràdio, televisió i cinema. 1970-1980». *L'Avenç* [Barcelona], 1983.

Mapa amb la xarxa emissora de RTVE. Programes de TV produïts a Catalunya destinats per a la programació estatal (1976). Índex cronològic de programes de TVE pel circuit català. Programació del circuit català de TVE (1976-1980).

Quadre horari de producció i emissió del circuit català de TVE (1964-1980). Parc de receptors de televisió a Catalunya, per famílies i província. Audiència dels programes en català de TV2, segons edat i classe social de l'espectador, i segons blocs horaris.

– *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya: Horitzó 1990*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 1986.

– *Construir l'espai català de comunicació*. Barcelona: CIC, 1991.

GIRÓ, X. *Conflictes de televisió a Catalunya (1959-1990)*. Barcelona: Diputació de Barcelona; Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1991.

HIDALGO, J. «Televisiónes autonómicas: cobertura, consumo y audiencia». *Audiencia y programación*. València: RTVV, 1993.

JONES, D. E.; CORBELLA, J. M. *La indústria àudio-visual de ficció a Catalunya. Producció i comercialització*. Barcelona: CIC, 1989.

La programació de ficció a TV3: pel·lícules, telefilms i sèries. Programes de producció pròpia i aliena. Audiència de la televisió a Catalunya.

LLINÉS, M.; COROMINAS, M. *La televisió a Catalunya*. Barcelona: Els Llibres de la Frontera, 1988.

MORAGAS, M. DE; GIFREU, J.; MURCIANO, M. *Los medios de comunicación en Cataluña*. Bellaterra: UAB, 1992.

– *Espais de comunicació: Experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62, 1988.

Nombre de televisions locals. Audiència de la televisió a Catalunya. Audiència dels programes de màxima audiència de TV3. Hores d'emissió televisiva en català a les cadenes de televisió de Catalunya.

MUNSÓ CABÚS, J. *Breu història dels programes en català a RTVE*. Barcelona: RTVE, 1980.

La televisió a la Catalunya autònoma. Barcelona: Edicions 62, 1981.

Televisió de Catalunya. Sant Joan Despí: TVC SA, 1987.

Hores de programació de TV3. Cost per hora d'emissió. Subvencions. Ingressos propis. Plantilla. Pressupostos. Mapes de Catalunya amb la xarxa d'enllaços i els

centres de difusió de TV3. Hores d'emissió (1984-1987) desglossades en mesos i setmanes. Anàlisi de la programació segons el gènere dels programes, i temps destinat a programes de producció pròpia, aliena, retransmissions, repeticions o publicitat. Audiència: diària i mitjana mensual.

RADIODIFUSIÓ ESPANYOLA. *Informe sobre el circuito catalán de RTVE*. 1979.

Perspectiva històrica

Catalunya és un esplèndid mercat cinematogràfic: és el primer país d'Europa en mitjana d'assistència al cinema, el primer mercat d'Europa i el tercer del món en nombre d'espectadors per habitant; el sisè en nombre absolut d'espectadors, i el vuitè en recaptació (el 27 % del conjunt de l'Estat).

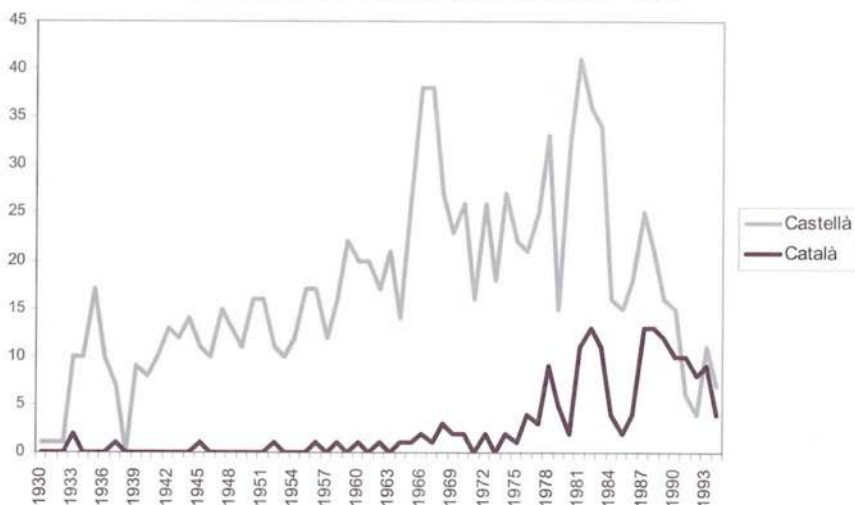
Però la presència de la llengua catalana és mínima. El cinema és el mitjà de comunicació on l'ús de la llengua catalana és més baix: un 7 % de les pel·lícules exhibides, un 6 % dels títols doblats, un 2 % de les còpies distribuïdes, un 0,6 % de les subtítolades, un 19 % de les versions originals en llengües de l'Estat espanyol, i un 1,8 % dels espectadors (gràfic 5), dada que normalment es considera indicador de consum.

La poca presència del català al cinema només és comparable amb l'ús del català als jutjats, exemple al qual sempre es fa referència per parlar del poc ús social del català i de la manca evident de normalitat lingüística.

No és un problema de producció, perquè la producció catalana ha arribat a igualar les dues llengües pel que fa al nous títols (gràfic 1), sinó un problema de mercat (gràfic 2a, 2b i 2c). Del total de pel·lícules exhibides a Catalunya, el 85 % són estrangeres, amb un domini general de les produccions nord-americanes, com és comú a la resta de l'Estat. Això representa el 90 % dels espectadors i el 90 % de la recaptació. La resta és per a la producció catalana i per a la producció de la resta de l'Estat: es reparteixen el 15 % de l'oferta, el 10 % dels espectadors i el 10 % de la recaptació amb la seva producció pròpia, i el català torna a perdre.

Encara que es tripliqui el nombre de pel·lícules produïdes en català no es podrà competir amb el gran nombre de pel·lícules nord-americanes i estrangeres que arriben (34 versions originals en català l'any 1997, davant de 149 en castellà són poca cosa davant del miler de pel·lícules estrangeres).

GRÀFIC 1
Producció de pel·lícules a Catalunya, 1930-1994



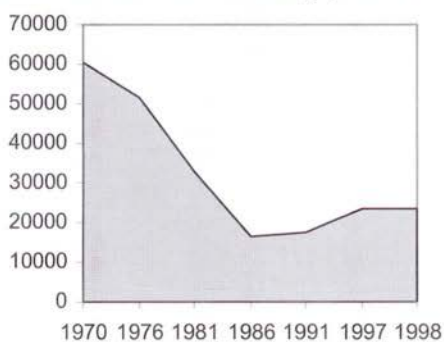
Font: Elaboració pròpia a partir d'Oltra (1990) i Departament de Cultura.

La qüestió, vist el panorama, és el doblatge i la subtitulació. És així com el castellà ha dominat el cinema a Catalunya i a la resta de l'Estat: 536 pel·lícules doblades el 1997 i només 34 doblades al català. Més tràgic encara: 446 subtitulades en castellà i tan sols 2 en català. A aquesta xifra cal sumar-li la producció original en castellà (149 pel·lícules) i contrastar-la amb la producció original en català (34 pel·lícules).

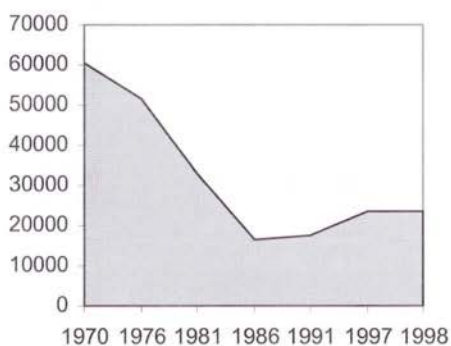
Des de l'any 1970 (gràfic 2a, 2b) ha anat disminuint el nombre d'espectadors: és una tendència a tot l'Estat, relacionada en part amb la difusió de la televisió i amb la posterior aparició del vídeo domèstic. És impressionant que l'any 1970 hi hagués 60 milions d'espectadors a Catalunya i l'any 1982 se n'hagués perdut exactament la meitat (30 milions). Això repercuteix en les sales de cinema, que van anar tancant portes fins a l'any 1991, quan les sales es van ajustar a les condicions del mercat amb multisales, sales més petites amb diferents títols, i també quan els ajuts públics a la distribució, exhibició, publicitat, etc. van començar a donar fruit.

Pel que fa a les recaptacions (gràfic 2c), cal no deixar-se enganyar per l'efecte visual: és cert que les recaptacions pugen, però deformades en la seva evolució ascendent per l'increment del valor de la pesseta. En valor real de la pesseta, això que sembla un increment del 40 % esdevé una disminució de la recaptació per sobre del 30 %.

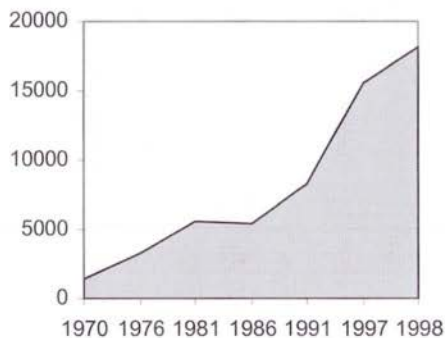
GRÀFIC 2a
Sales de cinema actives a Catalunya, 1970-1998



GRÀFIC 2b
Espectadors de cinema a Catalunya, 1970-1998



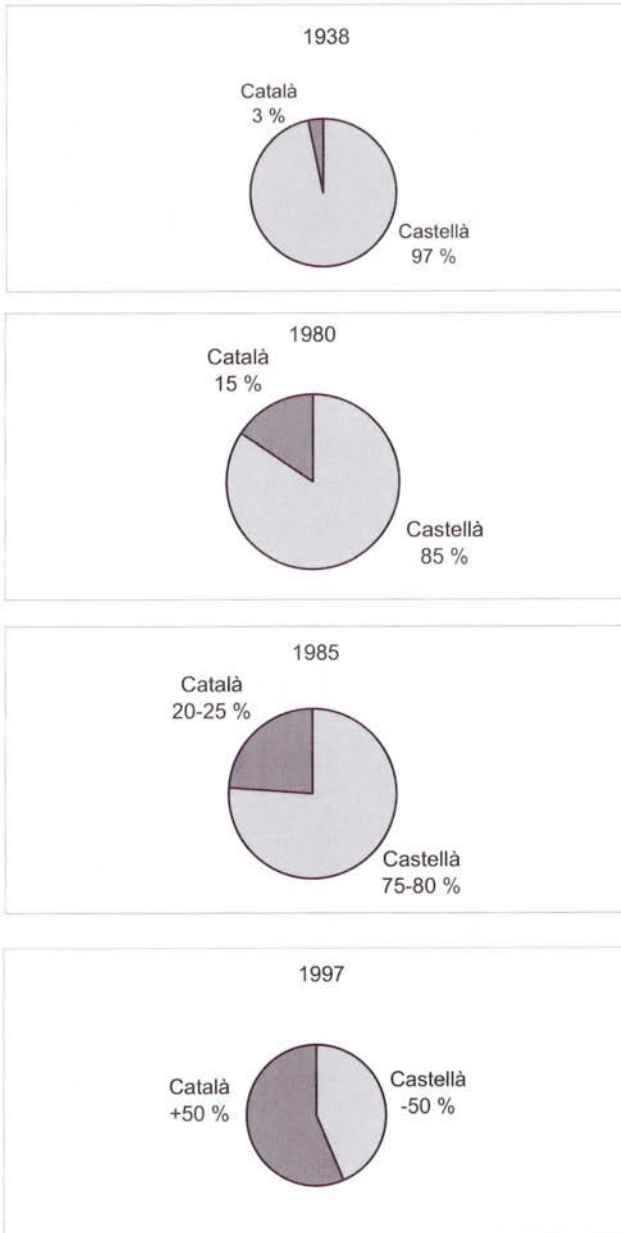
GRÀFIC 2c
Recaptació dels cinemes a Catalunya, 1970-1998



Font: José i Solsona (1983) i Departament de Cultura.

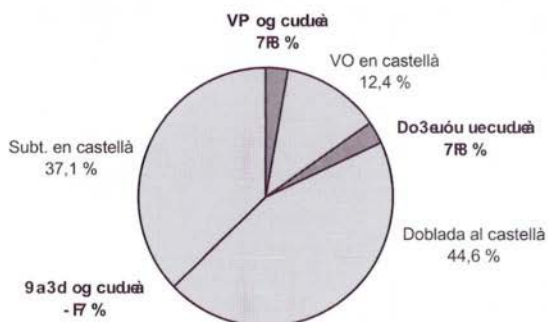
GRÀFIC 3

Producció cinematogràfica a Catalunya. Pel·lícules en català i en castellà, 1939-1997



Font: Elaboració pròpia a partir d'Oltra (1990), Carulla (1990) i Departament de Cultura.

GRÀFIC 4
Oferta de pel·lícules als cinemes de Catalunya, 1997¹

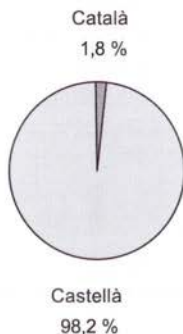


Font: Departament de Cultura.

1. El 94 % de les pel·lícules exhibides a Catalunya són en castellà.

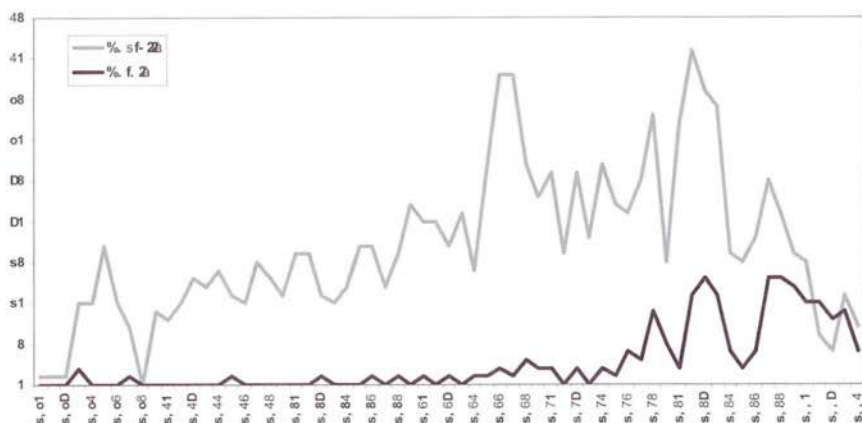
La producció cinematogràfica a Catalunya (gràfic 3) mostra una evolució clarament ascendent. L'ús del català al cinema comercial no fou autoritzat fins el 1966, així que durant tot el període franquista la presència del català és testimonial (el 3 % dels títols produïts a Catalunya).

GRÀFIC 5
Espectadors de cinema a Catalunya, 1997



Font: Departament de Cultura.

GRÀFIC 6
Producció de pel·lícules a Catalunya, 1930-1994



Font: Elaboració pròpia a partir d'Oltra (1990) i Departament de Cultura.

La transició democràtica va permetre arribar al 15 % de la producció pròpia, però no fou fins als anys vuitanta que les productores catalanes van consolidar el 25-30 % de la producció en llengua catalana. A partir de 1986 la producció pròpia va utilitzar el català i el castellà pràcticament al 50 % gràcies sobretot als ajuts de la Generalitat de Catalunya, fins que aquesta proporció es va decantar per sobre del 50 % a favor de la llengua catalana.

Com hem dit, però, aquest esforç en la producció de versions originals en català és molt costosa i mai no podrà competir amb el miler de títols estrangers. El gràfic 5 mostra el consum de cinema en català a Catalunya: només l'1,8 % dels espectadors va anar a veure una pel·lícula en català.

El cinema es troba en aquesta situació des dels seus inicis. El castellà va apostar de ple pel doblatge i la subtitulació i ara domina quasi tot el mercat.

Televisió i cinema es troben avui dia amb un horitzó similar. Aquest repte és nou per a la televisió, ja que les dues cadenes tradicionals no podien oferir més de 24 hores al dia de programació. El límit era de 48 hores contra les 24 hores de TV3. Però la proliferació de televisions privades, per satèl·lit, per cable o per sistema digital poden fer que la televisió es trobi aviat en la mateixa situació que el cinema. Competir en producció és impossible. Tots dos tenen el gran repte: l'única manera de guanyar presència és el doblatge i/o la subtitulació. Fóra bo considerar què és més respectuós cinematogràficament parlant. Aquesta és l'única manera de guanyar presència.

Bibliografia

BARÓ, E.; BONET, L. *Dimensió econòmica del sector de la cultura i la comunicació a Catalunya*. Barcelona: Departament de Cultura, 1996.

BONET, L.; CUBELES, X.; MIRALLES, J. M. *La indústria del cinema a Catalunya: Estructura, evolució i elements per a la seva planificació*. Barcelona: ICC, 1989.

Aquest treball conté exhaustives llistes que inclouen les dades següents: exhibició de pel·lícules catalanes i espanyoles en sales de cinema, espectadors d'aquestes pel·lícules durant l'exhibició, ingressos de taquilla, distribució de les pel·lícules catalanes i nombre de produccions de pel·lícules. Les dates de l'evolució quantitativa de la producció són recollides des de 1977. Totes les pel·lícules catalanes autoritzades entre 1977 i 1986: recaptació, productora i distribuïdora, i subvenció –en cas de tenir-la. Evolució del parc de sales de cinema, desglossades per municipis. Espectadors a Catalunya i despesa mitjana per espectador –es desglossa per comarques i municipis.

CARULLA, M. *La lengua catalana en la actualidad*. Barcelona: Institut de Sociolingüística Catalana, 1990.

DEPARTAMENT DE CULTURA. *Memòria del Departament de Cultura: Maig 1980 – Desembre 1982*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1984.

S'ha editat anualment fins a 1997. Inclou tots els llargmetratges produïts a Catalunya a partir de 1980. Llista d'espectadors de les pel·lícules catalanes exhibides en sales cinematogràfiques. Catàleg de totes les sales de cinema existents a Catalunya. Llista de totes les subvencions atorgades a produccions cinematogràfiques. Inclou també la llista de pel·lícules doblades al català.

– *Acció! Catalan cinema 89*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1989.

Anuari en llengua anglesa i destinat a la promoció exterior del cinema català. Es va editar fins a 1992.

Llista de les pel·lícules catalanes.

– *Catalan films 1985-86*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1986.

Bianual. En llengua anglesa i destinat a la promoció exterior. Es va editar fins a 1998. Llista de les pel·lícules catalanes produïdes cada any, tant llargmetratges com curtmetratges. Inclou pel·lícules en català i en castellà. També inclou una llista de productores catalanes.

– *Estadístiques culturals a Catalunya. 1992-93*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1995.

– *Estadístiques culturals a Catalunya, 1995*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1997.

Inclou una llista de totes les productores i totes les pel·lícules catalanes produïdes. Llista de totes les sales d'exhibició catalanes. Llista del nombre d'espectadors i la recaptació de les pel·lícules exhibides; distingeix si es tracta de pel·lícules catalanes, de la resta de l'Estat o estrangeres.

Llista de totes les subvencions atorgades pel Govern de la Generalitat.

- 1992. *Àrea de cinema*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, [s. a.].
Es torna a editar el 1993. S'ignora si s'ha tornat a editar. Inclou una llista de tots els espectadors i les recaptacions que han tingut les pel·lícules catalanes exhibides des de 1989, i de totes les sales de cinema existents a Catalunya.
 - *Exhibició cinematogràfica a Catalunya*. 1996. Barcelona: Generalitat de Catalunya, [s. a.].
Se centra en el nombre d'espectadors de les sales de cinema instal·lades a Catalunya i del taquillaatge de les pel·lícules exhibides.
 - *Economia i cultura a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1998.
Llargmetratges produïts per empreses catalanes (1993-1997). Sales de cinema en actiu per comarques. Espectadors per comarques. Recaptació de les sales per comarques.
- DIRECCIÓN GENERAL DE CINEMATOGRAFÍA. *Datos informativos cinematográficos. Años 1965-1976: Productoras. Distribuidoras. Directores*. Madrid, 1978.
- GIFREU, J. «Sistema i polítiques de comunicació a Catalunya. Premsa, ràdio, televisió i cinema: 1970-1980». *L'Avenç* [Barcelona], (1983).
Distribuidores amb central a Catalunya i nombre de pel·lícules distribuïdes (1980). Nombre de cinemes censats a Catalunya per províncies (1969-1978). Recaptació a Catalunya per pel·lícules. Dades desglossades per províncies. Evolució d'espectadors. Despesa mitjana per espectador i habitant a Catalunya. Llargmetratges parlats i/o subtítulats en català estrenats entre 1970 i 1981. Audiència i recaptació d'algunes pel·lícules en català.
- GIFREU, J.; RECODER, M. J.; CORBELLA, J. M. *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya: Horitzó 1990*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 1986.
- JOSÉ, C. «Filmografia de les productores catalanes 1977-1983». Vol. 2: *Cinematògraf*. Barcelona: FCCC, 1985.
Llista de totes les productores catalanes i de les seves llicències d'exhibició. Llista de totes les pel·lícules realitzades i exhibides per aquestes productores, incloent-hi les fetes amb règim de coproducció amb altres productores estrangeres. Llista de totes les llicències d'exhibició. Llista de films en rodatge o projectats.
- «Producció cinematogràfica a Catalunya: 1980-1985». Vol. 4: *Cinematògraf. Annals de la Federació Catalana de Cine-Clubs*. Barcelona: FCCC, 1987.
Llista de pel·lícules que ha estrenat cada productora i data de l'estrena. Llicències d'exhibició, desglossades per any i productora. Estrenes pendents i pel·lícules en rodatge.
 - «Trelladors i locals en el sector cinematogràfic a Catalunya». Vol. 3: *Cinematògraf*. Barcelona: FCCC, 1986.
Llista de sales de cinema, quantitat d'espectadors, pel·lícules projectades, recaptacions. Es desglossen les dades segons les quatre províncies, si es tracten de films espanyols o estrangers, segons l'any d'exhibició. Ràtio sala de cinema-nombre d'habitants de la localitat. Assistència mitjana al cinema, desglossat per edats.

- *El sector cinematogràfic a Catalunya: Una aproximació quantitativa. Exhibició.* Barcelona: Servei d'Estudis Banca Mas Sardà: ICC, 1983.
Llista de productores i distribuïdores catalanes. Llicències d'exhibició concedides a cada productora (1969-1982). Nombre d'autoritzacions de pel·lícules catalanes, amb l'especificació de produccions únicament catalanes o de coproduccions. Recaptacions i dades de taquilla. Totes les dades desglossades per anys. Totes les dades comparades amb la resta d'Espanya.
- *El sector cinematogràfic a Catalunya: Una aproximació quantitativa. Producció i distribució.* Barcelona: Servei d'Estudis Banca Mas Sardà: ICC, 1983.
- *Tendències de l'exhibició cinematogràfica a Catalunya.* Barcelona: ICC, 1987.

MINISTERI D'INFORMACIÓ I TURISME. *Boletín informativo del control de taquilla: Películas. Recaudaciones. Espectadores.* Madrid, 1965.

Semestral. Trimestral fins a 1974. Anual des de 1983. A partir de 1976 l'edita el Ministeri de Cultura. A partir de 1990 passa a anomenar-se *Boletín informativo*. S'ha editat fins a 1998.

Fins a 1993 el butlletí se centra quasi exclusivament en el resultat de taquilla de les pel·lícules exhibides a Espanya, assenyala si és espanyola o estrangera i, si és espanyola, qui la distribueix. Nombre d'espectadors i pel·lícules de cada distribuïdora. Número de llicència i dia d'estrena de cada pel·lícula. A partir de 1994 també inclou una exhaustiva llista de pel·lícules produïdes a Espanya i pel·lícules estrangeres exhibides. Recaptacions. Llista de productores cinematogràfiques espanyoles. Nombre d'espectadors, desglossat en mesos, províncies i comunitats autònomes. Ràtio sala de cinema-espectador. Relació de les cent pel·lícules amb més recaptació i espectadors l'any.

- *Cinematografía: Datos estadísticos.* Madrid, 1969.

A partir de 1976 l'edita el Ministeri de Cultura. Inclou anuaris fins al de 1991. Llista de totes les pel·lícules produïdes a Espanya, recaptacions, exhibicions en sales de cinema, llista de les sales de cinema existents.

MORAGAS, M.; GIFREU, J. «Selecció de documents i referències estadístiques sobre els mitjans de comunicació a Catalunya». *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, núm. 6 (1982).

Llista de les productores catalanes. Producció de pel·lícules catalanes: nombre pel·lícules, nombre de llicències, exhibició de pel·lícules catalanes, recaptacions i nombre d'espectadors a Catalunya, comparació amb les produccions espanyoles i estrangeres. Distribuïdores catalanes. Llista de sales d'exhibició cinematogràfiques a Catalunya, recaptacions i nombre d'espectadors –desglossat per províncies, i comparat amb la resta d'Espanya.

OLTRA, R. «Films produïts per productores catalanes: 1939-1985». Vol. 3: *Cinematògraf*. Barcelona: FCCC, 1986.

- «Films produïts per productores catalanes: 1939-1986 (2)». Vol. 4: *Cinematògraf*. Barcelona: FCCC, 1987.

Lista de totes les pel·lícules catalanes, on s'especifica si han estat estrenades en català o en castellà.

Dades desglossades segons l'any d'estrena, amb la data del registre de llicència d'exhibició.

- *Seixanta anys de cinema català, 1930-1990*. Barcelona: ICC, 1990.

Lista de totes les pel·lícules catalanes realitzades i registrades entre 1939 i 1990, incloent-hi les realitzades en règim de coproducció; les pel·lícules són dividides entre les que s'han fet o doblat en castellà o en català. Lista de totes les pel·lícules doblades al català. Lista de directors.

- RIAMBAU, E. «La producció cinematogràfica a Catalunya (1962-1969)». Bellaterra: UAB, 1996. [Tesi doctoral]

- ROMAGUERA, J. *Catàleg de films disponibles parlats o retolats en català*. Barcelona: CCC, 1977.

Catàleg exhaustiu de tot el material filmic disponible parlat o retolat en català. Inclou pel·lícules en formats de 35 mm, 16 mm, 8 mm i Super 8, enregistraments particulars o pel·lícules clandestines de tema polític. Inclou també pel·lícules didàctiques i de tema divulgatiu.

- *Catàleg de films disponibles parlats o retolats en català a 1982*. Barcelona: Departament de Cultura, 1983.

Es tracta del mateix catàleg de la referència anterior, incloent-hi els nous títols editats entre 1977 i 1983. Inclou pel·lícules en formats de 35 mm, 16 mm, 8 mm, Super 8 i, com a novetat, pel·lícules en format de vídeo, amb una llista de vídeos divulgatius editats per la Generalitat.

- *Catàleg de films disponibles parlats o retolats en català a 1987*. Barcelona: Departament de Cultura, 1988.

Es tracta del mateix catàleg que la referència anterior, completat amb els nous títols editats entre 1983 i 1987.

- SINDICATO NACIONAL DEL ESPECTÁCULO. *Uniespaña: Producción cinematográfica en 1956*. Madrid [s. a.].

Anuari. A partir de 1957 es va anomenar *Cine español*. S'edita fins a 1978. Torna a aparèixer com: *Cine español 1980-81* (1982). Ministeri de Cultura, Madrid. S'ha editat fins a 1998.

Fins a 1978 es va limitar a ser una llista de totes les pel·lícules –llargmetratges i curtmetratges– per ordre alfabètic i acompanyada d'una petita sinopsi. Llista de productores.

Evolució històrica

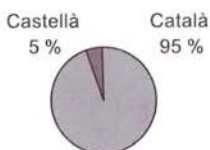
a presència de la llengua catalana a la ràdio de Catalunya ha estat marcada per la repressió de les dictadures i per un procés de normalització que encara no s'ha pogut consolidar, tal com veurem en els percentatges d'audiències (gràfic 1a, 1b, 1c, 1d, 1e) i en la oferta de la programació en llengua catalana i castellana (gràfic 2a, 2b, 2c, 2d).

Primo de Rivera mantenia la teoria que les llengües regionals havien de quedar relegades a les relacions de la família i entre particulars, de manera que la ràdio, a mesura que naixia i s'expansionava, era majoritàriament en la llengua de l'Estat.¹ La proclamació de la República l'any 1934 va obrir grans perspectives per a la ràdio a Catalunya, amb millores molt importants quant al paper com a mitjà d'informació, especialització, tècniques expressives, etc., fins al punt que, en acabar aquesta època, «la ràdio s'ha consolidat com a mitjà informatiu de primera magnitud i ha desplaçat la premsa del lloc de privilegi que havia tingut històricament»; però si haguéssim de triar un element clarament diferenciador de la ràdio respecte al període anterior, hauríem de parlar de la llengua. De fet, en un curt període de temps «la radiodifusió al nostre país va ser catalanitzada pràcticament en la seva totalitat», i no només això: la llengua catalana emprada en la ràdio va tenir «un paper importantíssim en el procés de normalització lingüística, cultural i política».

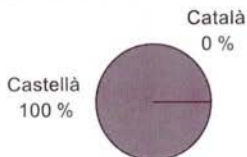
El català a la ràdio s'havia anat introduint tímidament durant la dictadura, especialment amb obres de teatre radiades, no sense entrebancs per part dels interventors de l'Estat. Amb la proclamació de la República, Ràdio Associació de Catalunya es va catalanitzar i va fer saber «immediatament» que

1. R. FRANQUET, *Història de la radiodifusió a Catalunya: Del naixement al franquisme*, Barcelona, Edicions 62, 1986. (L'explicació d'aquest període és seva, pàg. 145-155, 197-199 i 201-214; les citacions són textuais.)

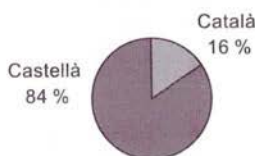
GRÀFIC 1a
Consum de ràdio en català i en castellà, 1935



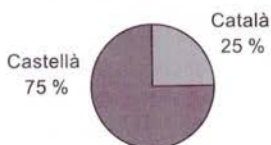
GRÀFIC 1b
Consum de ràdio en català i en castellà, 1939



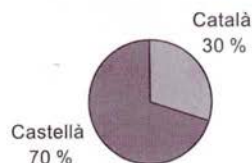
GRÀFIC 1c
Consum de ràdio en català i en castellà, 1987



GRÀFIC 1d
Consum de ràdio en català i en castellà, 1995



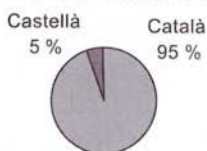
GRÀFIC 1e
Consum de ràdio en català i en castellà, 1999



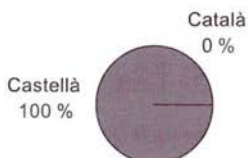
Font: Elaboració pròpia a partir de Franquet (1986),¹ Carreras (1987), Corbella (1995) i Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2000).

1. Atès que falten dades més concretes, s'ha quantificat en un 95 % allò que l'autora defineix com a «ús quasi exclusiu del català en totes les emissores», suposant que l'oferta «quasi exclusiva» condiona un consum «quasi exclusiu», tot això a l'efecte purament gràfic.

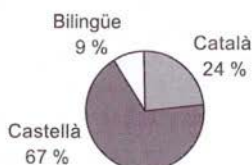
GRÀFIC 2a
Programació de ràdio en català i en castellà, 1935



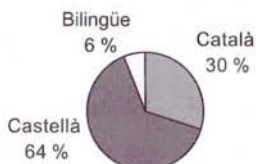
GRÀFIC 2b
Programació de ràdio en català i en castellà, 1939



GRÀFIC 2c
Programació de ràdio en català i en castellà, 1987



GRÀFIC 2d
Programació de ràdio en català i en castellà, 1997



Font: Elaboració pròpia a partir de Franquet (1986),¹ Carreras (1987) i Barril (1997).²

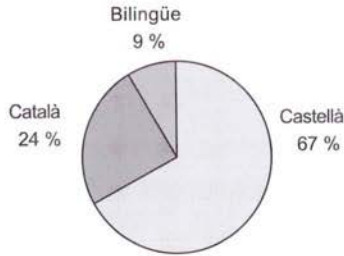
1. Atès que falten dades més concretes, s'ha quantificat en un 95 % allò que l'autora defineix com a «ús quasi exclusiu del català en totes les emissores», tot això a l'efecte purament gràfic.

2. Només menciona el percentatge de català i castellà, així que la dada bilingüe es completa simplement per a quadrar les xifres i poder fer la representació gràfica.

«totes les seves emissions empraran la llengua catalana». Ràdio Barcelona, la segona emissora barcelonina, va introduir el català progressivament i va mantenir el bilingüisme en les seves emissions, «en una proporció que oscil·larà al voltant de 3 a 1 a favor del català». A aquesta situació s'afegiran, a

GRÀFIC 3

Percentatge de programació en català i castellà de les principals emissores de ràdio, 1987



Font: Elaboració pròpia a partir de Carreras (1987).

mesura que van anar naixent, «les estacions comarcals», en un procés generalitzat d'ús i difusió del català arreu del país. És clar que «la recuperació de les institucions d'autogovern conviden a la catalanització de la ràdio», i l'ús del català és «pràcticament total» en les emissions radiofòniques, en un «procés de recuperació del prestigi social de la llengua».

Però això no va durar gaire: l'ocupació de Barcelona per part de les tropes franquistes es va confirmar amb la «total prohibició de l'ús públic del català, fins i tot en els textos de propaganda franquista». I, lògicament, aquesta prohibició es va fer extensiva a la ràdio, que havia prestat un servei de gran vàlua per a la normalització de la llengua catalana que, insistim, «utilitzaven totes les emissores quasi exclusivament».

Així desapareix la radiodifusió en català, i així és com la ràdio a Catalunya va ser castellanitzada completament. Des de 1939, «el silenci del català per les ones només és trencat de tant en tant per alguna emissió estrangera en ona curta».² La situació és clara: «exclusivament en llengua castellana continuaran funcionant a Catalunya les mateixes emissores que hi havia abans del conflicte, unes deu».³

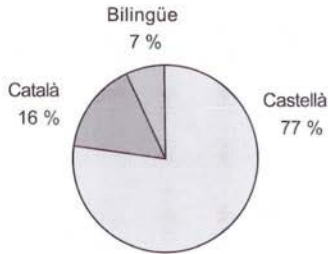
Aquesta situació «comença a variar a partir dels anys cinquanta, etapa en què tothom s'ha disputat posteriorment el primer programa en català». Manquen dades sistematitzades de tot aquest període, però és clar que «la radiodifusió catalana pràcticament no existia», i fins i tot es dedueix una «minsua presència del català en començar la dècada dels setanta, i encara reduïda generalment a programes de tipus sardanístic, folklòrics o relatius a la cançó».

2. Article de J. Gifreu a *L'Avenc*, 1983, pàg. 274-283.

3. E. FRIGOLA, «La represa de la ràdio en català», *Annals del Periodisme Català*, núm. 23 (juliol-desembre 1993), Col·legi de Periodistes de Catalunya.

GRÀFIC 4

Percentatge de l'audiència de les principals emissores de ràdio segons la llengua, 1987

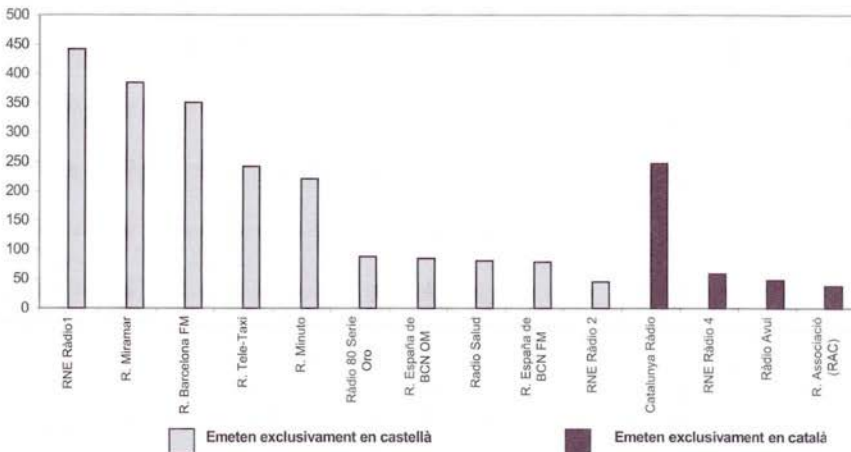


Font: Elaboració pròpia a partir de Carreras (1987).

L'any 1976 van sorgir noves experiències en el camí lent d'introducció del català a la ràdio de Catalunya, entre les quals destaca la creació de Ràdio4, quart programa en FM de RNE, totalment en català. Malgrat això, Gifreu cita dades d'un estudi de Marina Subirats de l'any 1980 en el qual confirma que «el ritme accelerat d'introducció del català en la ràdio és un fenomen recent, que s'ha produït en els darrers tres anys; en aquest temps, s'havia passat, segons ella, de l'existència d'algun espai simbòlic [...] al terç de la programació en català». Cal dir que aquestes xifres es refereixen al final de 1979, i encara

GRÀFIC 5

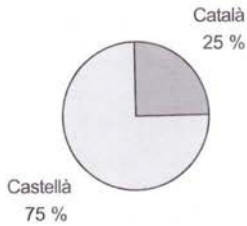
Audiència de les emissores principals segons la llengua, 1987



Font: Elaboració pròpia a partir de Carreras (1987).

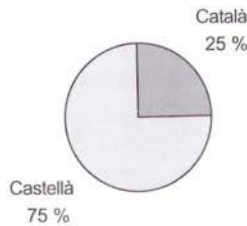
GRÀFIC 6a

Consum de ràdio en català i en castellà, 1987



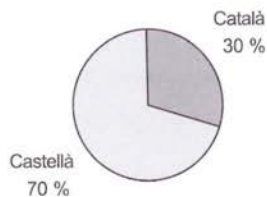
GRÀFIC 6b

Consum de ràdio en català i castellà, 1995



GRÀFIC 6c

Consum de ràdio en català i en castellà, 1998



Font: Elaboració pròpia a partir de Carre-ras (1987), Corbella (1995) i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (1999).

que presenten el 35 % de la programació en llengua catalana, només fan referència al conjunt de les emissores comarcals; la mateixa autora explica que a les emissores de Barcelona l'ús del català és «molt minoritari» encara que amb un «creixent» bilingüisme.

Aquesta dificultat en la possibilitat de mesurar la presència del català a la ràdio ha estat una constant. El mateix Consell de l'Audiovisual de Catalunya⁴ destaca que «la medició de l'audiència radiofònica ha estat tradicionalment una font de conflictes per la fiabilitat de la mesura. Per bé que s'accepta que els estudis de l'EGM donen una bona fiabilitat per al conjunt del territori, les emissores locals han denunciat sempre amb raó que no queden recollides les seves audiències». I aquesta dificultat encara és més evident quan el mateix CAC expressa una pàgina després que «atesa la gran quantitat d'emissores de ràdio local existents a Catalunya, privada i municipal, que emet en la majoria dels casos en català, i la manca de mesura d'audiència en aquest cas, és impossible determinar la quota que abasta la llengua catalana en el panorama radiofònic de Catalunya». Finalment, concreta que «l'aproximació quantitativa que se'n pot fer [...] és que la ràdio en català representa al voltant del 30 % del consum radiofònic de Catalunya».

Malgrat això, es calcula⁵ que l'any 1987 l'audiència de programes en català era del 16 %, la de programes bilingües, del 7 %, i la de programes en castellà del 77 %. Queda clar que la presència de la llengua catalana a la ràdio, mesurada en audiències, no va recuperar l'ús normalitzat simplement amb l'arribada de la democràcia.

Passava el mateix amb l'oferta de la programació de les deu emissores existents a Catalunya durant la República i que emetien «quasi exclusivament en català». Doncs bé, Carreras calcula que, als anys vuitanta, el 67 % de la programació emesa era en castellà, el 24 %, en català i el 9 %, bilingüe. En aquest mateix període, i de forma estimativa, Moragas calcula que la programació emesa en català, incloent-hi les emissores comarcals, la cadena privada Cadena 13 i les dues emissores públiques, Ràdio4 i Catalunya Ràdio, era entre el 30 % i el 40 %.⁶

Per als anys noranta considerem les dades aportades per Joan Barril,⁷ que considera que la ràdio generalista arriba a oferir en castellà fins al 64 % de la programació, mentre el català s'estima en el 30 %, és a dir, menys de la meitat de l'oferta en castellà. Barril també destaca un altre aspecte rellevant del panorama radiofònic de Catalunya: la ràdio privada ofereix el 82 % de la programació en castellà, i la programació en català és majoritàriament del sector públic, un altre fet que demostra que el procés de normalització no és només incomplet en xifres, sinó en la seva mateixa estructura. També destaca que les emissores municipals tenen una oferta majoritària en català, amb el 58 % de les estacions amb el català com a única llengua, i el 75 % d'ús del cata-

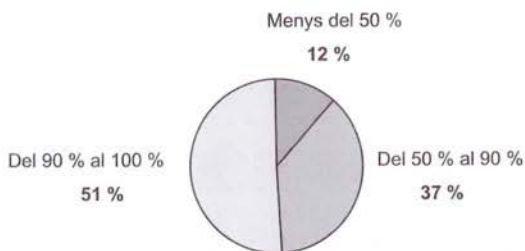
4. Informe sobre l'audiovisual a Catalunya, Barcelona, CAC, 1999, pàg. 44.

5. LI. DE CARRERAS, *La ràdio i la televisió, avui*, Barcelona, Edicions 62, 1987.

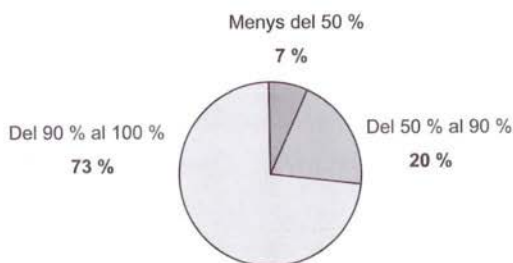
6. M. DE MORAGAS, *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*, Barcelona, Edicions 62, 1988.

7. J. BARRIL, *Actes del Primer Congrés de la Ràdio a Catalunya*, Barcelona, Societat Catalana de la Comunicació, 1997.

GRÀFIC 7a
Ús del català a les emissores municipals, 1986



GRÀFIC 7a
Ús del català a les emissores municipals, 1995



Font: Martí (1996).

là de les estacions bilingües. Fins i tot és interessant el factor territorial, ja que el castellà només supera el català en les emissores de les localitats pertanyents a Barcelona. I, finalment, cal destacar que fins i tot aquestes emissores municipals han viscut un procés de catalanització, ja que aquelles on dominava el castellà han passat els últims anys del 12 % al 6 %.

Tot plegat, implica moltes variables per arribar a determinar quina és la oferta de la programació en català i quina és l'audiència de la ràdio en català a Catalunya, així que aquestes xifres i gràfics es presenten necessàriament com a estimacions que cal agafar amb pinces i amb totes les reserves, tal com hem esmentat.

Bibliografia

Anuari de la informació.

Llista de totes les emissores de ràdio existents a Catalunya. Composició de les redaccions de les principals ràdios de Catalunya.

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. *Atlas de declaración de escucha de radio en España*. Madrid, 1996.

BONET, M. «La ràdio privada a Catalunya: implantació geogràfica i rendibilitat econòmica». *Treballs de Comunicació*, núm. 9 (octubre 1998).

CARRERAS, LL. *La ràdio i la televisió de Catalunya avui (1980-1986)*. Barcelona: Edicions 62, 1987.

Llista de totes les emissores radiofòniques a Catalunya en FM i OM, centre d'emissió, la potència i les freqüències. Programació de les emissores catalanes, desglossada en tipologies de programes i en franges horàries. Ús del català a la ràdio, desglossat per franges horàries i amb percentatges. Llista d'audiències.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 1997 i 1998*. Barcelona: Generalitat de Catalunya: CAC, 1999.

Informe que el Consell de l'Audiovisual presenta anualment al Parlament de Catalunya i al Govern. Dedicat a la ràdio a Catalunya, on inclou les dades següents: estructura del sector a Catalunya; audiència (dades EGM) i la llengua catalana a la ràdio.

CORBELLA, J. M. *La comunicació social a Catalunya: Panorama general als anys 80*. Barcelona: CIC, 1988.

Mapa de Catalunya amb totes les emissores en funcionament –públiques, privades, municipals, OM, FM, etc. Llista de les emissores principals. Llista de les dades d'audiència i percentatge d'ús del català a les programacions.

–*La comunicació social a Catalunya, 1995*. Barcelona: CIC, 1995.

Totes les emissores radiofòniques existents a Catalunya (estiu 1995). En aquesta llista s'assenyala el caràcter jurídic de l'emissora, l'ús que es fa del català o les desconexions que es realitzen. Llistes d'audiència.

CORPORACIÓ CATALANA DE RADIOTELEVISIÓ. *Estudi d'audiència, 1997*. Barcelona, 1998.

Audiència de les emissores depenents de la Generalitat.

DÍAZ, L. *La radio en España. 1923-1997*. Madrid: Alianza Editorial, 1997.

Audiències de totes les emissores a Espanya entre 1992-1995. L'audiència apareix desglossada per províncies, comunitats autònomes i franges horàries. La seva font és l'Estudio General de Medios.

FARRÉ, F. X.; ESCARTÍN, J.; CASADO, A. *Emissores municipals de Catalunya: Un fenomen de comunicació social*. Barcelona: Patronat Municipal de Comunicació, 1986.

Llista de totes les emissores municipals catalanes l'any 1986. Mapa de Catalunya amb totes les emissores municipals existents i les ja desaparegudes. S'assenyala l'ús del català en les programacions. Dades d'audiències. Hores d'emissió. Tipolo-

gia dels programes emesos. Despeses econòmiques de cada emissora. Quantitat de publicitat emesa.

GENERALITAT DE CATALUNYA. *Anuari estadístic de Catalunya*. 1997. Barcelona: IEC, 1997.

Anuari. Llista de les emissores radiofòniques, dividides per la naturalesa jurídica –municipal, local, autonòmica, privada i pública– i el sistema d'emissió –OM i FM–; inclou la cobertura territorial de cada emissora. Llista de llicències atorgades per a l'ús d'estacions de radioaficionat.

GIFREU, J. «Sistema i polítiques de comunicació a Catalunya. Premsa-Ràdio-Televisió i Cinema (1970-1980)». *L'Avenç* [Barcelona], (1983).

Relació i localització de les emissores de ràdio a Catalunya. Relació d'emissores estatals i comercials a Catalunya, per localitats, centres d'emissió, grup o cadena, freqüència i potència (dades de 1981). Propietat de les emissores de ràdio de Catalunya (dades de 1976). Mapa de Catalunya amb les emissores de ràdio estatals i comercials. Relació d'emissores municipals a Catalunya per comarques (1981). Catàleg d'emissores «lliures» (1979). Audiència de les emissores comercials a Barcelona per dies, classe social i nivell d'instrucció. Hores setmanals de programació catalana a les emissores comarcals (1979).

MARTÍ, J. M. *La ràdio a Catalunya*. Barcelona: CIC, 1996.

Treball més complet i actual de tots els efectuats sobre aquest tema. Llista de totes les emissores de ràdio existents a Catalunya, classificades segons la naturalesa jurídica (emissores privades, municipals, etc.) i el sistema d'emissió (OM, FM). Tipologia dels programes i ubicació a les franges horàries. Desconnexions de les emissores estatals amb les emissores locals. Llista i percentatges de l'ús del català en les programacions radiofòniques, desglossades en franges horàries. Llista de programes en català. Llista de l'audiència, incloent-hi la dels programes en català i comparant-los amb els programes en castellà. Comparació de l'audiència de la ràdio a Catalunya amb el de la resta de l'Estat.

MARTÍ, J. *La radiodifusió comarcal catalana: anàlisi d'una realitat comunicativa*. Barcelona: UAB, 1983. [Tesi de llicenciatura]

MARTÍ, J. M. *Les emissores comarcals a Catalunya*. Barcelona: IORTV, 1982.

Mapa de Catalunya amb totes les emissores comarcals (OM-FM). Percentatges d'ús del català a les emissores comarcals.

MARTÍ, J. M.; FRANQUET, R. *La radio: De la telegrafía sin hilos a los satélites*. Barcelona: Mitre, 1985.

Conté un mapa comarcal de Catalunya amb totes les emissores de ràdio municipals i totes les emissores d'àmbit català.

MINISTERI D'INFORMACIÓ I TURISME. *Radiodifusión y televisión: Datos estadísticos 1971*. Madrid, 1972.

Aquest anuari recull les dades fins a l'any 1974. A partir de l'any 1978 l'edita el Ministeri de Cultura, i hi inclou les dades a partir de 1975. Dades exhaustives de la programació radiofònica de totes les emissores espanyoles. Desglossament de la programació segons la temàtica, amb l'anàlisi del temps destinat a cadascú i la

situació a les franges horàries. Llista de totes les emissores espanyoles desglossades per províncies. Mitjans tècnics de les emissores. Personal laboral i salaris.

MORAGAS, M. DE. *Los medios de comunicación en Cataluña*. Barcelona: UAB, 1982.

MORAGAS, M. DE; GIFREU, J. «Selecció de documentació i referències estadístiques sobre els mitjans de comunicació a Catalunya». *Anàlisi*, núm. 6 (1982).

Consum radiofònic a l'àrea metropolitana de Barcelona, amb desglossament de les dades segons la franja horària, dies laborables o cap de setmana. Anàlisi exhaustiva d'audiència de les emissores: Ràdio Barcelona, Radio España i Radio Nacional. Llista de totes les emissores municipals, estatals i comercials a Catalunya: centre emissor, freqüència i potència d'emissió. Mapa de Catalunya amb totes les emissores de ràdio existents (1981).

«Ràdios municipals». *Arrel*, núm. 3 (1982).

Llista de totes les emissores de ràdio municipals o d'àmbit local a Catalunya amb la freqüència d'emissió; inclou també les anomenades *ràdios lliures* o *emissores pirates*. Anàlisi per percentatges de l'ús del català a les emissions; desglossament per franges horàries o segons la temàtica dels programes. Programació de les emissores municipals. Despeses econòmiques, subvencions, mitjans tècnics, etc.

TORRES, S. *Les emissores municipals de Catalunya*. Barcelona: Federació de Municipis de Catalunya, 1985.

VILA, J. A. «Més de cent ciutats catalanes tenen emissora local». *Capçalera*, núm. 4 (1989).

L'OFERTA DEL CATALÀ ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ

**Marcial Murciano,
amb el suport d'Enric Xicoy**

Introducció

L'objectiu d'aquest estudi és establir la situació de la llengua catalana als mitjans de comunicació en el període 1996-1999. La contribució principal del treball ha estat construir una sèrie de dades homogènies i fiables que permetin fixar periòdicament l'evolució i les tendències de la problemàtica de la llengua en els mitjans. En general, aquestes sèries s'han pogut establir per al conjunt del període 1995-1998.

Demografia, ús de la llengua catalana i habitatges

En el transcurs dels anys noranta, el creixement demogràfic de Catalunya s'ha situat entre els més baixos de la Unió Europea, per sota de l'1 ‰ (0,3 ‰, l'any 1994, i 0,6 ‰, l'any 1995). El moviment migratori durant aquest mateix període va recuperar l'any 1995 una posició positiva després d'haver-se situat per sota del zero els anys 1993 i 1994 (-0,5 ‰ i -1,8 ‰, respectivament). En conseqüència, aquestes tendències –reducció de la natalitat, moviments migratoris negatius i envelliment de la població– han comportat una transformació en l'estructura d'edats de la població. El 1994, la població menor de 15 anys s'estimava en 929.000 joves, i la de la gent major de 65 anys era de 960.000. El nombre de gent gran superava el de la gent jove i produïa certa incertesa sobre l'evolució de la població a mitjà i llarg termini, amb escenaris de pèrdua de persones entre 2001 i 2005 (Giner, 1998, pàg. 171).

El cens de població de 1998, de l'Institut d'Estadística de Catalunya, dona l'estructura de població següent:

TAULA 1

<i>Estructura de la població a Catalunya, 1998</i>				
<i>Total població</i>	<i>Població per sexes</i>		<i>Població per grups d'edat</i>	
6.134.000	Dones: 3.149.973		Menys de 20 anys	1.250.000
	Homes: 2.997.637		De 20 a 39 anys	1.960.000
			De 40 a 59 anys	1.547.000
			Més de 80 anys	1.141.000
Total 6.134.000	6.147.610¹			6.134.000

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya (2000).

1. Aquestes dades tenen origen en llocs diferents i per això donen un resultat total de població diferent. Concretament les dels sexes provenen de les estadístiques municipals, mentre que les d'edats provenen de l'INE.

Pel que fa al coneixement del català, el cens de 1996 indicava que els índexs de comprensió eren molt alts i sensiblement superiors als de la parla i la lectura (vegeu la taula 2).

TAULA 2

<i>Coneixement del català per grups d'edat en percentatge, 1996</i>								
	<i>De 2 a 14</i>	<i>De 15 a 29</i>	<i>De 30 a 44</i>	<i>De 45 a 59</i>	<i>De 60 a 74</i>	<i>De 75 a 84</i>	<i>Més de 84</i>	<i>Total</i>
<i>L'entén</i>	97	98,30	96,80	94,30	90,30	85,80	83,90	95
<i>El sap parlar</i>	83,50	90,40	74,90	63,60	63,10	65,40	66,60	75,30
<i>El sap llegir</i>	70,60	90,20	76,20	63	58,40	56,60	52,40	72,40
<i>El sap escriure</i>	59,30	78,70	41,60	25,50	22,50	23,30	20,30	45,80

Font: Institut d'Estadística de Catalunya (2000).

El 1999, el 95 % de la població entén el català; el 75,3 % el parla; el 72,4 % el llegeix, i el 45,8 % l'escriu. Per grups d'edat, el 76,2 % de la població de 16 a 64 anys sap llegir el català i el 48,6 % l'escriu (Institut de Sociolingüística Catalana, 1999).

Pel que fa a l'audiència potencial dels mitjans de comunicació a Catalunya, l'Estudio General de Medios (EGM) estableix per a l'any 1998 una població de 5.391.000 persones (*Intermedios*, 2000, pàg. 14).

D'altra banda, segons el cens d'habitatges de 1991, el nombre i l'estructura dels habitatges i llars a Catalunya eren els següents:

TAULA 3

<i>Llars i diferents tipus d'habitatges, 1991</i>					
<i>Llars</i>	<i>H. principals</i>	<i>H. secundaris</i>	<i>H. vacants</i>	<i>Altres</i>	<i>Total</i>
1.933.044	1.931.172	467.922	314.903	7.386	2.721.383

Font: Cens de 1991. Institut d'Estadística de Catalunya.

En conjunt, des de mitjan anys noranta la població de Catalunya es caracteritza per una certa estabilitat, entorn dels sis milions d'habitants (265.000 menors de 4 anys), un alt coneixement de la llengua catalana –el 95 % l'entén i el 75 % el parla–, i un nombre de llars que s'acosta als dos milions.

La premsa diària

L'estructura de la premsa controlada a Catalunya –734.211 exemplars diaris l'any 1995– era relativament estable a mitjan anys noranta, després de la dècada anterior, en què hi va haver canvis importants (*Anuari*, 1999; Corbella, 1995; Gifreu, 1991).

El primer diari editat en català després de la Guerra Civil va aparèixer l'any 1976 (*l'Avui*: 40.864 exemplars el 1995). Les iniciatives de nova premsa en català són de l'any 1978 (*Regió 7*: 8.692 exemplars el 1995) i 1979 (*Punt Diari*, més tard *El Punt*: 7.8954 exemplars el 1995). Altres iniciatives com el *Diari de Barcelona* (reaparegut el 1986 i ara present solament en format electrònic) i el *Diari de Girona* (en català des de 1990: 5.945 exemplars el 1995) amplien notablement l'oferta de diaris en català.

Aquest panorama relativament estable va canviar l'any 1997. Dos diaris, un de comarcal (*Segre*) i un altre de distribució per tot Catalunya (*El Periódico de Catalunya*) van començar a fer dobles edicions, en català i en castellà. Els índexs es transformen i superen el 25 %, i més del 50 % en l'àmbit local i comarcal (per a diaris d'informació general, vegeu la taula 4).

TAULA 4

Diaris d'informació general editats en català				
	1996	1997	1998	1999 ¹
<i>Avui</i>	36.276	33.162	32.700	31.840
<i>Diari de Girona</i>	5.395	5.915	6.075	6.675
<i>El Punt</i>	18.555	20.931	21.700	22.959
<i>Regió 7</i>	8.500	8.543	9.017	9.252
<i>El 9 Nou</i>	2.105	2.110	2.116	2.229
<i>El Periódico de Catalunya</i>	–	19.164	81.364	77.773
<i>Segre</i>	70.831	91.218	157.919	5.359
Total	70.831	91.218	157.919	154.088

Font: Elaboració pròpia amb dades del Departament de Cultura (*Informe sobre política lingüística 1999*) i l'OJD.

1. Aquestes dades equivalen a la difusió entre setmana, sense comptar caps de setmana.

Actualment s'editen a Catalunya catorze diaris, dos dels quals amb doble edició. Cinc són exclusivament en català: *l'Avui*, *El Punt*, *Regió7*, *El 9 Nou* (Vallès Occidental) i el *Diari de Girona*. Com ja hem dit dos tenen doble ver-

sió en castellà i en català: *El Periódico* i el *Segre*. Els altres set són exclusivament en castellà, en alguns casos exceptuant-ne alguns suplement: *La Vanguardia*, el *Diari de Sabadell*, el *Diari de Terrassa*, el *Diari de Tarragona*, *La Mañana* i els esportius *El Mundo Deportivo* i *l'Sport*. A més, tenen edició especial per a Catalunya sis diaris d'abast espanyol: *l'ABC*, *El Mundo*, *El País*, *l'As*, el *Marca* i *l'Expansión*, tots en castellà i també en algun cas amb suplementos en català.

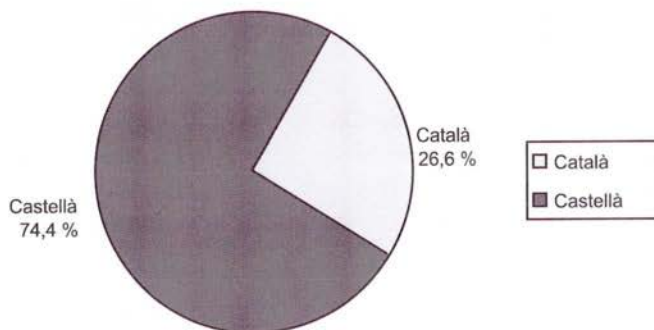
Per capçaleres, doncs, són en català el 42,7 % dels diaris editats a Catalunya i el 31,8 % dels que s'hi distribueixen.

L'any 1998 la difusió a Catalunya va ser de 783.831 exemplars i d'aquests el 20,1 %, o sigui 157.919, van ser en català segons dades de l'OJD (Oficina de Justificació de la Difusió). Dos anys abans, el 1996, les dades eren molt diferents: el 9,2 % del total eren en català (70.831 exemplars sobre un total de 767.962).

El 1998, el percentatge de premsa d'informació general diària editada en català sobre el total de la publicada era del 26,3 % i l'any 1999 fou del 25,6 % després de tres anys seguits amb augments de vendes significatius.

D'altra banda, cal afegir que l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC), entitat privada que reuneix 142 publicacions periòdiques, afirma que les seves tirades globals tenen una difusió diària de més de 200.000 exemplars (per al conjunt de les seves publicacions: 240.000, el 1999). Aquestes dades no tenen la confirmació de cap registre oficial i són ofertes a títol indicatiu de la importància, a la major part del territori, d'una premsa paral·lela i propera al ciutadà escrita i llegida en català.

GRÀFIC 1
Premsa diària editada en català, 1999



Font: Elaboració pròpia amb dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya, el Departament de Cultura i l'OJD.

TAULA 5

Difusió de la premsa diària editada a Catalunya¹ 1996-1999

	Per tipus d'informació			
	1996	1997	1998	1999
Informació general	579.101	588.742	600.346	610.465
<i>El Periódico de Catalunya</i>	205.270	181.855	120.963	117.147
<i>El Periódico de Catalunya-català</i> ²	–	19.164	81.364	77.773
<i>La Vanguardia</i>	186.534	197.810	199.024	205.126
<i>El País</i> ³	55.994	57.387	56.206	60.594
<i>Avui</i>	36.276	33.162	32.700	31.840
<i>El Punt</i> ⁴	18.555	20.931	21.700	22.959
<i>El Mundo</i> ³	17.357	19.091	17.645	17.155
<i>Diari de Tarragona</i>	12.982	12.956	13.523	13.838
<i>Segre</i>	12.254	10.824	7.873	13.527
<i>Segre-català</i> ⁵	–	1.393	4.947	5.359
<i>ABC</i> ³	10.212	9.965	9.900	9.825
<i>Regió</i> ⁴	8.500	8.543	9.017	9.252
<i>Diari de Sabadell</i>	6.558	6.236	6.223	6.123
<i>La Mañana</i>	5.762	5.918	5.807	5.681
<i>Diari de Girona</i>	5.395	5.915	6.075	6.675
<i>Diario de Terrassa</i>	5.559	5.447	5.263	5.362
<i>El 9 Nou - Vallès Occidental</i>	2.105	2.110	2.116	2.229
<i>En català</i>	70.831	91.218	157.919	156.087
<i>En castellà</i>	508.270	497.524	442.427	454.378
Total català (%)	13,7 %	18 %	26,3 %	25,6 %
Informació esportiva	127.117	130.362	124.793	130.514
<i>Sport</i>	69.549	73.832	67.865	73.204
<i>El Mundo Deportivo</i>	57.568	56.530	56.928	57.310
Total diaris	706.218	719.104	725.139	740.979

Font: Departament de Cultura. *Servei estadístic, 2000. OJD 2000.*

1. Diaris editats i difosos a Catalunya, sotmesos al control de l'OJD.
2. L'edició en català va començar el 28 d'octubre de 1997.
3. Diaris d'àmbit estatal amb edició pròpia a Catalunya.
4. El 1996, quatre edicions des del mes de setembre.
5. L'edició en català va començar l'11 de setembre de 1997.

La ràdio

L'oferta de ràdio a Catalunya presenta una gran diversitat. D'una banda, hi ha les emissores d'àmbit estatal a Catalunya (les grans cadenes públiques i privades), les d'àmbit català (públiques i privades) i les d'àmbit local (també públiques i privades). De l'altra, hi ha una diferenciació per l'ona d'emissió (OM i FM). Segons l'Estudi General de Mitjans l'any 1998 l'audiència controlada diària era de 3.030.000 persones. L'OM va aconseguir 394.000 oients i la FM, 2.696.000 (*Intermedios*, 2000, pàg. 14).

Al final de l'any 1999, no es disposava de dades homogènies sobre el català en aquest important sector de la comunicació pública a Catalunya. La bibliografia de referència (Joan Corbella, Montserrat Bonet, Josep Gifreu i Josep M. Martí) no permet encara establir l'estat de la qüestió.

Pel que fa a la utilització de la llengua en la programació de ràdio, està pendent d'elaborar-se un informe definitiu i clarificador de la situació de la ràdio a Catalunya. Els importants treballs esmentats de Corbella (1995) i Martí (1996) tan sols fan una anàlisi de la situació a la ràdio al començament i a mitjan anys noranta, respectivament.

D'altra banda, els informes periòdics del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (BOPC, 1998 i 1999) no faciliten la continuïtat de les dades esmentades sobre l'oferta i el consum del català a la ràdio a Catalunya. Atesa la diversitat de situacions i la quantitat d'emissores de ràdio local existents, és impossible determinar amb precisió les quotes de la llengua catalana en l'àmbit radiofònic (BOPC, 1998, pàg. 22400).

Pel que fa a les audiències a Catalunya de la ràdio en català, segons l'EGM l'any 1999 són les següents:

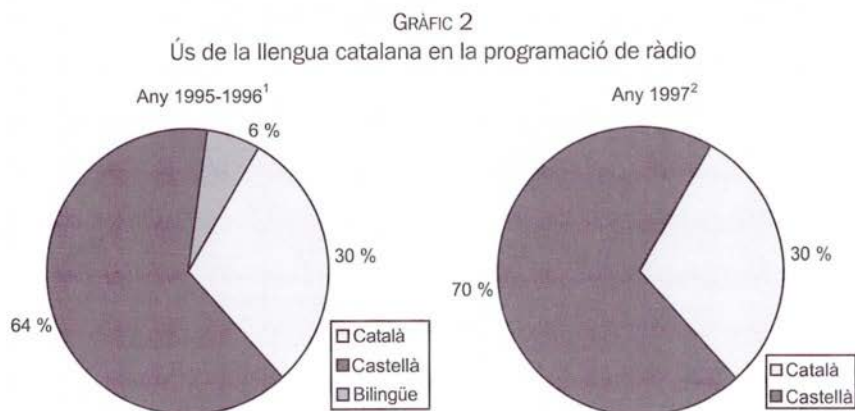
TAULA 6

<i>Emissores públiques 1999</i>		<i>Emissores privades 1999¹</i>	
<i>Catalunya Ràdio</i>	559.000	<i>Flaix FM</i>	259.000
<i>Emissores municipals²</i>	156.000	<i>RAC 105</i>	89.000
<i>Catalunya Informació</i>	136.000	<i>Ona Catalana</i>	88.000
<i>Catalunya Música</i>	29.000	<i>Flaixback</i>	67.000
<i>Catalunya Cultura</i>	21.000	<i>RKOR</i>	42.000
<i>RNE Ràdio 4</i>	13.000	<i>Hot 70</i>	29.000
Total	914.000	<i>Ràdio Estel</i>	28.000
		<i>Segre Ràdio</i>	8.000
		<i>101.1 Igualada</i>	6.000
		<i>Ràdio Marina</i>	5.000
		Total	621.000

Font: Elaboració a partir de dades de l'EGM.

1. En l'estudi no es tenen en compte RAC 1 i Ona Catalana, ja que van començar les seves emissions posteriorment a la finalització d'aquest estudi.
2. La xifra correspon al que l'EGM considera municipals, de barri i Com Ràdio.

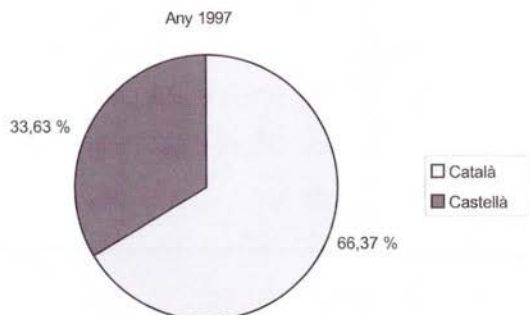
Al gràfic 2 s'assenyalen les dades de referència al sector, establertes per Martí (1996) i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (1998).



1. Segons l'estudi de Martí (1996, pàg. 103), *Ús de la llengua a les emissores generalistes, amb Catalunya Ràdio i Ràdio 4*.
2. Segons l'*Informe del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 1997 i 1998*.

Una segona font d'informació sobre l'ús del català a la ràdio són els treballs de l'Institut de Sociolingüística Catalana del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. L'estudi sobre els indicadors d'ús del català als mitjans de comunicació elaborat per Aragay *et al.* (1997) establia els percentatges següents per al període 1996-1997:

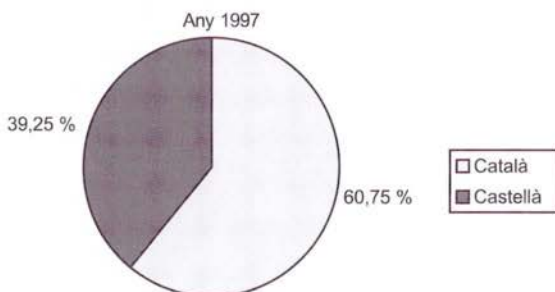
GRÀFIC 3
Hores d'emissió en català a les emissores públiques



Font: Departament de Cultura, 1997 (sobre 27 ràdios públiques analitzades).

Cal dir que la CCRTV, amb Catalunya Ràdio, Catalunya Informació i Catalunya Música, va emetre 26.280 hores en català l'any 1998.

GRÀFIC 4
Hores d'emissió en català a les emissores privades

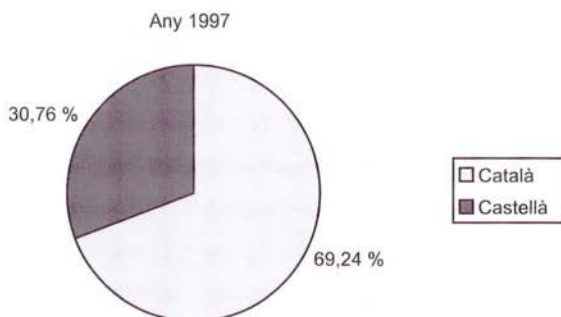


Font: Departament de Cultura, 1997 (sobre 67 ràdios comercials analitzades).

84

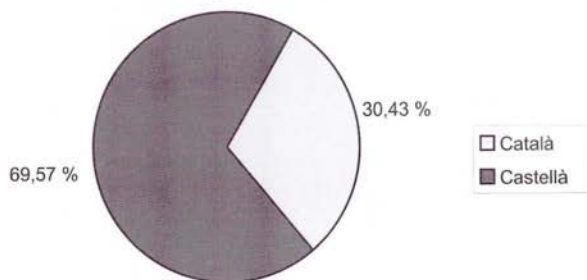
L'estudi d'Aragay, Sabaté i Mur fa també una anàlisi de l'ús del català segons les freqüències d'emissió (FM i OM). Els percentatges obtinguts pels autors són els següents:

GRÀFIC 5
Hores d'emissió en català a les emissores de FM



Font: Departament de Cultura, 1997 (sobre 66 emissores analitzades).

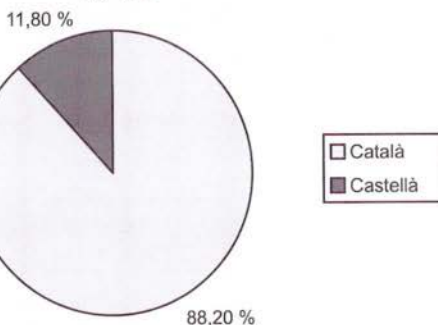
GRÀFIC 6
Hores d'emissió en català a les emissores d'OM
Any 1997



Font: Departament de Cultura, 1997 (sobre 18 emissores analitzades).

Finalment l'estudi analitza també el percentatge d'hores d'emissió en català a les ràdios municipals. Aquest percentatge era, el 1997, del 88,2 % en el conjunt de les 178 emissores estudiades.

GRÀFIC 7
Hores d'emissió en català a les ràdios municipals
Any 1997



Font: Departament de Cultura, 1997 (sobre 178 emissores analitzades).

Recentment, l'Informe sobre política lingüística de l'any 1999 ha analitzat la presència del català als mitjans de radiodifusió. Així, segons dades de la Direcció General de Radiodifusió i Televisió, l'any 1999 hi va haver un increment del nombre d'emissores que emetien més del 90 % en català, que ha passat de 144 a 156, això significa del 72 % al 78 % del total.

L'evolució de l'ús del català a les 199 emissores municipals de Catalunya entre els anys 1998 i 1999 es destaca a la taula següent. Cal dir que el 90 % de les emissores municipals emet més del 50 % de la programació en català.

TAULA 7

<i>Programació en català en emissores municipals (%)</i>	1998 <i>Emissores</i>	1998 %	1999 <i>Emissores</i>	1999 %
100 %	116	58	118	59
Entre el 90 % i el 99 %	28	14	38	19
Entre el 80 % i el 89 %	12	6	9	5
Entre el 70 % i el 79 %	11	6	7	3
Entre el 60 % i el 69 %	7	4	3	2
Entre el 50 % i el 59 %	2	1	4	2
Total més del 50 %	176	89	179	90
Menys del 50 %	3	1	6	3
No emeten	20	10	14	7
Total emissores	199	100	199	100

Aquest era el cas, doncs, de les emissores públiques municipals, que inclouen Com Ràdio. Però en el cas de les privades és sensiblement diferent. Així ens trobem que les emissores generalistes, incloent-hi Catalunya Ràdio i Ràdio 4, emetien l'any 1996 el 30 % de la programació en català. En canvi, si només es tenen en compte les emissores comercials, poc menys del 90 % de la programació era en castellà.

Però el Decret 269/1998, que va entrar en vigor el 21 d'octubre d'aquell any, establia les quotes de presència del català amb una presència d'almenys el 50 % de programació en català per a les concessions de la Generalitat de Catalunya de nova llicència. Durant els anys 1998 i 1999 s'ha notat un augment de la presència del català en les emissores comercials privades.

TAULA 8

<i>Programació en català emissores comercials (%)</i>	1998 <i>Emissores</i>	1998 %	1999 <i>Emissores</i>	1999 %
100 %	28	39,4	47	54,0
Entre el 50 % i el 99 %	10	14,1	15	17,2
Total més del 50 %	38	53,5	62	71,2
Menys del 50 %	33	46,5	25	28,8
Total emissores	71	100,0	87	100,0

Cal dir que a partir de setembre de 2000 es van afegir definitivament al panorama radiofònic les emissores privades Ona Catalana, amb una important presència del Grup Zeta, editor d'*El Periódico de Catalunya* i *l'Sport*; i RAC 1, del Grupo Godó, editor dels diaris *La Vanguardia* i *El Mundo Deportivo*. Les dues emissores són de caire generalista i emeten el 100 % de la programació en català.

La televisió

Dins el sistema de mitjans de comunicació català, la televisió és sens dubte l'actor més significatiu per la seva incidència diària sobre la població. L'estudi AIMC-EMC avalua en 4.922.000 els espectadors diaris a Catalunya, sobre un total de 5.391.000 (*Intermedios*, 2000, pàg. 14).

L'estructura d'aquest sector ha mantingut un gran dinamisme al llarg de les dues darreres dècades. La innovació tecnològica (satèl·lit i cable) i el nou marc regulador establert (televisió autonòmica i local) fan, com en el cas de la ràdio, que ens trobem davant d'un panorama de situacions molt diversificat, encara que més simplificat que en el cas anterior.

L'oferta televisiva a Catalunya preveu l'estructura següent: cadenes públiques (d'àmbit estatal i autonòmic), canals comercials o privats, televisions d'àmbit local i recepció parabòlica de cadenes exteriors via satèl·lit.

TAULA 9
Oferta de televisió a Catalunya 1996-1998 (en hores)

EMISSORES	1996		1997		1998	
Públiques						
TVE	16.716		16.297		16.198	
TV1	8.519	17,8 %	8.315	17,7 %	8.302	17,7 %
TV2	8.197	17,2 %	7.952	17,0 %	7.896	16,9 %
Català TV1/TV2 ¹			1.387	3,0 %	1.340	2,9 %
TVC ²	13.999		13.972		14.420	
TV3 ¹	7.084	14,8 %	7.201	15,4 %	7.440	15,9 %
Canal 33 ¹	6.849	14,3 %	6.772	14,5 %	6.980	14,9 %
Privades						
Antena 3	8.755	18,3 %	8.079	17,2 %	7.878	16,8 %
Tele 5	8.340	17,5 %	8.529	18,2 %	8.319	17,8 %
Altres (sense comptabilitzar)						
Canal 9	7.091		7.389		7.156	
Canal +	8.256		8.293		8.319	
Total hores	47.744	100 %	46.848	100 %	46.815	100 %

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'*Informe SOFRES sobre la comunicació 1997/1998*; *Anuario El País*, 1999 i 2000.

1. Informe Pío Cabanillas (*Avui*, 5 març 1999).

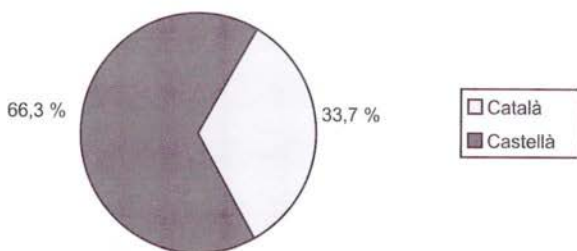
2. Informe del Consell de l'Audiovisual a Catalunya, 1998.

La presència del català es concentra en els dos canals autonòmics que gestiona la Corporació Pública de Ràdio i Televisió (CCRTV), TV3 i el Canal 33, la programació catalana de TV2, la recepció irregular del Canal 9 valencià i les televisions locals.

Els dos últims anys, els canals comercials d'àmbit estatal (Tele 5, Antena 3 i Canal +) han iniciat una política experimental de desconexions en català (telenotícies, retransmissions esportives i emissions de pel·lícules, principalment) que no modifiquen substancialment la presència de la llengua catalana a la televisió.

D'altra banda, les televisions locals, que emeten des del començament dels anys vuitanta (Televisió de Cardedeu va ser la primera, l'any 1982), tenen una programació bàsicament en català, encara que manquen xifres actuals sobre el percentatge d'hores en una llengua i en l'altra. L'informe de l'Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) de 1998 tenia censades 114 emissores a Catalunya amb programació regular.

GRÀFIC 8
Oferta de televisió a Catalunya (en hores de programació), 1997
Any 1997



Font: Elaboració pròpia amb dades de l'*Informe SOFRES (1997/1998)*, *Anuario El País* (2000), l'*Informe Pío Cabanillas* (1999) i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (1998).

Segons unes dades aproximades recollides per Maria Corominas i Lúcia Oliva per a l'*Informe de la comunicació a Catalunya* de 2000 de la UAB, l'any 1998 l'oferta televisiva en català va ser del 30 % davant d'un 70 % en castellà.

Les dues cadenes de Televisió Espanyola (TV1 i TV2) emeten menys del 3 % en català (1.387 hores, el 1997, i 1.340, el 1998) del total de les 16.297 i 16.198 hores ofertes a Catalunya, respectivament, el 1997 i el 1998.

Les dues cadenes de la Corporació Catalana de Televisió (TV3 i el Canal 33) emeten exclusivament en català. El 1997 van oferir 13.972 hores i, el 1998, 14.420.

La presència del català, fins a l'any 1998, era molt reduïda a Antena 3 i Tele 5 (limitada, tal com s'ha indicat, a retransmissions esportives i progra-

mes especials). Aquesta situació ha canviat des del final de 1998, amb una nova política de desconexions informatives més àmplia.

D'altra banda, el 1994 el percentatge d'hores de programació en català de les televisions locals, sobre el total d'hores d'emissió (l'última dada verificada), era del 84,7 %, segons els indicadors d'ús de la llengua catalana establerts per l'Institut de Sociolingüística Catalana del Departament de Cultura (*Inuscat*, 1997a).

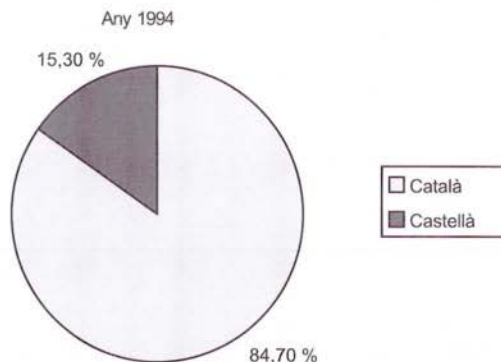
Pel que fa a les audiències, a continuació es desglossen les dades de l'any 1999 sobre l'oferta televisiva a Catalunya. Les dades s'expressen en percentatge de quota de pantalla.

TAULA 10

Audiències televisives a Catalunya, 1999 (en %)							
Mes	TV3	Canal 33	TVE1	La 2	Antena 3	Tele 5	Altres
1	22,7	5,4	18,7	5,9	21,7	20,1	5,5
2	23	6,1	18,5	6,0	21,7	19,4	5,3
3	23,3	6,0	17,6	6,0	22,7	19,4	5,0
4	22,5	5,4	18,1	6,7	22,2	20,2	4,9
5	22,8	5,7	17,9	6,9	21,7	19,7	5,3
6	21,9	5,1	17,3	6,6	22,2	21,5	5,4
7	19,9	4,6	18,6	6,7	23,3	21	5,9
8	22,6	5,0	18,7	7,9	20,6	18,9	6,3
9	22,3	4,7	18,1	6,3	22,1	20,6	5,9
10	21,3	5,1	17,5	6,0	22,1	21,4	6,6
11	21,2	4,6	18,4	5,6	22,6	21,0	6,6
12	21,2	4,6	18,3	5,8	23,3	21,3	5,5
Mitjana 1999	22,05	5,19	18,14	6,36	22,18	20,37	5,68

Font: Sofres, extret de *l'Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 1999*, CAC.

GRÀFIC 9
Hores de programació en català a les televisions locals



Font: *Inuscat. Mitjans de Comunicació i Producció Cultural*, 1999 (Departament de Cultura, 1997a).

Si sumem les audiències de les televisions que únicament han emès en català, TV3 i Canal 33, veiem que van acaparar el 27,24 % de l'audiència, mentre que l'altre 72,76 % era en castellà, exceptuant-ne les hores en català emeses per TVE1, La 2, Antena 3 i Tele 5. Així ens mouríem al voltant del 30 % en català i del 70 % en castellà.

El cinema

La presència de la llengua catalana a les sales de cinema és molt baixa, tot i que Catalunya representa el primer mercat europeu en relació amb el nombre d'espectadors per habitants, segons dades del Departament de Cultura (1999).

TAULA 11

<i>Pel·lícules, espectadors i recaptació, 1996-1998</i>						
	1996		1997		1998	
Pel·lícules¹		%		%		%
<i>Catalunya</i>	53	5,5	60	6,1	57	4,9
<i>Resta de l'Estat espanyol</i>	106	10,9	130	13,2	125	10,8
<i>Resta de la Unió Europea</i>	285	29,4	289	29,4	349	30,1
<i>Estats Units</i>	466	48,1	456	46,4	558	48,2
<i>Resta del món</i>	59	6,1	48	4,9	69	6,0
Total	969	100	983	100	1.158	100
Espectadors						
<i>Catalunya</i>	726.813	3,1	528.670	2,2	219.853	0,8
<i>Resta de l'Estat espanyol</i>	1.043.796	4,4	1.859.083	7,9	2.430.466	9,1
<i>Resta de la Unió Europea</i>	2.811.523	11,9	3.587.711	15,2	2.390.250	8,9
<i>Estats Units</i>	18.615.415	78,7	17.178.803	72,6	21.261.769	79,5
<i>Resta del món</i>	461.422	2,0	505.078	2,1	441.517	1,7
Total	23.658.969	100	23.659.345	100	26.743.855	100
Recaptació²						
<i>Catalunya</i>	453,6	3,0	344,0	2,2	144,3	0,8
<i>Resta de l'Estat espanyol</i>	642,0	4,3	1.212,4	7,8	1.634,7	9,0
<i>Resta de la Unió Europea</i>	1.785,0	11,9	2.406,9	15,4	1.663,9	9,2
<i>Estats Units</i>	11.736,3	78,2	11.279,4	72,2	14.264,8	78,9
<i>Resta del món</i>	397,0	2,6	382,5	2,4	375,8	2,1
Total	15.013,9	100	15.625,2	100	18.083,5	100

Font: Elaboració pròpia amb dades del Departament de Cultura.

1. Segons la nacionalitat de la productora principal.
2. En milions de pessetes.

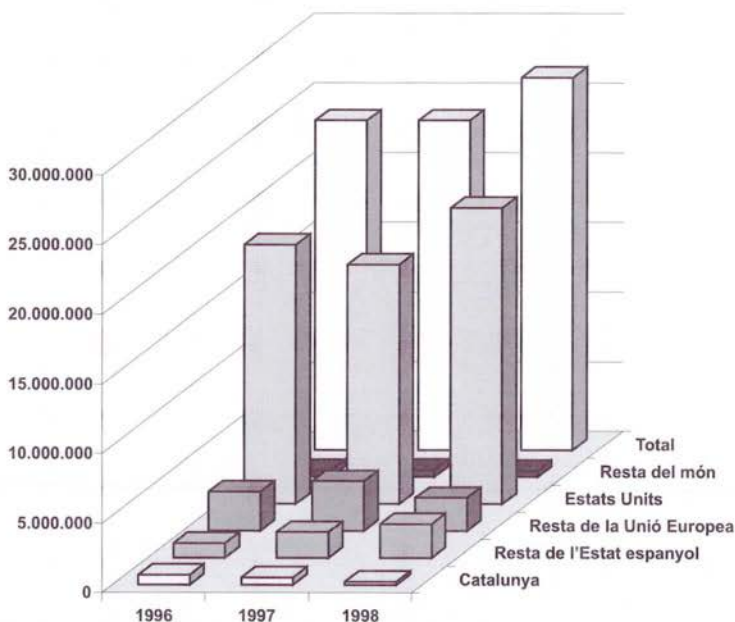
D'altra banda, Catalunya representava també el sisè mercat d'Europa pel que fa al nombre d'espectadors i el vuitè pel que fa a la recaptació. El 1998 les sales van recaptar 18.036 milions de pessetes i el nombre d'espectadors va pujar fins als 26,7 milions.

L'assistència del públic a les sales s'ha anat incrementant de manera continuada al llarg de la darrera dècada, per l'augment del nombre de pantalles i com a conseqüència de la reconversió dels cinemes tradicionals en multicinemes i la construcció de nous complexos multisales.

Aquest increment general d'espectadors, no obstant això, ha beneficiat sobretot el públic de les pel·lícules estrangeres, les nord-americanes en primer lloc i les de l'Unió Europea, en segon lloc. L'any 1998, l'oferta de cinema en català a les sales del Principat va ser de 57 pel·lícules (doblades, subtítolades i en llengua catalana original), el 4,9 % de les 1.158 exhibides. Aquesta manca d'oferta de títols en català ha motivat diverses campanyes de suport de la Direcció General de Política Lingüística al doblatge de pel·lícules en català. El 1998 es van dedicar 50,6 milions de pessetes a subvencionar el doblatge i la subtítolació de diverses pel·lícules estrangeres.

Amb tot, la manca d'oferta de pel·lícules en llengua catalana ha estat una constant durant els darrers anys, en gran part a causa de la continuada crisi

GRÀFIC 10
Espectadors de cinema, 1996-1998



Font: Elaboració pròpia amb dades del Departament de Cultura.

del sector de la producció cinematogràfica a Catalunya, amb menys de vint títols per any en la darrera dècada.

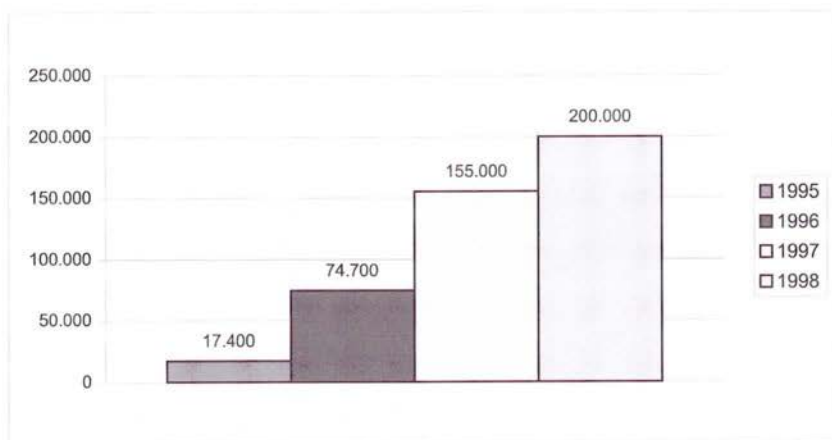
Per redreçar aquesta situació, el Govern de la Generalitat va aprovar el Decret 237/1998, de 8 de novembre, amb mesures concretes per a incrementar de forma notable l'oferta cinematogràfica doblada. Amb aquesta acció, el Decret preveu arribar a una oferta en català d'almenys el 25 % de les còpies de cinema estranger distribuït, i passar de les tradicionals 10-12 pel·lícules doblades per any a més de 60. Aquest Decret ha trobat una forta oposició en el sector de les productores estrangeres i de la distribució catalana.

Segons unes dades publicades per *La Vanguardia*, l'any 1997 es van veure 70 pel·lícules en català per un total de 1.131 en castellà.

Pel que fa al vídeo, la situació de la llengua catalana és molt similar a la del cinema. Per incidir en aquesta situació se n'ha fomentat el doblatge i la distribució. L'any 1998, el Departament de Cultura va dedicar 23 milions de pesetes a aquesta activitat.

Quant als títols disponibles en català, s'ha passat de 71 l'any 1995, a 239 l'any 1998. El nombre d'unitats venudes en aquest mateix període ha passat de 17.400 l'any 1995 a prop de 20.000 l'any 1998 (Departament de Cultura, 1999).

GRÀFIC 11
Unitats de vídeo en català venudes, 1995-1998



Font: Elaboració pròpia amb dades del Departament de Cultura, 1999.

El teatre

El teatre i les arts escèniques són un dels sectors en què la normalitat del català és més ferma. El 1998, la xifra d'espectadors a tot Catalunya va sobrepassar els 2.300.000 persones, amb més de 900 produccions.

Un important teixit de petites empreses desenvolupat des del començament dels anys setanta ha acostumat el públic a veure teatre en català i ha aconseguit un consum cultural creixent. L'any 1998, el 51,5 % de les produccions que es van veure al teatre eren en llengua catalana, i el nombre d'espectadors va arribar a 1.287.552, el 54,4 % del total.

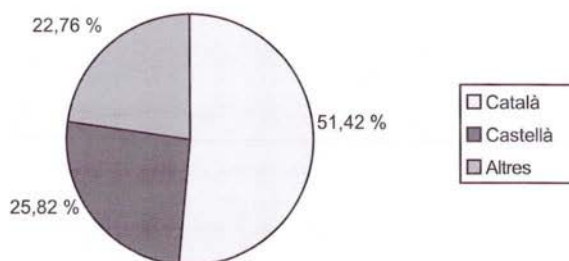
TAULA 12
Teatre 1996-1998

	1996	1997	1998		
Teatres	64	73	78		
Representacions	8.008	9.109	9.495		
Produccions¹	-	838	984		
Català	-	468	55,85 %	506	51,42 %
Castellà	-	172	20,53 %	224	22,76 %
Altres	-	198	23,63 %	254	25,81 %
Espectadors²	1.673.966	2.268.129	2.367.187		
Català	-	1.081.760	47,69 %	1.287.552	54,39 %
Castellà	-	806.642	35,56 %	616.158	26,03 %
Altres	-	379.727	16,74 %	463.477	19,58 %

Font: Elaboració pròpia amb dades del Servei d'Estadística del Departament de Cultura (2000) i ADETCA (Associació d'Empreses de Teatre de Catalunya).

1. Segons la llengua de representació.

GRÀFIC 12
Produccions teatrals, 1998

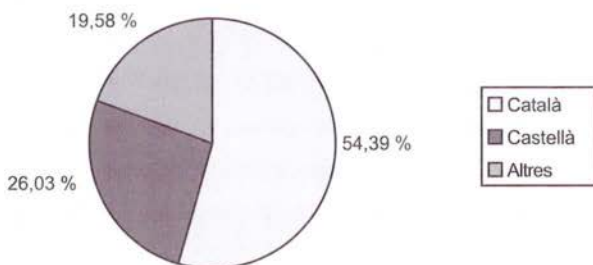


Font: Informe ADETCA, 1999.

Tot i que les empreses d'aquest sector són majoritàriament petites, els darrers anys han consolidat un potent associacionisme empresarial (ADETCA i CIATRE) que els ha permès normalitzar i consolidar un sector depenent tradicionalment de les administracions públiques (teatres municipals, Teatre Lliure, etc.).

Segons les dades aportades pel sector, tres quartes parts del públic de teatre es concentra a Barcelona, i l'altra quarta part es reparteix per la resta de Catalunya.

GRÀFIC 13
Espectadors a catalunya, 1998



Font: Informe ADETCA, 1999.

El llibre

La indústria editorial és un dels sectors més actius en la producció en llengua catalana. Es tracta del sector cultural amb més dimensió econòmica a Catalunya (251.000 milions de pessetes, l'any 1997). Les editorials catalanes, a més de la seva activitat centrada en la producció de llibres en català, concentren prop del 60 % de les vendes totals del mercat espanyol.

El 1998 es van editar a Catalunya 22.780 llibres, 7.318 dels quals van ser en català, (32,12 % del total), segons dades del Departament de Cultura. La dificultat principal que té el llibre en català és la petita dimensió del mercat.

El 1998, es van vendre quatre milions més de llibres que l'any 1997, en què es va passar de 27 milions d'exemplars publicats en català a 31 milions (Giralt, 1999). Aquest increment ha permès passar d'una mitjana d'edició de 3.150 exemplars per títol a 3.825 exemplars.

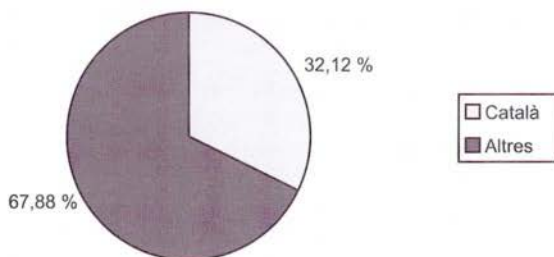
TAULA 13
L'edició a Catalunya, 1996-1998

	1996	1997	1998
<i>Editors</i>	235	232	-
<i>Llibreries</i>	517	494	-
<i>Punts de venda</i>	6.418	6.522	-
<i>Títols publicats a Catalunya</i>	16.000	20.468	22.780
<i>Títols en català</i>	6.064	6.856	7.318
<i>Títols traduïts al català</i>	1.019	1.245	1,147
<i>Facturació total a Catalunya</i>	223.990 ¹	251.461 ¹	232.299 ¹
<i>Títols en català</i>	-	34.078 ¹	34.002 ¹

Font: Elaboració pròpia amb dades del Departament de Cultura, ISBN i la Federació de Gremios de Editors i el Gremi de Llibreters de Catalunya.

1. En milions de pessetes.

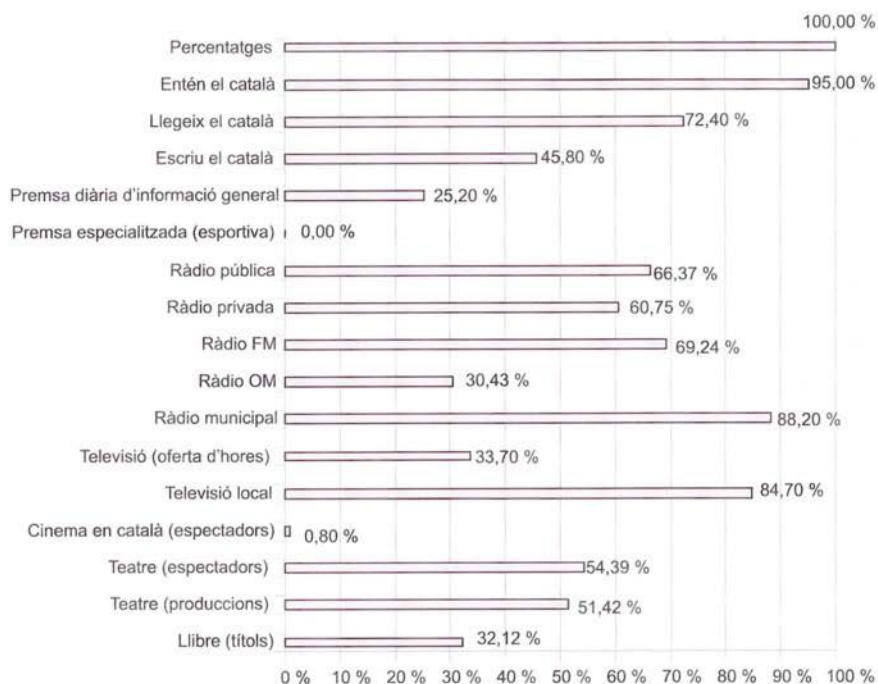
GRÀFIC 14
Percentatge del llibre en català, 1998



Font: Elaboració pròpia.

Resum de percentatges

GRÀFIC 15
Resum de percentatges



Font: Elaboració pròpia.

Bibliografia

- Anuari de la informació de Catalunya, 1998-1999*. Barcelona: Fundació CIPB, 1998.
- Anuari estadístic de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. IEC, 1999.
- Anuario estadístico. El País*. Madrid, 1999.
- Anuario estadístico. El País*. Madrid, 2000.
- BUTLLETÍ OFICIAL DEL PARLAMENT DE CATALUNYA. *Report d'activitats del Consell de l'Audiovisual de Catalunya 1997* (17 abril 1998).
- *Report d'activitats del Consell de l'Audiovisual de Catalunya 1997* (26 març 1999).
 - *Informe sobre l'aplicació de la Llei de política lingüística l'any 1998* (31 març 2000).

- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 1997/1998*, Barcelona: Generalitat de Catalunya: CAC, 1999.
- *Informe sobre l'audiovisual a Catalunya 1999*. Barcelona: Generalitat de Catalunya: CAC, 2000.
- CORBELLA, J. M. *La Comunicació social a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya: CIC, 1995.
- COROMINAS, M.; MORAGAS, M. DE (ed.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2000*. Bellaterra: UAB: Institut de la Comunicació, 2000.
- DEPARTAMENT DE CULTURA. *Estadístiques culturals de Catalunya*. Barcelona, 1995.
- *Indicadors d'ús del català. Mitjans de comunicació i indústries de la cultura*. Barcelona: Universitat de Barcelona: Fundació Bosch Gimpera, 1997a.
 - *Estadístiques culturals de Catalunya 1995*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura, 1997b.
 - *Economia i cultura a Catalunya. Estadística bàsica*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1998.
 - *Informe sobre política lingüística any 1999*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística, 2000.
- FUNDACIÓ JAUME BOFILL. *Informe per a la Catalunya del 2000 (societat, economia, política, cultura)*. Barcelona: Editorial Mediterrània, 2000.
- GIFREU, J. (dir.). *Construir l'espai català de comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya: CIC, 1991.
- GINER, S. (dir.). *La societat catalana*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. IEC, 1998.
- GIRALT, J. *Edició en llengua catalana*. Barcelona, 1999.
- Informe Pío Cabanillas*. Avui (5 març 1999).
- INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA. *Anuari estadístic de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. IEC, 1997.
- *La societat catalana*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. IEC, 1998.
 - *La societat catalana* [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya. IEC, 2000. <<http://www.idescat.es>>.
- INSTITUT DE SOCIOLINGÜÍSTICA CATALANA. *Informe general sobre indicadors de català*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. ISC, 1999a.
- *Mitjans de comunicació i indústries culturals* [en línia]. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1999b. <<http://www.gencat.es/sac>>.
- Intermedios* [Madrid], núm. 139 (6 abril 1999).
- MARTÍ, J. M. *La ràdio a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya: CIC, 1996.

LA MESURA DE L'ÚS DELS MITJANS CATALANS, UNA QÜESTIÓ PENDENT

**Lúcia Oliva de la Esperanza,
amb el suport de Conxa Parramon i Jordi Jauset**

Introducció

Encara que en els darrers anys el nombre de mitjans de comunicació en català ha augmentat, es desconeix exactament l'impacte que aquest creixement ha tingut en el consum. Hi ha dades del consum d'alguns mitjans que emeten o publiquen en català, però manquen resultats globals actualitzats sobre el conjunt de la població i el conjunt de mitjans. Actualment, tenim dades periòdiques sobre el consum dels mitjans de comunicació convencionals, públics i privats, la difusió dels quals abasta tot Catalunya i, en alguns casos, la resta de l'Estat. En canvi, com més reduïda i localitzada és l'emissió o la difusió d'un mitjà, més difícil és saber-ne el consum ja que no hi ha rutines establertes per a mesurar l'ús dels mitjans de comunicació locals i comarcals.

Plantejament del problema

Les publicacions, les ràdios i les televisions locals escapen als mecanismes establerts de control periòdic del consum dels mitjans de comunicació a causa dels dissenys de les mostres. Es tracta d'estudis dissenyats per a quantificar el consum de mitjans de comunicació a tot Espanya i que disposen d'una mostra prou representativa per a conèixer el consum dels mitjans que es difonen per tot Catalunya. En canvi, la mostra és insuficient per a mesurar el consum de ràdio, televisió i premsa local i comarcal, perquè no té prou punts de recollida d'informació als diversos municipis i comarques de Catalunya. Aquesta manca de control del consum de mitjans locals i comarcals és un problema, perquè es tracta d'un dels sectors més actius, en què l'oferta ha crescut més els darrers temps. Si es pogués quantificar el consum de la premsa, la ràdio i la televisió local és probable que la diferència entre el consum de mitjans en català i castellà no fos tan gran.

L'estudi de la Generalitat

Cada quatre anys, la Generalitat de Catalunya publica l'*Estudi sobre les característiques del comportament i de la demanda de productes culturals a Catalunya*. El darrer és de l'agost de 1996¹ i ens dona algunes dades importants sobre les preferències dels catalans a l'hora de consumir mitjans de comunicació a mitjan anys noranta. Malgrat això, no tots els mitjans locals i comarcals hi són presents. La informació va ser aconseguïda a través d'entrevistes telefòniques a 1.400 individus, homes i dones residents a Catalunya de 15 anys i més. Segons aquest estudi, el 52,4 % dels entrevistats asseguraven que miraven habitualment TV3 i el 15 %, el Canal 33; és a dir que el 67 % dels residents a Catalunya miraven habitualment televisió en català. Aquest resultat representava un increment de 8 punts en relació amb la mateixa enquesta feta el 1991.² Tot i així, el consum real de televisió en català era més gran perquè el 1996, tant TV1 com La 2, emetien programació en català, i el 16,1 % dels entrevistats declaraven veure habitualment TV1 i el 9 %, La 2. Quant a la ràdio, segons aquest estudi, el 32,5 % dels catalans escoltaven habitualment ràdio en català (Catalunya Ràdio, Catalunya Informació, COM Ràdio i Ràdio 4). Pel que fa als diaris, el 26 % reconeixien llegir habitualment diaris en català que en aquell moment eren l'*Avui*, *El Punt*, *Regió 7*, *El 9 Nou* i d'altres no especificats.

El problema per a fer un control continuat de l'ús dels mitjans catalans és que aquest estudi només es fa cada quatre anys i haurem d'esperar els resultats de l'any 2000 per a conèixer la situació de l'ús dels mitjans de comunicació en català del final del segle. Mentrestant, però, es poden aconseguir dades sobre el consum de mitjans de comunicació en català per altres estudis que es fan a Catalunya de manera ocasional o periòdica. Actualment, hi ha dues empreses que periòdicament –diàriament, trimestral o anual– mesuren el consum dels mitjans de comunicació a tot Espanya i que disposen d'una mostra prou representativa per a conèixer el consum dels mitjans que es difonen per tot Catalunya: una és l'empresa AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), que publica l'Estudi General de Mitjans (EGM), que és un estudi d'audiència multimèdia, i l'altra és SOFRES, que és l'empresa encarregada de quantificar les audiències de televisió.

L'EGM

L'EGM³ és un estudi d'audiència qualificat com a multimèdia perquè estudia el comportament de cada individu envers els diferents mitjans de comuni-

1. *Estudi sobre les característiques del comportament i de la demanda de productes culturals a Catalunya*, Barcelona (28 agost 1996). Elaborat per l'empresa Line Staff Consulting per al Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 12 v.

2. *Estudi sobre les característiques...*, vol. 6, pàg. 87.

3. EGM publicat per l'Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (febrer-novembre 1998).

cació.⁴ L'univers és constituït pels individus de més de catorze anys residents en llars unifamiliars de la Península, Illes Balears i Canàries. La informació es recull en una entrevista personal a la llar de l'entrevistat amb un qüestionari estructurat, pràcticament tancat. El disseny de la mostra és anual. Quant a la informació de l'àmbit local (cas de Catalunya), cal tenir els tres cicles complets per a tenir el valor de representació adequat. La mostra anual és de 40.000 individus, dividida en tres mostres de mida i disseny iguals. Al mateix temps la mostra se subdivideix en set submostres iguals, una per a cada dia de la setmana, atès que s'estudien mitjans de comunicació diaris en què el comportament de l'audiència és diferent segons el dia.

El qüestionari conté diversos apartats: a) dades sociodemogràfiques de classificació; b) audiència de mitjans: premsa diària, suplementos dominicals, revistes, cinema, ràdio i televisió; c) equipament de la llar; d) consum de productes, i e) estils de vida. La informació que es recull per als mitjans de comunicació respon als temes següents: audiència del darrer període per a diaris, ràdio i TV; darrera setmana per als suplementos dominicals, revistes setmanals i cinema; darrers quinze dies per a les revistes quinzenals; darrer mes per a les revistes mensuals.

Els audímetres

Les dades de consum real de televisió procedeixen de SOFRES, l'empresa encarregada de mesurar les audiències de televisió actualment.⁵ Aquest control d'audiència es fa mitjançant un panell d'audímetres. L'audímetre és un aparell de les dimensions d'un vídeo domèstic connectat a un televisor i registra si el televisor està encès o no, en quina cadena i quins membres de la família veuen la televisió en cada moment. L'audímetre està connectat a un comandament a distància en el qual cada membre de la família té assignat un número o lletra que l'identifica. Quan un membre de la família es posa a veure la tele pitja el seu número i quan deixa de veure-la el torna a pitjar. D'aquesta manera l'audímetre registra qui ha vist la tele, quanta estona i en quina cadena. Al llarg del dia, l'audímetre registra totes les dades que acabem d'esmentar, en una memòria electrònica i després de dos quarts de tres de la matinada les transmet a un ordinador situat a SOFRES. L'avantatge que té aquest sistema de mesurament d'audiència és que és molt precís perquè registra l'audiència minut a minut i és objectiu. A Catalunya, SOFRES té audímetres a 400 llars, que representen 1.225 individus. La mostra de llars està segmentada segons les següents variables sociodemogràfiques: edat, sexe, hàbitat, classe social, mides de la llar, representació de nens a la llar, edat de la mare de la llar, etc.

4. Fonts AIMC, EGM.

5. Fonts de SOFRES.

Tant un estudi com l'altre estan dissenyats per a tot l'Estat, tot i que a Catalunya tenen una mostra prou representativa. Ara bé, el fet que moltes comarques no apareguin a les seves mostres fa que els estudis no siguin útils per a mesurar el consum de ràdio, televisió i premsa local i comarcal. Les dades d'audiència de televisió de SOFRES, per exemple, inclouen l'audiència de les televisions locals en un apartat que anomenen «altres» i que també inclou l'ús de les plataformes digitals i de la televisió per satèl·lit. L'univers d'aquest apartat és de 65 mitjans de la Península, Illes Balears i Canàries, entre els quals hi ha tres televisions locals catalanes, Televisió de Barcelona, Televisió de l'Hospitalet i d'Òmnium Cultural.

D'altra banda, els estudis de l'EGM no tenen en compte el fet lingüístic català, és a dir, que no porta inclosos mecanismes per a quantificar l'ús del català en els mitjans de comunicació que estudia. Per exemple, el diari *El Periódico* es publica en català (el 40 % dels exemplars) i en castellà (el 60 %),⁶ en canvi, a l'EGM no es pregunta (almenys en les edicions consultades de 1998) a la gent si llegeix la versió catalana o la castellana, la qual cosa impedeix de conèixer l'impacte de l'edició en català d'*El Periódico* en el consum de mitjans. Això és especialment important en el cas d'un diari que diuen que llegeixen el 27 % dels catalans, tal com es veu al gràfic 1 i que és el diari més llegit a Catalunya, segons l'EGM.⁷

A més dels estudis esmentats fins ara, els mitjans de comunicació locals i comarcals encarreguen de tant en tant estudis puntuals sobre zones determinades a través dels quals aconseguim tenir més dades de consum, evidentment parcials. Un exemple n'és l'estudi encarregat per l'Associació Catalana de Premsa Comarcal a l'Institut OPINA sobre els lectors de premsa comarcal.⁸ L'enquesta es va fer a individus de 38 poblacions de 29 comarques de Catalunya.

Com que tots aquests estudis donen una imatge parcial sobre què és el consum de mitjans en català, és clar que s'hauria de dissenyar un estudi específic on hi estiguessin representades estadísticament totes les comarques i municipis perquè els resultats tinguessin la validesa adient.

Davant d'aquestes mancances, en aquesta part de la recerca sobre l'oferta i el consum de mitjans de comunicació en català intentem establir el consum de mitjans de comunicació en català sobre el consum de mitjans en castellà a partir de dades d'audiència i d'enquestes de consum realitzades durant l'any 1998 a Catalunya. La nostra preocupació és posar una pedra més en l'edifici des del qual un dia es podrà veure el panorama complet de la situació dels mitjans de comunicació en català. Considerem que aquest coneixement és molt important per a avaluar els avenços de la normalització lingüística que s'ha fet al Principat amb la col·laboració inestimable dels mitjans audiovisuals en català.

6. Fonts d'*El Periódico de Catalunya*.

7. EGM, 1998.

8. Estudi *Premsa Comarcal*, Institut OPINA, novembre 1998.

La nostra hipòtesi és que el consum de mitjans en català és inferior al consum de mitjans en castellà, atès que l'oferta dels grans mitjans és també encara majoritàriament castellana. Malgrat això, si es pogués controlar l'audiència dels mitjans locals i comarcals, la diferència potser no seria tan gran. La nostra segona hipòtesi és que, si hi hagués més oferta de mitjans en català, n'augmentaria el consum.

El mètode de treball

Per a establir el consum de mitjans de comunicació en català sobre el consum de mitjans en castellà, a partir de dades d'audiència i enquestes de consum realitzades durant l'any 1998 a Catalunya, el treball s'ha estructurat en tres grans apartats:

1. Les publicacions periòdiques: diaris, suplementos setmanals i revistes (inclou premsa comarcal i premsa gratuïta).
2. Les ràdios.
3. Les televisions.

La informació reunida prové de fonts molt diferents:

a) Els tres cicles de l'EGM de 1998. És un estudi d'audiència multimèdia que es fa anualment i que estudia el comportament de cada individu envers els diferents mitjans de comunicació. De l'EGM hem obtingut les xifres del consum de premsa escrita, ràdio i televisió.

b) El mesurament de l'audiència de televisió que fa l'empresa SOFRES⁹ a Catalunya mitjançant audímetres instal·lats a 400 llars, que representen 1.225 individus.

c) Enquestes d'opinió puntuals sobre consum de mitjans de comunicació fetes durant l'any 1998:

1. Enquesta del CIS sobre la llengua de preferència per a veure la televisió.¹⁰
2. Enquesta de l'Institut OPINA sobre la lectura de premsa comarcal (en català).¹¹
3. Enquesta sobre consum de premsa gratuïta feta per l'empresa Market AAD.¹²

9. Dades cedides per TVE, *Investigación de Audiencia*.

10. *Uso de Lengüas en comunidades bilingües: Cataluña*, CIS, Estudio 2298, octubre 1998.

11. *Estudi Premsa Comarcal*, Institut OPINA, novembre 1998.

12. *Estudi sobre el perfil dels lectors de premsa gratuïta a Catalunya: Informe conclusiu*, Vic, març 1999, Market AAD per a l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta.

Els indicadors que s'han estudiat en els diferents subàmbits són:

1. Publicacions escrites periòdiques. Diaris i revistes:

- Nombre de catalans que llegeixen diaris en català, castellà i bilingües en nombres absoluts i en percentatges.
- Percentatge de lectors de suplementos en català i castellà.
- Percentatge de lectors de premsa comarcal entre els lectors de diaris.

2. Ràdios:

- Oïdors de ràdio en català en comparació amb els oïdors de ràdios en castellà i ràdios que emeten en les dues llengües.
- Ràdios en català que s'escolten més.
- Ràdios en castellà que s'escolten més.
- Ràdios bilingües que s'escolten més.
- Ràdios que escolten més els lectors de premsa comarcal.

3. Televisió:

- Quota de pantalla dels canals que emeten en català en comparació amb la quota de pantalla de la resta de canals que emeten a Catalunya, segons SOFRES.
- Evolució de l'audiència dels canals que emeten en català en comparació amb l'evolució de la resta de cadenes, segons SOFRES.
- Audiència de les televisions locals (que suposadament emeten en català) i evolució de l'audiència fins al primer trimestre de 1999, segons SOFRES.
- Quota de pantalla dels canals que emeten en català entre les 8.00 i les 8.15 dels dies feiners en comparació amb la resta de canals, segons SOFRES.
- Canals de televisió que acostumen a veure els lectors de premsa comarcal i cadenes que prefereixen veure, segons l'enquesta d'OPINA.
- Llengua en què els catalans prefereixen veure la televisió i temps que dediquen a veure la televisió en català sobre el total de televisió que veuen, segons enquesta del CIS.
- Repartiment del consum de televisió per canals i en quina llengua, segons l'EGM.
- Minuts consumits per canals i en quina llengua, segons l'EGM.
- Audiència de televisió per províncies.
- Audiència dels programes en català de TV1 i La 2.

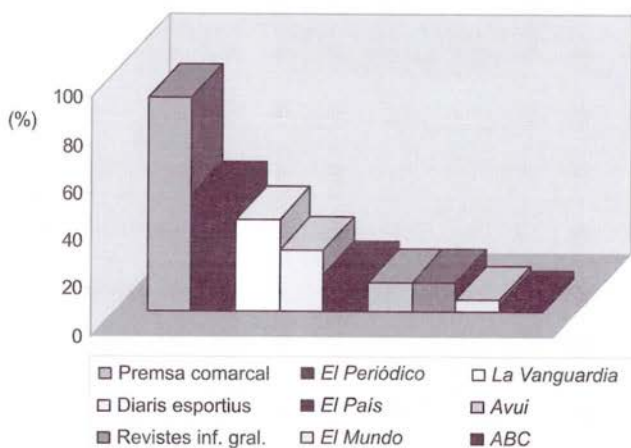
Els resultats

Diaris, suplementos i revistes

Segons l'EGM, gairebé la meitat dels catalans (47,2 %) consumeixen diaris en castellà, una quarta part (25,6 %) en català i la resta (27,2 %) diuen

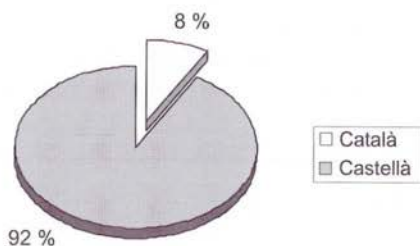
que llegeix *El Periódico*. Com veiem en el gràfic 1, l'estudi no separa els qui llegeixen la versió catalana de la castellana d'aquest diari bilingüe, però, segons les dades que tenim, el 60 % dels exemplars del diari són en castellà i el 40 %, en català, la qual cosa el permet defensar que hi ha més lectors de català, però sense comptabilitzar. Aquests diaris que apareixen a l'EGM són diaris d'informació general, econòmics i esportius que es distribueixen arreu del Principat, en grans ciutats o en més d'una comarca. El diari més llegit després d'*El Periódico*, és *La Vanguardia* i, en tercer lloc, el diari esportiu *Sport*.

GRÀFIC 1
Lectors de premsa



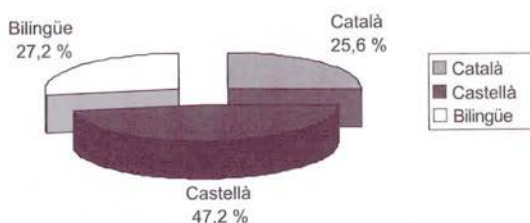
En canvi, gairebé tots els catalans, el 92 %, llegeixen els suplementos setmanals de diari en castellà i només una minoria, 8 %, ho fa en català.

GRÀFIC 2
Consum de suplementos, 1998 (EGM)



La lectura de premsa comarcal està molt estesa entre els catalans. Un estudi de l'Institut OPINA,¹³ encarregat per l'Associació Catalana de Premsa Comarcal, indica que gairebé el 90 % dels catalans (89 %) que llegeixen diaris llegeixen premsa comarcal, que majoritàriament és en català, com es veu al gràfic 3.

GRÀFIC 3
Consum de diaris¹, 1998 (EGM)



1. General, econòmics, esportius.

Les entrevistes per a aquest estudi es van fer a 38 poblacions corresponents a 29 comarques catalanes, segons la distribució que es mostra en el mapa que adjuntem. El Barcelonès, les comarques del Pirineu i algunes comarques de Tarragona no estan incloses a l'estudi.

Segons aquest estudi, els lectors de l'*Avui* i d'*El Periódico* en català són els que llegeixen la premsa comarcal en percentatges significativament superiors a la mitjana. En canvi, els lectors de l'*ABC* són els que llegeixen en menor percentatge la premsa comarcal (80 %). Curiosament, els lectors de premsa comarcal són més dones (53,2 %) que homes (46,8 %), al contrari del que succeeix entre els lectors de premsa no comarcal. També cal remarcar que, segons aquest estudi, una part significativa dels lectors de premsa comarcal (majoritàriament catalana) són castellanoparlants: la meitat dels lectors de premsa comarcal parlen català a casa seva (50,95 %), el 37,2 % parla castellà i el 12 % parla totes dues llengües.

L'estudi també recull altres hàbits de consum de mitjans de comunicació dels lectors de premsa comarcal. Trobem que els lectors de premsa comarcal són grans consumidors d'altres mitjans en català: un grup nombrós (36,5 %),

13. Estudi *Premsa Comarcal*, realitzat per l'Institut OPINA per encàrrec de l'Associació Catalana de Premsa Comarcal.

Es va fer una enquesta telefònica durant el mes de novembre de 1998, a una mostra de 9.455 persones residents a 38 municipis que representen 29 comarques de Catalunya. Els individus enquestats eren majors de divuit anys i lectors de premsa. El marge d'error per al total de la mostra és d'un $\pm 1,01$ %.

Mapa 1



escolta Catalunya Ràdio, la majoria (85,4 %) diu que veu TV3 i la meitat (52,1 %), el Canal 33.

Finalment, un estudi sobre el perfil de lectors de premsa gratuïta a Catalunya, encarregat per l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta a l'empresa Market AAD, detecta 235 publicacions gratuïtes. L'estudi conclou que el 75,8 % de catalans llegeixen, encara que sigui de tant en tant, premsa gratuïta. Segons els seus càlculs, el 20 % d'aquests lectors segur que ho són de publicacions gratuïtes en català.

La ràdio

El consum de ràdio també és favorable al català: només el 13 % dels catalans escolta ràdios que solament emeten en castellà. En canvi, el 39 % escolta ràdios catalanes i gairebé la meitat dels catalans, el 48 %, escolta ràdios que tenen una programació bilingüe (des d'una hora de català al dia fins al 50 % de la programació en català).

La ràdio castellana més seguida és Cadena 40, seguida de M80 i Radio 3,

de RNE. La primera ràdio en català és Catalunya Ràdio, seguida de Ràdio Flash FM i COM Ràdio. La SER és l'emissora més escoltada de les que emeten en català i castellà, seguida de la COPE i Ràdio Nacional d'Espanya, RN1.

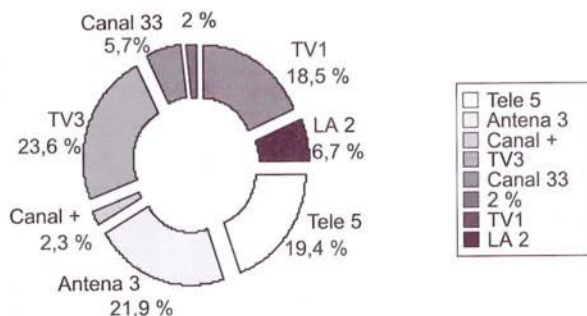
De tota manera, cal recordar que en aquest estudi no apareixen les ràdios municipals, on l'oferta de català es molt majoritària.

La televisió

Diversos estudis realitzats durant l'any 1998 es plantegen el consum de televisió a Catalunya, però no n'hi ha cap que permeti tenir una idea global del que passa. El problema, una vegada més, és la dificultat de mesurar el consum de les televisions locals, però també el de les plataformes digitals, dels canals via satèl·lit, etc. És a dir, avui hi ha un espectre ampli de mitjans en català i altres idiomes que queda fora dels mecanismes de mesura del consum. Aquest consum que SOFRES quantificava extraoficialment¹⁴ en el 1,8 % (qualificat com a «resta» l'any 1998, s'acosta al final de 1999 al 5 %.

Si tenim en compte només les televisions convencionals, que emeten en obert, i Canal+, segons SOFRES la televisió més vista el 1998 a Catalunya, va ser TV3, amb el 23,6 % de la quota de pantalla. Però el consum d'aquesta cadena i de Canal 33 (5,7 % de quota) queda superat pel de la resta de televisions que emeten regularment en castellà: TV1, La 2, Antena 3, Tele 5, TV3, Canal 33 i Canal +, encara que facin desconnexions en català, com es veu al gràfic 4.

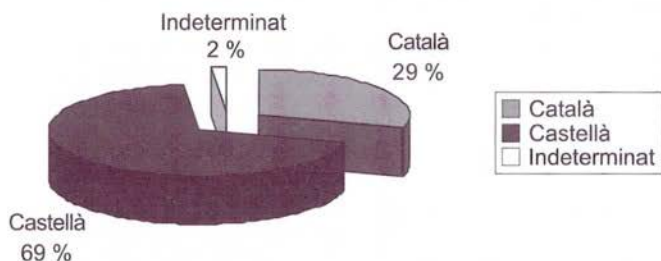
GRÀFIC 4
Quota de pantalla a Catalunya, 1998 (SOFRES)



Així doncs, si es considera la quota de pantalla donada per SOFRES, de les set televisions que emeten a Catalunya, el 69 % dels catalans consumeixen televisió en castellà i el 29 % en català, mentre que el 2 % del consum no es pot determinar en quina llengua es fa, tal com mostra el gràfic 5.

14. En la informació lliurada per SOFRES s'indica clarament que les dades són orientatives perquè es desconeix l'univers real de cobertura de les cadenes locals.

GRÀFIC 5
Quota de pantalla a Catalunya, 1998 (SOFRES)

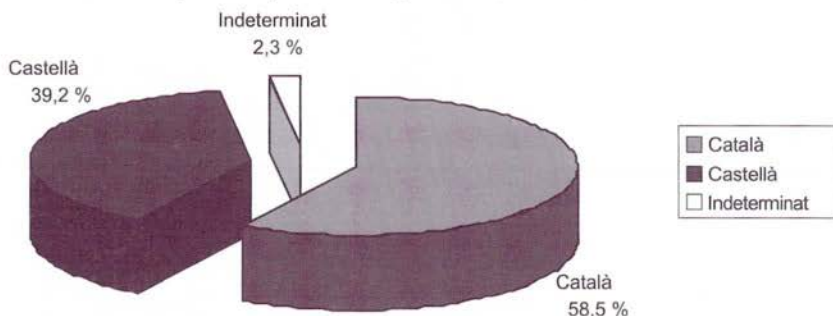


El consum de televisió en català és una mica superior al que s'ha indicat si considerem que TV1, La 2 i Tele 5 han emès diàriament programació en català durant l'any 1998. A més, cal tenir en compte, com ja hem comentat, que el consum de televisió local en català no es pot mesurar adequadament:

a) Segons la Direcció General de RTVE, TVE a Catalunya va emetre 507 hores de català a La Primera i 833 hores a La 2. Els programes en català de TV1 van tenir una mitjana de 230.000 espectadors al Principat i una quota de pantalla del 20 %, aproximadament. Els programes en català de La 2 van tenir una mitjana de 70.000 espectadors i el 6,5 % de quota de pantalla.

b) Tele 5 ha emès diàriament 15 minuts d'informació en català durant l'any 1998. Aquests 15 minuts s'emeten entre les vuit i un quart de nou del matí. Precisament, en aquesta franja en què emeten en català, tres de les set cadenes que es veuen a Catalunya (TV3 amb el 14,5 %, Canal 33 amb el 26,8 % i Tele 5 amb el 15,2 %), trobem la majoria de catalans veient televisió en català. De vuit a un quart de nou, les cadenes que emeten en català (TV3, Canal 33 i Tele 5) tenen una quota de pantalla del 58,5 %. mentre que les que emeten en castellà (TV1, La 2, Antena 3 i Canal +) i altres (un grup la

GRÀFIC 6
Quota de pantalla: franja horària,¹ 1998 (SOFRES)

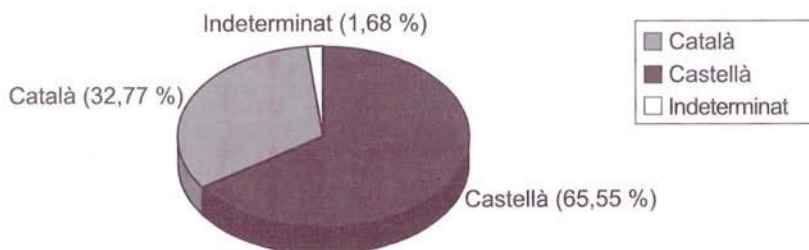


1. De 8.00 a 8.15 h.

llengua del qual no podem determinar) sumen el 39,2 % de quota de pantalla, tal com veiem al gràfic 6. Tot això sembla indicar que si augmenta l'oferta en català, també n'augmenta el consum.

Ara bé, és interessant de comparar aquest resultat sobre el consum de televisió, amb el de l'EGM, en el qual, recordem-ho, la informació es recull en una entrevista personal a la llar de l'entrevistat sobre quina televisió va veure ahir en algun moment del dia. El resultat d'aquesta comparació és que hi ha poca diferència entre el que diuen que van veure els entrevistats per l'EGM i el que van detectar els audímetres de SOFRES. Si hem dit que els audímetres de SOFRES indiquen el 69 % de consum en castellà, l'EGM parla del 65,55 %, tal com es veu al gràfic 7. Quant al consum de televisió en català, és del 32,77 % a l'EGM i del 29 % segons SOFRES. El consum de televisió en una llengua indeterminada és pràcticament el mateix als dos estudis (l'1,9 % a l'EGM i el 2 % a SOFRES).

GRÀFIC 7
TV: minuts consumits en català i castellà (EGM/1998)



Segons l'EGM, durant l'any 1998, els catalans van consumir una mitjana diària de 239 minuts de televisió de dilluns a diumenge. Segons aquest mateix estudi, això vol dir que els catalans van consumir una mitjana diària de 78 minuts en català i la resta en castellà. D'aquests 239 minuts, 68 van estar dedicats a TV3, 51 a Tele 5, 45 a Antena 3, 42 a TV1 i la resta es van repartir de la manera següent: 12 a La 2, 10 a Canal 33, 6 a Canal +, 1 a Canal 9 i 3 a d'altres.

Encara que els catalans consumim menys televisió convencional en català que en castellà, una enquesta del CIS demostra que Catalunya és la comunitat de l'Estat en què hi ha més gent que prefereix veure televisió en la llengua autòctona. L'enquesta¹⁵ es va fer a les diferents comunitats autònomes per es-

15. CIS, *Estudio sobre el uso de las lenguas en comunidades bilingües: Cataluña*. Estudio 2298, octubre 1998.

tablir quina llengua prefereix la gent a l'hora de veure la televisió. El resultat a Catalunya és que a la pregunta «En quina llengua prefereix veure la televisió?», el 32 % deia que preferia veure-la en català, el 48 % en català i castellà per igual, i el 20 %, en castellà. La resta no contesta, segons mostra el gràfic 8.

GRÀFIC 8
Preferència de llengua (CIS)

• En castellà	20 %
• En català	32 %
• Les dues	48 %
• NS/NC	0,2 %

I a la pregunta «En conjunt veu la televisió, més, igual o menys temps en català que en castellà?», el 36,1 % deia que veu la televisió en català i castellà per igual, el 35,4 % més en català que en castellà, l'1,3%, només en català, i el 4 %, només en castellà. La resta, l'1,1 %, no contesta, com es veu al gràfic 9.

GRÀFIC 9
Preferència de llengua per veure la televisió (CIS)

• Més en català	36 %
• Igual	36 %
• Menys en català	22 %
• Només en català	1 %
• Només en castellà	4 %
• NS/NC	1 %

Finalment, l'EGM ens dona l'audiència acumulada de televisió per províncies l'any 1998; és a dir, el percentatge de gent que en algun moment del dia ha vist una cadena determinada. Si sumem les cadenes que habitualment emeten en castellà i les que emeten en català, veiem que Barcelona és la província en què es veu menys televisió en català (el 29 % davant del 71 % en castellà), seguida de Tarragona (el 35 % i el 65 % en castellà), Girona (el 39 % i el 61 %) i Lleida (el 43 % i el 57 %). A Tarragona s'inclou Canal 9 en el grup de televisions en català i a la resta de províncies, les emissores locals.

Quant al consum de televisió local (que considerem en català), disposem de les dades de SOFRES que són només orientatives perquè es desconeix l'univers real de cobertura de les cadenes locals. Segons aquestes dades, l'audiència mitjana de les televisions locals a Catalunya és de 3.000 persones approxi-

madament, la qual cosa vol dir que cada minut del dia al voltant de 3.000 persones han consumit televisió local. Aquesta xifra representa que diàriament a Catalunya unes 365.000 persones han connectat almenys durant un minut amb una televisió local i una mitjana de 2.000.000 milions de persones ho han fet cada mes durant l'any 1998. Cal tenir en compte que a Catalunya hi ha 70 televisions locals aproximadament, la meitat de les quals emeten programació totalment en català, el 40 % són en català però emeten programes en castellà i, finalment, el 10 % són en català però compren algun programa castellà. Les dades són de la Federació pro Legalització de les TV locals a Catalunya. A més, la tendència del consum de televisió local és ascendent.

Conclusió

Els diferents estudis realitzats el 1998 sobre el consum de mitjans de comunicació en català permeten fer una primera aproximació sobre la situació del sector, encara que no tenim una explicació global. En primer lloc, en el sector de la premsa escrita, sabem per l'EGM que gairebé la meitat dels catalans llegeixen diaris en castellà, però que més d'una quarta part els llegeix en català ja que *El Periódico* edita el 40 % de la seva tirada en català i el 60 %, en castellà. En canvi, els suplementos setmanals es llegeixen pràcticament tots en castellà, el (92 %). Un sector en expansió, el de la premsa local i comarcal en català, presenta bones perspectives ja que el darrer estudi¹⁶ indica que el 89 % dels catalans lectors de diaris llegeixen premsa comarcal, que és majoritàriament en català.

En el camp de la ràdio també es dibuixen perspectives favorables per al català. Encara que no tenim dades sobre el consum de les ràdios municipals, on el català està molt implantat, sí que disposem d'algunes xifres que resulten molt interessants. Gairebé el 40 % dels catalans escolten habitualment ràdios en català i el 48 % escolten ràdios bilingües (que emeten des d'una hora fins a la meitat de la seva programació en català), mentre que el consum exclusiu de ràdio castellana a Catalunya queda reduït al 13 % de la població. La situació seria molt millor per al català si es pogués quantificar el consum de les emissores municipals.

En el sector de la televisió, tampoc no podem parlar globalment perquè manquen dades d'audiència de les televisions locals, la majoria de les quals són catalanes o bilingües. Pel que fa a les televisions convencionals, sabem pels audímetres de SOFRES que TV3 és líder d'audiència, però que els seus

16. Estudi *Premsa Comarcal*, elaborat per l'Institut OPINA per encàrrec de l'Associació Catalana de Premsa Comarcal.

Es va fer una enquesta telefònica durant el mes de novembre de 1998 sobre una mostra de 9.455 persones residents en 38 municipis, que representen 29 comarques de Catalunya. Els individus enquestats eren majors de 18 anys i lectors de premsa. El marge d'error per al total de la mostra és d'un $\pm 1,01$ %.

seguidors i els de Canal 33 no tenen prou força per a contrarestar el pes dels seguidors d'Antena 3, Tele 5, TV1, La 2 i Canal +. D'aquesta manera, el 69 % dels catalans consumeixen televisió en castellà i el 29 % en català, mentre que el 2 % busquen altres opcions televisives, la llengua de les quals no es pot determinar. La diferència entre aquestes dades de SOFRES i les de consum de televisió que surten a l'EGM és de tres punts, amb la qual cosa els resultats es poden considerar pràcticament coincidents.

Una altra qüestió interessant i que demostra com s'estén el bilingüisme són els resultats de l'enquesta del CIS, que diuen que gairebé la meitat de la població catalana (el 48 %) diu que li és igual veure la televisió en català que en castellà, i el 32 % la prefereixen en català. A l'hora de posar-se davant la pantalla, el 37 % dels entrevistats diuen que veuen tant temps de televisió en català com en castellà, i el 35 %, més en català. Només l'1,3 % declara que veu exclusivament programes en català, i el 4 % només televisió en castellà.

Així mateix, podem dir que les xifres de 1998 indiquen que quan augmenta l'oferta de mitjans en català creix el consum. Això és el que passa de vuit a un quart de nou del matí: des que Tele 5 fa el seu informatiu en català, la majoria del públic (el 58,5 %) veu televisió en català en aquell quart d'hora. Aquesta tendència es confirma l'any 1999 amb l'emissió de nous programes en català per part de cadenes que emeten normalment en castellà. Per exemple, entre les 13.45 i les 14.00 h, Antena 3 emet des de setembre de 1999 un informatiu local en català, Antena 3 Notícies Catalunya. Amb això ja són quatre les cadenes que emeten en català en aquesta franja: TV1 i Antena 3, que emeten informatius, TV3 i Canal 33. Aquestes quatre cadenes en català s'emporten en aquesta franja el 62,1 % de l'audiència, mentre que les cadenes que emeten en castellà queden en minoria.

En resum, podem dir que es confirmen les nostres hipòtesis en el sentit que el 1998 encara predomina el consum de mitjans castellans per sobre dels catalans. Al mateix temps, veiem que s'estén l'ús bilingüe dels mitjans de comunicació i també el consum de mitjans bilingües, sobretot en ràdio i televisió, en augmentar el nombre de mitjans castellans que decideixen fer programació en català. Aquesta situació confirma una altra de les nostres hipòtesis: si l'oferta de productes en català als mitjans de comunicació augmenta, també n'augmenta el consum. Finalment, cal recordar que s'hauria de dissenyar un estudi de consum de mitjans de comunicació a Catalunya, on estiguessin representats estadísticament les comarques i els municipis, per a poder establir amb precisió el consum de mitjans en català. Si el mesurament dels mitjans locals i comarcals estigués resolt, segurament els resultats serien més favorables per al català que els d'avui.

RECERCA QUALITATIVA. ENQUESTA ALS RESPONSABLES DE LES EMPRESES AUDIOVISUALS

**Albert Sáez i Casas,
amb el suport d'Eva Comas i Enric Xicoy**

Introducció

es enquestes serveixen, principalment, per a identificar les tendències que segueix la dinàmica social. En el cas que ens ocupa, els resultats que trobareu a continuació són una mena de contrapunt per a afinar la interpretació de les dades sobre l'evolució de l'oferta i la demanda de la llengua catalana en els mitjans de comunicació. Les conclusions d'aquest capítol, per tant, no tenen valor per si mateixes, sinó com a guia de lectura de la resta del treball.

Potser l'aportació més original de la mostra és la possibilitat d'identificar l'autopercepció que els gestors de les empreses de comunicació tenen sobre l'ús de la llengua catalana, un aspecte en el qual valdria la pena aprofundir. També seria interessant ampliar el ventall de les opinions recollides en altres col·lectius, com ara els professionals o els consumidors dels mitjans de comunicació. Algunes de les opinions dels representants de les empreses trenquen la majoria de tòpics sobre l'ús de la llengua catalana als mitjans de comunicació, per exemple, pel que fa a les reaccions que provoquen les quotes lingüístiques o la curiosa constatació –compartida per la majoria d'enquestats– que en el cas del català, l'oferta genera demanda. Bé, ja ho trobareu en les pàgines que segueixen.

Acabem amb un parell de propostes per a continuar la tasca engegada amb aquesta enquesta qualitativa. La precarietat de la llengua –catalana i castellana– en els mitjans de comunicació és ja un fenomen reconegut per les mateixes empreses. I mereixeria una seriosa reflexió de les autoritats lingüístiques i, sobretot, acadèmiques. La constatació que la majoria de candidats a les proves de selecció de les empreses periodístiques no dominen cap de les dues llengües obligatòries en l'ensenyament bàsic a Catalunya reclama un nou treball de recerca, aquest cop a l'entorn del sistema educatiu i de la llengua. Compte perquè els responsables de la correcció lingüística especifiquen els problemes entorn de la sintaxi, no pas de l'ortografia. Vol dir

que tenim uns aspirants a periodistes, llicenciats universitaris, que pràcticament no llegeixen. La cura de la llengua en els mitjans de comunicació és avui tan important com abans podria ser-ho l'elaboració del diccionari. Caldria aprofundir en l'anàlisi d'aquest problema i, sobretot, obrir un debat sobre les possibles vies de solució.

Una segona línia de treball que suggereix la lectura de les entrevistes és a propòsit de l'enfrontament entre el català normatiu i el català parlat. L'autoritat lingüística té en aquest àmbit una gran feina pedagògica si atenem a les opinions que hem recollit. Els mitjans privats no se senten corresponsables en la divulgació i promoció de la correcció del català a través dels seus productes. Alguns es veuen «encotillats» per la norma al servei de la normalització. S'imposa, per tant, avançar cap a la normalitat i alliberar el debat sobre el registre pertinent en els mitjans de comunicació de tota connotació ideològica, sense oblidar la necessitat de generar complicitat per a superar els dèficits derivats dels anys de prohibició de l'ús del català. Per a fer-ho, és imprescindible, primer de tot, traslladar aquest debat a l'interior de l'autoritat lingüística. La veïna Real Academia de la Lengua Española ha optat per incorporar al seu plenari dos representants del món periodístic. És una possibilitat entre moltes altres, però s'ha de trobar la manera d'encetar el diàleg entre els qui inventen cada dia la llengua en els mitjans de comunicació al ritme trepidant de l'actualitat i els qui la fixen normativament preservant-ne la tradició.

Objectius

1. Interpretar les dades de l'estudi quantitatiu.
2. Conèixer l'autopercepció dels mitjans respecte de l'ús de la llengua catalana.
3. Detectar els factors que intervenen en la presa de decisions que afecten l'ús de la llengua.

Metodologia

1. Enquesta personal oberta amb una mostra dels directius dels mitjans de comunicació que operen a Catalunya.
2. A partir de tres variables, hem escollit els mitjans amb més difusió i menys difusió de cada categoria.
3. Total de la mostra: 20 entrevistes.

Variables de la mostra

- Públic *versus* privat.
- Generalista *versus* especialitzat.
- Amb cobertura de tot el territori o d'una part del territori.

Fonts de la mostra

- *Anuari de la Comunicació a Catalunya 1997.*
- OJD 1998.
- Sofres 1998.
- EGM 1998.

La mostra*

TV3 i Canal 33 (Televisió de Catalunya): Francesc Vallverdú, director del Servei Lingüístic.

TVE a Catalunya (tant TV1 com La 2): Daniel Martí, cap de Comunicació i Antena.

BTV: Manel Huerga, director.

Antena 3 Catalunya: Xavier Viejo i Comas, delegat.

Tele 5: ATLAS CATALUNYA: Neus Sala, directora d'Informatius, i Maria Gratacòs, lingüista.

Catalunya Ràdio: Joan Maria Claveguera i Llaurador, director.

Ràdio 4 (RNE): Antoni Vidal, subdirector i cap de Programes.

Catalunya Música: Pere Burés i Camerino, coordinador.

Ràdio Barcelona 2 (SER): Josep Maria Girona, subdirector.

Onda Rambla: Francesc Xavier Olona, director.

Flaix FM: Miquel Calçada, director.

Ràdio Tele Taxi: Miquel Miralles, cap de Comunicació.

RAC 105 FM: Joan Puerto, director.

La Municipal (Ajuntament de Barcelona): Antoni Puig, director.

La Vanguardia: Màrius Carol, cap de Comunicació del Grupo Godó.

El Mundo de Catalunya: Albert Montagut, director.

Lecturas: Catalina Vidal Serra, directora.

Diari de Tarragona: Antoni Coll Gilabert, director.

VilaWeb: Vicent Partal, director.

El qüestionari

1. Quin grau d'importància es dóna en el mitjà a l'ús correcte del català?
2. Té més importància un aspecte de correcció lingüística que un altre? (Per exemple: té més importància la fonètica que la sintaxi o l'ortografia?)
3. Quines són les estratègies que s'empren al mitjà per a afavorir la correcció lingüística en català? (Personal especialitzat en lingüística, correcció per ordinador, exigència de títols o nivells als treballadors, cursos de formació lingüística.)

* Aquestes entrevistes es van fer la primavera de 1999, això vol dir que algunes d'aquestes persones actualment ara no ocupen el càrrec assignat.

4. Quins criteris de correcció lingüística s'utilitzen i per què? Estan plasmatats en el llibre d'estil del mitjà? Quines són les raons que fan optar el mitjà per un català més normatiu o un català més *light*?

5. En el mitjà, les eines tecnològiques afavoreixen d'alguna manera la correcció dels textos?

6. Es valora la incorporació de periodistes amb variants dialectals diferents? Per què? Creu que és positiu o negatiu optar per una única variant dialectal?

7. Si hi ha correcció lingüística, hi ha molta feina? En definitiva, hi ha un nivell alt o baix de coneixement de la normativa catalana?

8. Els correctors són professionals amb experiència en la correcció? Quina titulació se'ls exigeix?

9. Hi ha casos de conflictivitat entre redactors i correctors?

10. En quina llengua es fan els consells de redacció?

11. Quina és la llengua en què majoritàriament conversen els periodistes a la redacció?

12. Creu que l'ús de la llengua en l'àmbit de treball influeix en l'ús de la llengua en el mitjà?

13. Es pensa igual si s'escriu en castellà que en català?

14. Hi ha molts redactors que pensin en català i escriguin en castellà, i viceversa?

15. Creu que la informació d'agència en castellà i d'altres mitjans amb aquesta mateixa llengua influeixen en l'ús del català al mitjà?

16. Si els comunicats de premsa i rodes de premsa són en català, facilita la feina al redactor del mitjà? I al revés, les rodes de premsa en castellà dificulten el procés d'elaboració de la notícia?

17. Hi ha criteris per a buscar declaracions, convidats o entrevistats en funció de la llengua que empren?

18. Creu que és baix el percentatge d'informacions en català que apareixen a les agències? Seria un signe de normalitat que n'hi haguessin més? Quin seria el nombre ideal?

19. El català representa un signe de qualitat? Ven més?

20. Per què els missatges que es destinen al públic infantil solen ser majoritàriament en català?

21. Com s'administra el bilingüisme al mitjà? Hi ha criteris per a fer una part del producte en català i l'altra en castellà?

22. A l'hora d'incorporar nous periodistes en el mitjà, es té en compte la seva formació lingüística en català? Se'ls exigeix un títol o nivell? Quins criteris de selecció s'usen?

23. Els periodistes que van començar la seva carrera professional en castellà i després han escrit en català, a mesura que es fan grans tenen més dificultats per a elaborar missatges en català?

24. Fins a quin punt el periodista accepta el català com a llengua de treball?

25. Ha estat mai la llengua un motiu de conflicte dins la redacció? Per quins motius?

26. Als periodistes que provenen d'altres punts d'Espanya, els ha costat molt adaptar-se a elaborar missatges en català? O se'ls tradueix?

Conclusions

criteris i organització de la correcció lingüística a les redaccions

1. La preocupació per la correcció del català es concentra en els mitjans públics que abasten tot el territori. Són aquests mitjans els que disposen de correctors-lingüistes professionals i els que fan proves específiques de llengua catalana als nous professionals.

2. La correcció i l'adequació a la normativa lingüística és considerada un assumpte dels mitjans i les institucions públiques. Els mitjans públics s'auto-imposen el català normatiu, mentre que els privats accepten el català que es parla al carrer.

3. El nivell de correcció del català dels mitjans públics no és representatiu del nivell mitjà de la població catalana.

4. El domini del català no és un criteri important en el moment de la contractació, com tampoc no ho és en general la competència lingüística. Entre el nivell lingüístic i la competència especialitzada dels redactors, en la selecció es prima la segona.

5. En els mitjans bilingües es dona la mateixa importància a la correcció del català com a la del castellà.

6. En els mitjans de comunicació no sol haver-hi formació lingüística permanent, tot i que comencen a exigir-se coneixements, i no es demanen titulacions específiques que acreditin el coneixement del català. Aquestes titulacions tenen poc prestigi en els mitjans.

7. El seguiment individualitzat resulta el mètode més eficaç per a millorar el nivell de català dels redactors; com també la introducció d'un lingüista en l'equip de treball, no només per a corregir errors, sinó per a adequar el registre.

8. Només a TV3 hi ha una preocupació per la contextualització dels registres lingüístics. Vinculen el nivell lingüístic al tipus de programa i considera, en general, que la correcció de la llengua col·loquial s'aproxima cada cop més a l'estàndard normatiu gràcies a la normalització.

9. Quan el mitjà disposa de correctors-lingüistes no hi solen haver conflictes amb els redactors, però quan n'hi ha s'imposa el criteri del corrector.

10. La correcció és més cara en l'àmbit audiovisual.

11. Els mitjans de premsa i els audiovisuals coincideixen a detectar moltes carències en la correcció sintàctica, per bé que els mitjans audiovisuals també intenten tenir cura de la fonètica. En aquest sentit es considera que la normativa escrita és més coneguda que l'oral.

12. S'aprecien dificultats per a dominar els lèxics específics (termes judicials, tecnologia) en català i si el tema tractat és innovador es requereix un esforç corrector més gran, malgrat que moltes errades lingüístiques dels mitjans es repeteixen sistemàticament i sempre són les mateixes.

13. Als mitjans de comunicació es té la percepció que els periodistes i treballadors joves tenen un coneixement cada vegada més gran del català, però que augmenten les errades en castellà.

14. Segons els responsables dels mitjans, el bilingüisme fa baixar el nivell del català i del castellà.

15. La normativa catalana és vista com una cotilla que l'allunya del català real. En alguns casos, quan la normativa s'allunya del castellà es considera negatiu perquè es veu com un distanciament de la parla quotidiana.

16. El servei de correcció és concebut com si fos transitori, fins i tot, en els mitjans públics.

17. La preocupació per la introducció de diverses variants dialectals només s'observa en els mitjans públics que abasten tot el territori. De tota manera, la majoria d'aspirants a un lloc de feina als mitjans de comunicació parlen català oriental.

18. La publicitat que es publica o s'emet en català està majoritàriament pensada en castellà. Així mateix, quan qualsevol producte mediàtic està pensat en castellà i traduït al català, es detecta.

19. Els mitjans electrònics en català introdueixen nova terminologia sobre informàtica i Internet en aquesta llengua. Aquests nous termes solen tenir molt ressò en el món mediàtic.

20. Els cercadors de mitjans electrònics en català ajuden a seleccionar pàgines web que estan escrites en català.

Estratègies de l'oferta segons la demanda lingüística

1. En els mitjans audiovisuals es considera que el consumidor no tria segons l'idioma del producte i que l'audiència no fa diferències.

2. Els mitjans que ofereixen productes en castellà i català consideren que aquest bilingüisme no es fruit de la ideologia del mitjà, sinó que és degut a raons mercantils. En els mitjans que operen en cadena, es considera que les desconexions en català obeeixen a una demanda de l'audiència.

3. En els mitjans en cadena, per defecte, la publicitat se sol presentar en la llengua de la cadena, tot i que s'emeti en les desconexions. La publicitat en català és vista com un dèficit en els mitjans.

4. Els mitjans en català solen tenir problemes amb la publicitat que arriba de Madrid, i si la volen publicar o difondre en català, han d'assumir els costos de la traducció.

5. L'oferta crea demanda en el cas de la llengua.

6. En els mitjans bilingües, el català guanya terreny.

7. Els mitjans audiovisuals que operen en cadena associen les desconne-

xions amb la llengua i no amb la proximitat, tot i que el català s'usa per a la informació de proximitat.

8. La utilització del català en mitjans o productes en castellà no provoca rebuig i en certs casos és apreciada positivament per l'audiència.

9. En els mitjans de comunicació se solen fer les preguntes en la llengua de l'entrevistat. Malgrat això, es considera que tot català ha d'estar disposat a fer declaracions en castellà.

10. Els mitjans que operen en cadena solen demanar declaracions bilingües.

11. Els infants es consideren una audiència potencial universal en català, excepte en el cas de la publicitat. Els mitjans de premsa comencen a detectar que els joves llegeixen millor en català que en castellà, i pensen que en un futur s'haurà de donar resposta a aquesta demanda.

12. Es té consciència que la manera d'emprar la llengua als mitjans de comunicació, sobretot en la que és adreçada als joves, influeix en la parla de la població.

13. El futur es veu plurilingüe, amb mitjans i productes en diverses llengües.

14. Es considera que el desenvolupament de la llengua s'usa com a arma política i que, fins i tot, en l'actual conjuntura política l'ús del català es considera un signe de qualitat.

15. Hi ha divergències pel que fa a la política de subvencions de les administracions públiques, segons si s'usa el català o no al mitjà. Uns consideren que les subvencions coarten la llibertat d'expressió i altres, que hi hauria d'haver subvencions per a tots els mitjans que utilitzen el català.

16. Una agència d'informació en català ajudaria a millorar el nivell de català en els mitjans que opten pel bilingüisme i potenciaria la creació de nous mitjans en català.

17. Les subvencions són percebudes de manera negativa perquè paralitzen les empreses informatives i esdevenen una trampa ideològica.

18. És percebut negativament que les administracions públiques imposin o controlin la llengua amb què difonen els mitjans de comunicació.

19. En els casos que no hi ha llibre d'estil en català, hi sol haver discussió professional sobre la terminologia nova.

Relacions entre la llengua de treball i la llengua de difusió

1. La llengua de treball als mitjans de comunicació de Catalunya és majoritàriament el català, encara que la llengua de difusió del mitjà sigui el castellà.

2. La informació en brut que arriba als mitjans de comunicació que fan productes en català (agències, comunicats de premsa, rodes de premsa), si és també en català ajuda, però no és determinant. En canvi, la informació d'agència en català entorpeix la feina en els mitjans que fan productes en castellà.

3. En general, es considera que l'ús del català en l'àmbit de treball dels mitjans de comunicació influeix en la llengua difosa pel mitjà. (En altres punts

d'Espanya es detecta que els mitjans fets a Catalunya en castellà, ja sigui pel lèxic com per la realitat sociolingüística, estan pensats en català.)

4. La llengua catalana no sol ser un motiu de conflicte en l'àmbit de treball i, en general, no s'observen problemes d'adaptació a aquesta llengua.

5. Es considera necessària la creació d'una agència de notícies en català.

6. Han augmentat les rodes de premsa en català.

Incorporació de les noves tecnologies i ús de la llengua catalana

1. La majoria de mitjans tenen, com a mínim, programes de correcció automàtica, però aquest sistema no resol els problemes lingüístics més freqüents.

2. La informatització afavoreix una correcció més ràpida, còmoda i eficaç (Internet, correu electrònic i xarxes internes).

3. L'ús de les eines tecnològiques afavoreix la bona correcció en català i la incorporació del català en productes plurilingües.

Mitjà de comunicació: *Televisió de Catalunya*

Entrevistat: Francesc Vallverdú, director del Servei Lingüístic

Criteris i organització de la correcció lingüística

– Disposen d'un servei lingüístic amb disset correctors, tots llicenciats en filologia, que han superat proves per a incorporar-se a aquest mitjà. Entre setanta-cinc i vuitanta persones externes revisen la correcció lingüística de diversos programes.

– Aquest servei està dividit en cinc àrees: informatius, publicitat, producció aliena, producció interna i seguiment lingüístic.

– La funció del servei és corregir textos i fer un seguiment d'antena. També es fan pràctiques individualitzades i cursos.

– La sintaxi i la fonètica són els criteris de correcció més importants.

– El model busca el màxim d'espontaneïtat, però vincula el nivell lingüístic a cada tipus de programa. Hi ha una preocupació per contextualitzar els registres lingüístics.

– En els equips de guió s'integra la figura del lingüista.

– Tenen llibre d'estil i publicacions amb orientacions lingüístiques.

– La filosofia de correcció es basa en el fet que el professional de la comunicació s'incorpori al mitjà amb un bon nivell lingüístic, més que fer-li una correcció sistemàtica.

– Els professionals de la comunicació han de passar una prova lingüística per a incorporar-se al mitjà.

– Es valora molt la incorporació de periodistes amb variants dialectals diferents, perquè es considera que cal potenciar les diverses variants dialectals.

– El seguiment individualitzat es considera el mètode de correcció més eficaç.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- No hi ha criteris per a buscar convidats i declaracions segons la llengua, però en enquestes de carrer es demana un plus de presència en català.
- Es detecta que si bé els programes infantils són majoritàriament en català, la publicitat que es destina als nens és majoritàriament en castellà.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- A la redacció i als consells de redacció sempre es parla en català i es creu que el fet que els professionals parlin català a casa influeix sensiblement en la llengua de difusió dels mitjans.
- Pel que fa a la informació en brut, arriba poca informació d'agència en català (EFE-CAT i Europa Press-Cat). El fet que hi hagi un servei lingüístic fa que això no sigui un impediment.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- Disposen d'un servei de correcció en xarxa que en facilita la comoditat.
- L'ús d'Internet i del correu electrònic facilita molt la comunicació amb traductors, assessors d'estudi i consultors diversos.

Comentaris

- Es detecten problemes amb els doblatges perquè l'argot català és molt diferent de l'anglès, el qual canvia molt ràpidament. S'observa que la joventut de Catalunya utilitza l'argot castellà.
- El nivell d'exigència lingüística als professionals ha anat augmentant.
- Han disminuït els conflictes interns per temes lingüístics.
- Consideren que el nivell de català de TV3 no és representatiu del nivell del país. Però creuen que el nivell de llengua oral ha millorat gràcies a la normalització.

Mitjà de comunicació: *Televisió Espanyola a Catalunya*

Entrevistat: Daniel Martí, cap de Comunicació i Antena de RTVE Catalunya

Críteris i organització de la correcció lingüística

- Disposen d'un servei de correcció que filtra tots els redactats d'informatius i programes amb set o vuit correctors amb titulació superior.
- Tenen llibre d'estil.
- El català emprat és el propi d'un mitjà de comunicació; amb el criteri que no sigui difícil d'entendre per la majoria de la població.
- La sintaxi i l'ortografia són més importants que la fonètica perquè poden estar més reglamentades; és més difícil establir quina fonètica és la correcta, per bé que es vigila.
- Es fa una prova de català als nous periodistes que s'incorporen al mitjà, però no se'ls exigeix cap títol.
- S'afavoreix la introducció de nous periodistes de diverses variants dialectals. Es considera negatiu apostar per una sola variant.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- TVE a Catalunya no té l'obligació de fer la producció en català, però ho fa perquè es considera un servei públic que opera des de Catalunya. Per a Sant Cugat, el català és una vocació i no una obligació.
- Hi ha criteris per a buscar declaracions en català.
- Es considera que es destinen productes en català als infants perquè el seu coneixement del català és més gran.

Predisposició segons s'operi en cadena o només a Catalunya

- Les desconexions signifiquen una certa incongruència en l'itinerari de la cadena, cosa que fa que baixi l'audiència perquè no hi ha estabilitat horària (retransmissions, etc.).
- Emetre hores en català es considera fàcil, però si la qualitat no supera la qualitat del que s'emet en castellà, no ho fan en català.
- Els que van començar en castellà i els costa treballar en català, els col·loquen a fer programes que es passaran a la cadena.

Política de subvencions

- No reben més subvenció per fer programes en català. Tot i que consideren que hauria de ser així, han demanat subvencions a la Generalitat de Catalunya, però aquesta institució ho ha denegat.

L'oferta genera demanda?

- El català es considera un signe de qualitat. Malgrat tot, creuen que hi ha productes que no tenen la mateixa qualitat en català (per exemple, les

retransmissions de motociclisme). En aquests casos el producte és en castellà.

- Creuen que el català ven menys, té menys audiència.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- Els consells de redacció i la conversa dins la redacció es fa en català.
- Les agències en altres idiomes (castellà, anglès i francès) no crea dificultats. La informació d'agència que arriba en català és el 20 % del total, per tant tota la informació de proximitat es busca directament.
- Les rodes de premsa faciliten la feina si són en català.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- Disposen de sistemes informatitzats de correcció.

Comentaris

- Es considera que el nivell lingüístic del mitjà és bo i que no hi ha gaire feina de correcció.
- En pocs casos sol haver conflicte entre redactor i corrector.
- Sí que hi ha conflictes quan es produeixen retallades de la desconnexió, perquè la redacció no hi està d'acord.

Mitjà de comunicació: BTV

Entrevistat: Manel Huerga, director

Críteris i organització de la correcció lingüística

– No tenen cap estratègia sistemàtica de correcció. Hi ha una persona que transcriu els textos que apareixen subtítulats en pantalla i que té un nivell correcte de català.

– Tenen llibre d'estil.

– Es conceben com un mirall o reflex de la manera d'expressar-se que té la gent de la ciutat. Es considera anormal parlar d'una manera que no és corrent, usar paraules que no s'usen.

– L'única variant dialectal és la de Barcelona.

– No hi ha cap prova reglada de català per als nous treballadors, però se'ls exigeix que tinguin un nivell de català.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

– El mitjà pretén ser un reflex del bilingüisme; els presentadors parlen en català, però els col·laboradors (crítics, comentaristes) poden fer-ho en castellà.

– L'únic criteri de les declaracions és la persona, no es tria mai per qüestions de llengua.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

– La llengua que es parla a la redacció i als consells de redacció és el català.

– Es creu que no influeix en el mitjà el fet que hi hagi més o menys catalanoparlants, perquè tothom parla un català correcte.

– Es creu que la informació que arriba d'agències no condiciona la llengua de difusió, i que van bé.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

– Tenen correctors per ordinador.

Comentaris

– No hi ha conflictes per temes lingüístics, perquè redactors i presentadors no tenen corrector de llengua.

– Creuen que no han de fer pedagogia de la llengua, perquè no és la seva funció.

Mitjà de comunicació: Antena 3 Catalunya

Entrevistat: Xavier Viejo i Comas, delegat

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Van començar sense personal de correcció lingüística, però en el futur volen buscar col·laboradors per a correccions.
- No tenen llibre d'estil per a la redacció de notícies en català.
- Opten per un català del carrer, que el puguin entendre tant catalanoparlants com castellanoparlants.
- No es contracta el personal pel nivell de correcció de llengua que parla sinó per la professionalitat. Tenen un professional que fa peces informatives en castellà, perquè ho prefereixen abans que ho faci malament en català.
- Fan proves als nous periodistes en català i en castellà (redacció i locució), però no els demanen cap títol.
- S'aposta per les variants dialectals ja que els corresponents de Lleida, Girona i Tarragona són d'aquestes províncies.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- El 23 d'abril van començar un informatiu en desconexió en català després de fer un estudi per a determinar en quina llengua tindrien un grau més alt de rebuig, i van constatar que els sortien els mateixos resultats en les dues llengües.
- Van triar el català perquè consideren que és la llengua del país, però també es volen fer ressò que hi ha una realitat bilingüe.
- El convidat tria lliurement la llengua en la qual es vol expressar.

Predisposició segons que s'operi en cadena o només a Catalunya

- No doblen les peces que envien a l'informatiu de la cadena. Creuen que traduir no és la millor forma i, per tant, les tornen a escriure.
- A les rodes de premsa en català han de fer preguntes en castellà si són per a informacions que es passen per la cadena. Sí que hi ha criteri per a aconseguir declaracions en una llengua o en una altra, perquè no volen doblar i consideren que els subtítols són difícils de seguir.

L'oferta genera demanda?

- No fan l'informatiu en català per a vendre més sinó perquè és la llengua del país, però també es volen fer ressò del bilingüisme i que hi ha gent que parla en castellà.
- Van fer un estudi del rebuig que tindrien si feien l'informatiu en català i si el feien en castellà, i va sortir un resultat similar.

Vincles entre la llengua de treball i la llengua de difusió

– A la redacció i als consells de redacció els periodistes parlen en les dues llengües i tots són bilingües.

– Tot i que la llengua materna condiona, majoritàriament, s'exigeix que es dominin les dues llengües. (Calculen que hi ha un 50 % de treballadors que parlen català a casa, i l'altre 50 %, en castellà.)

– Ajudaria que les agències tinguessin més informació en català, però poc, perquè usen els teletips com a punt de referència.

– No tenen servei d'agència en català.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

– Tenen programes de correcció de textos per ordinador. Treballen amb el sistema NT i han triat un programa que té el suport de la Generalitat.

Comentaris

– No hi ha conflicte a la redacció per a fer l'informatiu en català.

Mitjà de comunicació: *Tele 5 Catalunya*

Entrevistades: Neus Sala, directora d'Informatius; Maria Gratacòs, lingüista

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Tenen una correctora doctorada en filologia que també fa classes personalitzades als redactors.
- S'opta per un català de carrer, i es respecten les variants dialectals.
- El que té més importància en la correcció és la dicció.
- No importa tant el dialecte que es parli sinó la professionalitat del periodista.
- Es fan proves de redacció i de veu als periodistes.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- S'opta per un català molt entenedor, perquè entre el públic que els mira hi ha molta immigració. El criteri és la generalitat, que ho entengui com més gent millor.
- Segons afirmen, Tele 5 fa una aposta de la cadena en català perquè a Catalunya es demana la informació en català.

Predisposició segons que s'operi en cadena o només a Catalunya

- És un mitjà bilingüe on tenen més problemes amb el personal que sap parlar el català i no el castellà, que no a l'inrevés.
- Sí que tenen criteris per a buscar declaracions en una llengua o en una altra. A les rodes de premsa s'han de fer preguntes en castellà. Només es permet la traducció simultània del català al castellà en les declaracions de Jordi Pujol.
- «Sempre la prioritat és Madrid, perquè va abans. Si surt abans a Madrid, no surt aquí. No fem traduccions de les peces.»

L'oferta genera demanda?

- No creuen que vengui més el català, sinó que és un signe de normalitat. Des de la creació d'Atlas es va veure clar que a Catalunya s'havia de fer informació en català.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- A la redacció i als consells de redacció es parla majoritàriament en català.
- Consideren que el fet que es parli en castellà o en català a la redacció no influeix en la llengua de difusió, perquè tothom és bilingüe.
- Influeix negativament que arribi informació en castellà per agència en casos concrets, com en les cròniques judicials, perquè molts periodistes no tenen el vocabulari específic adquirit. Tenen Europa Press en català.
- Els professionals han fet un esforç, i s'han adaptat a parlar en català.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

– Tenen un corrector per ordinador, però no serveix gaire perquè els lèxics són reduïts i no revisen ni la sintaxi, ni la morfologia.

– La tècnica és important en l'ús de la llengua, perquè segons com estigui gravat un *off* s'entén millor o no.

Comentaris

– A la redacció tenen molts més problemes amb la gent que no sap parlar bé el castellà que no amb la que no parla correctament el català.

– Hi ha un nivell mitjà-alt en català, segons la correctora.

– A Tele 5, de vegades costa fer periodisme en català, perquè de sempre els informatius d'aquest mitjà han estat molt directes i el periodisme en català es veu més complicat i menys arriscat que el que es fa en castellà.

– Creuen que s'està perdent la correcció en castellà.

Mitjà de comunicació: *Catalunya Ràdio*

Entrevistat: Joan Maria Claveguera i Llaurador, director

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Disposen d'un servei lingüístic amb personal especialitzat amb titulació superior que, a banda de corregir, imparteix cursos de formació. Es dedica molt esforç econòmic a aquest departament.
- El més important en la correcció és la fonètica, després la sintaxi i finalment, l'ortografia.
- S'exigeix el nivell C de català als redactors de manera excoient.
- Es busca un català de tendència *light*.
- Hi ha totes les variants dialectals dels Països Catalans.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- El mitjà té com a objectiu la promoció de la llengua i la cultura catalana.

L'oferta genera demanda?

- Consideren que hi ha altres llengües que venen més que el català.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- Tant en els consells com en la redacció, sempre es parla en català. Per tant, consideren que no tenen influència altres llengües.
- El fet que no arribi gaire informació d'agència de notícies en català obliga la redacció a fer un sobreesforç.
- A Catalunya Ràdio tothom accepta el català com a llengua de treball.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- El servei lingüístic s'utilitza mitjançant una xarxa interna, cosa que millora la rapidesa i la comoditat en la correcció.

Comentaris

- Hi ha força feina a l'hora de corregir, perquè no hi ha d'haver cap error.
- Segurament hi ha hagut més d'un conflicte entre redactors i correctors, però s'arriben a acords.
- Selecció de la informació (i per tant el convidat o persona que fa declaracions) ja seleccionen una llengua o una altra.
- Consideren que el català comença a normalitzar-se entre el públic que ho pot fer.

Mitjà de comunicació: *Ràdio 4. Radio Nacional de España*

Entrevistat: Antoni Vidal, subdirector i cap de Programes

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Tenen un equip de correctors eficaç, ja que són professionals amb autoritat.
- S'aposta pel català estàndard correcte.
- Té molta importància la correcció de la fonètica.
- S'aposta per les variants dialectals en corresponsals i en programes, perquè es considera que enriqueix la llengua.
- Fan proves específiques de català als nous periodistes que s'incorporen al mitjà.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- Té molta importància la correcció en català, perquè aquesta va ser la primera emissora que va emetre vint-i-quatre hores en català.

Predisposició segons que s'operi en cadena o només a Catalunya

- Molts dels professionals que hi treballen són castellanoparlants i per això es posa èmfasi en la correcció.

L'oferta genera demanda?

- No creuen que el català vengui més.
- Creuen que tot allò que es fa en català per gent sensibilitzada pels dèficits d'aquest idioma és un element afegit i pot haver-hi més simpatia per determinades coses, però no es pot generalitzar.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- Els consells de redacció es fan generalment en català.
- A la redacció hi ha un 50 % de gent que parla en català i un 50 % en castellà.
- Consideren que l'ús d'una llengua o d'una altra a la redacció no influeix en el producte.
- Les agències sí que influeixen en la llengua de difusió. La informació d'agència en català és insuficient. Si la informació de gabinets i rodes de premsa es fa en català facilita la feina.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- No tenen correcció per ordinador, però arribarà ben aviat. Es considera que la correcció per ordinador és fins a cert punt interessant, però no definitiva.

Comentaris

- Consideren que els treballadors tenen un nivell mitjà-alt en català.
- Creuen que el català s'ha de seguir potenciant fins que s'arribi als nivells del castellà.

Mitjà de comunicació: *Catalunya Música*

Entrevistat: Pere Burés i Camerino, coordinador

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Tenen un servei lingüístic amb correctors especialitzats.
- S'intenta, tot i l'especialització, parlar un català planer i col·loquial.
- Tenen un llibre d'estil perquè és especialment difícil traduir noms de peces musicals al català, així com la pronúncia dels compositors.
- S'exigeix el nivell C als treballadors.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- Per a les entrevistes es busquen traductors de qualitat.
- A les entrevistes es fan les preguntes en la llengua de l'entrevistat i després es doblen al català. Prima la facilitat de parlar amb la persona.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- La llengua de treball és sempre el català.
- Creuen que la llengua de treball influeix en la llengua de difusió.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- Tenen correctors de textos per ordinador.
- Disposen d'un servei lingüístic que s'utilitza per xarxa informàtica interna.

Comentaris

- Creuen que el personal d'aquest mitjà té un nivell alt de català i que no fa tants errors de fonètica com d'estil i formulació verbal. Les correccions són mínimes.

Mitjà de comunicació: *Ràdio Barcelona 2 (SER)*

Entrevistat: Josep Maria Girona, subdirector

Criteris i organització de la correcció lingüística

– No disposen de personal corrector, però sí que hi ha redactors llicenciats en filologia catalana que corregeixen.

– La correcció del català té importància perquè és l'eina d'aquest mitjà de comunicació.

– El més important en la correcció és la fonètica i, després, la construcció.

– No tenen cap llibre d'estil específic per al català, però sí que hi ha discussió professional sobre certs termes lingüístics nous. Hi ha autocrítica després de sortir per antena.

– No s'aspira a tenir un català pur, sinó el català que parla la gent del carrer. No els preocupa que l'argot del carrer pugui introduir-se al mitjà.

– No s'exigeix cap títol de català, ni el de periodisme. Només es fa una prova de redacció.

– La variant dialectal no és cap criteri definitiu per a contractar un periodista, sinó la seva vàlua professional. Però han tingut diverses persones de diferents variants i es considera que la diversitat enriqueix.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

– No hi ha criteris per a buscar declaracions o convidats en català; es trien per la transcendència. De vegades, però, en una roda de premsa es fa repetir la declaració per a l'informatiu de la desconexió, que és en català.

Predisposició segons que s'operi en cadena o només a Catalunya

– Tota la informació local es fa en català i la de cadena, en castellà.

Política de subvencions

– A la ràdio no influeixen les subvencions sinó les concessions de freqüències i la legislació. De tota manera, no se senten gaire a gust amb la normativa legal.

L'oferta genera demanda?

– Creuen que en l'actual conjuntura política el català representava un signe de qualitat.

– Consideren que l'oferta d'un producte en català genera demanda només si es tracta d'un producte informatiu de qualitat.

– La publicitat en català és un dèficit a la ràdio, atès que no menys del 60 % de la publicitat en aquesta emissora és en castellà.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

– Sempre es parla en català a la redacció i als consells de redacció. Es creu que l'ús en l'àmbit de treball sí que influeix, tant en la informació per Catalunya com la que es fa en cadena. Però no es tradueix cap peça al castellà, sinó que es torna a reescriure.

– Els periodistes i els guionistes accepten bé el català com a llengua de treball.

– L'arribada d'informació d'agència que no sigui en català no és un impediment, perquè, fins i tot quan el text és en castellà, cal reelaborar la informació.

– Hi ha bastants treballadors que tenen com a llengua materna el castellà, però que parlen perfectament el català.

– Hi ha pocs casos de periodistes arribats d'altres punts d'Espanya.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

– Tenen corrector per ordinador en sistema d'àudio, però no per a tractament de textos.

Comentaris

– No hi ha gaire feina pel que fa a la correcció.

– La concepció del món és diferent si es fa informació en català per a Catalunya que si es fa en castellà per a tot Espanya.

– Els productes que es destinen als nens són en català perquè és un reflex de l'ensenyament en català, i en molts casos és l'única llengua que saben parlar perfectament.

– La llengua no ha estat mai motiu de conflicte. Tampoc no hi ha una especial sensibilitat informativa per temes lingüístics.

Mitjà de comunicació: *Onda Rambla*

Entrevistat: Francesc Xavier Olona, director

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Es dóna la mateixa importància a l'ús correcte del català que del castellà.
- Parteixen d'un català sintàcticament correcte, però fonèticament d'origen castellanoparlant.
- El model de català que segueixen és el que es parla al carrer.
- Disposen d'un servei de correcció extern de l'Associació Catalana de Ràdio i tenen correctors per ordinador.
- Fan proves d'entrada, però accepten accents no estàndards.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- Actualment, pràcticament tota la programació es fa en català d'una manera oberta, no imposada.
- Si el producte és bo comercialment, el nivell lingüístic queda en un segon terme.
- No hi ha criteris per a buscar convidats segons la llengua.
- El català es considera la llengua del públic infantil.

L'oferta genera demanda?

- Pensen que cal procurar que el mercat i els publicistes acceptin la llengua.
- Diuen que ha passat a considerar-se que el català ven molt, quan abans no venia gens.
- Fan publicitat en català i en castellà.
- En igualtat de condicions, és difícil que un client els demani publicitat en català. Ho han d'induir d'alguna manera.
- Cada vegada hi ha menys clients que es neguen al català, però si els deixen triar volen el castellà.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- Un 50 % dels treballadors parlen el català com a llengua no apresada de manera natural.
- Els consells de redacció dels informatius i els grans programes del matí es fan en castellà, però l'emissió pròpia local i en cadena es fa en català. A la redacció es parlen les dues llengües.
- El fet que no arribi gaire informació d'agència en català dificulta la feina i la fa més lenta, però pensen que potser per a les agències no hi ha prou mercat per a fer informació en aquesta llengua.
- Cada cop hi ha més rodes de premsa en català.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- Disposen de correctors per ordinador.

Comentaris

- Es toleren barbarismes, amb nivells.
- No hi ha hagut mai cap conflicte pel que fa als temes lingüístics en català; tot al contrari, ho consideren un enriquiment.
- El problema del bilingüisme d'aquest país és que es baixen els sostres i no es parla bé ni el català ni el castellà.

Mitjà de comunicació: Flaix FM

Entrevistat: Miquel Calçada, director

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Consideren els serveis lingüístics dels inicis de la ràdio pública com a punt de referència.
- Durant els set primers anys d'existència no han tingut correctors, però ara en contractaran un, sobretot per a la publicitat.
- En la correcció, el més important és l'aspecte fonològic.
- No tenen llibre d'estil.
- El català que predomina és l'oriental, però no només de Barcelona, sinó també de Terrassa, Sabadell, Manresa... De fet, han fet un concurs de discjòqueis fa poc i les 70 cintes rebudes eren en català oriental.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- La ideologia de l'emissora els porta a usar un llenguatge diferent en certs casos (polícia espanyola, Govern espanyol i no polícia nacional o Govern central).
- El 60 % de l'audiència és castellanoparlant.
- No tenen criteris de tria de declaracions o de convidats en català.

L'oferta genera demanda?

- S'han negat a fer publicitat en castellà.
- Pensen que el català no ven més, perquè han hagut de rebutjar campanyes perquè no es volien fer en català.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- A la redacció i als consells de redacció sempre es parla en català.
- Han tingut personal castellanoparlant que s'ha adaptat al català.
- Consideren que la llengua en l'àmbit de treball influeix en la llengua de difusió. Per exemple, creuen que es nota que *El Periódico* està traduït i no està pensat en català.
- Tenen servei d'agència en espanyol, perquè els han ofert el servei internacional. Però han signat un acord amb Vilaweb i EuropaPress i tindran el servei en català.
- Les rodes de premsa en català els facilita la feina.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- Consideren que els correctors per ordinador no tenen gaire utilitat.

Comentaris

- Consideren que es va per davant de la societat en l'ús del llenguatge.
- Se senten indignats amb l'ús de la llengua a TV3 i Catalunya Ràdio. Consideren que, sobretot en els programes d'entreteniment, el nivell lingüístic és baix.
- Estan d'acord amb la immersió lingüística.
- No fan cap bandera de fer ràdio en català, ho consideren un fet normal, però sí que tenen certa sensibilitat cap a aquesta qüestió.
- Hi ha hagut algun conflicte per temes lingüístics perquè la direcció és força radical en certs termes lingüístics (p. ex. algú parlant en castellà per telèfon).
- Han catalanitzat el nom de l'emissora.

Mitjà de comunicació: *Radio Tele Taxi*

Entrevistat: Miquel Miralles, cap de Comunicació

Criteris i organització de la correcció lingüística

- No tenen personal corrector, però, segons diuen, els qui fan programació en català estan ben formats lingüísticament.
- Es dóna més importància a la sintaxi, perquè al públic que tenen no els preocupa la fonètica.
- S'orienten a través del llibre d'estil de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió.
- No tenen personal amb variants dialectals diverses, la major part és de Barcelona.
 - Intenten fer molta pedagogia interna del català.
 - Els periodistes vénen preparats en català i en castellà des de la facultat, això no vol dir que no calguin revisions, però no s'exigeix cap títol.
 - S'opta per un català fàcil, entenedor i digerible, i s'espera que molta gent accedeixi al català a través d'aquesta emissora.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- A la redacció es parlen les dues llengües, però comença a predominar el català.
- El 40 % de la programació és en català.
- Tenen un mercat castellà, però han anat introduint el català i l'audiència els ha estat favorable.

L'oferta genera demanda?

- El percentatge de publicitat en català és baix perquè, segons afirmen, l'anunciant no té gaire sensibilitat, no s'arrisca.
- Hi ha un públic que els demana català, per tant l'oferta lingüística genera demanda.
- El català dóna imatge, però no a tot arreu ni de la mateixa manera.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- Els fa falta una agència d'informació en català, perquè els facilitaria la feina.
- Alguns dels treballadors han hagut de fer un esforç per parlar català, però s'hi han adaptat bé.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- Tenen correctors per ordinador i diccionaris en català en CD-ROM.

Comentaris

- Detecten més presència social del castellà que fa un parell d'anys.
- Tenien un programa infantil que feien en català, però que ja no fan perquè és difícil fer ràdio infantil.
- La llengua no ha estat mai motiu de conflicte.

Mitjà de comunicació: RAC 105 FM

Entrevistat: Joan Puerto, director

Criteria i organització de la correcció lingüística

- No tenen corrector, però la xarxa audiovisual que munta el Grup Godó, del qual formen part, tindrà correctors en el futur.
- El personal que treballa en aquest mitjà ha estat assessorat pel servei lingüístic de Catalunya Ràdio durant 13 anys.
- Usen el llibre d'estil de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió.
- El més important en la correcció lingüística és la fonètica.
- S'improvisa entre el 80 % o el 90 % del que es diu per antena; es treballa sobre conceptes, no sobre text redactat.
- S'exigeix un nivell lingüístic en català als treballadors nous.
- Opten per un català planer i molt comunicatiu.
- No hi ha cap perjudici envers les varietats dialectals diferents de l'oriental.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- Es dona el 100 % d'importància a la correcció, perquè històricament aquesta emissora ha estat defensora de la llengua catalana.
- El criteri per a buscar convidats no és la llengua que utilitzen, sinó l'interès que pugui tenir per a l'audiència.
- No hi ha missatges en castellà, a banda de la publicitat.

Política de subvencions

- Consideren negativa la manera com s'han establert les quotes de música en català a les emissores musicals. Creuen que poden provocar rebuig entre el públic.

L'oferta genera demanda?

- La publicitat genèrica que ve de Madrid comporta que l'emissora hagi d'assumir el cost de la traducció dels anuncis al català.
- Es considera que el català no ven més, però que actualment s'ha perdut el perjudici que en català s'arriba a poca audiència. D'altra banda, afirmen que el català ja no marca cap signe d'identificació.
- Creuen que actualment el sector privat ja es planteja la creació de mitjans en llengua catalana. Consideren que amb aquesta nova situació els mitjans públics s'hauran de replantejar la funció i engegar productes per a un públic més minoritari.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- En l'àmbit de treball s'usa generalment el català ja que la majoria de treballadors el tenen com a llengua materna.

– Creuen que l'ús d'una llengua en l'àmbit de treball influeix en el nivell lingüístic de l'emissora. Afirmen que si es vol parlar correctament el català és imprescindible parlar-lo habitualment.

Comentaris

– Afirmen que un dels secrets del català a la ràdio ha estat el plantejament de parlar de tot en aquesta llengua, no només fer servir el català per als temes de proximitat.

– Afirmen que el bilingüisme fa baixar el nivell lingüístic dels dos idiomes.

– Pensen en la possibilitat de fer una tasca normalitzadora del Grup Godó, ja que són un mitjà en català que s'integra a un mitjà que usa el castellà (*La Vanguardia*).

– Creuen que l'etiqueta *música catalana* no existeix i que és una creació política.

Mitjà de comunicació: *La Municipal (Ajuntament de Barcelona)*

Entrevistat: Antoni Puig, director

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Fins fa poc hi havia una periodista amb un bon nivell de català que corregia les errades lingüístiques.
- Usen el llibre d'estil de l'Ajuntament de Barcelona. En cas de dubte consulten el Centre de Normalització Lingüística.
- El mitjà utilitza un català molt col·loquial i poc literari.
- En la correcció es dóna importància al lèxic i l'ortografia per a evitar que hi hagi castellanismes.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- El 90 % de la revista és escrita per persones externes a la redacció i s'adequa perquè el text no tingui gaires errades.

L'oferta genera demanda?

- No es considera que l'ús del català impliqui un grau de qualitat; no es qüestionen el català ni en negatiu ni en positiu.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- En l'àmbit de treball es parla sempre en català.
- No hi ha ningú que se li acudeixi enviar un article en castellà, perquè a l'Ajuntament de Barcelona, al qual pertany la revista, tot es fa en català.
- No utilitzen informació d'agència.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- No utilitzen correctors per ordinador.

Comentaris

- Consideren que el nivell de català dels articles que publiquen ha millorat.
- No hi ha hagut conflictes per temes lingüístics.

Mitjà de comunicació: *La Vanguardia*

Entrevistat: Màrius Carol, cap de Comunicació del Grup Godó

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Tenen un corrector de català per als mots encreuats i algun article publicats en aquesta llengua.
- No tenen llibre d'estil en català perquè publiquen molt poc en aquest idioma.
- Al diari no es fa prova de català, però cal conèixer-lo per a cobrir informacions.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- El diari és en castellà però ofereixen alguns suplementos i productes en català.
- El Grup Godó té previst fer un diari, una ràdio i una televisió en català.
- Els costa incorporar joves com a nous lectors. Detecten que les noves generacions saben llegir millor en català que en castellà.

Predisposició segons s'operi en cadena o només a Catalunya

- Diuen que fora de Catalunya no accepten bé que el diari porti publicitat en català.

Política de subvencions

- Constaten que fer informació en català en premsa proporciona subvencions, com en el cas d'*El Periódico*.

L'oferta genera demanda?

- Creuen que la informació en català dóna un plus de modernitat.
- El públic demana informació en català, sobretot per a ser escoltada. Per a ser llegida no tant, perquè costa més llegir que escoltar català.
- El públic infantil parla millor el català que el castellà, per tant creuen que se'ls han d'adreçar amb la llengua que parlen.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- Als consells de redacció i a la redacció es parla majoritàriament en català.
- Afirmen que a fora de Catalunya es detecta que el diari està fet aquí perquè en alguns casos hi ha catalanades i girs de construcció catalana.
- Les rodes de premsa en català no influeixen en la llengua de difusió del mitjà, el que sí que influeix són els correus electrònics i els textos trets d'Internet; creuen que els facilita la feina si són en castellà.
- Per a *La Vanguardia*, la primera agència de notícies en català és estrambòtica i fa que la feina es dupliqui.

Comentaris

- No hi ha gaire feina a corregir en català.
- Si *La Vanguardia* canviés al català, el 50 % de la plantilla ho acceptaria bé, però caldria un reciclatge intens.

Mitjà de comunicació: *El Mundo de Catalunya*

Entrevistat: Albert Montagut, director

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Estan en contra dels correctors.
- El mateix que escriu es corregeix i, després, el text passa per un altre redactor.
- En la correcció dels articles que arriben en català, es té més confiança en els redactors joves que en els més veterans.
- No es té en compte el nivell de català dels nous periodistes que s'incorporen al diari.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- El diari és en castellà, però tots els articles, cartes al director i tota la producció externa que arriba en català, es publica en aquesta llengua. Dels trenta articles que arriben, deu són en català.

Política de subvencions

- Consideren negatiu que la Generalitat inspeccioni quants minuts en català fan les emissores, quan les emissores públiques no fan res en castellà.
- Estan en contra de qualsevol ajut o intercanvi de diners entre administracions públiques i mitjans de comunicació privats, perquè cal garantir la independència i la llibertat d'expressió.

L'oferta genera demanda?

- Creuen que s'anuncia en català els productes que així poden aconseguir més acceptació popular.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- A la redacció i al consell de redacció es parla en català majoritàriament, tot i que també es parla en castellà.
- Consideren que el fet que a la redacció es parli el català no condiciona l'expressió en castellà del diari.
- Els periodistes més joves tenen problemes amb el castellà i fan catalanades.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- La informació d'agència que arriba en català és un problema per als diaris en castellà, perquè tenen un sistema operatiu que permet posar el teletip a la pantalla i si aquest està escrit en català s'ha de refer.

Comentaris

- Afirmen que, a la redacció, la política lingüística de les institucions ha portat polèmica, com a tots els sectors de la societat.

Mitjà de comunicació: *Lecturas*

Entrevistada: Catalina Vidal Serra, directora

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Disposen d'un corrector per a la part de la revista que publiquen en català.
- No tenen llibre d'estil per al català.
- Es busca un català correcte, però no purista. Es considera que el català *light* no és positiu.
- La introducció de variants dialectals no és ni positiva ni negativa.
- No es fa prova de català ni s'exigeix títols per a treballar en la part de la revista publicada en català, però tots els treballadors afirmen que tenen un bon nivell.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- No hi ha criteri per a la llengua dels entrevistats, però tots els entrevistats que surten a la part de la revista escrita en català són de TV3 i tots parlen en català.
- *Lecturas* en català no vendria més, perquè s'adreça a un públic més castellanoparlant i també per la franja d'edat a qui s'adreça (50 o 60 anys).
- Consideren que si se suprimís la part de la revista feta en català, el públic la trobaria a faltar.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- La major part dels consells de redacció es fan en català. Però parlen en castellà quan es refereixen al text.
- A la redacció s'utilitza indistintament català i castellà, tot barrejat.
- Fora de Catalunya es detecta que la revista està feta aquí.
- Alguns dels redactors que escriuen al *Lecturas* gran són catalanoparlants, i d'altres castellanoparlants.
- Si arribés informació d'agència en català no passaria res perquè tothom l'entén.
- Els redactors que han arribat de fora de Catalunya no han tingut problemes per a adaptar-se al català.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- No tenen correctors de català per ordinador.

Comentaris

- Diuen que no hi ha gaire feina de correcció en català, perquè els redactors d'aquesta part de la revista tenen un bon nivell lingüístic.
- Consideren que es pensa igual en català que en castellà.
- Creuen que seria un signe de normalitat que hi haguessin agències en català, perquè la informació en català que els arriba és nul·la.
- La llengua mai no ha estat motiu de conflicte a la redacció.

Mitjà de comunicació: *Diari de Tarragona*

Entrevistat: Antoni Coll Gilabert, director

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Tenen dos correctors llicenciats en filologia catalana que corregeixen els textos de producció externa. Els textos de redacció els corregeixen els mateixos redactors, però demanen consell als correctors.
- No tenen llibre d'estil.
- En la correcció el que té més importància és l'ortografia i la sintaxi.
- Es té en compte el català dels nous periodistes, però no és una condició determinant.
- No se solen fer proves lingüístiques.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- S'administra el bilingüisme d'una manera aparentment anàrquica, però el criteri que utilitzen és publicar la producció externa amb la llengua que arriba i la de la redacció, en català, si és un tema de comarques i, en castellà, els altres.

L'oferta genera demanda?

- Afirmen que a Tarragona els productes en català venen menys. Diuen que l'ús de la llengua d'aquest mitjà no és per ideologia sinó per exigències del mercat.
- Havien pensat fer una doble edició (una en català i una altra en castellà), però van veure que no funcionaria.
- Els suplementes que fan per als més joves, els fan en català.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- A la redacció es parla majoritàriament en català i creuen que això no influeix en la llengua de difusió del mitjà, perquè de vegades redactors nascuts a Catalunya escriuen millor en castellà.
- La informació d'agència que arriba es publica en castellà. Si arribés en català, també es canviaria al castellà perquè depèn de les seccions, com la d'Internacional o la d'Espanya, que es fa en castellà.
- No els arriba informació d'agència en català.
- Les rodes de premsa en català faciliten la feina si es tracta d'informacions que seran publicades en català, però la dificulta si han de ser publicades en castellà.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- No tenen corrector per ordinador en català.

Comentaris

- No hi ha hagut mai conflictes per motiu de la llengua.
- El percentatge d'informacions en català ha augmentat en els darrers quinze anys. Fan el 30 % del diari en català, però fa quinze anys era el 10 %.

Mitjà de comunicació: VilaWeb

Entrevistat: Vicent Partal, director

Criteris i organització de la correcció lingüística

- Tenen un corrector de català i en el futur n'hi haurà dos.
- Estan acabant el llibre d'estil.
- Opten per un català normatiu, tendent a *heavy*.
- Busquen un estàndard lingüístic que respecti totes les varietats dialectals.
- Depenent de l'àrea, segons sigui estrictament informativa o participativa, opten per un registre o un altre.

Relacions entre oferta informativa i demanda lingüística

- Quan poden optar entre una declaració en català i una en castellà, trien la catalana. Però mai no deixaran de donar una declaració perquè no estigui en català.

Política de subvencions

- No accepten subvencions perquè consideren que són una trampa que els paralitzaria com a empresa i perquè discriminen alguns mitjans segons la ideologia.

L'oferta genera demanda?

- Creuen que la difusió en català no és un problema de demanda sinó d'oferta. Diuen que el problema és que hi ha poca oferta en català i no és prou bona, en la majoria dels casos.
- Estan traduint al català tota la publicitat que publiquen.
- Consideren que una agència en català permetria l'aparició de molts mitjans en català.

Vincles entre llengua de treball i llengua de difusió

- Afirmen que hi ha una relació entre la llengua de treball i la de difusió, perquè els punts de referència són diferents segons la llengua que s'empri.

Noves tecnologies i ús de la llengua catalana

- El procés d'actualització de les notícies de vint-i-quatre hores, comporta que segons l'horari no es puguin arribar a corregir totes les informacions.
- Els correctors informàtics (SALT, Word) augmenten la velocitat de la correcció.
- Amb coneixement informàtics i lingüístics poden fer que els cercadors seleccionin webs en català.

EL CATALÀ A INTERNET: L'OFERTA LINGÜÍSTICA A LA XARXA

**David Domingo i Antoni Esteve,
amb el suport d'Albert Benet**

Internet a Catalunya

Catalunya ha fet seva la xarxa Internet com a mitjà de comunicació. En termes quantitius, és la comunitat autònoma amb l'índex més alt de penetració d'Internet a l'Estat espanyol, amb un 14,5 % d'habitants amb accés a la xarxa el maig de 1999.¹ El ritme de creixement ha estat del 70 % en els últims tres anys.² En termes qualitius, Catalunya ha estat pionera a crear productes i serveis en línia a Espanya:³ l'anella científica, la xarxa de les ONG Pangea, els primers servidors d'accés a Internet, xarxes ciutadanes com Tinet o BCNet... No només hi ha un bon nivell d'implantació d'Internet, sinó que a més a més va acompanyat d'un gran dinamisme creatiu, econòmic i social en la utilització de les possibilitats del nou mitjà.

Al maig de 1998, un document de treball del capítol català de l'Internet Society (ISOC-CAT) sobre la implantació d'Internet a Catalunya assenyalava la sintonia existent entre la filosofia de la xarxa i la societat catalana: «Sembla que la xarxa com a sistema obert, distribuït i públic, sintonitza bé amb l'estructura social i econòmica de Catalunya, basada en una forta societat civil, un sistema de professionals de petites i mitjanes empreses, cada vegada més obertes al món i amb un sentit cultural clarament diferenciat».⁴ Segons aquesta apreciació, el caràcter descentralitzat i interactiu d'Internet no només és compatible amb les característiques de la societat catalana, sinó que també afavoreix la preservació de la seva identitat cultural.

En aquest sentit, els investigadors catalans del fenomen Internet coincideixen a subratllar que «les noves tecnologies obren una nova era per a l'ecologia de la comunicació en què conviuran –d'una manera que encara no podem

1. Font: EGM. <<http://www.aui.es/estadi/egm/iegm.htm>>.

2. Font: AUI, citat a Marín i Tresserras (1998).

3. ISOC-CAT (1998).

4. ISOC-CAT (1998).

identificar plenament— els processos de comunicació local i els processos de comunicació global». ⁵ El gran salt cap a la globalització dels espais de comunicació que introdueixen tecnologies com la televisió per satèl·lit o Internet no sembla que hagi d'eliminar inevitablement els espais comunicatius locals, sinó que obligarà a redefinir-los. Toni Mollà creu que la comunicació global i la local tenen funcions diferents, la qual cosa deixa espai per a les cultures i les llengües minoritàries: «És evident, per exemple, que els àmbits més globals s'associen als valors estrictament instrumentals dels idiomes i que els dominis més pròxims ho fan als integradors i de la identitat social i cultural». ⁶

Però, de la mateixa manera que les noves tecnologies no anul·len la possibilitat de supervivència de les cultures minoritàries, el nou context social, polític i econòmic de l'anomenada *societat de la informació* tampoc no en garanteix la integritat. ⁷ Són molts els factors que tendeixen a amenaçar la viabilitat de l'ús de llengües minoritàries a Internet, principalment la concentració empresarial en l'àmbit internacional en el camp de la comunicació, accelerada per la convergència tecnològica i per l'afebliment de les fronteres nacionals. La lògica del màxim benefici xoca, en principi, amb la utilització de llengües minoritàries. ⁸ Davant d'aquest repte, els investigadors coincideixen a destacar la necessitat de polítiques actives de suport i d'implantació lingüística de l'Administració pública, polítiques que, davant la creixent complexitat social, haurien d'acomplir els requisits següents:

1. Ser dissenyades com a polítiques globals, que tinguin en consideració dintre de la mateixa estratègia els àmbits de la comunicació, la cultura, l'ensenyament... ⁹

2. Han d'involucrar tots els actors socials, no només les institucions públiques: la societat civil i les empreses han de donar suport al disseny i a l'aplicació de mesures d'implementació. ¹⁰

3. Han de centrar-se en promoure la producció de continguts en llengua catalana (en el nostre cas) més que en l'establiment de quotes de difusió. Com argumenta Miquel de Moragas, en un mitjà global com Internet, mai no es podran assolir quotes percentuals de presència del català a la xarxa. «En conseqüència, més que competir per les quotes de l'oferta, caldrà competir per donar satisfac-

5. M. DE MORAGAS, «Canvis en la comunicació: nous escenaris de la normalització lingüística», a MOLLÀ (1998).

6. T. MOLLÀ, «Preàmbul: els nous factors de la política lingüística», a MOLLÀ (1998).

7. Dues referències inexcusables per a entendre els canvis, oportunitats i amenaces que representa la societat de la informació són MAJÓ (1997) i CASTELLS (1998).

8. L. FLAQUER, «L'impacte de les noves tecnologies sobre la llengua i les seues dimensions pública i privada», a MOLLÀ (1998).

9. B. LÓPEZ, «Política lingüística i política de comunicació davant dels reptes de la globalització», a MOLLÀ (1998).

10. M. DE MORAGAS, «Canvis en la comunicació: nous escenaris de la normalització lingüística», a MOLLÀ (1998).

ció a la demanda de comunicació interactiva, en totes les seves especialitats i gèneres.» És a dir, canviar el concepte de *quota* pel de *disponibilitat*.¹¹

Podem afirmar que Catalunya, dintre de l'àmbit d'Internet, va començar el 1999 a donar passes decidides en la direcció indicada per aquestes recomanacions. La gran promesa que suposà la creació, el maig de 1998, del Comissionat per a la Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya ha quallat en un pla estratègic que pretén situar Catalunya al capdavant de la implantació social de les tecnologies digitals.¹² El pla té un abast social complet¹³ i s'ha redactat amb la col·laboració d'unes 250 persones relacionades amb tots els àmbits socials.

Un dels objectius transversals (comú a les sis àrees d'actuació) és «garantir que la presència i l'ús de la llengua catalana a Internet es trobi en igualtat de condicions que la d'altres llengües del món». Per a aconseguir-ho, el pla proposa com a accions principals:

- Crear un cercador català que «promogui el multilingüisme i la multiculturalitat».
- Posar en línia eines i recursos lingüístics en català i sobre el català: programes de traducció automàtica, diccionaris, plantilles...
- Estimular la producció de nous continguts digitals a Catalunya i inventariar els existents. Crear «normatives exemplars» perquè els creadors de continguts facin un ús eficaç de la xarxa.

El desenvolupament d'aquestes iniciatives en el marc més ampli d'una implantació de l'ús de les tecnologies digitals de comunicació pot garantir en el futur la vitalitat i l'eficàcia de la presència del català a Internet. Miquel Puig, del Comissionat per a la Societat de la Informació, considera que Catalunya parteix d'una situació general «força favorable» per a afrontar el repte del canvi de context social i cultural que estem vivint. En començar aquest article ja hem deixat constància d'aquest fet. Aquest estudi pot servir per a comprovar quin és el punt de partida específic pel que fa a l'ús del català a Internet, àmbit sobre el qual no s'ha fet encara cap recerca sistemàtica.

L'anàlisi del consum i de l'oferta lingüística a Internet

Internet és un fenomen comunicatiu complex que difícilment pot ser analitzat amb els paràmetres dels mitjans de comunicació de massa. A Catalunya

11. M. DE MORAGAS, «Canvis en la comunicació: nous escenaris de la normalització lingüística», a MOLLÀ (1998).

12. Comissionat per a la Societat de la Informació (1999).

13. Està dividit en sis àrees d'actuació: infraestructures, indústria, educació, administració, sanitat i canvi cultural, més una setena de transversal, anomenada *marc de la societat de la informació*.

les dades sobre l'ús de la xarxa són mínimes i pràcticament inexistentes pel que fa a l'oferta i el consum de productes en línia. L'ISOC-CAT proposà el mes de maig de 1998 el disseny d'una enquesta d'Internet a Catalunya amb caràcter periòdic i sistemàtic.¹⁴ Fins avui les úniques dades periòdiques les brinden l'EGM (sobre el nombre i el perfil dels usuaris) i l'OJD (sobre el nombre de visites rebudes per una petita part dels webs periodístics i dels cercadors).

Un dels compromisos del Pla estratègic del Comissionat per a la Societat de la Informació és promoure la recerca a Catalunya en el camp de les tecnologies digitals de comunicació, compromís que pot ser el marc ideal per a iniciatives que analitzin les característiques i l'evolució de la utilització de la xarxa, incloent-hi l'estudi dels usos lingüístics. Però per a dur a terme aquesta mena d'investigacions cal revisar els conceptes clàssics de les teories de la comunicació i adaptar-los a la realitat del nou mitjà.

En realitzar el nostre estudi hem hagut de plantejar-nos aquesta qüestió. Presentem a continuació les característiques d'Internet que considerem rellevants per a l'anàlisi de l'oferta i del consum lingüístics i les reflexions que ens han suggerit a l'hora de delimitar l'objecte d'estudi i els objectius de la investigació.

La producció a Internet

Dins del concepte d'Internet s'engloben formes de comunicació molt diferents, amb objectius i tècniques diversos:

- comunicació interpersonal privada (correu electrònic, IRC)
- comunicació interpersonal pública (grups de notícies, llistes de distribució, xat)
- publicacions informatives periòdiques (webs, llistes de distribució)
- informació corporativa (webs, llistes de distribució)
- bases de dades, catàlegs (webs, ftp, telnet).

Tenint en compte que l'objectiu general de la investigació és analitzar la situació del català en la comunicació pública no dialògica (el que fins ara s'ha anomenat *mitjans de comunicació*, que difonen informació a una audiència específica), descartarem des d'un primer moment l'anàlisi de les formes de comunicació interpersonals.

Amb aquest primer criteri separem conceptualment el que és Internet com a suport tecnològic de comunicació, dels seus usos com a mitjà de difusió massiva, que són precisament els que ens interessa estudiar. No obstant això, el que normalment entenem per mitjà de comunicació es converteix en un fenomen molt més complex a la xarxa. La unió de la digitalització amb la interconnectivitat mundial abarateixen de forma radical els costos de producció i difusió dels productes informatius. Això ha impulsat un esperit participa-

14. ISOC-CAT (1998).

tiu en els usuaris d'Internet, que no només empen la xarxa com a audiència sinó que també estan produint continguts: des de pàgines personals a la World Wide Web fins a butlletins electrònics via correu electrònic. El que volem subratllar és que la producció de productes informatius a Internet no està restringida per la necessitat d'estructures empresarials mínimament complexes. Si en mitjans com la televisió, la ràdio o la premsa el més habitual (i imprescindible en el cas de productes de gran difusió) és que la informació sigui mediada per empreses especialitzades que la transformen en productes de consum, a Internet qualsevol institució o persona pot tenir el seu producte informatiu i exposar-lo sense intermediaris a la xarxa.

Aquesta «democràcia de la publicació a la xarxa» ha de ser relativitzada a mesura que creix la quantitat d'informació a Internet. La immensitat i varietat de la oferta ha propiciat l'aparició de nodes que s'ofereixen com a guies i «portals» d'accès a la xarxa i que, per tant, absorbeixen la major part del «trànsit» d'Internet.¹⁵ Les empreses de comunicació acostumen a consolidar-se en aquesta posició de nodes principals, i recuperen d'aquesta manera l'hegemonia que tenen en altres mitjans. Considerem que podem distingir tres tipus de nodes, on majoritàriament trobarem empreses de comunicació, però també altres institucions i, fins i tot, individus:

1. *Mitjans de comunicació en línia.* Publiquen periòdicament informació. En molts casos són versions de mitjans tradicionals (televisió, ràdio, premsa), però també s'han consolidat com a nodes importants de publicacions especialment dissenyades per a la xarxa.

2. *Cercadors.* Faciliten la navegació per Internet a la recerca d'informacions concretes. N'hi ha que són veritables nodes mundials, a través dels quals milions de persones accedeixen als continguts de la xarxa.

3. *Institucions.* Per la seva rellevància social i pels serveis que ofereixen, la presència a Internet de les administracions públiques i d'empreses de tot tipus és un punt de referència important per als usuaris de la xarxa.

Creiem que aquestes tres categories són les més significatives per als objectius del nostre estudi. Ens centrarem en el World Wide Web, que actualment és l'eix principal de la difusió massiva a Internet, i rastrejarem l'ús de la llengua catalana en els mitjans de comunicació en línia, en els cercadors, en els webs d'institucions públiques i en els de les empreses. En reflexionar sobre les característiques de la recepció a Internet precisarem més aquest corpus d'estudi.

La recepció a Internet

La primera característica de la recepció d'Internet que trenca els esquemes dels mitjans de comunicació tradicionals és la seva difusió global au-

15. MORAGAS (1999) anomena aquest fenomen amb el terme «mediadors».

tomàtica: qualsevol tipus de contingut posat al World Wide Web és accessible des de qualsevol punt del món connectat a la xarxa. Els ecosistemes comunicatius es difuminen a la xarxa, però considerem que no desapareixen: existeix un «espai virtual català», un conjunt de webs produïts a Catalunya i consumits principalment per un públic català. Però a Internet –com cada vegada més en la resta de mitjans– aquest espai no està aïllat i els usuaris catalans poden accedir a continguts de tot el món. Moltes persones indiquen la necessitat d'incrementar els esforços per aconseguir la consolidació, protecció i potenciació de l'espai virtual català,¹⁶ i el Pla estratègic del Comissionat per a la Societat de la Informació ho ha assumit com a objectiu prioritari.¹⁷

En aquest context, considerem que l'anàlisi del català a Internet no s'ha de limitar als nodes produïts a Catalunya, sinó que cal comprovar si nodes d'abast estatal i internacional tenen present el català com a llengua de part de la seva audiència potencial. En aquest estudi realitzarem aquesta comprovació en els casos següents: les versions en línia de diaris estatals amb edició catalana, els cercadors espanyols i internacionals, els webs d'administracions públiques estatals i autonòmiques, i els de les principals empreses espanyoles.

Abans hem comentat que a Internet probablement és més pertinent parlar de presència que de quota d'oferta. Tenint present la manca de dades quantitatives sobre audiència de la immensa majoria dels webs, la nostra anàlisi necessàriament ha de limitar-se a constatar la «presència» del català a la xarxa, sense gaires possibilitats de realitzar comparacions quantitatives amb altres idiomes. El fet que haguem seleccionat per a l'anàlisi els webs més visitats (segons un criteri qualitatiu, ja esmentat) ens ha d'ajudar a treure conclusions quan valorem no tan sols la presència del català a Internet sinó també el seu pes.

L'oferta lingüística a Internet

El català als mitjans de comunicació en línia

Mitjans de comunicació convencionals amb presència a la xarxa

Els mitjans de comunicació convencionals (premsa, ràdio i televisió) tenen una presència a la xarxa que encara tendeix a reproduir la forma i els continguts de la versió clàssica. D'aquesta manera, l'ús que aquests mitjans fan del català en les versions digitals és el mateix que el que se'n fa en les versions originals. La nostra anàlisi confirma que el català es manté en un clar desavantatge respecte del castellà.

L'oferta de premsa tradicional en versió digital en català conviu en clara inferioritat respecte a la que s'edita en castellà. Dels deu diaris fets a Barcelona

16. ISOC-CAT (1998); M. DE MORAGAS, «Canvis en la comunicació: nous escenaris de la normalització lingüística», a MOLLÀ (1998).

17. Comissionat per a la Societat de la Informació (1999).

(catalans o edicions per a Catalunya) tan sols dos, l'*Avui*¹⁸ i *El Periódico de Catalunya*¹⁹ utilitzen la llengua catalana. Pel que fa a l'audiència de les seves respectives edicions digitals, l'adreça de l'*Avui* rep gairebé 67.000 visites al mes i *El Periódico de Catalunya* prop de 196.000 entrades mensuals de les quals 45.000 trien l'edició en català.²⁰ Aquestes xifres contrasten amb les d'*El País Digital*,²¹ que rep més de 2 milions de visites al mes, o amb les de *La Vanguardia*,²² que assoleix els 230.000 lectors digitals.

TAULA 1
Llengües emprades en les versions
en línia dels diaris convencionals
d'àmbit nacional o estatal amb edició catalana

Només català	1
Només altres idiomes	9
– castellà	9
Català i altres idiomes	1
– castellà	1
Webs analitzats	11

Malgrat aquesta inferioritat quantitativa del català, a Internet, com passa en els altres mitjans, hi ha una important presència dels mitjans de comunicació locals, que majoritàriament s'editen en català. Un bon exemple n'és *Regió 7*²³ que ha consolidat la seva versió digital al capdavant dels periòdics locals amb presència a la xarxa.

Les pàgines de ràdios i televisions a Internet també tenen les mateixes característiques lingüístiques que les versions originals. Catalunya Ràdio²⁴ i Com Ràdio²⁵ omplen els seus webs en català; Onda Cero,²⁶ en castellà, etc. Pel que fa al pes del català en el consum en aquest àmbit, cal destacar el cas de Televisió de Catalunya en línia,²⁷ que amb gairebé 144.000 visites al mes²⁸ és un dels webs més consultats de l'Estat espanyol,²⁹ i ultrapassa els

18. <<http://www.avui.com>>.

19. <<http://www.elperiodico.es>>.

20. Font: OJD, juny 1999. <http://www.ojd.es/f_cont_www.html>. (Les xifres es refereixen al total de visites des de qualsevol ordinador del món.)

21. <<http://www.elpais.es>>.

22. <<http://www.lavanguardia.es>>.

23. <<http://www.regio7.com>>.

24. <<http://www.catradio.es>>.

25. <<http://comradio.com>>.

26. <<http://www.ondacero.es>>.

27. <<http://www.tvcatalunya.com>>.

28. Font: OJD, juny 1999. <http://www.ojd.es/f_cont_www.html>.

29. L'EGM situa TVC-OnLine al lloc 18 del rànquing de 100 webs de tot el món més visitats per cibernetes de l'Estat espanyol. El web d'Antena 3 està al lloc 39, i el de TVE, al 98. (Dades de març de 1999.)

índexs d'audiència de TVE, Antena 3 o Tele 5, que en el mitjà de la televisió superen de llarg TV3 i Canal 33 en audiència total.

Mitjans de comunicació digitals

Les condicions de la xarxa han permès l'aparició ràpida de nous mitjans de comunicació que han estat pensats exclusivament per a aquest nou àmbit. Catalunya, a més d'encapçalar el nombre d'usuaris de la xarxa de tot l'Estat espanyol, ocupa un lloc de privilegi en la producció de webs informatius digitals amb audiències i continguts ben diversos: des del públic local fins a l'internacional, des de la informació general fins a l'especialitzada.

En l'àmbit de la informació general, que en d'altres mitjans de comunicació és clarament dominat per mitjans que utilitzen el castellà, el català ocupa un lloc privilegiat. Només un mitjà dels analitzats, *Titulares*³⁰ no té versió catalana. *Vilaweb*,³¹ nascut el 1996 amb una aposta clara per potenciar els continguts en català a Internet, va ser la revista electrònica pionera en l'ús del català en un mitjà purament digital. Des de llavors, ha sofert una creixement progressiu i actualment ofereix una edició per a tots els Països Catalans i prop de setanta edicions locals. Amb més de 153.000 visites mensuals,³² *Vilaweb* s'ha consolidat com un mitjà que fa ombra a les versions en línia de grans diaris com *El Periódico de Catalunya* o *La Vanguardia*.³³ En els darrers anys han nascut mitjans digitals com *Notícies Intercom*³⁴ (que té versions independents en castellà, català i gallec) o *La Malla*³⁵ (íntegrament escrit en català), que també aposten per la informació general amb el català com a llengua habitual.

TAULA 2
Llengües emprades en els mitjans digitals
d'informació general produïts a Catalunya

<i>Només català</i>	2
<i>Només altres idiomes</i>	1
– castellà	1
<i>Català i altres idiomes</i>	2
– castellà	2
– gallec	1
<i>Webs analitzats</i>	5

30. <<http://www.titulares.com>>.

31. <<http://www.vilaweb.com>>.

32. Font: OJD, juny 1999. <http://www.ojd.es/f_cont_www.html>.

33. En el rànquing de l'EGM *Vilaweb* està en el lloc 20, molt per darrere del número 2 d'*El País*, però just a l'alçada de *La Vanguardia* (lloc 19) i *El Periódico* (lloc 21). (Dades de març de 1999.)

34. <<http://www.noticies.com>>.

35. <<http://www.lamalla.net>>.

En l'àmbit local i comarcal, el predomini del català és absolut. Cal destacar el *Diari de Barcelona*,³⁶ hereu digital de l'antic *Brusi*, que diàriament ofereix informació en català i serveis per a la ciutat comtal. En els darrers anys han aparegut nombroses iniciatives d'informació digital en català en diverses comarques del país (*La Infoplana Vallesana*,³⁷ *L'Empordà en línia*,³⁸ *TGN Digital*,³⁹ a banda de les edicions locals de *Vilaweb*) que prometen, en aquest àmbit local, un dinamisme de la llengua catalana comparable al que ja existeix en premsa, ràdio i televisió.

TAULA 3

Llengües emprades en els mitjans digitals d'informació local produïts a Catalunya

<i>Només català</i>	8
<i>Només altres idiomes</i>	0
<i>Català i altres idiomes</i>	1
– castellà	1
<i>Webs analitzats</i>	9

Finalment, no hem d'oblidar el gran nombre de publicacions electròniques especialitzades que es produeixen a Catalunya. En tractar temes molt concrets, poc vinculats a un territori determinat, moltes d'aquestes publicacions tenen un públic internacional (per això algunes tenen versions en anglès o portuguès a més de la catalana i/o castellana). Si tenim aquesta universalitat present, és rellevant constatar que més de la meitat dels mitjans digitals analitzats utilitzen el català. En un extrem tenim experiències com *InfoSenyal*,⁴⁰ butlletí electrònic d'informació empresarial d'àmbit lleidatà, escrit únicament en català; en l'altre, webs com *Negocios en la Red*,⁴¹ que només oferia una versió en castellà. D'altres com *en.red.ando*⁴² o *Extra-Net*,⁴³ que tenen un nombre important de públic sud-americà, ofereixen els seus continguts en tres idiomes, incloent-hi el català i el castellà. Vista aquesta mostra, és possible intuir que la llengua catalana probablement és present en gairebé tots els camps temàtics de les publicacions digitals especialitzades.⁴⁴

36. <<http://www.diaridebarcelona.com>>.

37. <<http://baixmontseny.com/infoplana>>.

38. <<http://www.girona.intercom.es/emporda>>.

39. <<http://www.tgndigital.com>>.

40. <<http://www.senyal.com/infosenyal>>.

41. <<http://boletin.com>>.

42. <<http://enredando.com>>.

43. <<http://www.extra-net.net>>.

44. El cercador Nosaltes té una bona base de dades temàtica de publicacions en línia. <<http://www.nosaltes.com>>.

TAULA 4
 Llengües emprades en els mitjans digitals
 d'informació especialitzada produïts
 a Catalunya

Només català	3
Només altres idiomes	5
– castellà	5
– anglès	1
Català i altres idiomes	3
– castellà	3
– anglès	2
– portuguès	1
Webs analitzats	11

El català als cercadors

La quantitat d'informació disponible a Internet creix exponencialment cada any. L'esperit anàrquic i descentralitzat de la xarxa i els costos mínims que requereix la publicació en línia han permès que milions de persones i institucions exposessin en el gran aparador virtual els seus continguts. No és estrany que en aquest context apareguessin ben aviat iniciatives de mediació entre l'usuari i la informació de la xarxa.⁴⁵ D'aquests serveis, que genèricament es coneixen com a *portals*, els més populars són, sense dubte, els cercadors. Malgrat que hi ha diferents dissenys de cercador, tots tenen en comú que permeten a l'usuari escriure el concepte que està buscant i li presenten una llista de webs relacionats amb la seva demanda. La tendència actual dels buscadors és afegir informació d'actualitat i d'altres serveis (el més comú es el correu electrònic gratuït) per a garantir la seva posició privilegiada de nodes en la xarxa global.

Com hem comentat anteriorment és molt difícil obtenir dades sobre audiència a Internet. Malgrat això podem inferir provisionalment que els cercadors absorbeixen una part essencial de l'ús d'Internet (normalment com a primer pas en una sessió) i que, en una xarxa d'abast mundial, els usuaris catalans accedeixen assíduament als cercadors internacionals (creats majoritàriament als Estats Units). Per aquest motiu hem cregut important revisar la política lingüística dels principals cercadors generals de tres àmbits diferents: el català, l'estatal i l'internacional.

La llengua catalana és present en tots els cercadors que orienten la seva oferta principal vers l'àmbit virtual dels Països Catalans. La major part dels cercadors analitzats té el català com a única llengua i només Eureka,⁴⁶ de Creative

45. MORAGAS (1999).

46. <<http://www.eureka.creativeweb.es>>.

Web, afegeix una versió espanyola del web. Val a dir que entre aquests cercadors n'hi ha d'especialitzats exclusivament en l'àmbit català (Nosaltres)⁴⁷ i d'altres que pretenen ser un portal per a tot Internet, en competència amb els grans cercadors internacionals (Cercador).⁴⁸

TAULA 5
Llengües emprades en els cercadors
d'àmbit català

<i>Només català</i>	3
<i>Només altres idiomes</i>	0
<i>Català i altres idiomes</i>	1
– castellà	1
<i>Webs analitzats</i>	4

Els cercadors d'àmbit estatal prescindeixen actualment de qualsevol de les llengües minoritàries de l'Estat espanyol. En canvi, molts tracten d'explotar al màxim l'abast internacional de la llengua castellana i han centrat la seva estratègia comercial a superar les fronteres estatals per a aprofitar els milions d'audiència potencial que suposen els països llatinoamericans. Probablement aquesta estratègia que mira fora de l'àmbit estatal és la causa principal de l'oblit del català, de l'euskera i del galleg per part dels cercadors espanyols.

Una excepció parcial fou el cercador Olé!,⁴⁹ promogut per la Fundació Catalana per a la Recerca i que després va pertanyer a Telefónica. Aquest cercador tenia la interfície en castellà, però classificava els webs trobats en les cerques segons la llengua en què havien estat redactats. El directori del cercador inclou webs en els sis idiomes peninsulars: el castellà, el català, l'euskera, el bable, el galleg i el portuguès. El cercador Altavista-Magallanes⁵⁰ és l'únic que

TAULA 6
Llengües emprades en els cercadors
d'àmbit estatal i iberoamericà

<i>Només català</i>	0
<i>Només altres idiomes</i>	8
– castellà	8
– anglès, portuguès, italià, francès	1
<i>Català i altres idiomes</i>	0
<i>Webs analitzats</i>	8

47. <<http://www.nosaltres.com>>.

48. <<http://www.cercador.com>>.

49. <<http://www.ole.com>>.

50. <<http://www.altavista.magallanes.net>>.

actualment ofereix més d'un idioma en la interfície: a més a més del castellà s'hi pot navegar en anglès, portuguès, italià i francès.

En l'anàlisi dels cercadors d'àmbit internacional es poden apreciar tres polítiques lingüístiques diferenciades, relacionades directament amb els objectius comercials de les empreses que els gestionen. En un extrem tenim l'exemple d'Altavista,⁵¹ un dels cercadors més emprats, que únicament utilitza l'anglès. És cert que l'empresa Altavista té el producte Altavista-Magallanes que hem comentat en la categoria anterior, però no es tracta d'una versió espanyola del cercador Altavista, sinó d'un cercador diferent, especialitzat geogràficament. En l'extrem oposat al monolingüisme d'Altavista està EuroSeek,⁵² un cercador d'abast internacional però dirigit principalment als usuaris europeus, que ofereix una interfície en 40 llengües europees diferents, incloent-hi el català. Aquesta política multilingüística, que inclou tant les llengües que tenen Estat com les que no en tenen, és probablement una manera de situar-se en un mercat molt competitiu. EuroSeek s'allunya amb la seva estratègia de la gran majoria de cercadors internacionals, que utilitzen una fórmula a mig camí entre el monolingüisme i el multilingüisme. No obstant això, cal relativitzar el multilingüisme d'EuroSeek, ja que només l'ofereix en la interfície del cercador, mentre que la resta de seccions (notícies, directors...) estan només en anglès.

TAULA 7
Llengües emprades en els cercadors
d'àmbit internacional

<i>Només català</i>	0
<i>Només altres idiomes</i>	6
– anglès	6
– francès	4
– alemany	4
– suec	4
– italià	4
– danès	3
– japonès	3
– castellà	3
– portuguès	2
– neerlandès	2
– xinès	2
– noruec	1
– coreà	1
<i>Català i altres idiomes</i>	1
40 idiomes europeus	1
<i>Webs analitzats</i>	7

51. <<http://www.altavista.com>>.

52. <<http://www.euroseek.net>>.

L'estratègia majoritària en els cercadors internacionals es basa a oferir portals específics per a un ventall limitat de països interessants comercialment. Aquesta oferta de portals *adaptats* inclou l'ús de l'idioma estatal de cada país seleccionat. La mitjana és de 9 idiomes diferents. A la segona fila de la taula anterior apareixen citades les 13 llengües que les empreses de cercadors internacionals consideren *rendibles*, entre les quals no es troba el català.

Una mirada global als tres àmbits analitzats ens permet constatar que en el context d'Internet hi ha diversos espais de comunicació, cadascun amb les seves pròpies lògiques. Si bé és cert que en els cercadors d'àmbit estatal i internacional el català té una presència pràcticament nul·la, en el context comunicatiu de l'espai virtual català la llengua catalana és la principal: per a accedir a recursos creats des de Catalunya a Internet la via més especialitzada i directa (els cercadors d'àmbit català) té interfícies en català. Val a dir que això no garanteix que siguin els cercadors en català els més utilitzats a Catalunya.

En aquest sentit hem de reiterar-nos en la manca de dades sobre l'audiència de la immensa majoria dels webs. En el cas dels cercadors, l'OJD controla les visites d'Olé! (129.292 visites diàries el març de 1999), però no ens indica quina part d'aquestes visites prové d'usuaris catalans. Sense tenir més dades a l'abast és impossible conèixer el pes relatiu real de cada categoria de cercador en el mercat comunicatiu virtual de Catalunya.

El català als webs d'institucions públiques

El nostre objectiu en seleccionar aquest àmbit com a objecte d'anàlisi era comprovar quines són les polítiques lingüístiques de les institucions públiques a l'hora de posar continguts a la xarxa. La nostra hipòtesi de partida era que les administracions públiques, per la seva pròpia naturalesa, lliure de les pressions del mercat i lligada més estretament als marcs legislatius vigents, serien respectuoses amb les llengües minoritàries de l'Estat espanyol.

El panorama estatal no pot ser més negatiu, en contrast amb la vitalitat del català en l'àmbit municipal. Poc es pot dir de la política lingüística de l'Administració de l'Estat. Hem analitzat els webs de tots els ministeris com a mostra de l'àmbit estatal i tots són monolingües, amb el castellà com a únic idioma.

En l'àmbit autonòmic, els webs analitzats han estat els del govern de les tres comunitats autònomes amb llengua pròpia: Catalunya, Euskadi i Galícia. Tots inclouen versions en diferents idiomes⁵³ juntament amb la llengua oficial de la comunitat, però en cap cas hi ha versions dels webs en les altres llengües minoritàries de l'Estat espanyol. El web de la Generalitat de Catalunya⁵⁴ no

53. Castellà, anglès, francès i alemany en el cas d'Euskadi i Catalunya; només castellà i anglès en el cas de Galícia.

54. <<http://www.gencat.es>>.

més ofereix part dels seus continguts traduïts a idiomes que no són el català, mentre que la Xunta i el Govern basc han traduït tot el web.

Quant als consells comarcals de Catalunya, la presència de la llengua catalana als webs d'aquestes institucions intermunicipals està consolidada al cent per cent ja que sempre hi és present com a idioma principal. Es pot distingir entre les pàgines principals que només apareixen en català (per exemple, la del Maresme)⁵⁵ de les que ofereixen la possibilitat de canviar la llengua en què l'usuari vol obtenir la informació que es dona. Les llengües d'elecció són el castellà, l'anglès, el francès i l'alemany i varien en funció de la ubicació de la comarca i del turisme que rep. Prova d'aquesta oferta lingüística és el web del Consell Comarcal del Pla de l'Estany.⁵⁶

TAULA 8
Llengües emprades en els webs
dels consells comarcals

<i>Només català</i>	24
<i>Només altres idiomes</i>	0
<i>Català i altres idiomes</i>	5
– castellà	1
– castellà i anglès, francès o alemany	4
<i>Webs analitzats</i>	29

Pel que fa als webs dels ajuntaments del Principat, la realitat de la xarxa indica que el català és present a tots els webs i ocupa un lloc de preferència respecte del castellà. Després d'analitzar 200 webs municipals que representen tot l'arc geogràfic i demogràfic de Catalunya, podem constatar que la llengua catalana rep un tractament d'exclusivitat lingüística en un 70 % dels casos. Al voltant d'un 20 % ofereix la possibilitat de triar entre el català, el castellà, l'anglès, el francès o l'alemany, especialment en municipis turístics. El 10 % restant només ofereix les lectures en català o castellà, sobretot a l'àrea metropolitana de Barcelona.

TAULA 9
Llengües emprades en els webs
dels 200 ajuntaments analitzats

<i>Només català</i>	143
<i>Només altres idiomes</i>	0
<i>Català i altres idiomes</i>	57
– castellà i anglès, francès o alemany	39
– castellà	18
<i>Webs analitzats</i>	200

55. <<http://www.ccmareme.es/index.htm>>.

56. <<http://www.ddgj.es/plaestany/text/cportada.htm>>.

Malauradament, el món empresarial encara es mostra poc receptiu amb l'ús del català en les activitats promocionals dels seus productes. Internet permet que centenars d'empreses catalanes ofereixin els seus productes arreu del món i la immensa majoria opten per una llengua majoritària com l'anglès, el francès o el castellà per a presentar-se internacionalment en els seus webs corporatius.

Dels webs de les 100 primeres empreses de l'Estat espanyol només dos (Freixenet⁵⁷ i Gas Natural⁵⁸) permeten rebre la seva informació en català. Aquests dos casos aïllats opten per tenir una pàgina principal on només apareix l'anagrama de l'empresa i uns ideogrames que conviden a triar l'idioma en què es vol accedir als continguts (castellà, català i alguna llengua estrangera). D'altra banda, les grans empreses multinacionals instal·lades a Catalunya ignoren del tot el català en els seus webs i tan sols s'anuncien en anglès, francès, alemany o japonès.

En contrast amb aquesta tendència, el català és present en molts webs de petites i mitjanes empreses del Principat que saben que el seus compradors són potencialment del país.

El panorama actual i la pobra presència del català als webs de les empreses suggereixen la necessitat de traslladar la campanya de l'etiquetatge en català també a la xarxa.

TAULA 10
Llengües emprades en els webs
de les 100 primeres empreses de l'Estat

<i>Només català</i>	0
<i>Només altres idiomes</i>	98
– castellà, anglès i d'altres	98
<i>Català i altres idiomes</i>	2
– castellà, anglès	2
<i>Webs analitzats</i>	100

Conclusions

Les dades de la nostra anàlisi revelen que el dinamisme actual de la societat catalana en l'ús d'Internet no representa directament un grau més alt d'utilització del català en la xarxa que en d'altres àmbits socials. Considerem sensat proposar la hipòtesi que la xarxa reproduïx les tendències socio-lingüístiques generals.

Sembla que la comparació entre el preminent ús del català en els webs de les administracions públiques catalanes *versus* la pobra presència del ca-

57. <<http://www.freixenet.es>>.

58. <<http://www.gasnaturalsdg.es>>.

talà en els webs produïts per institucions privades (cercadors, mitjans de comunicació, empreses) fonamenta aquesta hipòtesi: allà on regeixen les lleis del mercat, les polítiques de normalització lingüística topen amb la lògica del màxim benefici econòmic.

Cal, però, matisar el poc pes de la llengua catalana en l'àmbit de les institucions privades. Com hem pogut comprovar en l'anàlisi dels mitjans de comunicació i dels cercadors, existeixen diferents polítiques lingüístiques segons quin sigui el cost objectiu del producte en línia. En l'àmbit local i comarcal el català és la llengua dominant entre els mitjans, mentre que en el cas dels cercadors també predomina el català en els que s'especialitzen en l'àmbit dels Països Catalans. Aquest fet contrasta amb la pràctica *invisibilitat* del català en els cercadors de fora de Catalunya.

En canvi, sembla que en els mitjans purament digitals hi ha una sensibilitat superior pel català més enllà de les publicacions locals. En contrast amb les versions en línia de mitjans convencionals, les publicacions purament electròniques d'informació general i les especialitzades tenen un elevat percentatge d'ús del català i, en molts casos, edicions bilingües o trilingües, fet excepcional en altres mitjans de comunicació.

Considerem que, malgrat la globalització de les comunicacions, el concepte d'espai de comunicació segueix sent útil en l'àmbit d'Internet, precisament perquè ens pot permetre explicar les tendències lingüístiques que hem exposat. Els resultats de l'anàlisi suggereixen que la llengua catalana té una posició important en l'anomenat *espai virtual català*, mentre que en l'espai virtual estatal i mundial la seva presència es pot considerar nul·la. En l'àmbit estatal el castellà té una hegemonia absoluta, mentre que en el mundial l'anàlisi dels cercadors ens suggereix que, malgrat que l'anglès sigui la llengua dominant, els productes internacionals tendeixen a adaptar-se lingüísticament a mercats prou rendibles (és a dir, s'adapten a la llengua dels principals espais comunicatius regionals o estatals).

El fet que publicacions electròniques d'abast internacional produïdes a Catalunya tinguin una versió catalana paral·lela a la castellana o anglesa ratifica l'evidència que hi ha un espai comunicatiu català a Internet prou clar perquè les empreses de comunicació catalanes es plantegin utilitzar la llengua de la seva terra fins i tot en productes que aspiren a un públic universal. Cal subratllar que aquestes publicacions són fetes a Catalunya: en els productes de fora dels Països Catalans és ben difícil trobar versions en català de qualsevol producte en línia.

La manca de dades sobre el consum ens impedeix valorar quin pes tenen els espais estatal i internacional respecte al català en els hàbits dels usuaris d'Internet. Aquesta dada ens donaria la dimensió real de la situació del català a la xarxa. Però en principi l'existència d'un espai virtual català suficientment autònom dins de la xarxa global d'Internet no depèn tant dels consumidors com dels productors. Com ja hem remarcat anteriorment cal implantar la crea-

ció de continguts i serveis en català a Internet que cobreixin les necessitats dels usuaris dels Països Catalans. Només amb una oferta adequada es podrà garantir la viabilitat de l'espai virtual català. El desenvolupament del Pla estratègic Catalunya en xarxa pot ser un primer pas sòlid per aconseguir aquest objectiu si se'n precisen fites, calendaris, pressupostos i responsabilitats concretes.

Bibliografia

- CASTELLS, M. *La era de la informació: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial, 1997-1998. 3 v.
- COMISSIÓ PER A LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ. *Pla estratègic Catalunya en xarxa* [en línia], 1999. <<http://www.gencat.es/csi/htmls/pre.htm>>.
- ISOC-CAT. «Internet i Catalunya: societat civil i següent generació Internet» [en línia], 1998. <<http://cat.isoc.org/~carles/isoc/inetcat98/aserra.html>>.
- MAJÓ, J. *Xips, cables i poder*. Barcelona: Proa, 1997.
- MARÍN, E.; TRESSERRAS, J. M. *Seguiment de l'impacte social de les tecnologies de la informació i la comunicació, 2/3*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill: InCom-UAB: Fundació Centre de Documentació Política. <<http://www.blues.uab.es/incom/recerca/inficfr.html>>.
- MOLLÀ, A. (ed.). *La política lingüística a la societat de la informació*. Alzira: Bromera, 1988.
- MORAGAS, M. DE. «Internet: facilitats tecnològiques, dificultats de comunicació». A: *UAB cap al 2004: textos bàsics per al fòrum 2004* [en línia], 1999. <<http://www.blues.uab.es/incom/2004/cat/morcat.html>>.

Fonts estadístiques

- Encuesta General de Medios (EGM). <<http://www.aui.es/estadi/egm/iegm.htm>>.
- Observatorio de Justificación de la Difusión (OJD). <http://www.ojd.es/f_cont_www.html>.

Introducció

En aquest article donam una visió panoràmica dels mitjans de comunicació illencs i la seva relació amb la llengua pròpia de les Illes Balears, amb un èmfasi especial a les dades de l'oferta i del consum de l'any 1998. Tot i així, aquestes dades són escasses i, si les trobem, es refereixen al conjunt de les Illes Balears, amb la qual cosa ens diuen ben poc de les especificitats de cadascuna de les illes. Això abunda en la idea general que les Illes Balears són un conjunt a la vegada geogràfic, polític, econòmic i social. Això, emperò, és molt lluny de la realitat, i per aquest motiu hem fet un esforç per tal d'atendre de manera autònoma cadascuna de les illes.¹

L'escassetat de les dades és deguda també a un context polític determinat, en què un partit ha governat la comunitat en majoria des de l'adveniment de la democràcia i que ha mostrat una lassitud històrica pels mitjans de comunicació en general i pels mitjans en llengua catalana en particular. De fet, la majoria de les iniciatives per a promoure mitjans en la llengua pròpia de la comunitat autònoma de les Illes Balears han sorgit d'entitats cíviques, i en una gran quantitat de casos el suport institucional s'ha manifestat en una mena de *laissez passer* legal o amb càrrec pressupostari.

Escrivim aquest article en un moment polític convulsionat pel canvi de signe en els òrgans de govern autònic. Creiem que per ventura esdevé el context idoni per a donar una ullada a l'estat dels mitjans de comunicació a les illes i la seva relació amb el català, tot i que quasi no disposam de dades quantitatives sobre l'idioma empleat pels diferents mitjans de comunicació.

A grans trets, el panorama dels mitjans de comunicació a les Illes Balears

1. Les dades de Menorca, Eivissa i Formentera han estat facilitades en gran part per Normalització Lingüística del Consell Insular de Menorca i del Consell Insular d'Eivissa i Formentera, respectivament.

es caracteritza per la presència dels grups estatals de comunicació i la rellevància d'algun grup local de caràcter multimediàtic. Els acompanyen les diferents iniciatives cíviques locals que han donat suport prioritàriament a la premsa, però també a la ràdio i a la televisió. Finalment, destaca el fet que avui per avui, les Illes Balears és la única comunitat autònoma amb llengua pròpia que no disposa de radiotelevisió autònoma.

TAULA 1
Penetració dels mitjans a les Illes Balears, 1998¹

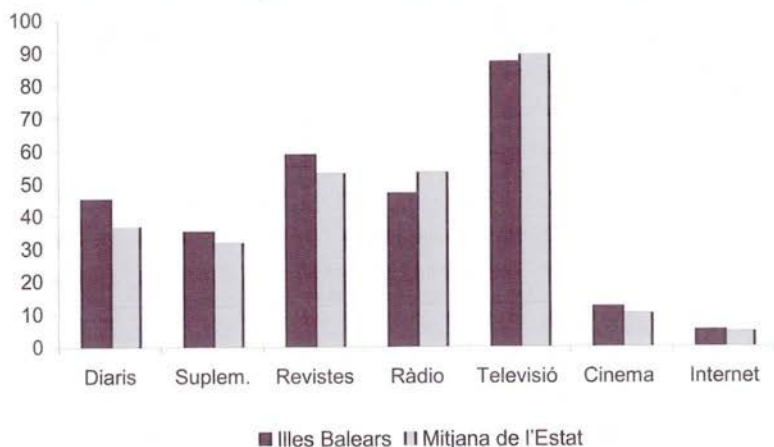
	<i>Diaris</i>	<i>Suplem.</i>	<i>Revistes</i>	<i>Ràdio</i> ²	<i>TV</i> ²	<i>Cinema</i> ³	<i>Internet</i> ⁴
Illes Balears	45,5	35,5	59,0	47,2	87,3	12,5	5,2
Estat	36,9	31,9	53,2	53,5	89,4	10,2	4,6

Font: AIMC, <<http://www.aimc.es>>.

1. En percentatge.
2. Audiència acumulada diària.
3. Almenys una vegada en la darrera setmana.
4. Ús els darrers trenta dies.

Els diferents tipus de concentració que han afectat els mitjans de comunicació en l'àmbit estatal s'han clonat a les Illes Balears. Es produeix, així, una concentració geogràfica (els mitjans cerquen implantar-se a les ciutats i poblacions més grans) i una concentració econòmica i empresarial, que en molts casos porta a una homogeneïtzació dels continguts atesa la centralització de la producció.

GRÀFIC 1
Penetració dels mitjans a les Illes Balears (en percentatge), 1998



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'AIMC, <<http://www.aimc.es>>.

Respecte a la penetració dels diferents mitjans a les Illes Balears, trobem algun fenomen interessant com és l'alta penetració dels diaris (i en general de la premsa escrita), mentre que la penetració de la ràdio i la televisió (especialment de la primera) és molt inferior a la mitjana estatal. En el cas de la ràdio, les Illes Balears és la segona comunitat autònoma (després de Castella-La Manxa) on aquest mitjà té menys penetració. Destaquen, així mateix, una alta penetració d'Internet i del cinema, que converteixen les Illes Balears en la segona comunitat on aquest darrer mitjà té una penetració més elevada.

Estat de la qüestió

El coneixement de la llengua catalana a les Illes Balears

Segons l'enquesta del Centro de Investigaciones Sociológicas sobre la situació de la llengua catalana a la societat balear, d'octubre de 1998, la població d'origen autòcton a les Illes Balears és el 63,6 % de la població. En canvi, el català el parlen el 71,7 % de la població, amb la qual cosa hi ha aproximadament un 8 % de la població que declara parlar el català que no és originària de les Illes Balears. Els qui es consideren bilingües són una minoria (11,6 %), i el 18 % dels catalanoparlants usa habitualment el castellà amb els fills.

TAULA 2
Coneixement de la llengua catalana

Escriure	31,1 %
Llegir	55,8 %
Parlar	71,7 %
Entendre	92,4 %

Font: Melià, 1999, pàg. 6.

Un altre fenomen que queda palès a l'enquesta és l'absència de la llengua catalana al currículum escolar de la majoria de la població. Tot i així, l'escola continua sent la principal font d'ensenyament del català, per a aquells que a casa seva no el parlaven, amb el 41,3 %; segueixen els amics, amb el 18,8 %; el veïnat (13,8 %) i la família (12,5 %).

TAULA 3

On aprengheren català els qui a casa seva no el parlaven

Família	12,5 %
Escola	41,3 %
Feina	10 %
Amics	18,8 %
Veïnat	13,8 %
Mitjans de comunicació	1,3 %
Cursos especialitzats	1,3 %

Font: Melià, 1999, pàg. 7.

Per als catalanoparlants, també l'escola és el principal lloc d'aprenentatge de l'idioma castellà, però amb un percentatge molt més elevat que en el cas del català. Destaquem, també, el fet que mentre que els mitjans de comunicació representen l'1,3 % en l'aprenentatge del català per als qui a casa seva no en parlaven, representen, en canvi, el 2,6 % en l'aprenentatge del castellà per als catalanoparlants. Tot i que ambdues xifres són molt minses, és significatiu que els mitjans de comunicació representin el doble en l'aprenentatge del castellà que del català. El mateix Melià (1999) explica aquesta dada, pel fet que l'oferta de mitjans en català encara és molt pobra a les Illes Balears.

TAULA 4

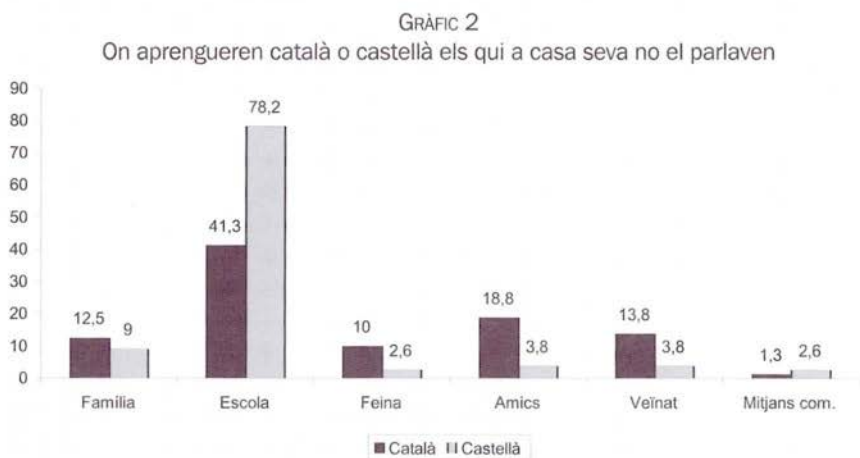
On aprengheren castellà els qui a casa seva no el parlaven

Família	9 %
Escola	78,2 %
Feina	2,6 %
Amics	3,8 %
Veïnat	3,8 %
Mitjans de comunicació	2,6 %

Font: Melià, 1999, pàg. 7.

Un altre fenomen que preocupa clarament en relació amb el coneixement i l'ús de la llengua pròpia de la CAIB és la creixent quantitat de població resident d'origen alemany que, en la majoria dels casos, no pretén integrar-se. Així, segons una enquesta realitzada pel catedràtic de geografia humana de la Universitat de les Illes Balears, Pere Salvà (*El Mundo/El Día de Balears*, 6 maig 1999, pàg. 12), el 58 % dels alemanys residents a Ma-

llorca no saben parlar ni castellà ni català, només el 40 % parlen castellà, i tan sols el 2 %, mallorquí. Generalment, consumeixen productes culturals produïts al seu país, com revela la dada que el 90 % vegi els canals de televisió del seu propi país.



Font: Elaboració pròpia a partir de Melià, 1999, pàg. 7.

Aquest fet i en general la dependència econòmica que es pateix a les Illes Balears envers el turisme, ha afectat també l'oferta general de productes culturals i, per descomptat, l'oferta dels mitjans de comunicació. D'aquesta manera, hem de seguir amb cert interès la quantitat de productes mediàtics pensats per a aquest tipus de població. Així, veiem, per exemple, com s'ha consolidat un diari en anglès i diverses publicacions en alemany, com s'emet programació íntegrament en altres llengües, com a mínim, en una emissora de ràdio mallorquina, o el lloguer d'espais televisius a les televisions locals per a programació en altres llengües.

La premsa

A la premsa, precisament, trobem un dels símptomes més clars de l'autonomia sociocultural de les Illes, de què parlavem al començament. Cardús (1998) destaca el fet que cada illa posseeixi la seva premsa i no la comparteixi amb les altres. Tot i que, de nou, ens trobem que les dades de difusió de premsa no diferencien la difusió per illes, les dades de què es disposa mostren com la premsa de cadascuna de les illes roman als límits geogràfics de l'illa generalment. I no tan sols ens hem de referir a límits en la difusió, sinó també en els continguts, ja que la premsa pròpia de cada illa atén molt rarament la informació de les altres.

Una altra dada interessant, que ens pot donar claus per a entendre la relació de la premsa balear amb la llengua pròpia de la CAIB, és novament l'enquesta del CIS. En aquesta enquesta es palesa una preferència clara per la lectura en castellà. Melià (1999, pàg. 9), en relació amb aquestes dades, afirma: «Sens dubte la major oferta en aquesta llengua es refereix al castellà (sobretot en productes de gran consum: premsa, revistes, etc.) fa que, per a molta gent, la lectura en català sigui una excepcionalitat major que no, per exemple, assistir a actes en català».

TAULA 5
Llengua en què prefereixen llegir

Català	10,1 %
Indiferent	41,5 %
Castella	48,4 %

Font: Melià, 1999, pàg. 10.

La relació dels mitjans de comunicació escrits amb la llengua catalana a les Illes Balears presenta diferències significatives entre la premsa diària i les publicacions periòdiques. Si atenem a la premsa diària, trobem que tan sols es publica un diari en català, el *Balears*, que pertany al grup Serra i que té la seu a Palma de Mallorca.²

Aquesta és una dada preocupant, si considerem el fet que les Illes Balears és una de les comunitats líders en consum de premsa diària, amb quasi el 9 % més que la mitjana estatal. En la resta de diaris publicats a les Illes, la llengua prioritària és el castellà i, tal com afirmava Cardell l'any 1993, «el català s'hi veu tancat als ghettos del suplement de cultura, a l'article d'opinió o la qüestió folkloritzant». Tot i així hem observat en els darrers anys una tendència a publicar articles d'opinió en la llengua en què s'expressa l'articulista, independentment que aquesta sigui el català o el castellà. La informació, però, continua sent gairebé sempre en castellà.

A més a més, sembla que aquesta quasi total absència de premsa diària en català a les Illes Balears s'ha donat històricament. En el catàleg *100 Anys de premsa diària a les Balears* (DA, 1998), s'analitzen 56 capçaleres. D'aquestes, 39 utilitzen majoritàriament el castellà, és a dir, quasi el 70 % de la premsa diària publicada a les Illes Balears durant cent anys ha estat totalment en castellà. Quasi el 27 % d'aquestes capçaleres (15 diaris) són majoritàriament en castellà, tot i que inclouen alguns articles en català. Finalment, la dada més rellevant és que la presència del català a la premsa diària balear

2. El diari *Balears* va ser el resultat de la fusió dels diaris *El Día* i *Falange*, i fins a l'any 1975 va tenir una gran difusió a l'illa gran. A partir d'aquesta data va començar a perdre lectors, fins que el seu propietari actual, Pere Serra, va decidir el maig de 1996 convertir-lo en *Balears*, amb un objectiu (poc assolit) de traspasar l'àmbit mallorquí. Segons dades estimatives de Cardús (1998), la difusió és d'uns 7.000 exemplars diaris.

durant cent anys ha estat nul·la (pensem que l'anàlisi acaba l'any 1996). En canvi, han aparegut en aquesta època dos diaris en anglès, un que es publica actualment, i un altre que es va publicar de 1932 a 1936.

TAULA 6
Relació de diaris propis de les Illes Balears

	<i>Diari</i>	<i>Llengua prioritària</i>
<i>Mallorca</i>	<i>Diari de Balears</i>	Català
	<i>El Mundo/El Día de Baleares</i>	Castellà
	<i>Diario de Mallorca</i>	Castellà
	<i>La Voz de Baleares</i>	Castellà
	<i>Majorca Daily Bulletin</i>	Anglès
	<i>Última Hora</i>	Castellà
<i>Menorca</i>	<i>Diario Insular de Menorca</i>	Castellà
<i>Eivissa i Formentera</i>	<i>Diario de Ibiza</i>	Castellà
	<i>Última Hora Ibiza</i>	Castellà

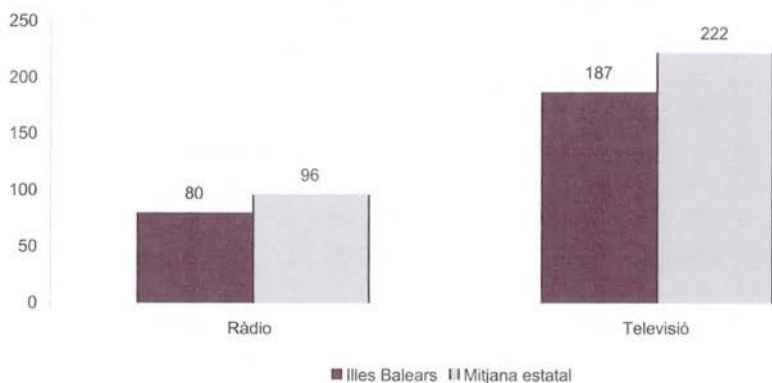
Quant a les publicacions periòdiques, presenten un panorama ben diferent. De la vintena de revistes i escaig (especialitzades i revistes locals) que es publiquen tant a Mallorca, com a Menorca, Eivissa i Formentera, hi ha una majoria en català, tot i que no es disposa de dades de consum. Un altre àmbit de la publicació escrita balear que és majoritàriament en català, és el que es coneix com a *premsa forana*. Es tracta d'una cinquantena de publicacions, adscrites als diferents municipis de les Illes Balears (i fins i tot a llogarets o barriades) que s'han arribat a consolidar i que han aconseguit crear-se una demanda a mida.

A aquest recompte hem d'afegir l'anomenada *premsa de penetració*. Així, algunes publicacions (diaris i revistes) tant de Catalunya com del País Valencià arriben a les Illes Balears, fins i tot amb cert ressò en l'opinió pública, com és el cas del setmanari valencià *El Temps* o el diari català *Avui*. Segons les dades de Cardús (1998), arriben a les Illes Balears 3.000 exemplars diaris de premsa d'informació general editada a Barcelona.

La ràdio

Un dels fenòmens que crida la nostra atenció en el cas de la ràdio a les Illes Balears, és l'escassa penetració d'aquest mitjà. Generalment, a l'Estat espanyol es dona la circumstància que a grans índexs de lectura de premsa, l'acompanyen alts percentatges de penetració d'altres mitjans, especialment

GRÀFIC 3
Consum mitjà diari de ràdio i televisió, 1998



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'AIMC, <<http://www.aimc.es>>.

la ràdio i la televisió. En el cas de les Illes Balears (no tenim dades diferenciades per illes) es dona el fet que mentre hi ha grans índexs de lectura de premsa (els més alts dels Països Catalans, per exemple), la ràdio (i també la televisió, encara que menys) té el segon percentatge de penetració més baix de tot l'Estat.

Quant a la presència del català a la ràdio balear, no podem ser tampoc gaire optimistes. El progressiu procés de concentració empresarial patit per la ràdio espanyola ha dut, com dèiem, a una concentració de la producció. Així, cada vegada les desconexions amb les emissores locals pertanyents a cadenes estatals són més escasses. Aquest fenomen ha afectat per igual la radiodifusió privada i la radiodifusió pública. Aquesta darrera està representada a les Illes Balears quasi exclusivament per Radio Nacional de España (RNE), atès que no hi ha una ràdio pública de titularitat autonòmica. Aquesta cadena fa totes les seves emissions, des de les diferents estacions de les Illes Balears, en català. Tot i així, després del desmantellament de Ràdio 4 i de la reconfiguració de les seves freqüències, les finestres que resten per a la programació local s'han reduït considerablement.

A la radiodifusió pública a les Illes Balears tan sols acompanyen a RNE (i en un altre nivell de competetivitat, naturalment) l'emissora Ràdio Jove, una experiència promoguda pel Govern balear i destinada als joves, i les emissores municipals. Respecte a la primera, es tracta d'unes hores d'emissió en català que es produeixen gràcies a un conveni entre el Govern i el Grup Serra. Aquest grup lloga una de les seves freqüències situades a Palma per a aquestes emissions, que tenen un valor purament testimonial. Quant a les emissores municipals, aquestes emeten majoritàriament en català. Malauradament, el fenomen de les emissores municipals a les Illes Balears no és comparable, per exemple, al de Catalunya, on s'han consolidat un bon grapat d'aquestes estacions.

En el cas de les Illes Balears, les emissores municipals han tingut poc suport institucional i han anat apareguent i desapareguent fruit d'iniciatives voluntaristes en la majoria dels casos. Actualment, les emissores municipals balears que funcionen amb certa regularitat i amb tota legalitat no arriben a la desena. A Mallorca, la majoria emet en català, exceptuant-ne l'emissora municipal amb més pressupost, Ràdio Calvià, que utilitza prioritàriament el castellà. A Menorca, l'emissora Ràdio es Castell emet programació en català, i a Eivissa, l'emissora Ràdio Uc utilitza tant el castellà com el català.

Les emissores comercials pertanyents a cadenes estatals fan les seves desconexions (minses, d'altra banda) prioritàriament en castellà, amb l'excepció de les emissores de la COPE a Menorca i Cadena 100 a Eivissa. És significatiu el cas de la COPE a Menorca, que malgrat les transformacions de la cadena a què pertany, continua fent la mateixa tasca normalitzadora que va fer en el seu moment a Mallorca (així com en altres bandes de l'Estat).

Dins de les emissores comercials, diferenciem les emissores pertanyents a grups de comunicació locals, com Última Hora Ràdio, o el cas de les darreres emissores del Grup Rato, Ràdio Balear. Última Hora Ràdio, del Grup Serra, emet prioritàriament en castellà. Tot i així, s'ha de dir que les diferents emissores comercials utilitzen sense problemes el català quan la comunicació amb tertulians o entrevistats s'estableix en aquesta llengua. Aquesta també és la política de Ràdio Balear, que ha augmentat sensiblement les seves emissions en català els darrers tres anys.

La televisió

A manca d'una radiotelevisió autonòmica, a la televisió balear només s'emet en català a un petit grupat d'emissores de caràcter local. Cal afegir-hi les desconexions del circuit de TVE a les Illes Balears, i la possibilitat que tenen els mallorquins, els menorquins i els eivissencs de veure els canals autonòmics del País Valencià i de Catalunya.

Aquestes emissions (juntament amb les emissores de ràdio d'aquests ens autonòmics) arriben a les Illes Balears gràcies a la iniciativa cívica, organitzada al voltant de Voltor, assumida posteriorment per via pressupostària pels organismes autonòmics, que després s'han volgut fer amb el control d'aquestes emissions. Voltor és una associació sorgida l'any 1984 des de l'Obra Cultural Balear amb l'objectiu de promoure la normalització lingüística en els mitjans audiovisuals. La primera acció de Voltor va ser engegar una campanya a favor de la recepció de TV3 a les Illes, que tengué un ampli suport popular.

El 4 de juliol de 1985, en una primera fase, es començà a veure TV3 a algunes zones de Mallorca. Atesa la seva audiència, diferents ajuntaments de l'illa gran posaren en marxa repetidors i, dos anys més tard, arribà a Menorca i a Eivissa. Com dèiem, actualment es reben també el segon canal autonòmic català, Canal 33, i la televisió autonòmica valenciana, Canal 9.

Aquesta iniciativa privada va tenir el suport institucional, primer normativa-

ment i després per via pressupostària. Així, l'article 30.2 de la Llei 3/1986 de normalització lingüística a les Illes Balears, diu «en qualsevol cas, el Govern de la Comunitat Autònoma farà les gestions necessàries per facilitar als ciutadans de les Illes Balears la recepció de les emissions de televisió en llengua catalana dependents d'altres comunitats autònomes». Així mateix, cada any, el Parlament balear ha aprovat, amb el vot favorable de tots els grups parlamentaris, una partida finalista per a l'associació Voltor.

Com dèiem, però, aquesta iniciativa l'ha volgut capitalitzar el Govern sortint de les Illes Balears, i l'any 1997, el ple del Parlament balear, amb els vots del PP, aprovà una resolució que «insta el Govern de la comunitat autònoma a garantir la recepció [...] mitjançant l'assumpció de la gestió dels repetidors instal·lats a les diferents illes». Aquesta pretensió ha estat molt criticada, especialment per la mateixa associació Voltor i pel Consell de Mallorca, que consideren la mesura intervencionista i un abús innecessari que cercava únicament el control polític unipartidista.

Per la seva banda, les televisions locals de televisions no legalitzadas sorgiren a les Illes Balears al principi dels anys vuitanta. Es tractava d'experiències, fruit de la iniciativa privada i en moltes ocasions vinculades a persones lligades a negocis de material fotogràfic i de vídeo. L'any 1988 es va crear la Federació de Televisions Locals de les Illes Balears i l'any 1993 hi havia disset televisions mallorquines federades. Aquestes emissores, però, han tingut una vida de durada i importància desigual. La majoria d'aquestes emissores atén el municipi, i qualcuna té caràcter comarcal. En la majoria dels casos, la llengua utilitzada és el català.

A Mallorca, han tengut especial preeminència les emissores sorgides a ciutat. Primer va ésser Canal 4 (1987), que inicialment va ésser la televisió de la barriada de Son Sardina i després eixamplà l'àmbit de difusió a tot Palma. La lluita pel control polític de Canal 4 va acabar amb una escissió i l'aparició d'una segona oferta, Canal 37. L'any 1996, el Grup Serra adquirí Canal 37 i el transformà en Telenova, que inicià les emissions el novembre de 1996. Les emissions d'aquests dos canals són prioritàriament en català, tot i que no és infreqüent veure espais en castellà, o programació específica per a la població alemanya resident a Mallorca i, lògicament, en alemany.

TAULA 7

Llengua preferida per veure la televisió segons els coneixements del català

	<i>Parlen i escriuen</i>	<i>Parlen i llegeixen</i>	<i>Parlen</i>	<i>Només entenen</i>
Català	18,4 %	Català 8,5 %	Català 9,5 %	Català 1 %
Igual	59,2 %	Igual 5,9 %	Igual 37,8 %	Igual 31,6 %
Castellà	21,8 %	Castellà 32,5 %	Castellà 51,4 %	Castellà 67,3 %

Font: Melià, 1999, pàg. 10.

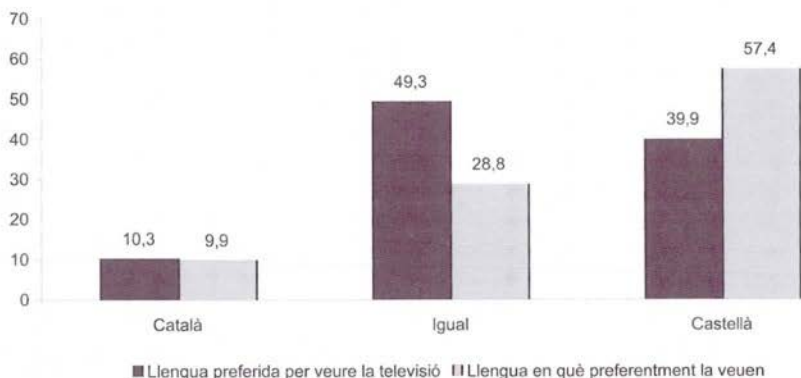
A Eivissa i Formentera, també tenen una televisió local, Televisió d'Eivissa i Formentera, que emet en català. I, finalment, a Menorca emeten dues televisions locals, Tecamesa i TV Ciutadella. A la primera s'alternen les emissions en castellà i en català, i la segona emet íntegrament en català.

En darrer terme ens hem de referir a les televisions privades, que es reben a les Illes Balears des de 1990. En el cas d'Antena 3, aquesta cadena emet un informatiu específic realitzat íntegrament a Mallorca, però que ha optat per fer les emissions en castellà, a diferència de la programació específica d'Antena 3 a Catalunya, per exemple.

En definitiva, al llindar de la televisió digital, a les Illes Balears les emissions de televisió en català continuen sent minoritàries. A aquest respecte, Melià (1999) escriu, a partir de les dades de l'enquesta del CIS, que «la relació entre l'oferta i l'acceptació (o preferència) de situacions i productes televisius que utilitzin la llengua catalana i, en conseqüència, la necessitat d'incrementar-ne l'oferta, es demostra, per exemple, en el fet que el consum de televisió en català és inferior als valors que expressen el desig que en tenen els enquestats [...]. Segons aquestes dades, la necessitat de millorar l'oferta de televisió en llengua catalana es fa evident si, com a mínim, es pretén satisfer els desigs actuals».

L'enquesta del CIS revela que el 10,3 % de la població prefereix veure la televisió en català, i que per al 49,5 % és indiferent. Aquests, però, són més que els qui finalment la veuen solament o majoritàriament en català (9,9 %) i els qui la veuen igual en les dues llengües (28,8 %). Segons Melià (1999), la diferència entre la preferència i el consum real pot explicar-se pel desequilibri que hi ha en l'oferta a favor del castellà.

GRÀFIC 4
Comparació entre la llengua de preferència i el consum de televisió



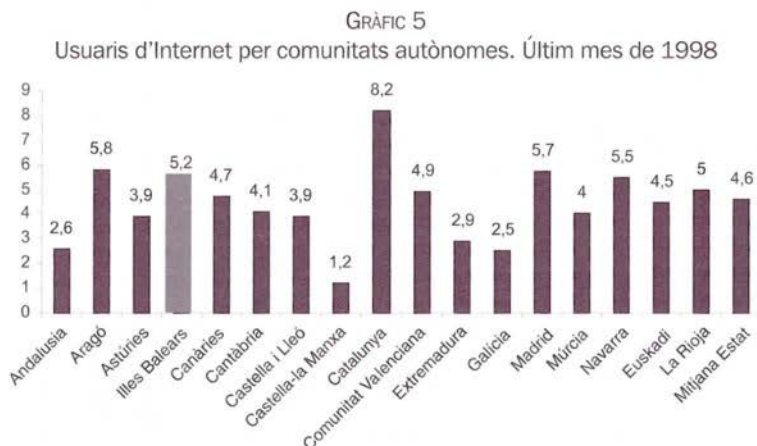
Font: Elaboració pròpia a partir de Melià, 1999, pàg. 11.

Altres mitjans: cinema i Internet i l'edició de llibres

Respecte al cinema, un mitjà amb una penetració altíssima a les Illes Balears, l'any 1998 ha estat el primer any en què s'han difós algunes pel·lícules doblades al català, concretament les pel·lícules de Disney. Fins al moment, els distribuïdors s'havien resistit a difondre pel·lícules doblades al català, però amb l'entrada de Lauren a les Illes Balears s'ha començat de manera molt tímida i molt capitalitzada pel Govern sortint de la comunitat.

Aquesta distribució de pel·lícules doblades al català a les Illes Balears (concretament a Mallorca i, de manera més anecdòtica encara, a Eivissa i Menorca), ha estat possible també per un acord entre el Govern balear i la Generalitat de Catalunya, per fer el doblatge que es fa a Catalunya. Aquest acord, que establiren el Govern anterior amb la Generalitat, s'ha renovat amb l'actual Govern balear, que setmanes després de la seva elecció va anunciar públicament un increment de la difusió de pel·lícules de cinema en català. També a tall anecdòtic, tot i que rellevant atesa la pràctica absència de cinema en català a les Illes Balears, volem destacar el festival de cinema en català que es fa anualment a Menorca.

Respecte a Internet, el fet és que les Illes Balears són una comunitat amb un gran dinamisme. Tant pel que fa a les dades de consum, de les més altes de tot l'Estat, com per la gran emergència d'empreses vinculades a Internet. No disposem, però, ni de dades separades per illes, ni de dades de la presència del català a la xarxa.



Font: <<http://www.aimc.es>>.

Una de les explicacions (sense dades que la fonamentin) sobre l'altíssima penetració d'Internet a les Illes Balears la trobem amb molta seguretat en la quantitat de residents a les Illes provinents d'altres països europeus (espe-

cialment Alemanya) que viuen sobretot a Mallorca però mantenen la feina al seu país, gràcies al teletreball. A més a més, cada dia hi ha més empreses immobiliàries (moltes de titularitat alemanya) que faciliten informació sobre la compravenda d'habitatges a les Illes a través de la xarxa.

A les Illes Balears, on hi ha una presència més important de l'ús del català és a l'edició de llibres.

Conclusions

L'any 1987, Sebastià Verd denunciava la manca d'interès per difondre en català als mitjans de comunicació de les illes (Verd, 1987). Dotze anys després en traiem la mateixa conclusió. Malgrat la multiplicació de l'oferta estatal que hi ha hagut, sobretot en el cas de la televisió, amb el naixement de les privades i de la televisió digital via satèl·lit, l'ús del català als mitjans de comunicació illencs continua sent anecdòtic, o continua relegat als mitjans locals o més minoritaris. Tenim una de les comunitats autònomes amb taxes de lectura de premsa més altes de tot l'Estat, però sembla que la tradició centenària de la premsa diària balear és en castellà. Avui tan sols un diari, el *Balears*, s'edita íntegrament en català, mentre que a la resta es troba marginat de la informació i *relegat* al gènere d'opinió. Paral·lelament a les Illes Balears, hi ha nombroses publicacions local que s'editen majoritàriament en català.

En el cas de la ràdio, hem assistit en els darrers deu anys a una pèrdua de la *localitat* de les emissores, a causa dels processos de concentració que hi ha hagut a la radiodifusió espanyola. Aquesta pèrdua ha incidit sobretot en les emissions en català. Ràdio Nacional d'Espanya s'autoalliberà de la funció pública d'atenció a les necessitats de les diferents comunitats autònomes, i va deixar aquesta funció en mans dels hipotètics serveis autonòmics de radiotelevisió. Les Illes Balears, però, actualment són l'única comunitat autònoma amb llengua pròpia sense radiotelevisió autonòmica. Així, el sector públic de la ràdio a les Illes Balears és representat per un petit grupat d'emissores municipals amb pressupost i suport polític desigual, que emeten majoritàriament en català.

Respecte a les emissores comercials, ens trobem que la política generalitzada (tant de les que pertanyen a grups estatals com locals) és emetre generalment en castellà, però deixant llibertat absoluta als entrevistats i contertulians per a expressar-se en la seva llengua. Aquesta, afortunadament, és una tendència a l'alça.

Un altre fenomen destacat a la ràdio i la televisió (on el català només és present en les experiències locals) és la difusió de les emissores autonòmiques de Catalunya i el País Valencià. Això ha estat possible gràcies a la iniciativa cívica de l'Associació Voltor, que, per a l'èxit de les emissions i del suport social, posteriorment ha rebut el suport del Govern balear, tan normativament com econòmicament.

Una de les conclusions de Melià (1999) a partir de l'enquesta del CIS és que la població de les Illes Balears seria capaç d'identificar-se amb una intervenció institucional més decidida que l'actual a favor de la normalització lingüística. Tal vegada seria així, però efectivament en el terreny dels mitjans de comunicació l'actuació institucional per a afavorir i incentivar la comunicació mediàtica en català ha estat pràcticament nul·la.

Bibliografia

- «Balears: reflexions sobre un model àudio-visual possible». *El Mirall*, núm. 29 (1989), pàg. 42-43.
- CARDELL, M. «Llengua i mitjans de comunicació (de control) de masses a Mallorca. Una perspectiva». A: SERRA, S.; COMPANY, A. (ed.). *La premsa, la ràdio i la televisió des d'una perspectiva històrica*. XII Jornades d'Estudis Històrics Locals. Palma: Institut d'Estudis Baleàrics, 1994, pàg. 63-70.
- CARDÚS, S. «La premsa diària». *Finestra Oberta*, núm. 4 (1998).
- Catàleg de 100 anys de premsa diària de les Balears*. Palma: Hora Nova, 1998.
- DELGADO, M. *Història de la Ràdio a Mallorca, 1933-1994*. Palma: El Tall, 1996.
- MANRESA, A. «L'oferta radiofònica a les Illes Balears». *Palau Reial*, núm. 1 (1986), pàg. 14-18.
- MARCH, M. «Comunicació, premsa local i societat mallorquina». *Lluc*, núm. 673 (1977), pàg. 12-13.
- MELIÀ, J. «La llengua a l'UCI (I)». *El Mirall*, núm. 102 (1999), pàg. 5-12.
- «El model de televisió balear, a debat». *El Mirall*, núm. 91 (1998b), pàg. 5-18. [Dossier monogràfic]
- OLIVER, M. «Televisió autònoma a les Illes Balears: una urgència». *El Mirall*, núm. 29 (1989), pàg. 28-29.
- PICORNELL, C. «Comunicació i fi de segle de les Balears estant». *El Mirall*, núm. 29 (1989), pàg. 12-13.
- PONS, D. «Mitjans de comunicació, identitat cultural i normalització lingüística». *El Mirall*, núm. 29 (1989), pàg. 33-37.
- VERD, S. «La normalització no ha arribat als mitjans de comunicació». *El Mirall*, núm. 5 (1987), pàg. 17-18.

Introducció: del conflicte lingüístic al conflicte polític

El conflicte lingüístic valencià és el resultat d'un procés llarg i complex de castellanització idiomàtica que s'inicià amb la decadència del País Valencià a partir del segle XVI i que conduí a una castellanització més intensa per la participació de l'Església i l'aristocràcia i, més recentment, per l'escolarització generalitzada de la població i la quarta generació de mitjans de comunicació de massa (la ràdio i el cinema, fonamentalment, en un primer estadi i, de manera encara més generalitzadora, la televisió), a més dels forts contingents d'immigració no assimilada culturalment, procés que anà acompanyat de l'elaboració i difusió de discursos ideològics favorables a la substitució lingüística en la mesura que es titula la pròpia llengua d'inadequada per a la producció cultural i l'adopció del castellà esdevé símbol d'estatus. El substrat castellanista-espanyolista d'aquests discursos ha quedat ben establert, com també el component provincià d'un tal plantejament (Ninyoles, 1979). Els seus principals portaveus sorgiren de la burgesia valenciana. Seria llarg d'explicitar, ara i ací, la gènesi del sucursalisme de la burgesia valenciana i el comportament lingüístic procastellà que ha comportat, així com l'espanyolisme dependent i l'anticatalanisme en què es fonamenta.¹ Entenem que depassa els objectius d'aquest treball i, d'altra banda, ha quedat descrit i analitzat per la historiografia moderna i pels treballs de la sociolingüística (Fuster, 1962; Cucó, 1965 i 1971; Lluch, 1976; Martí, 1990; Ninyoles, 1969 i 1975).

En qualsevol cas, als efectes d'aquest text, convé retenir: primer, que la burgesia valenciana havia abandonat l'ús de la llengua alhora que es com-

1. La revista *L'Avenç*, núm. 5, conté un important dossier intitulat «Burgesia i anticatalanisme al País Valencià», amb articles de Josep Martínez Serrano i Vicent Soler, Miquel A. Fabra, Francesc Pérez Moragon, i una selecció d'articles i documents a cura d'Alfons Cucó, Joan Romero i Salvador Almenar.

plaia eventualment en les lloances nostàlgiques d'un passat idealitzat; segon, que històricament el manteniment de la llengua ha estat cosa dels sectors populars, la fidelitat dels quals no ha estat una qüestió de consciència, sinó el que podríem anomenar una inèrcia antropològicocultural ben trufada de diglòssia; tercer, que l'emergència d'un discurs alternatiu a la «ideologia valenciana», folkloritzant i tòpica, entre els joves intel·lectuals a partir de l'aportació fonamental de *Nosaltres, els valencians*, de Joan Fuster, que s'estengué arreu del País Valencià durant els setanta, fa explícit socialment el que era un conflicte fins aleshores impedit en la seua expressió política per les circumstàncies de l'època, obre una via d'investigació moderna a la realitat valenciana, deté el procés de substitució lingüística i fa palès el component clarament polític de les actituds lingüístiques i les diverses pràctiques i concepcions quant a l'ús social en què es fonamenten; quart, el món faller que s'havia institucionalitzat sobre la matriu del «valencianisme temperamental» (Ariño, 1993) i que havia sofert un «procés de reinvençió i reconformació simbolicoritual i ideologicopolítica» sota el franquisme (Hernández, 1993), nuclea l'activisme blaver² enfront del nacionalisme emergent.

Els orígens remots del conflicte civil entre valencians que es va desencadenar amb més intensitat durant el període de la transició política es troben en la secular *méfiance anticatalane*. Amb aquest concepte hom designa l'admiració i el rebuig envers els catalans. Admiració perquè els catalans posseeixen unes suposades qualitats que els valencians no tenen: esperit d'empresa, iniciativa, cohesió de grup, lleialtat comunitària, consciència cívica, fidelitat lingüística, etc. Rebuig per la formulació negativa d'aquestes mateixes qualitats: orgullosos, egoistes, interessats, exclusivistes, etc. Ninyoles (1972), en analitzar les arrels d'aquest prejudici, relacionà aquesta «racionalització consoladora i compensatòria» amb la situació dels valencians. Projectant el prejudici cap a l'exterior, mecanisme típic de la xenofòbia, i instal·lant-se en la idealització compensatòria, l'exaltació de les «essències», s'aconsegueix elevar «allò nostre» i, correlativament, degradar «allò vostre». Rau al fons una tensió per «l'exemple de demostració» que presenta Barcelona com la ciutat més desenvolupada i moderna de l'àrea cultural. Per a uns, comporta un estímul; per als altres, un perill. És la por al canvi el que fomen-

2. El mot *blaver* denomina el moviment de reacció al valencianisme cultural i polític. Aquesta accepció fou originàriament creada pels valencianistes per a referir-se als adversaris atenent al fet que centaven gran part de la seua acció en l'enfervorida defensa de la inclusió d'una franja blava sobre les quatre barres històriques de la senyera, franja que correspon a la senyera coronada de la ciutat de València. Els particularistes de la ciutat defensaven que aquesta fóra la bandera de tot el territori. El seu caràcter dretà l'aprofitaven els detractors per a fer associacions entre la reivindicació del blau a la senyera i l'adhesió al blau franquista. Cal distingir, de tota manera, l'anticatalanisme secular que es reduïa a cercles molt determinats i travessava les diverses posicions socials, tal com es produïa a altres llocs d'Espanya, amb la peculiar formació del blaverisme durant la transició política. Per extensió, *blaver* no només designà el feixisme local, sinó tots els partidaris del secessionisme lingüístic.

ta el prejudici. El conflicte s'expressà a través d'antinòmies com català (llengua normalitzada i moderna) / valencià (parla popular i vernacle), les quals, seguint Ninyoles, remetien sempre a l'antinòmia progrés/estagnació. Així, podem entendre que les implicacions interclassistes d'aquest prejudici i les seues seqüeles localistes són «una màscara per al privilegi», un reflex defensiú que oculta el «conflicte central»: els problemes de l'estructura econòmica valenciana i les tensions socioculturals; en definitiva, el conflicte en les relacions socials. Al límit, s'arriba a la paradoxa de menystenir els del propi grup (els valencians) perquè els manquen les qualitats perverses que s'atribueixen als catalans.³

D'altra banda, amb la pervivència latent d'aquest prejudici envers els catalans que fou l'aglutinant principal del suport de determinats sectors populars a l'anticatalanisme, l'antecedent immediat de la batalla de València fou la reacció a la publicació del llibre de Joan Fuster *El País Valencià*, una guia de viatges de l'editorial Destino. Anteriorment, el catedràtic Diego Sevilla, diputat provincial, profundament franquista i anticatalà, havia publicat uns articles al diari *Levante*, «Burguesía y catalanismo» i «Alerta a los valencianos»,⁴ en què afirmava que els catalanistes de València estaven a sou de la burgesia barcelonina, que eren uns comunistes, uns nazis, i coses per l'estil, sorprenents en un catedràtic de dret polític. Fuster li va contestar amb l'article «Mi vela en este entierro»,⁵ el contingut del qual va haver de rebaixar per les pressions del director del diari. La coincidència d'aquest article amb l'aparició del llibre fou aprofitada per alguns per a quedar bé amb el pretesament ofès Diego Sevilla i per això van atacar Fuster des del diari. El *Levante* va publicar tota una pàgina contra el llibre. Al mateix temps, des de *Las Provincias*, Ombuena que n'era el director, va organitzar una campanya denigratòria contra Fuster. Articles i cartes al director crearen un cert clima d'opinió, i la *méfiante anticatalane* va fer la resta per a convertir Fuster en un dimoni, un traïdor aliat amb l'enemic exterior. La campanya de premsa –també contra *Nosaltres, els valencians*– es produí durant el mes de febrer de 1963 i a les Falles d'aquest mateix any al març, la imatge de Joan Fuster fou cremada. Un primer antecedent de l'antiintel·lectualisme que exhibí el moviment anticatalanista a partir dels anys setanta.⁶ El mateix Joan Fuster, en el pròleg a la segona edició de *Nosaltres, els valencians*, l'any 1964, lamentant l'absència de discussió seriosa sobre el llibre, diu:

3. Joan Fuster, Josep-Vicent Marqués, Alfons Cucó i altres autors han analitzat aquest fenomen de la «ideologia valenciana» des de diverses perspectives amb conclusions similars a les de Ninyoles. Marqués (1974), per exemple, digué: «Ens comparem amb els madrilenys que signifiquen l'estructura estatal patida i amb els catalans que signifiquen l'aventura col·lectiva no intencional».

4. *Levante*, 22 novembre 1962 i 29 desembre 1962, respectivament.

5. *Levante*, 5 gener 1963.

6. Francesc de Paula Burguera fa una crònica detallada d'aquest episodi al seu llibre *És més senzill encara: digueu-li Espanya*, València, Tres i Quatre, 1991.

Ningú no em «contestà» en el terreny i en el to en què jo em col·locava: argument contra argument, dada contra dada, constatació contra constatació [...]. Els meus previsibles contradictors es limitaren a expressar-se amb pures i simples manifestacions de mal humor, que no eren una fórmula dialèctica massa neta [...]. La histèria hi va prendre cos, i es desencadenà en una grotesca torrencada de papers injuriosos. Si em calgués afegir a aquest volum un apèndix documental per certificar els pitjors extrems de provincianisme a què hem arribat, em seria suficient de reproduir-hi una selecció dels textos que en aquella ocasió em foren nominalment adreçats. Però l'incident no té el menor interès, i només l'al·ludeixo en la mesura que presenta un valor de símptoma».

Certament, era un símptoma del que s'esdevindria anys després. En aquell moment, anys seixanta, i tenint en compte tant les limitacions de l'època quant a l'expressió de les opinions, com que el valencianisme es trobava en una primera fase de producció de discurs entre pocs, la polèmica es va esllanguir prompte, tot i que fou característic de la premsa de la ciutat de València un cert to anticatalanista més o menys mantingut. De més a més, no convé menystenir la influència publicitària, en el ressò de les idees i les obres valencianistes, d'aquesta campanya contrària, pel fet que, involuntàriament, els detractors assenyalaven el que *calia llegir* als sectors crítics amb el règim, susceptibles, doncs, potencialment, d'orientar-se en un sentit contrari al prescrit pels mitjans. Bona prova n'és el fet que la primera edició del *Nosaltres...* es va exhaurir poc temps després de la campanya de premsa. D'altra banda, les *forces vives* de la ciutat, confortablement instal·lades en el règim franquista i amb l'estabilitat que hi podien percebre, satisfetes d'haver refermat una vegada més la seua espanyolitat a través del *sano regionalismo* i haver conjurat el «perill català», abandonaren temporalment la persecució. Tanmateix, el conflicte quant a la identitat cultural valenciana havia emergit públicament amb força per primera vegada –amb les forces desequilibrades per les circumstàncies de l'època, és clar– i les característiques bàsiques del discurs –les dels contraris a la catalanitat cultural del País Valencià– hi eren posades.

Durant la transició política, es desfermà una intensa lluita en què l'estatus que havien de tenir el valencià⁷ i el castellà, la diversitat de posicions quant al tipus i intensitat d'autonomia davant el centralisme imperant fins aleshores, s'emascararà, en el que es pot anomenar *la reacció conservadora*, de defensa del valencià entès com a no català, d'instal·lació en el regionalisme (*sano, bien entendido*) que permet mantenir l' statu quo, de reivindicació de les *tradicions* valencianes enfront dels *intents catalanitzants*; en suma, assistirem al paroxisme del *perill català* mentre que, des d'aquest sector, no es fa

7. Usem els termes *valencià* i *català* en un sentit absolutament equivalent, partint, òbviament, de la innegable unitat lingüística de la llengua catalana. Per tant, l'ús que en fem d'un i altre mot no té cap altra connotació més enllà, si es vol, del fet d'afirmar el component valencià de l'idioma comú.

cap retret al centralisme, i sovint l'anticatalanisme s'expressa en castellà i no conté cap proposta en la línia d'impulsar l'ús social de la llengua. Diversos autors (Cucó, 1989; Burguera, 1991; Bello, 1988) han identificat el blaverisme com una reacció del bloc del poder tardofranquista per a adaptar-se al nou règim democràtic i conservar importants parcel·les de poder, tot instrumentalitzant sentiments, emocions i símbols d'identitat en un *totum revolutum* que comptava amb el suport de l'aparell de l'estat post-franquista. Els sectors més susceptibles de ser mobilitzats per aquest discurs provenen de l'entorn faller i del que s'ha anomenat el *franquisme sociològic*, una base social que es nodreix fonamentalment de les classes mitjanes urbanes tradicionals, encara que la minoria dirigent se situa més amunt en l'estructura social i està formada per vells dirigents del franquisme local, individualitats de l'alta burgesia i uns pocs literats catòlics i conservadors que trenquen amb el valencianisme democràtic arran dels antecedents esmentats dels anys seixanta i que passaren de ser abrandats defensors de la unitat de la llengua a defensar el secessionisme lingüístic. La seua incidència, la del blaverisme, d'altra banda, es limita en aquest període a la ciutat de València i, en menor mesura, a la comarca de l'Horta.

La ideologia del blaverisme és un receptari farcit de tòpics⁸ i de suplantacions nominalistes. Ells són els valencianistes enfront dels catalanistes. Així ho expressava un dels ideòlegs de l'anticatalanisme (Ramos, 1978):

Es, por tanto, para los catalanistas «monstruoso» hablar de valencianismo (amor a Valencia), valencianía (sentimiento de defensa de lo valenciano) y valencianidad (modo de ser exclusivo de Valencia) (pàg. 97).

Como entre nosotros no abundan mucho los Sanchis, Fuster, Blasco, Guía, etc. que enronquecen místicamente cantando *Els Segadors*, no es fácil ser pancatalanista en Valencia; mas como sí es sencillo serlo y demostrarlo en el País Catalán –antes Cataluña o Principado–, los valencianos veríamos con suma complacencia que los atacados por la epidemia se domiciliaran en el citado país (pàg. 140).

Al text podem observar la suplantació a què al·ludíem, a més de l'exaltació efusiva i l'exclusivisme amb què s'apropia del que per a ell és la *valencianía* i la *valencianidad*, dos conceptes buits que designen més un estat de l'ànima que una realitat empírica. El segon paràgraf és una mostra de l'antidemocra-

8. A *País perplex* (1974), Josep-Vicent Marqués avançava en l'anàlisi de la fosca consciència, en especial en les manifestacions del narcissisme (l'orgull hortofrutícola i la veneració per la trinitat folklòrica: falles, paella i barraca), així com en les impregnacions de la ideologia de les classes dominants sobre les capes populars, el que serien els posteriors eixos programàtics del blaverisme. Especialment interessant és l'anàlisi que ofereix de l'obra de Josep Ombuena *Valencia, ciudad abierta* que aparegué l'any 1971. Segons Marqués, l'obra pertany a aquella espècie de literatura que utilitza l'exaltació, fins i tot desmesuradíssima, de particularitats valencianes per a negar o enfosquir una presa de consciència cívica i crítica. D'aquest llibre d'Ombuena i altres semblants es nodrí el discurs blaver.

tisme i la xenofòbia de l'autor. D'altra banda, el llibre de Ramos, en el pitjor estil feixistitzant, té tot el to d'una mena de cacera de bruixes, on es dona notícia i detall dels intel·lectuals i dirigents polítics del nacionalisme; una variant particular del *Who is Who* per a ús de l'extrema dreta.

Aquests discursos i altres semblants trobaven el terreny adobat en el món de les falles. Hernández (1993), en la línia dels treballs anteriors d'Antoni Ariño (1989), per mitjà d'una laboriosa anàlisi de contingut de la retòrica fallera present als cadafals, caracteritza la visió del món que ofereixen les falles durant el franquisme amb els elements següents: antimodernisme, crítica de la dona i del matrimoni, gust pel que és bròfec i els temes sexuals en relació amb un puritanisme peculiar, anticapitalisme ambigu i populisme, una mena de pacifisme complementari d'un patriotisme espanyolista, fatalisme vital associat a un materialisme epicuri, i la defensa d'un valencianisme de caràcter temperamental.

Aquesta configuració ideològica, majoritària en l'àmbit faller, proveeix el blaverisme de la major part dels seus efectius humans, alhora que la seua estructura, organitzada quasi militarment pel franquisme i no reformada, el dota d'una gran capacitat de mobilització. El paràgraf següent, extret de les conclusions d'Hernández, ens ho aclareix:

Cap al principi dels anys setanta, quan ja s'albirava un canvi de règim, podem dir que l'antiga totalització festiva s'havia fossilitzat en una ortodòxia tancada que es defensava pel reglament i les institucions, i que s'imposava sobre les bases sense possibilitat de contestació. En aquest sentit, el vell valencianisme temperamental fou aprofitat per tot un corrent de la dreta valenciana que es va inserir eficaçment en el món faller i va instrumentalitzar d'un mode molt particular aquest sentiment. En certa forma, la instrumentalització política de les Falles, en un primer moment, va girar entorn del feixisme, posteriorment, ho féu entorn del nacional-catolicisme i, després, al voltant de la promoció turística i la pura legitimitació de l'ordre establert. Finalment, va acabar articulada entorn d'un peculiar valencianisme faller o *fallerisme*, particular evolució del valencianisme temperamental, totemitzat i tabuïtzat alhora, que apareixeria com l'antecedent directe de l'anomenat *blaverisme* dels temps de la transició. Aquest valencianisme, vehiculat per emocions i rebuigs, per filies i fòbies apassionades, resultaria al seu torn recolzat [sic] per la gran expansió i significació simbòlica assolida per les Falles (pàg. 287).

D'altra banda, la simbiosi entre blaverisme i fallerisme és quasi total si parem esment, a més, que la bandera que defensa el blaverisme és la de la ciutat de València, única senyera que coneixien la majoria dels fallers –atès que la senyera de les quatre barres fou prohibida pel franquisme– i que exhibien amb profusió cada any per les Falles. També, perquè usaven un valencià castellanitzat i degradat ortogràficament i sintàcticament als rètols dels cadafals, quan no usaven el castellà, fet que els abocava fàcilment al secessionisme lingüístic.

Als factors socials i ideològics sobre els quals es construeix la reacció conservadora enfront del valencianisme, caldria afegir un altre eix explicatiu que fa referència a la desestructuració de la trama tradicional (social, lingüística i política) de la ciutat, a la profunda transformació urbana de València. És el que Ninyoles (1992) ha anomenat *la crisi urbana*. Aquesta transformació és de tal magnitud que es podrà copsar amb unes poques dades. Aproximadament la meitat dels habitatges s'han edificat després de 1960. La classe mitjana és la que experimenta en aquest període més mobilitat residencial, mentre la població de classe baixa, mitjana alta i alta ocupa les cases de construcció més antiga. Com afirma Ninyoles, «molt poca gent ha viscut *tota la vida* a la mateixa casa o al mateix barri» (pàg. 112).

Així, en les investigacions d'aquest sociòleg, s'observa una relació significativa entre el procés de forta mobilitat i el desarrelament de l'entorn, fet que implica també èmfasi en la privadesa, l'individualisme, la regressió del valencià en els espais públics (al carrer i als barris) o el trencament d'un espai simbòlic urbà. Llavors, l'alteració de la xarxa social urbana, «sense el suport simbòlic d'altres valors ni sistemes d'intercanvi capaços de subrogar-los amb un nou teixit cohesionat en l'àmbit social i a nivell simbòlic» (pàg. 112), afavorí la reacció i l'orientació de certs sectors tradicionals cap a opcions ideològiques marcadament conservadores. La funció que podia haver tingut el nacionalisme emergent com a element cohesionador fou frustrada de bestreta, sense que convinga menystenir les causes relacionades amb el mateix discurs nacionalista i les seues actuacions. En aquest sentit, podem entendre com, desfeta en gran part la xarxa social urbana tradicional, el *fallerisme* restà com un dels pocs elements integradors de la vida del barri.

En la dispersió ciutadana produïda pel *desarrollismo* urbà, la falla suplí la quasi desapareguda relació de veïnat en alguns sectors. De fet, no és cap casualitat que el creixement dels barris perifèrics vaja acompanyat per un notable increment del nombre de comissions de falles, les quals, com ha estudiat Hernández (1993), foren potenciades pel poder polític, a més dels beneficis ideològics i de control social que li reportava, com a element d'atracció turística. Les associacions de veïns, pel seu compte, controlades en la majoria dels casos pel Partit Comunista, aparegueren prou més tard com a moviment organitzat i, a més, se centraren en els aspectes netament reivindicatius; no oferien, doncs, el vessant comunitari i lúdic de la vida de la falla. Les noves falles dels barris perifèrics, en aquest context, foren un dels pocs medis d'organització civil on, d'altra banda, els immigrants podien assajar d'integrar-se sense gaire esforç, atès que el valencià tenia predominantment un paper subsidiari i emblemàtic, i amb quatre tòpics més o menys embastats s'adquiria patent de *valencianía*. És així com la falla, al nostre parer, esdevé l'eix vertebrador d'un sector de la ciutat, alhora que articula una gran part del suport al blaverisme.

De l'altre cantó, hi havia els nacionalistes i les esquerres, sorgits de la lluita antifranquista. El component racional i analític, reivindicatiu pel que fa a la recuperació cultural i lingüística valenciana, i utòpic esquerrà quant al futur del país, hi és predominant. Reconeigits intel·lectuals, professors i estudiants universitaris, i activistes antifranquistes en general en formen part. La seua presència, amb més o menys gran d'influència, s'estén arreu del país.⁹ La reivindicació nacionalista es vinculava al futur democràtic i, progressivament, els partits de l'esquerra estatal incorporaren a les seues reivindicacions alguns elements programàtics del jove nacionalisme valencià, tal com feren també les organitzacions del moviment obrer. Si les aspiracions democràtiques es condensaren en la demanda de llibertat i amnistia, la recuperació nacional era formulada en la reclamació d'estatut d'autonomia. Tanmateix, l'assumpció de l'esquerra espanyola d'alguns punts programàtics del nacionalisme era feble; producte, d'una banda, de la polarització dreta/esquerra que s'estava produint –per això foren ells els qui congelaren el conflicte i pactaren amb la dreta cedint en els símbols– i també de l'alta densitat irracional que exhibien els blavers; de l'altra, de la tradicional consideració del nacionalisme com a petit burgès i, sobretot, per l'adhesió majoritària al marc nacional espanyol. Que aparegueren del costat del nacionalisme, que assumeixin la reivindicació d'autonomia, a més dels lligams establerts sota la dictadura i la legitimitat democràtica del programa mínim del valencianisme, té a veure amb el fet de compartir elements d'una cultura política democràtica que permet el diàleg, la transacció i el consens.

En un primer moment, abans de la mort de Franco, a la reivindicació nacionalista s'hi oposa directament l'aparell de l'Estat a través de la policia i de les autoritats governatives, que instrumentalitzaven els escamots d'extrema dreta. Fou, ja en el context de la transició política, quan l'UCD vegé un cabal de vots en la manipulació anticatalanista a la ciutat de València, que sorgí, colze a colze amb l'extrema dreta (FN), el GAV (Grup d'Acció Valencianista), alimentat per l'UCD i format pels elements més exaltats del món faller. El seu programa es formula en negatiu: no a la unitat del català (llengua valenciana), no a la denominació País Valencià (Regne de València), no a la senyera històrica de l'antiga Corona d'Aragó (senyera coronada sobre fons blau). Insistiren més en les negacions que no en les afirmacions indicades entre parèntesis.

Aquest plet en els símbols que calia establir com a representació dels valencians permeté mobilitzar els sectors populars més proclius a la *tradicció* fallera generada sota el franquisme, donà un cert protagonisme mediàtic (fins i tot heroic des de la perspectiva de l'endogrup) als elements més ignorants i

9. Aquest és un element diferenciador molt clar respecte al blaverisme que només apareix a la ciutat de València i àrea metropolitana. Seria interessant de fer una anàlisi comparada de l'arrelament del blaverisme amb el mapa de la difusió del diari *Las Provincias*.

irracional, *ties maries*,¹⁰ i ocultà els elements centrals del conflicte: recuperació cultural i lingüística *versus* continuació de la castellanització cultural i substitució lingüística, autonomia *versus* centralisme, regeneracionisme civil *versus* nostàlgia del franquisme, en definitiva, canvi social *versus* manteniment de l'*statu quo*. Aquestes eren les qüestions que, de fet, hi havia al fons del conflicte civil.

La lluita simbòlica per la llengua, la bandera i la denominació del territori, en aquest context de crisi i canvi social prenia el màxim sentit quant a la producció del futur immediat i, per això, esdevenia una opció política en què els uns i els altres, a través de l'enfrontament pels símbols que havien de *definir* el País Valencià, s'hi jugaven l'hegemonia cultural de les distintes perspectives sociopolítiques contendents. Qui més acostumat estigués a aquesta mena de jocs per la seua cultura política tindria a més totes les de guanyar.

La incomunicació entre els dos grans blocs en què s'escindeix, en major o menor mesura, l'opinió pública valenciana reforça la polarització d'ambdós, de manera que es produeix una intensa identificació –falaç almenys en el període de gestació d'ambdós blocs que, com hem vist, no és coincident en el temps, però que esdevingué certa quan el conflicte cristal·litzà– entre dreta política i blaverisme d'un costat, i esquerra i nacionalisme/catalanisme de l'altre. L'esquematisme reductiu de la polarització que es produeix durant la batalla de València es troba relacionat amb un seguit de factors habituals en aquesta mena de conflictes, com ara, l'actuació dels mitjans de comunicació que prioritzen la informació sobre els aspectes discursius i d'actuació més radicals del sector nacionalista esquerrà i no difonen els discursos més moderats i majoritaris dintre d'aquest bloc, alhora que minimitzen o justifiquen les accions violentes dels que consideren propis i n'exalcen la *valenciania*; la impossibilitat d'un dels blocs, fins i tot, de l'accés als mitjans i la manipulació ideològica del seu discurs; la dinàmica de reforç de la cohesió interna a cada grup en situació de conflicte que anul·la, redueix o ajorna la diversitat real; la impossibilitat d'establir ponts de diàleg per la radical diferència d'ambdós discursos –el blaverisme és bàsicament emotiu i antiintel·lectual, un parafeixisme, mentre al nacionalisme predomina l'argumentació racional. I, enmig, la societat que es disputen ambdós bàndols: els uns apel·lant a la identificació primària, tribal; els altres, a la raó històrica i utòpica.

Els recursos, quant a propaganda, del blaverisme són molt superiors als del nacionalisme, però el que la fa efectiva no és la simple possessió de més mitjans de comunicació i més capacitat tecnològica de difusió, sinó la realitat psicosocial o, expressat des de la perspectiva de Bourdieu (1987, pàg. 127-142), la força de les coaccions estructurals que pesen sobre les interaccions

10. Grup de mestresses que es concentrava sempre que calia davant el Palau de la Generalitat per cridar les seues consignes i insultar les autoritats democràtiques. Fou cèlebre Paquita la Rebutaplenaris per les seues accions de boicot a les sessions del Plenari de Parlamentaris del País Valencià.

i que, al seu torn, fonamenten les representacions subjectives. Els avantatges del poder a l'hora d'establir sistemes de classificació i de divisió, és a dir, les paraules, els noms que construeixen la realitat social tant com l'expressen, es veuen contraposats al capital cultural que ha acumulat el nacionalisme i que ara pugna per canviar les categories d'adscripció.

Des del punt de vista comunicatiu, convé recordar l'herència del franquisme en els mitjans de comunicació (Xambó, 1996, capítol tercer), convé tenir present que el valencianisme i l'esquerra, en aquella batalla, no van comptar amb recursos equivalents als que se li oposaven, la qual cosa és ben notòria pel que fa als mitjans de comunicació, ben actius en la mobilització contra el nacionalisme emergent que havia impregnat totes les forces de l'esquerra. En aquest sentit, *Las Provincias* va manipular i mobilitzar els sectors més proclius a l'anticatalanisme sota la bandera del blaverisme, i els va usar com a força de xoc contra l'esquerra i el valencianisme per tal d'impedir-ne l'èxit.

La realitat sociolingüística valenciana

Segons les dades del Padró Municipal d'habitants de 1986,¹¹ al voltant del 77 % de la població valenciana entenia el valencià, percentatge que s'incrementava set punts si consideràvem només la població del territori valencianoparlant. Sabien parlar-lo aproximadament la meitat de la població total i el 55 % de la població dels municipis de predomini lingüístic valencià. En els municipis valencianoparlants la competència lectora arribava al 27 % i la competència escrita, al 8 %. La competència lingüística dels valencians en la llengua pròpia s'ha incrementat globalment en els darrers anys; així, en l'enquesta de García Ferrando de 1990 i en altres, s'observa un percentatge de comprensió del 80 %, del 60 % de competència oral, i notables increments en la competència lectora i escrita (35 i 18 %, respectivament), els quals es troben intensament vinculats als efectes de l'escolarització en valencià. Sis anys després, en un estudi del CIS (núm. 2228, novembre-desembre de 1996), el percentatge dels qui declaraven comprendre el valencià aplegava el 84 % de la població, i dins d'aquests creixia la competència oral, lectora i escrita (68 %, 61 % i 27 %, respectivament).

El fet que el domini oral s'incrementa a major edat de la població, mentre que els nivells de competència lectora i escrita es redueixen a major edat, és un dels principals trets del problema lingüístic al País Valencià. Si l'escola aconsegueix incrementar globalment la competència lingüística dels més joves, açò, per si mateix, no es tradueix en una suficient competència oral, ni tampoc en ús social efectiu. D'altra banda, el lloc de naixement continua sent la característica més rellevant quant al coneixement i l'ús del valencià; així,

11. Dades sobre la situació sociolingüística de la Comunitat Valenciana, Generalitat Valenciana, 1990.

els nascuts a l'àrea valencianoparlant del País Valencià i a la resta del domini lingüístic català (Catalunya i Illes Balears) són els qui presenten els nivells de competència i ús més elevats. Quant a la població d'origen immigrant, són els procedents d'Aragó els qui presenten un nivell més elevat de comprensió, que és del 14 %, per al conjunt de la població castellanoparlant d'origen immigrant.

Un canvi important que ha portat el procés de modernització de les darreres dècades i la democratització del país és, des del punt de vista de l'estratificació, que els nivells més elevats de domini del valencià apareixen entre els qui s'autoqualifiquen dins de la classe alta i mitjana alta; i també que els nivells més alts de competència lectora i escrita del valencià es corresponen amb les posicions d'estatus més elevat en termes de consum i equipaments, la qual cosa, en les dues darreres dècades, ha esborrat la imatge negativa del valencià, tradicionalment associada al ruralisme i a les classes populars autòctones. Aquesta mateixa tendència es consolida en els nivells més elevats de competència lingüística en totes les dimensions per als grups amb més formació escolar.

Quant a l'ús social, les relacions familiars continuen presentant els índexs més elevats d'ús, seguides de les relacions d'amistat i interpersonal en l'àmbit informal del treball (entre el 45 % i el 41 %). Les característiques de llengua de grup continuen vigents per al valencià i això fa que l'ús del castellà augmente entre els valencianoparlants per a les relacions externes, mentre que, a l'inrevés, no es produeix el canvi d'ús lingüístic entre els castellanoparlants. En l'àmbit del consum, l'ús prioritari del valencià cau al 38 % per als comerços tradicionals, i encara és més baix per a les grans superfícies, on només una quarta part dels valencianoparlants l'usen de manera habitual.

El fet que els nivells de competència siguen sempre molt superiors als de l'ús social efectiu, permet afirmar la pervivència de la tendència diglòssica en el conjunt de la població: predomini del castellà en les relacions impersonals o de tipus formal, situació que continua impel·lint el procés de substitució, mentre que les mesures institucionals per al foment de l'ús social, més aviat escasses, i el prestigi cultural que ha recuperat el català actuen en la direcció normalitzadora. Això no obstant, la desproporció de forces presents en cada una de les tendències aboca més fàcilment cap a la substitució progressiva que cap a la recuperació del valencià en els usos socials i públics. En tot cas, la situació actual presenta fortes contradiccions entre la realitat de l'ús i les expectatives de la població, i és majoritàriament favorable a una major presència social i pública del valencià.

La no-resolució del conflicte lingüístic, amb el pes que ha deixat en la memòria més pròxima l'enfrontament social de la batalla de Valencià, ha fet que les accions normalitzadores de la Generalitat Valenciana hagen estat ben minses, tardanes i en la majoria dels casos, ineficients. Més orientades, en definitiva, per una estratègia justificatòria cap a sectors de l'electorat sensibles a la qüestió, que per una voluntat decididament normalitzadora. En

aquest sentit, cal assenyalar que no s'ha emprès cap campanya multimèdia d'ensenyament del valencià. En cap moment, s'ha usat el potencial de la televisió pública autonòmica per a l'aprenentatge del valencià. A més, la TVV, en clara contradicció amb els principis de la llei de creació, ha esdevingut una televisió bilingüe en la qual el valencià ha estat expel·lit de les franges horàries de més audiència, llevat de les retransmissions esportives, alhora que el doblatge de pel·lícules al valencià ha estat nul durant la majoria d'anys que funciona.

El català a la premsa

Presència del català a la premsa en castellà

La situació del català a la premsa diària editada al País Valencià no s'ha modificat quasi en els darrers vint anys. La seua presència és anecdòtica, ocasional i merament testimonial. Bàsicament, només apareix en la secció de cartes al director, en algun article d'opinió i, eventualment, en algunes pàgines especials de caràcter cultural, en les destinades a l'aprofitament escolar, o amb motiu de les festes locals i per encàrrec de l'ajuntament que finança les pàgines que s'hi dediquen. Els diaris valencians, a més, practiquen el caos lingüístic en publicar les cartes i els articles d'opinió sense sotmetre els textos a la norma ortogràfica. D'altra banda, els diaris centrals amb edició valenciana no publiquen res en català. El diari *El País*, per exemple, fins i tot tradueix les cartes dels lectors que es publiquen només en l'edició *Comunidad Valenciana* per exigències, diuen, del llibre d'estil. Darrerament, aquest diari va iniciar la publicació setmanal d'un suplement cultural de quatre pàgines íntegrament en català.

Més enllà de la quasi nul·la presència del català a la premsa diària, els escriptors valencians (Tobarra i Xambó, 1993) denunciaven la sistemàtica marginació de continguts informatius sobre la producció i les activitats culturals fetes en català, i el fet de no comptar amb els escriptors ni com a col·laboradors o opinants, ni com a objecte de notícia. Al·ludien també, en aquell moment, a la major presència del català als diaris d'Alacant i Castelló, en els quals, a més, consideraven que l'actitud vers la cultura en català es trobava més normalitzada. En relació a *Las Provincias* i per la seua bel·ligerància crònica, descartaven qualsevol possibilitat de col·laboració.

L'agència Europa Press va iniciar el 1998 un servei de notícies en valencià, fonamentalment de caràcter cultural i festiu, que nodreix, en part, els continguts de la pàgina diària en valencià (*El Dau*) que ha començat a publicar el *Levante-EMV*, que ha incrementat substantivament les col·laboracions en valencià en el suplement cultural de cada divendres i concedeix més atenció a la literatura catalana.

Quant a les publicacions no diàries en castellà, la situació és molt semblant a la dels diaris, encara que el fet que incorporen més col·laboracions i

opinions fa que, en termes absoluts, la presència del català siga un poc més alta comparativament, tot i que és variable i depèn de la decisió de cada col·laborador, no d'uns mínims establerts per l'empresa. En qualsevol cas, sobre el total de la superfície redaccional, no sol passar del 10 %.

La premsa no diària en català

La publicació més rellevant és la revista *El Temps*, setmanari d'informació general que s'edita des de 1984. Amb diverses i successives millores, *El Temps* és una de les poques revistes que es difonen en tot el domini de la llengua catalana. La seua redacció ha estat a València des del primer moment, encara que des de l'any 1985 manté a Barcelona una nodrida delegació. Tot i les campanyes de llançament de la revista i la col·laboració de destacats intel·lectuals i artistes de la cultura catalana, en els moments de més difusió no ha superat els 20.000 exemplars; la proporció de vendes és més elevada a Catalunya que al País Valencià. L'any 1987 feia una tirada de 15.000 exemplars, i els dos anys que es va sotmetre al control de l'OJD (1990-1991) la difusió fou d'11.000 i 13.000 exemplars, respectivament. *El Temps* fou pioner a oferir la revista en edició electrònica.

En el camp específic de les publicacions de literatura, destaca la revista *L'Espill*, publicació trimestral de creació literària, crítica, amb dossiers i ressenyes, que fou dirigida des del primer número, el 1982, per Joan Fuster i editada per Eliseu Climent. Els 2.000 exemplars de tirada es distribuïen per tot el domini lingüístic català i entre els experts en catalanística d'arreu del món. Ha esdevingut una publicació rellevant dins la literatura catalana contemporània. Després d'un parèntesi ha tornat a publicar-se darrerament en col·laboració amb la Universitat de València.

Quant a la resta de revistes en català que s'editen al País Valencià, cal destacar la revista *Saó*, publicació dels sectors progressistes de l'Església valenciana apareguda l'any 1976 la qual, per l'enfocament rigorós dels temes que tractava, pel seu tarannà obert a posicions no eclesials, i fins i tot agnòstiques o atees, en les pàgines d'opinió, es va constituir en tribuna ocasional dels intel·lectuals valencians, a més de ser-ho dels sacerdots compromesos amb el redreçament del País Valencià. Una revista, doncs, valencianista íntegrament escrita en català que es mantenia de les 2.000 subscripcions que tenia. El seu contingut es nodreix de l'actualitat social i política, i es complementa amb assajos periodístics sobre temes de cultura, història i religió, a més de les pàgines dedicades a opinió. També cal ressenyar la desapareguda *Camacuc*, publicació infantil que va sorgir el 1984, adreçada al públic escolar i que es mantenia de l'ajut institucional; la revista *Boom*, adreçada al públic juvenil i editada de 1991 a 1993; i algunes altres revistes d'abast local i comarcal. L'editorial Bromera va llançar *El Micalet Galàctic*, revista juvenil mensual que presentava un notable atractiu formal i de continguts. Després d'uns pocs números va desaparèixer sense haver rebut cap suport institucional. La mateixa

editorial publica la revista literària *l'illa*. Entre les revistes culturals, íntegrament en català, que han aparegut al País Valencià mereixen ser destacades *Caràcters* i *El Contemporani*.

El català a la premsa local i comarcal

L'ús del català en aquestes publicacions es prou variable en funció, sobretot, de la realitat sociolingüística del seu àmbit de difusió, però també depèn de les decisions dels responsables quan es tracta de publicacions municipals. El percentatge oscil·la entre el 80 % i el 50 % per a les comarques on l'ús del català es troba més estès, i entre el 50 % i el 25 % en les poblacions que han tingut més aflluència d'immigrants. Desaparegudes les revistes comarcals impulsades per les institucions públiques durant la dècada dels vuitanta, hi ha hagut alguns intents de poca durada, com la revista *Au!* i més darrerament *Notícies de Morella*. Les experiències més estables que arriben fins avui són la revista *Crònica* d'Ontinyent i *La Vall d'Albaida*, i l'edició mensual d'*El Periòdic*, que ha passat a ser el setmanari *El Punt* l'any 1998, en incorporar-se al grup Hermes Comunicacions, i anuncia la propera transformació en diari.

Les ajudes institucionals a la premsa en general i a la premsa en català

L'any 1986, dos anys després que entrara en vigor la Llei 29/1984 que regulava les ajudes estatals a la premsa diària en concepte de difusió, la Generalitat Valenciana es va plantejar destinar ajudes semblants a les publicacions no diàries que no rebien ajut estatal. La regulació es féu pel Decret 39/1986. S'hi establien dos tipus de subvenció: una en concepte d'edició i difusió, i l'altra per a l'especial utilització del valencià. La quantitat que se subvencionaria es calcularia a partir d'un mòdul –la quantia del qual s'establiria anualment en funció de les disponibilitats pressupostàries– multiplicat pel nombre d'exemplars difosos l'any anterior. L'ajuda a les publicacions íntegrament en valencià consistia en una subvenció addicional d'una quantitat igual a l'obtinguda en concepte de difusió. Hi quedaven excloses les publicacions que no foren d'informació general.

Amb aquest Decret, la Generalitat va atorgar ajudes els anys 1987 i 1988. El primer any, es lliuraren 15 milions de pessetes per a difusió; per a l'ús del valencià no arribaren a 5 milions. L'any 1988 l'ajuda a la difusió era aproximadament de 23 milions, i l'ajuda a l'ús del valencià no arribava als 7 milions.

L'any 1989, després que l'Estat suprimís les ajudes a la premsa, la Generalitat publica un nou decret (4/1989) que regulava només les ajudes a l'ús del valencià en la premsa, i un altre d'específic (3/1989), a imitació del que havia fet el Govern central, per a la creació, inversió o reconversió tecnològica de la premsa local i comarcal. En tres anys, de 1989 a 1991, que va vigir aquest Decret, es concediren subvencions a l'ús del valencià per un total de 36 milions; pràcticament la meitat dels quals a la revista *El Temps*. Quant a l'altre decret d'ajuda a les empreses periodístiques, les subvencions no arri-

baren a 6 milions l'any 1989 (en principi, n'hi havia 32 de previstos). La convocatòria era d'una sola anualitat i no s'ha tornat a repetir.

TAULA 1
Ajudes¹ a l'ús del valencià en els mitjans de comunicació social²

Revistes	1992	1993	1994	1995
<i>El Temps</i>	7.508.200	6.153.655	6.157.150	5.334.830
<i>Camacuc</i>	4.010.000	3.680.000	4.098.000	3.835.000
<i>Boom</i>				2.604.000
<i>Saó</i>	2.212.000	2.576.000	2.156.000	1.650.000
<i>Crònica</i>	1.544.956	1.690.024	2.540.860	1.800.000
<i>Au!</i>			72.800	67.200
<i>Notícies de Morella</i>			441.255	859.340
<i>El Periòdic de l'Horta</i>				3.460.000

Font: Direcció General de Mitjans de Comunicació de la Generalitat Valenciana.

1. En pessetes.

2. Decret de la Generalitat Valenciana 10/1992 de 10 de setembre (premsa).

Finalment, la Generalitat Valenciana publicava el Decret 10/1992 pel qual derogava el de 1989 i regulava la concessió d'ajudes per a la utilització del valencià en els mitjans de comunicació social, incloent-hi, doncs, la premsa i la ràdio. Entenem que no feia esment de les televisions locals per la flagrant contradicció que hagués significat subvencionar mitjans no legalitzats. Per a les empreses periodístiques, les condicions i característiques de la subvenció continuaven sent les mateixes que als decrets anteriors. En quatre anys, del 1992 al 1995, s'han lliurat 64 milions per a l'ús del valencià en la premsa periòdica (vegeu taula 1). Quantitats ben migrades, d'altra banda –en nou anys el total de l'ajut a l'ús del valencià en els mitjans escrits és de poc més de 100 milions–, que reflecteixen tant la manca d'impuls de l'Administració autonòmica com la feblesa del valencià en els mitjans escrits.

Fins ara, en els anys que el PP governa la Generalitat, no s'ha concedit cap ajuda als mitjans de comunicació per tal de fomentar l'ús del valencià i fins i tot s'ha bloquejat el lliurament efectiu de les ajudes concedides en l'últim any del govern socialista.

Lectorat, usos i actituds lingüístiques

Quan el 1984 el CIS demanava a la població valenciana l'opinió sobre la presència que el valencià hauria de tenir a la premsa escrita, els resultats globals eren prou clarificadors quant a la divisió bàsica d'opinions i revelava l'actitud majoritària dels valencians. El grup majoritari (43 %) era partidari de deixar les coses com estaven, un terç opinava que hauria d'augmentar, mentre que un 15 % entenia que havia de disminuir. Aquest darrer grup només pot

ser entès com a *catalanofòbic* si considerem l'ínfima presència del català a la premsa que abordarem després; aquella minoria que s'irritava en sentir parlar o veure alguna cosa escrita en català, segment que en aquells anys d'intensificació del conflicte lingüístic es mostrava especialment sensible.

El perfil social bàsic dels que mostraven les actituds més favorables a una major presència del català a la premsa corresponia a individus de 21 a 30 anys, amb un lleuger predomini dels barons, amb estudis universitaris, de classe social mitjana, en poblacions de més de 100.000 habitants, en les circumscripcions provincials de València i Castelló, situats ideològicament a l'esquerra i votants, per aquest ordre, de la UPV, el CDS i el PSOE.

Els baixos nivells de competència lectora dels valencians en la pròpia llengua, l'arrelat costum de la premsa en castellà, el conflicte lingüístic, l'espanyolisme i l'escassa penetració social del valencianisme rauen al fons de les actituds predominants quant a l'ús del català a la premsa en aquell moment. D'altra banda, un major nombre d'opinions favorables tampoc no s'hauria traduït necessàriament en una major presència del català als mitjans escrits si es tenen en compte els condicionants estructurals i la dinàmica empresarial dels mitjans. De fet, encara que les actituds favorables han crescut, la situació no ha evolucionat paral·lelament en el mateix sentit pel que fa a la premsa diària.

Sí que hi ha hagut avanços notables en la resta de mitjans escrits a mesura que la població s'alfabetitzava i s'apaivagaven les manifestacions més irracionals del conflicte lingüístic. Així, l'any 1989 i per als municipis de predomini lingüístic valencià, el 43 % de la població llegia alguna vegada revistes, i llibres, el 35 %, percentatges que són deguts sobretot a la població escolaritzada. D'altra banda, en els darrers anys es pot constatar la tendència d'una relació directament proporcional entre competència lingüística en català i lectura de periòdics d'informació general: més de la meitat de les persones que el parlen i l'escriuen llegeixen habitualment el diari, mentre l'índex de lectura habitual de premsa baixa al 36 % per als qui només el parlen i no l'escriuen, al 34 % per als qui només l'entenen, i al 26 % per als qui no l'entenen.

Finalment, no limitant-nos als mitjans escrits, sinó al conjunt de mitjans que difonen informació, el coneixement i l'ús del valencià es troba relacionat amb un major seguiment de la informació diària especialment referida als assumptes valencians; mentre un 53 % dels qui es declaren castellanoparlants segueixen habitualment la informació valenciana, els valencianoparlants i els qui es declaren bilingües els superen en 9 i 14 punts, respectivament.

El català a la ràdio

La presència del català en la programació radiofònica és paral·lela al procés de recuperació lingüística i presenta, per tant, les mateixes ambigüitats quant a la seua evolució. Si en la premsa el creixement del català era condicionat pels baixos nivells d'hàbit de lectura en aquesta llengua, a més

de les importants limitacions empresarials i estructurals, en l'àmbit de la ràdio hom podia pensar que era un mitjà de comunicació més propici al creixement ràpid de la presència de la llengua pròpia. Les dades sociolingüístiques quant al nivell de comprensió oral de la població així ho avalaven. La creació i el desenvolupament de la ràdio i la televisió autonòmica, d'altra banda, partien de la idea que la normalització lingüística tenia en aquests mitjans un instrument de primer ordre en superar els entrebancs dels mitjans escrits.

Tanmateix, el fort predomini de la programació en cadena, centralitzada des de Madrid i feta en castellà, la concentració de l'audiència en les grans cadenes estatals, la incapacitat de la ràdio pública autonòmica per guanyar-se un espai suficient, el tancament de RNE de Ràdio 4 –emissora que emetia íntegrament en català amb programació de *ràdio fórmula*–, i el desenvolupament precari i tardà de les ràdios municipals serien les principals causes que explicarien el baix nivell de presència del català a la ràdio, sota les quals, òbviament, rau el conflicte lingüístic valencià amb el feix d'actituds contradictòries i d'indecisions polítiques que hem explicat en un altre moment.

Així, l'any 1991, de les 1.927 hores diàries de ràdio emeses, 309 hores foren de programació en valencià, el que representa el 16 % del total (vegeu la taula 2). L'any 1993, quan ja havien començat a emetre força ràdios locals, el percentatge d'hores en valencià pujava al 18 % de 2.748 hores diàries d'emissió (vegeu la taula 3).

TAULA 2
Distribució del nombre d'hores d'emissió diària segons la llengua¹
i el tipus de producció, 1991

<i>Producció i llengua</i>	<i>Hores /dia</i>	<i>Percentatge</i>
<i>Producció pròpia</i>	964	100,00
<i>En valencià</i>	204	21,16
<i>En castellà</i>	760	78,84
<i>Producció aliena</i>	963	100,00
<i>En valencià</i>	105	10,90
<i>En castellà</i>	858	89,10
<i>Total en valencià</i>	309	16,00
<i>Total en castellà</i>	1.618	84,00
<i>Total emissió</i>	1.927	100,00

Font: Direcció General de Política Lingüística. Generalitat Valenciana, juliol 1993.

1. Nombre d'hores d'emissió diària i percentatges.

TAULA 3
Distribució del nombre d'hores d'emissió diària segons la llengua
i el tipus de producció, 1993

<i>Producció i llengua</i>	<i>Hores/dia</i>	<i>Percentatge</i>
<i>Producció pròpia</i>	1.343	100
<i>En valencià</i>	370	27,5
<i>En castellà</i>	973	72,5
<i>Producció aliena</i>	1.405	100
<i>En valencià</i>	123	8,6
<i>En castellà</i>	858	89,10
<i>Total en valencià</i>	493	18,0
<i>Total en castellà</i>	2.255	82,0
<i>Total emissió</i>	2.748	100,00

Font: Direcció General de Política Lingüística. Generalitat Valenciana, juliol 1993.

Aquests càlculs oculten, no obstant això, que el 94 % de l'audiència de ràdio al País Valencià correspon a les cadenes estatals, que no emeten en valencià, llevat de petits espais de les emissores ubicades a comarques de fort predomini lingüístic valencià. Algunes dades de l'any 1993 ho poden aclarir. A Castelló, ni Onda Cero ni la COPE emetien res en valencià, i de les emissores de la SER, només Radio Castellón emetia un 5 % en valencià en OM. A Alacant, Onda Cero emetia un 2 % en valencià per a una de les tres emissores que té a la província; la COPE emetia un 3 % només per a l'emissora d'Elx; mentre la SER, de les 17 emissores que té a la província, només emetia en valencià un 7 % a Dénia, un 8 % a Novelda, un 2 % a Alcoi i un 34 % a Benisa. A la província de València, Onda Cero no emetia en valencià en cap de les quatre emissores però feia un 42 % de programació en valencià a través de Radio Color; la COPE emetia un 5 % en OM des de València i un 10 % des de l'emissora Onda Naranja d'Oliva; el conjunt d'emissores de la SER no emetien en valencià des de la ciutat de València, però emetien un 4 % des de Gandia i un 8 % des d'Ontinyent.

Així, doncs, la programació en valencià a la ràdio majoritàriament en castellà és ben exigua i es limita a programes de tertúlia o de participació del públic on el valencià és difícil d'evitar i on fins i tot resultaria grotesc forçar l'ús de l'espanyol. Cal deixar constància que, pràcticament, no hi ha cap progra-

ma informatiu en valencià en les emissores de les grans cadenes, és a dir, fins i tot els informatius locals o territorials són habitualment en castellà.¹²

A les ràdios comercials independents que sorgiren de les concessions de llicències FM de l'any 1989, l'ús del valencià és notablement superior pel fet que la Generalitat n'exigia un mínim del 50 % per a les emissores amb cobertura dins el territori de predomini lingüístic valencià. Unes poques d'aquestes noves emissores feien tota la seua programació en valencià; hi destacaven les emissores Els Ports Ràdio, de Morella, Ràdio Vila-real, Ràdio Muro, Ràdio Activa, d'Ontinyent, i Ràdio Ribera Baixa, de Sueca.

Radio 9, l'emissora pública autonòmica, emet íntegrament en valencià i la seua programació és reemesa en part a través de diverses emissores comercials independents i ràdios municipals. La desatenció que va patir inicialment per part de la direcció general de RTVV i l'escassa independència informativa posterior, amb exclusió de col·laboradors i personatges públics vedats, l'han convertida en una ràdio dòcil al poder polític i poc atractiva informativament que, durant una gran part de la seua existència, ha suprimit el debat polític per les entrevistes individuals als protagonistes de la vida política valenciana. Amb aquest perfil matinal que es combinava amb la ràdio fórmula de la vesprada, ha primat el control sobre els continguts davant la imaginació i la novetat en la programació que li podria haver atorgat un millor lloc dins l'espai radiofònic valencià. El resultat ha estat que, amb les dades més favorables, mai no ha superat el 4 % de l'audiència de ràdio al País Valencià, xifra, en qualsevol cas, no menyspreable, però que es podria haver superat si hagués primat la professionalitat sobre el control i si s'hagueren aprofitat les sinergies amb la TVV.

Finalment, les emissores on predomina l'ús del valencià en la programació són les ràdios lliures supervivents i les ràdios municipals. En general, l'ús del valencià s'ajusta a la realitat sociolingüística de l'àmbit de recepció. Així, en les comarques de major predomini lingüístic l'ús del valencià oscil·la entre el 85 % i el 100 %, tot sent majoria les emissores que fan tota la programació en valencià; mentre que als territoris on s'acusa més el pes demogràfic de la immigració l'ús del valencià oscil·la entre el 40 % i el 70 % en el conjunt de la programació.

D'altra banda, per tal d'impulsar les emissions en valencià a la ràdio, la Generalitat Valenciana va regular (Decret 10/1992) la concessió de subvencions a les emissores no associades a cap cadena de ràdio que emeteren almenys

12. Segons dades de l'enquesta a directores i locutors de ràdio de la Direcció General de Política Lingüística, l'any 1991 el 64 % dels directores consideraven que era possible realitzar una programació competitiva i atractiva en valencià, però sols un 24 % pensava fer d'immediat algun nou programa. El 1993, un 79 % de directores creia possible la programació competitiva i atractiva en valencià, i un 29 % tenia previst un nou programa en substitució d'un programa actual en castellà que després era bloquejat per les direccions centrals, fet que confirma la pressió contra l'ús del valencià a la ràdio que exerceixen les grans cadenes a l'hora de polaritzar les emissions de les seues emissores des de Madrid.

el 50 % en valencià en les zones de predomini lingüístic valencià i almenys el 15 % en les zones de predomini lingüístic castellà. De 1992 a 1995, la Generalitat Valenciana va concedir, a 13 emissores que reunien els requisits, vora de 34 milions de pessetes per a l'ús del valencià, tot passant del mòdul fix d'un milió a quatre emissores el 1992, a establir les quantitats en funció de les hores d'emissió en valencià. Finalment, des que el PP governa la Generalitat Valenciana, no s'ha concedit cap ajuda a les emissions radiofòniques en valencià.

TAULA 4
Ajudes¹ a l'ús del valencià en els mitjans de comunicació social

Emissores	1992	1993	1994	1995
<i>R. Activa</i> ³	1.000.000	1.400.000	1.848.000	1.120.000
<i>Onda Naranja</i> ³	1.000.000	830.000	858.000	710.000
<i>R. Ribera</i> ²	1.000.000	1.400.000	1.848.000	1.400.000
<i>R. Els Ports</i> ³	1.000.000	1.400.000	1.848.000	1.400.000
<i>R. Vila-real</i>	1.390.000	1.848.000	1.400.000	
<i>R. Litoral</i>	750.000	715.000	700.000	
<i>R. Nueva</i>	910.000	1.155.000	1.340.000	
<i>R. Pego</i>	792.000	1.400.000		
<i>R. Escavia</i> ⁴	200.000	570.000		
<i>R. Dénia</i>	650.000			
<i>R. Guadassuar</i>	980.000			
<i>R. Lluna</i>	680.000			
<i>R. Alameda</i>	685.000			

Font: Direcció General de Mitjans de Comunicació de la Generalitat Valenciana.

1. En pessetes.

2. Decret de la Generalitat Valenciana 10/1992 de 10 de setembre (ràdio).

3. Mòdul fix d'un milió.

4. Mòdul per a la zona castellanoparlant.

La televisió

L'oferta des de l'espai català

Aquesta oferta comença, per a les comarques del nord del País Valencià, alhora que s'inicien les emissions regulars de TV3 l'any 1984. Progressivament, s'anà estenent cap al sud a mesura que Acció Cultural del País Valencià instal·là els repetidors que ho feren possible, xarxa que fou reforçada per la iniciativa d'alguns ajuntaments que, al seu torn, instal·laren microrepetidors per tal de millorar la qualitat del senyal rebut, mentre el delegat del Govern central s'entestava a impedir-ne la recepció mitjançant actuacions legals

i administratives. Al País Valencià, a més, l'arribada de TV3 va comportar un moviment pràcticament espontani de renovació d'antenes particulars i col·lectives per tal de poder rebre-la, de manera que la infraestructura domèstica en aquest aspecte, abans de l'aparició de Canal 9, havia millorat considerablement.

Diversos factors conflueixen en la bona rebuda i extensió de TV3 dins el territori valencià. En primer lloc i de caràcter general, el fet de poder fruir d'una opció més al televisor, diferent de l'única oferta disponible aleshores (TVE). Es tracta, doncs, d'un argument de pes en la situació d'escassa oferta televisiva que és paral·lela a la creixent demanda per part del públic d'accedir a d'altres possibilitats. I diem argument, perquè de vegades a cada reunió d'escala de veïnat, es tractarà la qüestió de com millorar la infraestructura comunicativa de l'edifici per tal d'accedir a TV3 i eventualment a l'oferta via satèl·lit. El fet que cadascú pugui sintonitzar o no la nova opció televisiva fou l'argument definitiu que reblà el clau davant l'oposició dels sectors anticatalanistes que només poden argüir des de les seues fòbies ideològiques i lingüístiques i enfrontant-se al principi de la lliure elecció. Fins i tot aquests darrers practicaren el seguiment de TV3, encara que de vegades ho feren ocultant-ho als amics i veïnat. En segon lloc, el fet de poder seguir els partits de la lliga de futbol fou el principal factor en l'extensió de la seua audiència. Finalment, entre els sectors de més nivell cultural primà la possibilitat d'accés a una altra font informativa en el sentit més ampli –més enllà dels telenotícies, volem dir–, el fet de poder fruir d'una oferta televisiva en la pròpia llengua que resultava totalment nou i atractiu, així com poder oferir als fills programació infantil en la llengua pròpia. D'altra banda, els xiquets i joves que segueixen l'ensenyament en valencià apareixien com els majors seguidors de TV3 al País Valencià,¹³ seguiment que també era majoritari entre els joves valenciano-parlants en general.

La novetat de TV3 té una gran importància comunicativa i cultural al País Valencià. Des del punt de vista cultural, contribueix a neutralitzar els discursos secessionistes quant a la unitat de la llengua, els quals queden negats cada vegada que algú sintonitza TV3, i alhora reforça la percepció social de la unitat del català, incrementa el prestigi del català al País Valencià en la mesura que demostra cada dia que és una llengua apta per a tota mena de continguts, des dels més populars als més elitistes, i acostuma el públic a escoltar en català les grans estrelles de la indústria audiovisual nord-americana, amb la qual cosa preparava el camí per a la futura televisió valenciana. Quant a l'impuls del sistema televisiu valencià, la sola existència de TV3 és la prova més evident que és possible fer una televisió autonòmica per als valencians i en valencià.

13. Dades de la investigació de Manuel GARCÍA FERRANDO i Rafael NINYOLÉS (treball de camp dirigit per Rafael Xambó), *Actituds dels escolars davant l'ensenyament del valencià i en valencià*, Generalitat Valenciana, 1988, [Mimeo]

En aquest sentit, després d'un primer període en què la Generalitat Valenciana –a pesar que la llei de creació de RTVV havia estat aprovada al Parlament espanyol– no n'impulsa els preparatius, la demanda social creixent per una televisió valenciana i el perill de desprestigi del Govern valencià acusat de sotmetre's a les indicacions del Govern central del mateix partit, a més dels avantatges, tan valorats pels polítics de tota mena, quant a orientació de l'opinió pública que permet el control de la televisió, feren que la Generalitat Valenciana posés els mitjans que caldran per a fer funcionar el Canal 9.

El conflicte que apareix l'any 1989, i que provoca el tancament temporal dels repetidors d'Acció Cultural per ordre governativa, fa que en els anys següents l'audiència de TV3 minve significativament (anteriorment havia arribat a una mitjana del 8 % d'audiència). D'una banda, perquè, tot just reiniciat el servei del senyal per a la xarxa privada, calgué reorientar les antenes o tornar a sintonitzar-les per a la nova freqüència en què emet; de l'altra, perquè l'aparició de Canal 9-Televisió Valenciana li llevà una part important de l'audiència, atès que, a més d'emetre en la mateixa llengua, era la televisió pròpia i els seus continguts interessaven més als valencians. A partir d'aquest moment, TV3 es mantingué en uns percentatges globals d'audiència que oscil·len entre el 3 % i el 4 %. També cal considerar que quasi la meitat de la població valenciana no pot sintonitzar TV3 en bones condicions de recepció.

L'oferta d'àmbit valencià

L'oferta de televisió que abasta el conjunt del territori valencià és constituïda per les emissions del Centre Territorial de TVE a la Comunitat Valenciana i les de la televisió autonòmica Canal 9. Quant a l'oferta de TVE per al País Valencià, coneguda sota la denominació d'*Aitana*, cal indicar que s'ha limitat des dels seus inicis als anys setanta a una producció curta centrada en els informatius de migdia i vesprada, i desconnexions ocasionals per esdeveniments singulars.

La presència del valencià a la seua programació no ha experimentat canvis destacables; l'any 1995 l'ús del castellà ocupava el 76 % del temps d'emissió. Els criteris d'ús d'una llengua i de l'altra són ben estrambòtics. Des de l'observació continuada, només es podia percebre una barreja arbitrària de llengües, una mena d'ara sí, ara no, que depenia del criteri dels redactors, de l'editor i de la direcció, segons el cas. Aquesta pràctica comportava usos xocants habituals, com ara, introduir una notícia en valencià, seguida d'un reportatge de desenvolupament en què la veu en off era en castellà i que, al seu torn, incloïa declaracions en valencià d'algun entrevistat; el reportatge el tancava el mateix redactor de la veu en off qui, ara en pantalla, parlava a l'audiència en valencià. Darrerament, sembla que als informatius s'ha fixat el criteri que parlen en valencià els conductors-presentadors quan fan les entrades a les notícies, mentre que els vídeos que les desenvolupen siguin en castellà.

El Centre Territorial de TVE, tot i el procés de descentralització iniciat a la segona meitat dels vuitanta, no té una posició definida quant al paper que li correspon dins l'espai comunicatiu valencià, la qual cosa es tradueix, a més del comportament erràtic quant a l'ús del català, en una subordinació als plantejaments de la direcció central. No es pot entendre d'altra manera que el mateix director de TVE-CV considerés prioritari, per davant de la programació territorial, servir notícies als telediaris centrals (Agudo, 1991, pàg. 81), les quals, com ell mateix informa, són seleccionades per a l'emissió amb criteris que s'allunyen de la realitat valenciana i responen als tòpics centrals sobre la nostra societat que predominen a Madrid. Agudo ho atribueix a la força del costum. Hi predomina, doncs, el tractament espectacular i de crònica negra que rep el País Valencià als noticiaris quan és objecte de la informació. A més, és ben coneguda la marginació dels professionals del Centre Territorial de València quan es tracta de cobrir algun esdeveniment de relleu. Com a dada anecdòtica, però ben il·lustrativa, el 9 d'octubre de 1994 la segona edició del telediari central no va fer cap referència a la Diada dels valencians.

Indubtablement, l'eix del sistema televisiu valencià, vista la precarietat de les emissions específiques de TVE, el constitueix Canal 9-Televisió Valenciana, que va començar a emetre regularment el 9 d'octubre de 1989.

Ens detindrem primer, per bé que breument, a analitzar el conflicte que es provocà a l'inici de les emissions de Canal 9. Tot i que al seu moment s'aduidiren raons de caràcter tècnic, per part de la Direcció General de Telecomunicacions del Govern central, per a assignar a Canal 9 la freqüència d'emissió que s'estava usant per a difondre el senyal de TV3 al País Valencià, ningú no va dubtar que es tractava d'una operació de caràcter polític per tal d'impedir la recepció de TV3. Les declaracions de l'aleshores ministre, José Barrionuevo, quedaren en entredit quan Acció Cultural del País Valencià, fent algunes modificacions tècniques als repetidors, va reiniciar les emissions de TV3 per al País Valencià sense tapar el senyal de Canal 9. Certament, la Llei de tercers canals autoritzava les televisions autonòmiques només per als territoris respectius, però en el context europeu de la televisió sense fronteres resultava difícilment justificable aquest argument de tipus legal.

Així, doncs, l'esperit jacobí del partit del Govern central i autonòmic que continuava la línia secular d'aïllar el País Valencià de la resta del domini lingüístic català, l'aprofitament, una vegada més, per a enfrontar els suposats interessos dels valencians al quimèric imperialisme català planaven en aquest conflicte, alhora que la renovació i adequació del parc d'antenes domèstiques, posaven Canal 9 en una posició òptima per a iniciar les emissions i ocupar legalment la freqüència amb què es difonia TV3. D'altra banda, tot i que des de Canal 9 es feia referència contínua a la competència deslleial i als interessos quant a carter publicitària que TV3 podia esgrimir en les seues tarifes per l'audiència que tenia al País Valencià —encara que no són menyspreables, com tampoc ho és el fet de la concordança quant a compres

de producció aliena a través de la FORTA-, cal destacar que el conflicte es produeix al si de la societat valenciana, entre els ciutadans i organitzacions civils que volen fruir de la recepció de TV3 i els interessos de Canal 9 i del Govern central i autònom. La CCRTV es va mantenir en tot moment al marge de la polèmica i sempre ha mantingut oficialment que ells emeten per a Catalunya i el seu senyal es rep a altres territoris.

El plantejament dels defensors de la continuïtat de TV3 al País Valencià sempre fou que es fes possible la recepció recíproca dels canals autonòmics entre Catalunya i el País Valencià. De fet, al mes següent d'iniciar-se les emissions regulars de Canal 9, l'associació catalana Amics de TVV va instal·lar un repetidor del senyal que permetia captar Canal 9 a les comarques del sud de Catalunya. Pel seu compte, les Corts valencianes aprovaren una proposició no de llei en què demanaven al Govern central que eliminara els obstacles legals que impedièn la recepció dels canals autonòmics entre comunitats veïnes (eufemisme que usaren per no referir-se clarament a Catalunya i el País Valencià). El grup socialista al Senat va rebutjar la proposta que en aquest sentit féu el grup mixt al·ludint a les conegudes raons tècniques, que continuaven anteposant-se a les legals.

Vist des de la distància actual, Canal 9 va aconseguir eixir a l'aire amb una bona infraestructura de recepció a les llars, una considerable publicitat inicial i l'arraconament de TV3 quant a audiència. El PSOE, al seu torn, aconseguia imposar la seua perspectiva quant a l'espai legal de les televisions autonòmiques, encara que després va continuar tolerant les emissions de TV3 al País Valencià i les Illes Balears, i les de Canal 9 al sud de Catalunya i a les Illes Balears, emissions que en cap moment foren qüestionades.

Canal 9, com la resta de televisions autonòmiques, s'ha organitzat seguint el model de TVE, tant per a la gestió com per al finançament, que es nodreix de la subvenció del govern autonòmic, la publicitat i la venda de programes.

La programació de Canal 9 és prou aclaridora del seu perfil. El primer any d'emissió, 1989, quasi la meitat del temps (44,4 %) és ocupat per la ficció, amb un 29 % de pel·lícules i un 15 % de sèries. Aquesta proporció és molt superior a la que per exemple destinen TVE i TV3 i, d'altra banda, a la de Canal Sur i TeleMadrid (TM3, inicialment). Els informatius i els espais d'entreteniment ocupen cadascú un 13 % del temps. L'aposta pels xiquets és el percentatge de temps més elevat de totes les televisions que es destinava a dibuixos animats (9,9 %), mentre l'esport, encara que sempre en horaris de gran audiència, obtenia comparativament un percentatge baix (9,5 %). La cultura es trobava sota mínims (3 %) i, com és habitual, relegada als pitjors horaris. Cal subratllar que, ni que fos de manera emblemàtica, Canal 9 no va posar en antena cap programa específicament cultural fins molt temps després del començament de les emissions i, quan ho va fer, l'emetia a la una de la matinada.

L'any 1990, Canal 9 encara incrementa en 10 punts el percentatge destinat a ficció (54,2 %), el qual, comparat amb la resta de televisions públiques

i privades, només és superat per Tele 5, i per poc. Dins d'aquest apartat, el temps d'emissió de telenovel·les (10 %) només es superat per les dues televisions privades. El temps destinat als informatius es redueix (8,8 %) i també el de l'esport (7,8 %), mentre que l'entreteniment (12,9 %) i els espais infantils (9,5 %) es mantenen en els percentatges. La programació cultural creix una mica (4,3 %), tot i que molt per davall de les altres televisions autonòmiques.

L'estiu de 1990, primera programació estiuenca de Canal 9, la televisió autonòmica es decanta per programar per als turistes espanyols, majoritàriament madrilenys. La selecció cinematogràfica s'adreça, citant la seua publicitat, a «la tipologia del turismo familiar que visita en verano la costa levantina» (el subratllat és nostre). I la programació inclou també «series picantes tituladas *Matrimonios y algo más*, donde las señoras en ropa interior y los maridos engañados son los divertidos protagonistas de las situaciones que se suceden a lo largo de media hora».¹⁴ Les queixes per l'incompliment de la llei de creació, l'ús majoritari del castellà, els conflictes amb els actors de doblatge i les empreses valencianes d'audiovisuals constitueixen els principals elements de crítica al model de televisió implantat. El mes d'agost, i al nostre parer a manera de cortina de fum per a dissoldre o enterbolir les crítiques al model de televisió, la direcció general de RTVV fa pública una llista de 593 paraules que no han de ser usades a Canal 9 perquè es consideren massa catalanes i es proposen paraules alternatives que en molt casos són incorrectes o simples sinònims. La polèmica és servida i, mentre tothom s'encega amb la ja vella disputa lingüística entre valencians, la contestació al model de programació i continguts passa a un segon pla.

L'estructura bàsica de la programació no es modifica en els anys següents, llevat de lleugeres variacions conjunturals. La ficció continua ocupant el pes principal i, per exemple, de 1990 a 1991 es passa de 7 a 15 pel·lícules setmanals. No cal estranyar-se, doncs, que la producció pròpia no arribe a significar la meitat del total de la programació (41 % el 1992). El 1993, Canal 9 continua sent, d'entre totes les televisions, la que més temps dedica a l'emissió de pel·lícules i, tal com està el mercat cinematogràfic, ja sabem que quantitat i qualitat són ben lluny de coincidir. Cal insistir que el doblatge al català és pràcticament nul. Finalment, com a dada anecdòtica, però ben expressiva, Canal 9 fou la televisió que va oferir més retransmissions taurines el 1994.

Amb aquesta línia de programació agressivament comercial, ultrapassant fins i tot de vegades les televisions privades, construïda sobre la ficció (cinema de massa i de sèrie B, telesèries alienes i telenovel·les) i altres formes d'entreteniment (concursos i xerrameca de sofà), a més de les retransmissions de la lliga de futbol, Canal 9 assoleix quotes significatives d'audiència. Els anys 1992 i 1993, malgrat la forta competència de les privades que ja tenien una cobertura completa sobre el territori valencià, va aconseguir situar-se al davant, precedida només per TV1, i comparativament era la televisió au-

14. «Morbo en el "Levante feliz"», *El País* (16 juny 1990.)

tonòmica amb més quota d'audiència al seu territori. El 1994, tanmateix, la manca de renovació de continguts i la consolidació de la nova programació de les privades –amb el creixement destacat d'Antena 3– situa Canal 9 en el quart lloc del rànquing de televisions per audiència.

Els darrers anys de la TVV han estat marcats per un conjunt d'actuacions que tant en la gestió econòmica, com en la programació, la política de personal i la línia informativa han provocat contínues interpel·lacions parlamentàries, intents de control per part de les Corts valencianes i un tractament periodístic sostingut pel seguit d'escàndols que l'han convertit en objecte d'atenció permanent de l'opinió pública valenciana. En poc més de tres anys Canal 9 ha tingut quatre directors, la seua gestió econòmica és plena d'ombres i ha facilitat l'ordit d'interessos que ha generat beneficis importants a empreses que participen en el llançament de Valencia Te Ve, tot aprofitant la televisió pública, sobretot a l'època de Sánchez Carrascosa, marit de la directora del diari *Las Provincias*, com una plataforma experimental de programes, de llançament de presentadors, d'aprenentatge de novells, d'adquisició de l'ofici a executius que després d'aprendre han passat a Valencia Te Ve, d'agència de col·locació de periodistes i col·laboradors de l'entorn de *Las Provincias* i de compres de material a preu de saldo per a la televisió no legalitzada que ara administra el mateix Sánchez Carrascosa. Canal 9 ha esdevingut la principal promotora en tots els àmbits de la televisió local privada, propietat de la directora de *Las Provincias*. D'altra banda, malgrat el seu comercialisme barroer, Canal 9 continua sent la quarta televisió en audiència.

Quant a la presència del valencià en les emissions, principal justificació per a la seua existència segon la llei de creació, el director general de la RTVV, Josep Vicent Villaescusa, es va comprometre, el juliol de 1996, a assolir una quota del 65 % en valencià per a Canal 9 i que, per a aqueix any, almenys la meitat de la programació fóra en valencià. Cap dels dos compromisos s'ha complit. Un estudi de CCOO del mateix any situava el percentatge de valencià en l'hora de màxima audiència en un 28 % en la setmana del 21 al 27 de juny, mentre que la setmana del 4 al 10 de novembre havia baixat al 15 %. Altres estudis posteriors confirmen que la presència del valencià al primer canal autonòmic no depassa el 50 % del total de la programació. Qüestió diferent és la del segon canal, Notícies 9, rebatejat recentment com a Punt Dos, en el qual la programació és íntegrament en valencià, però la seua cobertura real és ben baixa i l'audiència no arriba a l'1 %. Curiosament, la germana major, Canal 9, no en fa promoció, ni des de la la RTVV s'ha emprès cap campanya per augmentar-ne el coneixement entre la població. Sembla que el segon canal serveix, sobretot, per a justificar l'escassa presència del valencià al primer i per a produir una bona part de la programació del canal Comunitat Valenciana que s'emet a través de Via Digital. Finalment, la promesa electoral del PP de privatitzar la televisió autonòmica obre greus incerteses sobre el futur de la televisió pública valenciana.

El sistema televisiu valencià es troba actualment en una cruïlla d'una gran transcendència per a la seua evolució durant els propers anys. En primer lloc, assistirem a un desenvolupament important de la televisió local, la qual, en la mesura que adopte criteris autònoms del poder polític i aprofite les sinergies potencials, pot esdevenir una segona xarxa de televisió valenciana. Altrament, el predomini de l'espai públic o el privat en aquest sector pot decantar-se a favor d'aquest darrer si atenem al corrent privatitzador actual, tot i que es produiran fortes tensions a moltes localitats per la força que conserva l'esquerra en l'àmbit municipal. A més, cal considerar l'intervencionisme del Govern central que tolera o impedeix el funcionament de les televisions locals amb criteris força arbitraris segons el que hem vist fins ara.

En segon lloc, el futur de Canal 9 mostra una gran incertesa. Les fluctuacions de l'audiència, l'increment del castellà, la degradació –encara més– de la programació des que el PP va accedir a la Generalitat, fa preveure que el nou govern intentarà la privatització ara que els canvis en l'ordenament legal li ho permeten, tal com va anunciar al seu programa electoral o potser tirarà pel camí del mig intensificant la privatització del que anomenen *producció pròpia*. Potser, el debat i les tensions que se'n derivaran, esdevindran un dels eixos centrals de controvèrsia en l'opinió pública valenciana i, fins i tot, reïsquen a impedir-ho. Altrament, s'hauran malbaratat temps i esforços en la consolidació del sistema televisiu valencià. En qualsevol cas, urgeix configurar un nou sistema de control que li permeta actuar amb independència com a mitjà informatiu i de participació social. D'altra banda, seria gravíssim per al futur de l'audiovisual valencià i una espoliació a tots els valencians que l'ingent arxiu audiovisual que ha creat Canal 9 i, més recentment, Notícies 9, les pel·lícules doblades al valencià, els documentals i reportatges sobre la nostra realitat present i històrica, les entrevistes a personalitats, els programes de tota mena, etc., tot fet amb diners públics, fos venut íntegrament a qui compràs la televisió.

Les televisions locals van aparèixer al País Valencià en la segona meitat dels anys vuitanta, amb un cert retard com ja havia passat abans amb el moviment de les ràdios lliures. De fet, a Catalunya l'any 1984 es comptabilitzaven al voltant de 40 emissores de televisió local (Corbella, 1991, pàg. 61), mentre al País Valencià no se'n comptabilitzava cap. Si hi havia alguna experiència, no n'ha quedat constància.

En el nostre cas, per tant, la televisió local es desenvolupa a partir de 1985. A més, moltes tenen una vida efímera. El 1993, quan vam realitzar el cens de televisions locals, vam poder comprovar que, de la llista que ens havia facilitat ASVATEL (Associació Valenciana de Televisions Locals), aproximadament una quarta part havien deixat de funcionar, i afegint les no associades que existien en aquell moment, el còmput no arribava a 40 televisions locals en actiu, i això per molt irregulars que foren les emissions. També és cert que les dades disponibles a través de les autoritats són força contradictòries, per-

què barregen vídeos comunitaris i televisions locals i ho posen tot al mateix sac. Només així es pot entendre que la Direcció General de Telecomunicacions declarara que tenia censats a Alacant més de 60 canals de televisió.¹⁵ També cal considerar la persecució amb fortes multes i tancaments a què les autoritats governatives les van sotmetre.

Mancades de regulació legal, les televisions locals s'han hagut de moure en un terreny movedís en què depenien de la tolerància de les autoritats. Els criteris principals que han seguit les autoritats governatives sempre han estat de tipus tècnic i administratiu; és a dir, s'han guiat pels eventuais problemes tècnics d'interferència del senyal de les televisions locals –tot i que la majoria de vegades aquest argument era l'excusa per a intervenir contra les locals– i per la competència deslleial quan emetien publicitat o programaven pel·lícules de les quals no tenien els drets d'exhibició ni pagaven impostos.

L'idioma escollit per a adreçar-se a l'audiència reproduceix la realitat sociolingüística del País Valencià en el cas de les públiques, però no s'hi adapta en el cas de les privades, que emeten en castellà i només introdueixen el valencià quan intervenen alguns invitats que l'usen o quan participa el públic (els casos més palesos són els de Castelló, Benidorm i Torrent que, tot i optar pel castellà com a llengua de la televisió, reconeixen una presència del valencià que oscil·la entre el 30 % i el 40 %). En les poblacions de predomini lingüístic valencià, la llengua de la televisió és la pròpia i el seu ús total oscil·la entre el 60 % de les poblacions amb major presència de població immigrada i el 90 % o més de la resta.

Actituds lingüístiques i televisió

L'any 1984, a punt d'aprovar-se de la llei de creació de RTVV, la Generalitat va encarregar al CIS una enquesta que, entre altres qüestions, incloïa l'opinió dels valencians sobre la creació del tercer canal de televisió i les opcions de llengua per a les emissions. D'altra banda, el Servei d'Investigació i Estudis Sociolingüístics de la Generalitat Valenciana ha inclòs sistemàticament en les seues enquestes l'opinió sobre l'ús del valencià a Canal 9. Amb aquest conjunt de dades, es pot considerar l'evolució que s'ha produït al si de la societat valenciana.

No resulta estrany, en un context d'escassetat d'oferta com la de 1984, que l'aclaparadora majoria dels valencians (85 %) estigueren d'acord amb la creació del canal autonòmic i que els contraris foren menys d'un 4 %. Els partidaris de la televisió autonòmica eren majoria a tots els grups d'edat, tot destacant el major percentatge del grup dels nascuts en la segona meitat dels cinquanta (95 %) i el més baix dels que tenien 60 anys o més (74 %). De la resta de variables, atesa la nombrosa majoria de partidaris, ens limitarem a indicar els qui hi destaquen: els residents a les ciutats entre 50.000

15. *Levante-EMV* (26 abril 1990).

i 100.000 habitants, les persones que se situen al centreesquerra i l'esquerra, i els qui tenen més competència lingüística en català.

Tanmateix, no es pot identificar l'opinió favorable al canal autonòmic amb les idees quant a la llengua en què hauria d'emetre, és a dir, una cosa és reclamar una televisió pròpia i una altra de molt diferent, plantejar que siga en valencià. Mentre la primera idea suposa una presa de posició enfront del monopoli estatal i es mou en l'àmbit de l'increment de l'oferta, la segona remet a qüestions d'identitat lingüística i consciència nacional. Així, el grup més nombrós de valencians (45 %) eren partidaris l'any 1984 que valencià i castellà foren presents a parts iguals en les emissions de la futura televisió autonòmica, mentre quasi 3 de cada 10 opinaven que el valencià havia de ser la llengua de més ús (per a 1 de cada 10 havia de ser tot en valencià, i per a quasi 2 de cada 10 havia de ser més en valencià). D'altra banda, 2 de cada 10 es pronunciaven perquè fóra més en castellà o tot en castellà.

El nombre més elevat de partidaris del valencià apareixia, comparativa-ment, entre els grups més joves (entre 40 % i 37 %), els titulats universitaris (entre 43 % i 47 %), les províncies de Castelló (32 %) i València (35 %), les posicions d'esquerra (51 %), i els qui es declaraven valencianoparlants, més encara, si el sabien escriure (61 %). Per contra, els grups més nombrosos de partidaris d'una presència major del castellà, tot i que sempre més reduïts que els defensors del valencià, eren els grups de més edat (23 % aproximadament), sense estudis (26 %), residents a ciutats entre 50.000 i 100.000 habitants (34 %) –poblacions amb forta densitat d'immigració–, de les províncies d'Alacant (33 %) i Castelló (25 %), en posicions ideològiques de centredreta (26 %), que entenen però no parlen el valencià (29 %) i, sobretot, que no l'entenen (67 %).

Com veiem, les opinions a favor d'una llengua o de l'altra com a instrument comunicatiu de les emissions del futur canal autonòmic presentaven divisions estructurals ben clares: joves, d'una banda, i adults i vells, de l'altra; ciutats grans d'al-luvió, enfront de la capital del país, i el rosari de ciutats mitjanes i petites de les comarques catalanoparlants; Valencià i Castelló enfront de la hipercastellanitzada ciutat d'Alacant i comarques més al sud del país; esquerra i dreta; valencianoparlants i castellanoparlants que no l'entenen. Sis anys després, el 1990, els partidaris que Canal 9 fóra tot en valencià o més en valencià havien passat del 28 % al 48 %, mentre que els qui es declaraven a favor que fóra tot en valencià o més en castellà s'havien reduït del 19,5 al 15 % (vegeu la taula 5).

Aquestes dades tenen diversos significats. En primer lloc, caldria assenyalar els efectes del procés de recuperació lingüística (l'alfabetització a les escoles, el creixement dels prestigi cultural del català, la reducció a mínims dels qui declaren no entendre'l, la consolidació autonòmica) i un cert apaivagament del conflicte lingüístic. En segon lloc, convé considerar la reacció de determinats sectors a l'aparició de Canal 9 i la progressiva adquisició del costum

de seguir les emissions en valencià, la qual cosa tindrà un efecte normalitzador que porta a voler-ne més, i açò darrer, en relació al fet que les hores de màxima audiència són ocupades quasi sempre pel castellà. I en tercer lloc, l'aparició de les privades que incrementarà notablement l'oferta global en castellà.

TAULA 5
Opinió sobre l'ús del valencià a TVV-Canal 9
segons l'any de realització de l'enquesta¹

<i>Hauria de ser</i>	1990	1991	1992	1994
<i>Tot en valencià</i>	36,9	35,3	33,6	34,1
<i>Més en valencià</i>	11,3	15,9	17,9	16,6
<i>Igual que ara</i>	35,8	37,0	38,1	40,6
<i>Més en castellà</i>	10,7	7,5	7,0	7,6
<i>Tot en castellà</i>	4,2	2,1	1,6	0,6
<i>NS/NC</i>	1,1	2,3	1,8	0,4

Font: Servei d'Investigació i Estudis Sociolingüístics. DGPL de la Generalitat Valenciana, 1995.

1. En percentatges verticals

En els anys següents, de 1991 a 1994, encara va augmentar una mica el nombre de partidaris del tot en valencià o més en valencià, mentre els qui es pronunciaven a favor que fóra tot en castellà o més en castellà es reduïren a la meitat en aquest període (del 15 % de 1990, al 7,6 % de 1994). Els qui reclamaven que fóra tot en castellà, que el 1984 eren el 8,5 % de la població, el 1990 es redueixen al 4,2 %, i el 1994 només són el 0,6 %.

En una dècada, s'ha produït un canvi important en les actituds lingüístiques dels valencians envers la televisió pròpia. El grup més nombrós el 1984 (45 %) era el qui demanava que el temps es repartira a parts iguals entre valencià i castellà. Deu anys després, el grup més nombrós (50,7 %) és el qui reclama més presència del valencià.

Bibliografia

- AGUDO, J. L. *Producción y programación en los cc.tt. A: Jornadas sobre el papel de la TV estatal en las comunidades autónomas*. València: Generalitat Valenciana: CARTVE, 1991.
- ARIÑO, A. *Fiesta y sociedad en la Valencia contemporánea*. Universitat de València. Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales, 1989. [Tesi doctoral]
- Audiencia y programación*. València: RTVV, 1993.

- BELLO, V. *La pesta blava*. València: Tres i Quatre, 1988.
- BLASCO, R. «Reflexions al voltant de la premsa comarcal». *Batllia*, núm. 2 (tardor 1985).
- BOURDIEU, P. «Espacio social y poder simbólico». *Cosas dichas*. Barcelona: Gedisa, 1987.
- *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal, 1985.
- BURGUERA, F. de P. *És més senzill encara, digueu-li Espanya*. València: Tres i Quatre, 1991.
- CORBELLA, J. M. *La comunicació social a Catalunya, 1981-1991*. Barcelona: CIC, 1991.
- COROMINAS, M. «Televisió i conflicte lingüístic a Europa». A: SALVADOR, V. (coord.). *Teletextos II*. València: Universitat de València, 1990.
- COROMINAS, M.; LÓPEZ, B. «Espanya: les contradiccions del "model autonòmic"». *Anàlisi*, núm. 17 (1994).
- CUCÓ, A. *Aspectes de la política valenciana del segle XIX*. Barcelona: Dalmau, 1965.
- *El valencianismo político*. València: Lavínia, 1971.
- *País i estat: la qüestió valenciana*. València: Tres i Quatre, 1989.
- DOLÇ, M.; SANCHIS, V.; DEÓ, F. J. *Les ràdios lliures: Una pràctica alternativa*. Barcelona: Edicions Terra Verda, 1985.
- El espacio televisivo a partir de la Directiva 89/552 de las Comunidades Europeas*. València: RTVV, 1992.
- FRANCH, V. [et al.]. *Document 88*. València: Tres i Quatre, 1988.
- FUSTER, J. *Nosaltres, els valencians*. Barcelona: Edicions 62, 1962.
- *Nosaltres, els valencians*. 14a ed. Barcelona: Edicions 62, 1994.
- GARCÍA, M.; LÓPEZ-ARANGUREN, E.; BELTRÁN, M. *La conciencia nacional y regional en la España de las autonomías*. Madrid: CIS, 1994.
- GIFREU, J. (dir.); COROMINAS, M. (coord.). *Construir l'espai català de comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya: CIC, 1991.
- «Sistema i polítiques de la comunicació a Catalunya (1970-1980)». *L'Avenç*, 1983.
- HERNÁNDEZ, G. M. *Fiesta y franquismo. Las fallas de Valencia entre 1939 y 1975*. Universitat de València. Facultat de Geografia i Història, 1993. [Tesi doctoral]
- Jornadas sobre el papel de la TV estatal en las comunidades autónomas*. València: CARTVE, 1991.
- La informació a la Comunitat Valenciana*. València: Generalitat Valenciana, 1987.
- LLUCH, E. *La via valenciana*. València: Tres i Quatre, 1976.
- MARQUÉS, J.-V. *País perplex*. València: Tres i Quatre, 1974.
- MARTÍ, M. «La societat valenciana de la Restauració (1875-1914): estabilització del domini burgès i contestació renovada». A: *Història del País Valencià: Època contemporània*. Barcelona: Edicions 62, 1990.

- MOLLÀ, T. *La utopia necessària. Nacionalisme i societat civil*. Alzira: Bromera - El Mèdol, 1994.
- Joan Fuster. *Converses inacabades*. València: Tàndem, 1992.
- MORAGAS, M. DE. *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*. Barcelona: Edicions 62, 1988.
- MORAGAS, M. DE; GARITAONANDÍA, C. «Introducció. Les regions a l'espai audiovisual europeu». *Anàlisi*, núm. 17, 1994.
- NINYOLES, R. *Idioma y poder social*. Madrid: Tecnos, 1972.
- *Idioma i prejudici*. 2a ed. rev. Palma de Mallorca: Editorial Moll, 1975.
- *El País Valencià a l'eix mediterrani*. Tavernes Blanques: L'Eixam, 1992.
- *Conflicte lingüístic valencià*. València: Tres i Quatre, 1969.
- *Las radiotelevisións en el espacio europeo*. València: RTVV, 1990.
- RAMOS, V. *Pancatalanismo entre valencianos*. València: Artes Gráficas Quiles, 1978.
- TOBARRA, A.; XAMBÓ, R. *Anàlisi de l'ús del valencià als mitjans de difusió escrita*. València, 1993. [Informe per a la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat Valenciana]
- TRUJILLO, M. «Informe sobre Canal 9-TV». A: SALVADOR, V. (coord.). *Teletextos II*. València: Universitat de València, 1990.
- XAMBÓ, R. «Los medios de comunicación social». A: GARCÍA, M. (coord.). *La sociedad valenciana de los 90*. València: Alfons el Magnànim: IVEI, 1992.
- *Dies de premsa. La comunicació al País Valencià des de la transició política*. Tavernes Blanques: L'Eixam, 1995.
- *El sistema comunicatiu valencià*. [S. II.]: T. D. Universitat de València, 1996.

CONCLUSIONS

Josep M. Martí

Director de la recerca

n els diferents apartats de què consta aquest treball, tots els seus autors han aportat un assaig de conclusions referides als àmbits de recerca respectius. Tanmateix, creiem que és important fixar ara, al final de la investigació, els aspectes més importants que creiem que ha aconseguit desvetllar.

Com ja s'ha dit en la introducció, la primera dificultat amb la qual ens enfrontem quan ens endinsem en l'anàlisi de qualsevol aspecte relacionat amb la situació del català als mitjans de comunicació, és la manca d'un repertori de dades sistematitzades i publicades periòdicament que facin referència a l'oferta i al consum. Sembla impossible, però és ben cert, que tot i el debat social i polític existent entorn de les polítiques de normalització, mai no s'ha cregut oportú institucionalitzar aquest corpus estadístic, el qual ens hauria de permetre de comprovar com han anat evolucionant aquests dos factors amb el temps i més concretament, com s'ha produït l'oferta segons l'idioma emprat pels mitjans i quina ha estat l'audiència obtinguda per cadascun d'aquests.

Com també han reflectit els autors en aquest treball, la major part dels pocs indicadors sociomediàtics existents reflecteixen la realitat d'una manera molt parcial. Algunes recerques d'indubtable valor científic coexisteixen al costat d'estudis sectorials que responen als interessos concrets dels qui els han encarregat o finançat; és evident que aquests darrers no són criticables per si mateixos, però val a dir que la fiabilitat d'algunes de les dades que ofereixen presenten molts dubtes.

Si es disposés d'un observatori dels mitjans de comunicació a Catalunya, dedicat fonamentalment a estudiar el tema de la llengua, la societat catalana i les seves institucions tindrien a l'abast eines vàlides i reconegudes científicament, les quals farien evident aquesta realitat sociolingüística i mediàtica a la qual hem intentat acostar-nos amb el nostre treball. Però, si aquesta recerca impulsada per la Societat Catalana de Comunicació de l'Institut d'Estudis Catalans, amb totes les millores que calgui, no troba continuïtat, pensem que

haurem avançat molt poc en el desvetllament del problema de coneixement que ens havíem plantejat a l'inici.

Tot i que l'objectiu inicial era fer un estudi sincrònic, datat al 1998, hem cregut convenient fer una mirada enrere en el temps, per a veure si ens era possible poder marcar algunes tendències en l'evolució del consum de mitjans en llengua catalana en els darrers anys. Tot i les limitacions derivades de la reiterada manca d'estadístiques, podem dir que des dels anys vuitanta, l'avenç ha estat molt minso en el cas de la premsa i del cinema, i més important pel que fa a la ràdio i a la televisió.

Les seqüències històriques analitzades ens mostren que els canvis en les tendències de consum de determinats mitjans han tingut lloc a partir de les transformacions de l'oferta i que aquests només s'han produït quan s'han desenvolupat polítiques actives de foment de la llengua pròpia del país. El repertori d'aquestes polítiques és llarg, però podem esmentar, per exemple, les ajudes públiques a les publicacions periòdiques, el foment de la publicitat en català, la creació de mitjans públics catalans i en català, l'exigència a les emissores de ràdio i de televisió perquè ofereixin un percentatge determinat de la programació en llengua catalana, etc.

Pel que fa al consum de continguts en català el panorama que ofereixen els diferents mitjans de comunicació de massa no és homogeni, ja que cadascun presenta una situació específica derivada d'un seguit de fets diversos, l'anàlisi aprofundit dels quals mereixeria una recerca específica.

La premsa periòdica és un dels mitjans de comunicació que presenta més dificultats d'estudi; fonamentalment perquè des del punt de vista quantitatiu, és a dir, pel que fa al nombre de publicacions, el percentatge més important és integrat per revistes locals i comarcals, de les quals no hi ha un control de difusió fidedigne, tipus OJD (Oficina de la Justificació de la Difusió), i tampoc no es veuen reflectides en els estudis periòdics de consum com l'EGM (Estudi General de Mitjans). Si tenim en compte les dades existents, la proporció de lectors estaria entorn del quatre a un a favor del castellà.

El sector audiovisual encara és molt més complicat d'analitzar. En el cas de la ràdio, hi ha dos factors que dificulten el seu estudi: l'atomització creixent del sector i la pràctica bilingüe de moltes emissores, fomentada per l'aplicació de la Llei de normalització lingüística, entre d'altres raons històriques i de tradició. L'elevat nombre d'emissores existent dificulta l'avaluació de l'oferta real, expressada en hores de programació. Però també la valoració del consum esdevé complicada en les emissores que utilitzen les dues llengües, ja que per a ser exactes, caldria quantificar l'audiència programa a programa o segment a segment de programació, perquè no és la mateixa a cada hora del dia. Tot i aquestes dificultats, les dades obtingudes ens mostren que quasi la meitat dels qui escolten ràdio, trien emissores bilingües, un 40 %, únicament en català i tan sols un 13 % consumeixen ràdios que utilitzen exclusivament el castellà.

La televisió sembla oferir dades més precises; tot i l'existència creixent

d'estacions locals –els resultats d'audiència de les quals no s'han pogut tenir en compte en aquest estudi–, les xifres ens indiquen que el consum es decanta cap als programes en llengua castellana (69 %) contra un 29 % en català. Es tracta d'un panorama que evolutivament està marcat per una certa estabilitat en la tendència i que, com hem pogut observar en el capítol que li hem dedicat, configura un panorama de consum sensiblement diferent al de la ràdio.

Els nous suports de difusió digital estan en una fase d'implantació a casa nostra i arreu de l'Estat, per tant, de l'únic que es pot parlar amb una certa propietat és d'Internet, tot i que també cal fer notar la manca de dades fidedignes sobre audiència. Hem de dir que l'oferta a la xarxa reproduïx les tendències lingüístiques generals de consum mediàtic. En allò que podríem anomenar *l'espai virtual català*, integrat pels portals elaborats a casa nostra, la llengua pròpia ocupa una bona posició, gràcies a algunes iniciatives i esforços, col·lectius i individuals, la qual cosa ens permet afirmar que la situació és molt millor que la dels mitjans convencionals.

En la situació dels altres territoris de l'àrea lingüística analitzada, les Illes Balears i el País Valencià, observem diferències significatives pel que fa al Principat, encara que en negatiu, ja que la presència del català als mitjans és molt menor i el consum percentual, molt més baix. Aquesta aproximació al problema, potser massa generalista, palesa la necessitat d'acostar-se a l'estudi d'aquests territoris amb més profunditat, cosa que es podrà fer si, tal com esperem, es fan noves edicions d'aquest treball.

Pel que fa a altres aspectes complementaris, ens ha semblat important incorporar l'opinió prospectiva dels directius dels mitjans de comunicació. Sobre el resultat de les respostes obtingudes cal dir, en primer lloc, que la producció de continguts mediàtics en català no presenta gaires dificultats, tot i que es constaten algunes mancances, i es disposa de les eines tècniques necessàries per a dur-la a terme. Pel que fa a la percepció dels quadres professionals sobre les motivacions de consum, tothom coincideix a afirmar que el lector, oïdor o televident, no tria en funció de l'idioma, sinó del producte que se li ofereix. Segons manifesta la majoria dels directius consultats, en l'actualitat el català no constitueix una barrera per a escoltar, veure o llegir.

Arribats a aquest punt, les lectures que hom pot fer de la situació descrita són molt diverses. Hem procurat en tot moment explicar les limitacions en l'obtenció de dades amb la finalitat de relativitzar l'abast d'algunes conclusions i alhora guardar el rigor científic i metodològic que ens hem imposat des del principi. Podríem dir que des del punt de vista dels mitjans de comunicació de massa, en part per la naturalesa de l'estructura política en què estan immersos, aquest és un país bilingüe, però el consum mediàtic es fa preferentment en castellà, en una proporció molt superior a la que ens indiquen les dades sobre coneixement i pràctica social del català.

Hem de dir també que sembla existir una coincidència general en el fet

que l'oferta mediàtica condiciona el consum, i el cas que hem estudiat en seria una bona prova. La situació pot empitjorar en el futur si tenim en compte l'actual procés de liberalització dels mercats, sobretot dels audiovisuals i particularment, del nou entorn digital. Aquest nou context fa més necessari que mai que es prenguin mesures que impulsin el creixement de l'oferta en català, altrament el consum en aquesta llengua pot anar en retrocés.

