

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

**Llúcia 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.

99

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, suplement 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 suplement 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, suplement 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 Lenguas 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.

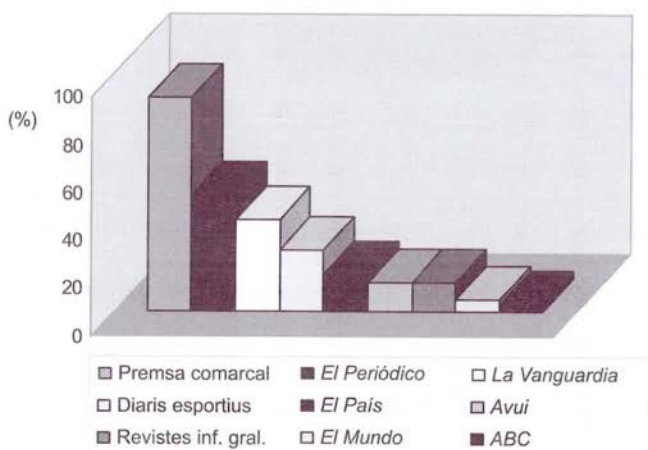
Els resultats

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

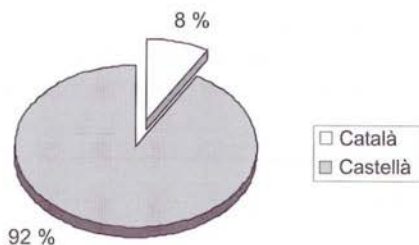
que llegeix *El Periódico*. Com veiem en el gràfic 1, l'estudi no separa els qui llegeixen la versió catalana de la castellana d'aquest diari bilingüe, però, segons les dades que tenim, el 60 % dels exemplars del diari són en castellà i el 40 %, en català, la qual cosa el permet defensar que hi ha més 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



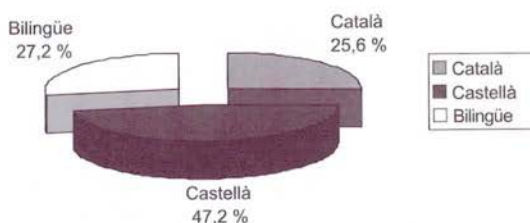
En canvi, gairebé tots els catalans, el 92 %, llegeixen els suplement setmanals de diari en castellà i només una minoria, 8 %, ho fa en català.

GRÀFIC 2
Consum de suplement, 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.

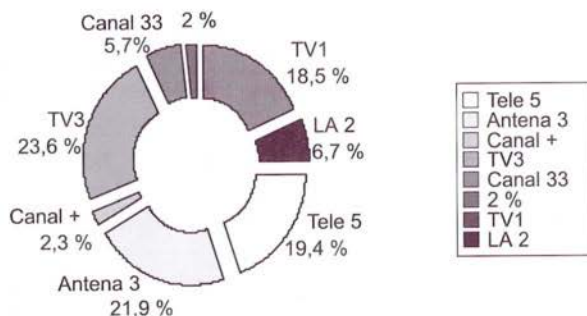
De tota manera, cal recordar que en aquest estudi no apareixen les ràdios municipals, on l'oferta de català es molt majoritària.

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.

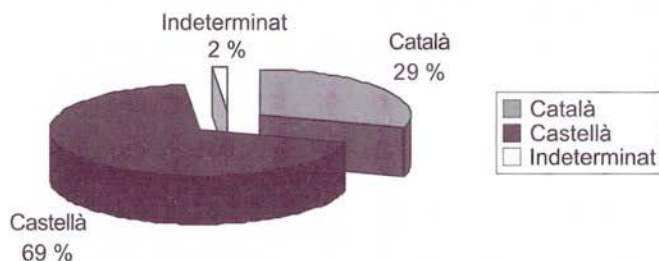
GRÀFIC 4
Quota de pantalla a Catalunya, 1998 (SOFRES)



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)

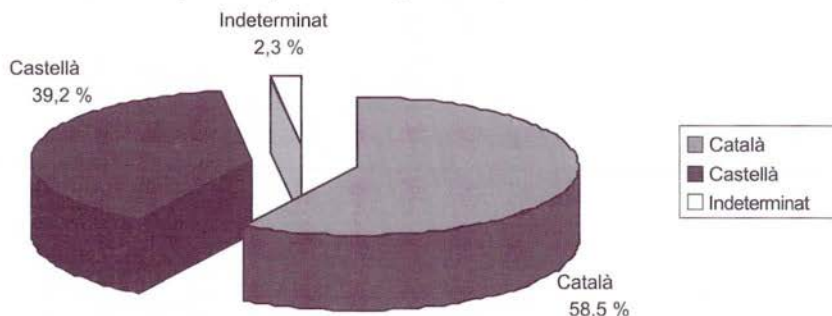


El consum de televisió en català és una mica superior al que s'ha indicat si considerem que TV1, La 2 i Tele 5 han emès diàriament programació en català durant l'any 1998. A més, cal tenir en compte, com ja hem comentat, que el consum de televisió local en català no es pot mesurar adequadament:

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)

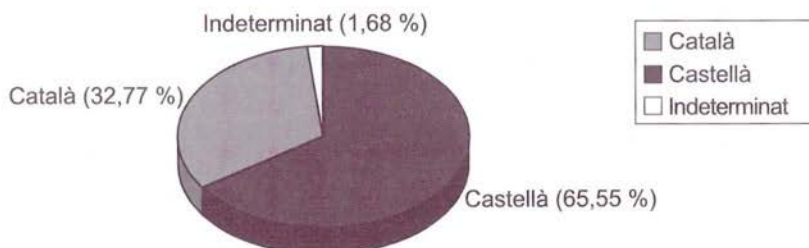


1. De 8.00 a 8.15 h.

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 suplement 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.