

informe de la comunicació a Catalunya 2000



inCOM
Institut de la Comunicació



Universitat
Autònoma
de Barcelona

INFORME DE LA COMUNICACIÓ A CATALUNYA 2000

Maria Corominas
Miquel de Moragas Spà
(editors)

Institut de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona

Amb el suport de:
Generalitat de Catalunya

Amb el patrocini de:
al-pi
Gas Natural SDG
El Periódico de Catalunya

Amb la col·laboració de:
Diputació de Barcelona
Fundació Jaume Bofill
Infoadex

Informe de la comunicació a Catalunya 2000 / Maria Corominas, Miquel de Moragas Spà (eds.). -- Bellaterra : Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2000.
ISBN 84-699-2574-1

I. Corominas, Maria II. Moragas Spà, Miquel de 1. Comunicació -- Catalunya -- Anuaris -- 2000 2. Mitjans de comunicació -- Catalunya -- Anuaris -- 2000 3. Comunicació -- Catalunya -- aspectes socials 4. Comunicació -- Catalunya -- aspectes polítics 4. Comunicació -- Catalunya -- ètics i morals 5. Comunicació i Cultura -- Catalunya 6. Informació -- Tecnologia -- Catalunya

301.153 (467.1)"2000"

Coordinació general

Maria Corominas

Director de l'InCom

Miquel de Moragas Spà

Consell de redacció

Maria Corominas

Miquel de Moragas Spà

Daniel E. Jones

Bernat López

Gemma Larrègola

Secretaria de redacció

Josep Àngel Guimerà i Orts

Marta Civil

Ana Belén Moreno

Correcció i assessorament lingüístic

Oriol Gibert

Gemma Casamajó

Josep Saurí

Edició i disseny

Miquel Gómez

Xavier Martínez Chico

Nando Salvà

Eduardo Ramos

Mario Moya

Impressió i encuadernació

Novoprint

Dipòsit legal

B-26.558-2000

Autors

Salvador Alsius

Laura Bergés

Montse Bonet

Lluís Bonet i Agustí

Héctor Borrat

Lluís de Carreras i Serra

Marta Civil

Maria Corominas

Matilde Delgado

David Domingo

Anna Fajula

Xavier Ferràndiz Bofill

Rosa Franquet

Philipp Fürst

M. Antònia Galceran

Núria García

Josep Gifreu

Josep Lluís Gómez Mompert

Román Gubern

Josep Àngel Guimerà i Orts

Daniel E. Jones

Gemma Larrègola

Bernat López

Joan Majó

Xavier Marcet

Enric Marín i Otto

Josep M. Martí

Rosario de Mateo

Miquel de Moragas Spà

Llúcia Oliva

Emili Prado

Núria Puig

J. Vicenç Rabadan

Natividad Ramajo

Esteve Rimbau

José M. Ricarte

David Roca

Marta Sabater

Jordi Sànchez

Maite Soto

Casimiro Torreiro

Joan Manuel Tresserras

David Vidal Castell

Pere Vila i Fumàs

INFORME DE LA COMUNICACIÓ A CATALUNYA 2000

Presentació	6
Miquel de Moragas Spà, Maria Corominas	
Introducció	9
Miquel de Moragas Spà, Maria Corominas	
Part I	
LA SITUACIÓ DELS MITJANS	
(Informes, estadístiques, interpretacions)	
1. La premsa	17
Josep Lluís Gómez Mompart, David Vidal Castell	
2. La ràdio	43
Josep M. Martí, Montse Bonet	
3. La televisió	67
Emili Prado, Matilde Delgado, Núria García, Gemma Larrègola	
4. La publicitat	91
José M. Ricarte, David Roca, Anna Fajula, Philipp Fürst	
5. El sector cinematogràfic	113
Esteve Riambau, Casimiro Torreiro	
6. Grups de comunicació	125
Rosario de Mateo, Laura Bergés, Núria Puig, Marta Sabater	
7. Tres indústries culturals d'edició discontinua: editorial, fonogràfica, videogràfica	145
Daniel E. Jones	
8. Multimèdia i Internet	167
Rosa Franquet, Matilde Delgado, Natividad Ramajo, Maite Soto	
9. Les telecomunicacions	185
Pere Vila i Fumàs, Xavier Ferràndiz Bofill	
10. La comunicació local	213
Observatori de la Comunicació Local (J. Vicenç Rabadan, Montse Bonet, Josep Àngel Guimerà i Orts, Miquel de Moragas Spà, David Domingo, Bernat López)	
11. Les polítiques de comunicació	243
Miquel de Moragas Spà, Bernat López	
12. La llengua	259
Maria Corominas, Llúcia Oliva	

13. La Xarxa a la premsa, la premsa a la Xarxa	275
Héctor Borrat	

Part II

PROSPECTIVA EN COMUNICACIÓ

Grans tendències

14. Comunicació i pensament estratègic a l'empresa	295
Xavier Marcet	
15. Dret a la informació i ètica periodística	303
Salvador Alsius	
16. La Unió Europea i la Societat de la Informació	311
Joan Majó	
17. La imatge en la societat de la informació	321
Román Gubern	
18. L'impacte cultural de les noves tecnologies	329
Enric Marín i Otto, Joan Manuel Tresserras	
19. L'espai català de comunicació en l'era digital	339
Josep Gifreu	
20. Nous reptes per a les polítiques culturals a Catalunya	347
Lluís Bonet i Agustí	
21. El control democràtic de la televisió	359
Lluís de Carreras i Serra	
22. Comunicació política i noves tecnologies	371
Jordi Sànchez	

Part III

DOCUMENTACIÓ I ESTUDIS

23. Documentació i estudis	381
23.1. Selecció bibliogràfica (1999)	382
M. Antònia Galceran	
23.2. Recull de tesis doctorals llegides a Catalunya (1998 i 1999)	389
Marta Civil	
23.3. Estudis universitaris	392
Marta Civil, Josep Àngel Guimerà i Orts	
23.4. Webs d'interès	393
Marta Civil, Josep Àngel Guimerà i Orts	

LA LLENGUA *

Maria Corominas

Institut de la Comunicació
i Departament de Periodisme
i de Ciències de la Comunicació
(Universitat Autònoma de Barcelona)

Llúcia Oliva

Televisió Espanyola
i Societat Catalana de Comunicació

La situació de la llengua catalana als mitjans de comunicació, en termes de grau de presència o absència, és l'objecte d'interès principal d'aquest capítol, centrat a Catalunya. D'una banda, s'hi fa un repàs del marc legal i de les iniciatives de política lingüística en relació amb els mitjans de comunicació. De l'altra, s'analitza l'estat de la qüestió a la premsa, la ràdio, la televisió i el cinema i es dibuixa un perfil d'altres mitjans i sectors.

(*) L'Institut de la Comunicació (InCom) de la UAB i les autores agraeixen a la Fundació Jaume Bofill de Barcelona el suport per a l'elaboració d'aquest capítol.

La llengua és un dels aspectes centrals dels mitjans de comunicació, que, en utilitzar-la, contribueixen a normalitzar-la i a estendre'n l'ús

1. Introducció

La llengua és un dels aspectes centrals dels mitjans de comunicació, que, en utilitzar-la, contribueixen a normalitzar-la i a estendre'n l'ús o, almenys, el coneixement.

A Catalunya, la situació s'ha caracteritzat pel domini mediàtic del castellà i una certa tradició, molt revitalitzada a partir de la transició democràtica, de mitjans en català o de presència d'aquesta llengua a mitjans on conviu amb el castellà. En qualsevol cas, el català s'ha situat en una segona posició, més o menys distant del castellà segons els mitjans i els sectors.

A final dels anys noranta, l'àmbit dels mitjans de comunicació ha estat un dels centres d'atenció preferent de la política lingüística --i també, com il·lustra per exemple el cas del cinema, un dels punts de conflicte--, que, en aquest context, es proposava l'objectiu de fomentar-hi l'ús del català. Amb aquesta finalitat, i un cop consolidat un sector públic de mitjans en català o amb una presència important (de manera molt especial, els audiovisuals, encapçalats per la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió i integrats també pels gestionats per les corporacions locals), s'entra en una nova etapa orientada a promoure l'ús del català per mitjà d'unes quotes (a la ràdio privada de concessió, al doblatge de cinema) que, almenys en termes d'oferta, posin totes dues llengües en una situació similar. Aquestes mesures --promogudes per la Llei de Política Lingüística de 1998 i, tal com s'analitza més endavant, parcialment contestades almenys en alguns camps-- coincideixen amb unes iniciatives que, des del sector privat de la premsa, s'orienten en el mateix sentit: es tracta de la introducció d'una doble versió lingüística, en català i en castellà, a *El Periódico de Catalunya* i *Segre*.

Tot plegat dibuixa un mapa relativament nou, en el qual la presència del català augmenta. Al mateix temps, però, l'àrea emergent dels *nous mitjans*, el món lligat a la digitalització i a Internet, planteja incògnites i reptes nous.

2. Política lingüística i mitjans de comunicació

En l'àmbit de la llengua als mitjans de comunicació, l'acció reguladora ha comportat algunes modificacions sobre el marc definit per la llei de política lingüística de 1983. En particular, al costat de les previsions que ja existien per als mitjans públics, s'introdueixen referències als mitjans audiovisuals privats pel que fa a l'ús de la llengua i a la música cantada, a les indústries culturals com ara el cinema i a les indústries de la llengua i la informàtica.

La Llei 1/1998, de Política Lingüística (DOGC 2553, de 9 de gener) --que va ser aprovada amb els vots a favor de CiU, PSC, IC i el PI; els vots en contra, per raons oposades, del PP i ERC, i l'abstenció del PCC--, introduïa, entre els objectius generals, "normalitzar i fomentar l'ús del català en l'Administració, l'ensenyament, els mitjans de comunicació social, les indústries culturals i el món socioeconòmic" (art.1.2.c). Amb aquesta finalitat estipulava que en els mitjans públics de ràdio i de televisió (gestionats per la Generalitat i pels ajuntaments) "la llengua normalment emprada ha d'ésser la catalana", tot i que els dependents de les corporacions locals "poden tenir en compte les característiques de llur audiència" (art.25.1).

(1) Aquestes mateixes previsions s'apliquen per als mitjans escrits (art.27.1).

Quant als mitjans de ràdio i de televisió de concessió, preveia que els canals de televisió distribuïda per cable i les televisions de gestió privada d'àmbit territorial de Catalunya haguessin de garantir que "com a mínim el cinquanta per cent del temps d'emissió de programes de producció pròpia de qualsevol mena i dels altres teleserveis que ofereixin siguin en llengua catalana" (art.26.1 i 2). Pel que fa a les emissores de ràdio amb concessió atorgada per la Generalitat, havien de garantir que "com a mínim el cinquanta per cent del temps d'emissió" fos en català, tot i que aquest percentatge és modificable per la Generalitat en funció de les característiques de l'audiència (art.26.3). A més, tant les emissores de ràdio com les de televisió han de garantir "una presència adequada de cançons produïdes per artistes catalans" i almenys el 25% de les cançons en català (o en aranès)² (art.26.5).

En els mitjans escrits, s'estableix la possibilitat de subvenció --amb "criteris objectius de difusió, comercialització i ús del català", "i sota control del Parlament o dels plens de les corporacions locals"-- de publicacions periòdiques de difusió general i d'àmbit local i comarcal que siguin totalment o majoritàriament en català (art.27).

En matèria de cinema, la llei (art.28) preveu la possibilitat de fixar quotes lingüístiques de distribució i d'exhibició. Aquesta iniciativa es concreta en el Decret 237/1998, de 8 de setembre (DOGC 2725, de 16 de setembre). En la distribució s'estableix l'obligació de doblar al català les obres de més de 60 minuts que es distribueixen en versió doblada a Catalunya en els següents casos:

✓si superen les 16 còpies (divuit en el període transitori);

✓les obres d'animació adreçades al públic infantil, amb independència del nombre de còpies (art.3.1.).

Serà en català almenys el 25% del còmput anual de còpies doblades distribuïdes a Catalunya (art.3.2)³.

En l'exhibició, l'oferta anual de les sales ha d'arribar a la proporció mínima d'un dia de pel·lícula doblada al català per cada tres de pel·lícula doblada al castellà o a d'altres llengües.

S'ha remarcat que el cinema ha estat l'àmbit més controvertit de l'aplicació de la regulació lingüística: les empreses cinematogràfiques recorren contra el decret, i el Govern central es manifesta favorable a les posicions d'aquestes empreses: "El febrer de 1999, el mateix Tribunal Suprem avala la política d'ajuts al cinema en català --que havia estat impugnada pel PSOE--, però d'altra banda el Tribunal Superior de Justícia de Catalunya suspèn cautelosament l'aplicació del decret i n'invalida el règim de sancions" (Marí, 1999:724-725). Davant l'oposició de les distribuïdores, agrupades a Fedicine (Federación de Distribuidores Cinematográficos), i dels exhibidors, l'aplicació del decret es va ajornar fins a l'1 de juny de 2000 (Decret 201/1999; DOGC 30 de juliol de 1999), i s'entra en una etapa de negociacions entre el Govern català i les distribuïdores nord-americanes⁴.

El març de 2000 el conseller de Cultura, Jordi Vilajoana (2000:12), defensava, en compareixença al Parlament, que la solució "hauria de consistir en la incorporació del català a la política de doblatge de les companyies d'una manera sistemàtica i habitual, tot contemplant el nombre de títols que les companyies americanes doblen a països de dimensions simi-

*S'ha remarcat
que el cinema
ha estat l'àmbit
més controvertit
de l'aplicació de
la regulació
lingüística*

(2) El decret que desenvolupa aquest punt (Decret 269/1998) exclou d'aquesta obligació les emissores musicals especialitzades en música clàssica o folklorica (art.6.g).

(3) També en el cas de les obres subtitulades es preveu que almenys una quarta part del còmput anual ho sigui en català (art.4).

(4) Les negociacions van començar el 29 de gener de 1999 amb una reunió entre l'aleshores conseller de Cultura, Joan Maria Puigals, i el president de la Motion Picture Association of America (MPAA) a Washington. D'altra banda, per a una anàlisi del conflicte vegeu Jones, Daniel E. (1999): "Catalunya davant la prepotència de Hollywood. Mercats globals i cultures minoritàries", a *Trípodos*, núm.7, Barcelona, maig, pàg.47-59.

*Les mesures de
promoció del
català
aprofundeixen
en la línia que
ja s'havia
apuntat en la
televisió per
cable i per ones
terrestres*

lars a les nostres. [...] Pel que fa als costos de doblatge, la solució hauria de comportar la participació inicial de la Generalitat en una part dels costos de doblatge i de copiatge en els termes establerts des de 1989, i que més endavant haurien de ser modificats d'acord amb l'evolució del mercat". A més, el conseller es declarava disposat a retirar el decret per afavorir un canvi d'actitud.

Les previsions de la Llei de Política Lingüística per a les emissores concessionàries de ràdio es desenvolupen mitjançant el Decret 269/1998, de 21 d'octubre (DOGC 2756, de 2 de novembre). Aquesta norma fixa que l'ús del català --almenys el 50% del temps d'emissió-- s'ha de distribuir equitativament en totes les franges horàries, si bé les emissores que formen part de cadenes d'àmbit estatal, "en la totalitat o en part del seu temps d'emissió, podran excloure d'aquesta obligació una franja horària d'un màxim de sis hores consecutives de durada" (art.6.f.).

Pel que fa a la música cantada en català, es computaran doble les emissions que es facin en els períodes diaris de màxima audiència⁵ (disposició addicional 1.1.).

En resposta al recurs que va presentar COPE en no resultar renovada la concessió de tres emissores d'aquesta cadena, el Tribunal Superior de Justícia de Catalunya no va qüestionar la política de quotes de català a la ràdio, si bé va estimar que hi havia una desproporció en la puntuació que s'atorgava als concursants si utilitzaven la llengua catalana per damunt de les previsions legals⁶.

En general, es pot considerar que les mesures de promoció del català aprofundeixen en la línia de política lingüística que ja s'havia apuntat en la regulació de la televisió per cable i per ones terrestres. En concret, la Llei 8/1996, de 5 de juliol (DOGC 2232), que regula la programació audiovisual distribuïda per cable fixava que "les entitats que presten el servei públic de radiodifusió televisiva han de dedicar el 50% del temps de reserva destinat a la difusió d'obres europees a l'emissió d'obres d'expressió originària en qualsevol llengua oficial de Catalunya", tot garantint que almenys "el 50% d'aquestes obres siguin en llengua catalana" (art.6.1)⁷. Estipulava també que les pel·lícules, sèries o documentals doblats a una llengua diferent de l'original s'havien d'oferir simultàniament com a mínim doblats al català (art.6.2). Per la seva banda, el Decret 320/1996, d'1 d'octubre (DOGC 2268), de regulació del règim jurídic de les televisions locals per ones terrestres, avançava que entre els criteris de valoració per al règim de concessió es tindria en compte "l'interès cultural i/o educatiu del projecte, valorant essencialment el foment de les diferents manifestacions de la cultura catalana local", "la promoció de la llengua catalana, així com específicament l'aranès, dins de l'àmbit territorial de cobertura de la seva influència" i "la creació d'emissores que realitzin la seva programació en català, en zones poc o gens dotades d'estacions radiodifusores en aquesta llengua" (art.11).

En la compareixença parlamentària que va fer el conseller de Cultura, Jordi Vilajoana (2000), el mes de març de 2000 va identificar quatre objectius prioritaris en el desenvolupament de les mesures lingüístiques per a la legislatura en curs, tendents a augmentar la presència del català als mitjans de comunicació i en concret:

✓ A la premsa diària i, en especial, a la premsa esportiva i a la premsa periòdica de quiosc per arribar, a final de la legislatura, almenys al 30% de

(5) Les franges horàries d'audiència en les emissores comercials s'estableixen mitjançant una resolució (de 23 de juny de 1999, DOGC 2936 de 22 de juliol).

(6) Vegeu, entre d'altres, tres punts de vista sobre la sentència a Avui, El Periódico de Catalunya i La Vanguardia, de 25 de març de 2000. Els criteris relacionats amb l'ús del català representaven el 64,3% de la puntuació total, davant del 35,7% que corresponien al projecte de l'emissora.

(7) En els mateixos termes es manifesta el Decret 320/1996, regulador del règim jurídic de les televisions locals per ones terrestres, a l'article 14.

tota la premsa venuda.

- ✓ A la ràdio comercial amb l'objectiu que, al final del període, més del 75% de les emissores d'FM emetin en català.
- ✓ A l'oferta cinematogràfica, per la via del doblatge i de la producció de pel·lícules en català.
- ✓ Al mercat del vídeo, el DVD i el multimèdia.

3. La llengua als mitjans

3.1. Premsa

El gran canvi en l'àmbit de la premsa el protagonitza la introducció de la doble edició --en català i en castellà-- que, des del 28 d'octubre de 1997, publica *El Periódico de Catalunya*; un mes abans, l'11 de setembre de 1997, el diari *Segre* de Lleida començava el mateix procés. A partir de l'existència d'aquestes dues edicions hi ha a Catalunya set diaris d'informació general monolingües en català que, conjuntament, l'any 1998 hi difonien 157.919 exemplars (el 97,8% de tota la difusió).

Tot i la importància d'aquest increment, la premsa diària consumida al Principat encara era, amb diferència, sobretot en castellà. Així, davant dels quasi 158.000 (26,3%) exemplars en català se'n venien 442.040 (73,7%) en castellà.

En l'àmbit dels setmanaris en català (en concret, setmanaris de pagament sotmesos al control de l'OJD) s'observa, entre 1995 i 1998, una tendència a l'estabilitat, tant pel que fa a nombre de capçaleres (17-16) com als exemplars difosos, a l'entorn dels 55.000. Així, el 1998 les 16 publicacions setmanals d'aquest tipus difonien 54.386 exemplars (Departament de Cultura, 1999:237).

Taula 1

Difusió de la premsa diària d'informació general editada a Catalunya en català (1998)

Capçalera	Difusió global	Difusió a Catalunya
El Periódico de Catalunya*	83.416	81.364
Avui	34.027	32.700
El Punt	21.724	21.700
Regió 7	9.070	9.017
Diari de Girona	6.163	6.075
Segre*	5.016	4.947
El 9 Nou (Vallès Occidental)	2.116	2.116
Total	161.532	157.919

* Només versió en català.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD).

El gran canvi en premsa el protagonitza la doble edició --en català i en castellà-- d'El Periódico de Catalunya

També s'han produït progressos en la presència del català en la premsa especialitzada

□ Taula 2

Difusió de la premsa diària d'informació general editada a Catalunya en castellà totalment o majoritàriament (1998)

	Difusió global	Difusió a Catalunya
Capçalera		
La Vanguardia	212.202	199.024
El Periódico de Catalunya*	124.654	120.952
Diari de Tarragona	13.653	13.523
Segre*	8.290	7.874
Diari de Sabadell	6.256	6.223
La Mañana	6.143	5.807
Diari de Terrassa	5.304	5.263
El País**	62.702	56.206
El Mundo**	17.647	17.647
ABC**	9.521	9.521
Total	466.372	442.040

*Només edició en castellà.

** Edició de Catalunya d'aquestes publicacions estatals.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OJD.

D'altra banda, també s'han produït progressos en la presència del català en la premsa especialitzada en viatges (*Descobrir Catalunya*, mensual nascut el 1997, amb una difusió de 20.805 exemplars el 1998 segons l'OJD), economia (*Dossier Econòmic*, setmanal aparegut el setembre de 1997), decoració (el trimestral *Eben*, amb un tiratge de 10.000 exemplars segons l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català) i altres camps.

En aquest sentit també cal subratllar que pràcticament tota la premsa local i comarcal s'edita en català de forma exclusiva o majoritària. El 1999 els 14 setmanaris i els dos bisetmanaris d'aquest tipus amb control de l'OJD eren en català i, entre tots, difonien uns 47.000 exemplars.

La llengua utilitzada depèn clarament del perfil sociolingüístic de l'àrea on s'edita la publicació, ja que a zones amb major nombre d'habitants castellanoparlants s'acostuma a combinar la presència del català i del castellà en la publicació, tant en els continguts redaccionals com en la publicitat⁸.

(8) Vegeu, en aquest mateix informe, l'apartat 2 del capítol 10, "La comunicació local", elaborat per J. Vicenç Rabadan. També, sobre el català a la premsa en general, el capítol 1, "La premsa", de Josep Lluís Gómez Mompert i David Vidal.

□ Taula 3

Difusió de setmanaris locals i comarcals editats a Catalunya en català (1998)

Capçalera	Periodicitat	Difusió 1998	Difusió 1999
El 9 Nou (Osona)	Bisetmanal	9.252	9.326
El 9 Nou (Vallès Oriental)	Bisetmanal	3.945	4.257
El 3 de Vuit	Setmanal	6.009	6.035
Diari de Vilanova	Setmanal	5.953	5.939
La Veu de l'Anoia	Setmanal	4.816	5.240
Setmanari de l'Alt Empordà	Setmanal	3.110	3.379
La Comarca d'Olot	Setmanal	3.213	3.367
Hora Nova	Setmanal	2.346	2.315
L'Eco de Sitges	Setmanal	1.591	1.772
Nova Tàrrrega	Setmanal	1.359	1.366
Àncora	Setmanal	1.153	1.181
Forja	Setmanal	1.161	1.144
Vida	Setmanal	866	1.011
Setmanari Montbui	Setmanal	848	864
Rubricata	Setmanal	753	s.d.
Total		46.375	47.196

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'OJD.

Aquesta tendència de la premsa local i comarcal també s'observa en la premsa pública municipal i en la premsa gratuïta. Així es pot observar a la taula 4, tot i que només es recull la presència de la llengua catalana a les publicacions integrades en l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta (ACPG).

En la línia dels ajuts a la premsa en català, el Departament de Cultura va destinar-hi l'any 1998 un total de 406.739.444 pessetes en tres grans blocs d'actuació (<http://cultura.gencat.es/llengcat/socio/mitjans.htm> i Departament de Cultura, 1999:239):

✓ Ajuts generals per a l'edició de publicacions periòdiques en funció de la difusió i dels números editats, amb 321.477.736 pessetes.

✓ Ajuts per potenciar projectes específics de foment de la presència del català a la premsa o de millora de les condicions de producció i viabilitat de la premsa en català, amb 71.311.798.

✓ Ajuts per a la intensificació de l'ús de la premsa en català com a suport publicitari d'esdeveniments culturals, amb 13.950.000.

□ Taula 4

Presència del català a la premsa gratuïta editada a Catalunya (1998)

Capçalera	Tiratge/distribució*	Presència del català (%)	Contingut redaccional (%)
Periodicitat diària			
L'Actualitat de Granollers	14.000/setmana	100	50
Periodicitat setmanal			
Cap Gros	32.000	100	40
El Punt de Venda Gironès/Pla de l'Estany	31.068	100	40
El Punt de Venda Selva	20.818	100	40
Reclam Osona/Ripollès/Selva	20.000	100	40
El Punt de Venda Baix Empordà	19.260	100	40
El Punt de Venda Alt Empordà	19.191	100	40
El Punt de Venda Garrotxa/Ripollès	14.813	100	40
El 29 d'Olot	13.500	100	40
Tot Sant Cugat	14.151*	97	s.d.
Tot Caldes de Montbui	2.000	95	60
Tot Mataró i Maresme	32.000	80	40
Tot Cerdanyola	10.044*	80**	50
El Mercat de l'Hospitalet	70.575*	50	50
El Mercat de Badalona	56.042*	50	50
El Mercat de Sabadell	49.818*	50	50
El Mercat de Terrassa	44.902*	50	50
El Mercat de Girona	39.927*	50	50
El Mercat de Lleida	39.639*	50	50
El Mercat de Manresa	30.065*	50	50
El Mercat de Santa Coloma	29.891*	50	50
El Mercat de Sant Boi	28.405*	50	50
El Pregó de Terrassa	19.000	30	40
El Pregó del Vallès	18.000	30	40
Periodicitat quinzenal			
Freqüència	40.000	100	90
El Forat del Vent	12.565*	90	35
Magazine Vallès	25.151*	50	40
Periodicitat mensual			
Secundària	24.268*	100	70
De pànxing Cerdanya	15.302*	100	45
De pànxing Berguedà	15.000	100	45
Reclam de la Cerdanya	15.000	100	30
Reclam Sabadell	15.000	100	30
Viure a Sant Cugat	12.000	100	70
L'Ham	7.000	100	45
Ebre Exprés	4.500	100	s.d.
Zona Alta de Barcelona	27.067*	55	30
La Marina	6.000	50	75
El Diari del Prat	5.000	s.d.	s.d.
Total	892.962		

* Distribució gratuïta controlada per l'OJD.** En aquest cas, el 15 % és en castellà i el 5 %, en anglès.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta [en línia]: <http://www.premsaagratuita.com> [Consulta: Març de 2000].

3.2. Ràdio i televisió

La normalització lingüística en ràdio i televisió és més alta que no pas en el cas de la premsa. S'ha assenyalat que tots dos mitjans "han protagonitzat la normalització del consum mediàtic en català des del final de la dictadura" (Terribas i Bosch, 1999:687).

Les Emissores de la Generalitat (Catalunya Ràdio, nascuda el 1983; Catalunya Música, 1987; Catalunya Informació, 1992 i Catalunya Cultura, 1999) emeten íntegrament en català, amb l'única excepció de la música. La primera, generalista, s'ha consolidat a més com a líder d'audiència. Segons dades de l'Estudio General de Medios (EGM) i per tant referides a individus majors de 14 anys, l'any 1999 va tenir una audiència de 559.000 oients, 109.000 més que la segona classificada, la SER (OM i FM). L'oferta pública es complementa amb Ràdio 4 (de RNE) i COM Ràdio, un projecte promogut per la Diputació de Barcelona a l'entorn del qual s'han associat nombroses emissores municipals, entre les quals el català té una presència majoritària⁹.

En l'àmbit privat existeixen algunes cadenes o emissores que emeten només en català, com ara Flaix FM, Flaixbac, Hot 70, Ona Catalana, RAC 105, Ràdio Estel, Ràdio Marina, RKOR, Segre Ràdio i 101.1 Igualada.

□ Taula 5

Audiència de les emissores de ràdio en català a Catalunya (1999)

Emissora	Audiència
Emissores públiques	
Catalunya Ràdio	559.000
Emissores municipals*	156.000
Catalunya Informació	136.000
Catalunya Música	29.000
Catalunya Cultura	21.000
RNE Ràdio 4	13.000
Emissores privades	
Flaix FM	259.000
RAC 105	89.000
Ona Catalana	88.000
Flaixbac	67.000
RKOR	42.000
Hot 70	29.000
Ràdio Estel	28.000
Segre Ràdio	8.000
101.1 Igualada	6.000
Ràdio Marina	5.000

* La xifra correspon al que l'EGM considera municipals, barri i R.COM.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Estudio General de Medios (EGM).

La normalització lingüística en ràdio i televisió és més alta que no pas en el cas de la premsa

(9) Vegeu Corominas, Maria; Mercè Díez; Laura Bergés (1999): "Vint anys d'emissores municipals", a *Quaderns del CAC*, núm. 4, pàg. 52-57.

*Val la pena tenir
en compte la
hipòtesi que hi
ha una
correlació entre
l'increment de
l'oferta de
televisió en
català i
l'augment del
consum*

D'altra banda, en les emissores que fan desconnexions s'ha generalitzat la pràctica d'utilitzar majoritàriament el català en la producció pròpia en aquests períodes de temps. A més, també s'ha detectat una tendència a l'augment de la presència del català en emissores on pràcticament no es parlava⁽¹⁰⁾.

En aquest sentit, després de la resolució del concurs de concessió de freqüències de 1999, el 71% de les emissores estaven obligades a emetre més de la meitat del temps en català (Vilajoana, 2000).

En síntesi, en el camp de la ràdio sembla que es confirma una tònica favorable al català que, almenys en termes de consum, ja s'havia assenyalat per a l'any 1998. Així, Lúcia Oliva, Conxa Parramon i Jordi A. Jauset, autors del capítol sobre consum de mitjans dins de la recerca sobre la llengua als mitjans realitzada per la Societat Catalana de Comunicació, remarquen que només un 13% dels catalans escoltava ràdios monolingües en castellà; un 39%, monolingües en català i un 48%, emissores on s'usaven totes dues llengües⁽¹¹⁾.

En el camp de la televisió, l'oferta està integrada per:

- ✓ Dos canals públics monolingües en català, TV3 i Canal 33;
- ✓ Dos canals públics majoritàriament en castellà, TVE 1 i La 2, però amb algunes franges horàries de desconnexió en català;
- ✓ Dos canals privats en obert, Telecinco i Antena 3, que des de 1994 emeten en català a través del sistema dual algunes pel·lícules i alguns capítols de sèries, així com també informació i, en el cas d'Antena 3, algunes retransmissions esportives en català.
- ✓ Un canal privat de pagament, Canal+, que esporàdicament, a través del sistema dual, emet pel·lícules en català.
- ✓ Segons el lloc de residència, una o dues televisions locals, que emeten majoritàriament en català.
- ✓ Les dues plataformes digitals, Canal Satélite Digital (CSD) i Via Digital, amb els canals corresponents. El febrer de 1998 la CCRTV i CSD van fer un acord en funció del qual Canal Satélite emetia 20 hores setmanals en català.
- ✓ Altres emissores via satèl·lit, que emeten en una gran pluralitat de llengües.

En termes d'audiència, TV3 ha tendit a ocupar la primera posició (1997 i 1998), tot i que l'any 1999, amb una quota de pantalla del 22,1%, va ser superada per Antena 3, que va arribar al 22,2%. Això no obstant, el consum de televisió és, majoritàriament, en castellà. Així, per exemple, l'any 1998, en què TV3 va ser líder d'audiència amb un 23,6%, el consum en català se situava al voltant del 30% (afegint-hi el 5,7% de Canal 33).

Val la pena tenir en compte la hipòtesi que hi ha una correlació entre l'increment de l'oferta de televisió en català i l'augment del consum. Per a l'any 1998 l'estudi citat d'Oliva, Parramon i Jauset (en premsa) feia notar que quan hi emetien tres de les set cadenes convencionals (entre les vuit i

(10) Vegeu, en aquest mateix informe, xifres concretes calculades per Montse Bonet a l'apartat 3 del capítol 10, "La comunicació local".

(11) Oliva, Lúcia; Conxa Parramon i Jordi A. Jauset (2000): "La mesura de l'ús dels mitjans catalans, una qüestió pendent", a Societat Catalana de Comunicació: *El català als mitjans de comunicació. Situació actual i perspectives*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans (en premsa).

un quart de nou del matí) l'audiència de televisió en català era del 58,5%, cosa que portava els autors a pensar que si augmenta l'oferta en català, també n'augmenta el consum. D'acord amb el que avança aquest mateix estudi, la tendència es confirmava l'any 1999 en la franja compresa entre les 13h 45 i les 14 hores: les quatre cadenes que emetien en català en aquest període (TVE 1, Antena 3, TV3 i Canal 33) concentraven el 62,1% de l'audiència.

Un estudi del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) per a 1998 il·lustra la relació entre llengua i televisió per als teleespectadors catalans¹². A quasi la meitat de la població (48%) li era indiferent la llengua de l'emissora; un 32% deia que preferia veure televisió en català i un 20%, en castellà.

L'anàlisi de l'ús de la llengua en l'àmbit de la televisió local és força complexa per la falta de dades homologables. El centenar d'emissores identificat en el cens de l'InCom el desembre de 1999¹³ declarava que el català era la llengua utilitzada molt majoritàriament en la producció pròpia (informatius, retransmissions d'actes locals, magazines, programes d'entreteniment) i el castellà (i, en menor mesura, l'anglès) dominava en la producció aliena (ficció, programes de videoclips).

3.3. Cinema

L'estudi de la presència del català al cinema s'ha d'emmarcar en el context de la situació del sector a Catalunya¹⁴. En aquest sentit, s'ha assenyalat com, després d'un període de crisi, entre 1988 i el final dels anys 90 s'observen símptomes clars de reactivació --l'any 1998 el nombre de sales arriba a 587; els espectadors, als 26,7 milions; i la recaptació supera els 18.000 milions de pessetes (Departament de Cultura, 1999:224)-- i, simultàniament, s'afebleix la producció¹⁵.

El cinema, doncs, es configura com un àmbit important en el qual --com ha remarcat Marí (1999:724)-- el català té una presència molt reduïda: "La política de subvenció va aconseguir un lleuger increment de les estrenes doblades al català a començament dels anys noranta, però la tendència va decaure després: el 1997 sols un 1,8% dels espectadors van poder veure films en català [...] només 82 còpies sobre més de 3.600 (un exigü 2,25%) eren en català".

Les xifres relatives a l'any 1997 mostren com de cada 10 pel·lícules, només 0,6 van ser en català (en versió original, doblades o subtitulades) i 9,4 en castellà (vegeu la taula 6). És clar, doncs, el predomini de les pel·lícules en castellà i, preferentment, doblades en aquesta llengua.

L'anàlisi diacrònica il·lustra la durabilitat d'aquesta tendència. Així, entre 1992 i 1998 (tots dos inclosos) les majors nord-americanes van doblar al català només 24 pel·lícules¹⁶, amb una mitjana de quatre còpies per títol (*La Vanguardia*, 29 de setembre de 1999). El conseller de Cultura puntualitzava, en la compareixença parlamentària de març de 2000, que entre 1996 i 1998 "el consum de cinema en català va ser només de l'1,7% com a mitjana i no per manca de públic o de demanda, sinó per manca d'oferta" (VilaJoana, 2000:11).

El cinema és un àmbit important en el qual el català té una presència molt reduïda

(12) CIS (1998): *Uso de lenguas en comunidades bilingües (II): Cataluña*. Madrid: CIS, octubre. (Estudio núm. 2298), citat per Oliva, Parramon i Jauset (en premsa).

(13) Vegeu, en aquest mateix informe, l'apartat 4, elaborat per Josep Àngel Guimerà i Orts, del capítol 10, "La comunicació local".

(14) Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol 5, "El sector cinematogràfic", d'Esteve Ribambau i Casimiro Torreiro.

(15) Corominas, Mària; Laura Bergés, Lluís Badia i Josep Àngel Guimerà (1999): "Els actors culturals", a Jordi Sánchez (coord. gral.): *Informe per a la Catalunya del 2000. Societat, economia, política, cultura*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill, pàg. 583-627.

(16) United International Pictures va doblar-ne 11, totes de producció comunitària; Buenavista International Spain, 7; Columbia, 3 i Hispano-Foxfilms, 3 més. Tot plegat, 13 pel·lícules nord-americanes (VilaJoana, 2000:11).

Taula 6

Presència del català al cinema a Catalunya (1997)

	Català		Castellà	
	Pel·lícules	Espectadors	Pel·lícules	Espectadors
Versió original	34	113.442	149	2.073.181
Doblades	34	321.233	536	19.660.670
Subtitulades	2	1.311	446	1.477.799
Total	70	435.986	1.131	23.211.650

Font: *La Vanguardia*, 29 de setembre de 1999.

En aquest context, el setembre de 1999, poc abans de les eleccions autonòmiques, cinc de les set *majors* nord-americanes (Buena Vista International, de la corporació Disney; Hispano Fox; i UIP, que distribueix a Europa els productes d'Universal, Paramount i Metro Goldwyn Mayer) i dues distribuïdores independents catalanes (Filmax i Lauren Films) anunciaven que doblarien voluntàriament 18 pel·lícules d'èxit al català i amb un nombre de còpies similar al de la versió en castellà. Segons les informacions difoses a la premsa (29 de setembre de 1999), aquesta mesura va ser interpretada pel Departament de Cultura --que és qui en va fer l'anunci públic-- com un gest de bona voluntat del sector davant l'ajornament del Decret 237/1998. També es considerava una mena de *test* per valorar-ne la rendibilitat.

En el marc d'aquest acord, entre els mesos d'octubre de 1999 i març de 2000 es van estrenar set pel·lícules doblades al català: *Tarzan*, *Rudolph*, *Música del cor*, *Amb el món no n'hi ha prou*, *Segrestant la senyoreta Tingle*, *La platja* i *Agnes Browne*⁽¹⁷⁾. Segons el conseller Vilajoana (2000:11), en conjunt se'n van posar en circulació 65 còpies; en quatre mesos van aconseguir més de 300.000 espectadors i, en el cas d'*Agnes Browne*, l'èxit per còpia va ser més gran en català (14.819 persones en veuen 9 còpies entre el 29 d'octubre i el 2 de desembre de 1999; per tant, es poden calcular 1.646,5 espectadors per còpia) que no pas en castellà (amb una mitjana de 1.361 espectadors per còpia, ja que 19.054 persones veuen 14 còpies durant el mateix període).

3.5. Altres mitjans i sectors ⁽¹⁸⁾

Hi ha poques dades que permetin dibuixar la presència del català en la **publicitat**, però cal remarcar alguna contribució important com ara la de Joan Sabaté⁽¹⁹⁾. Quan la publicitat va lligada als suports convencionals (premsa, ràdio, televisió), acostuma a ser --encara que no sempre-- en la mateixa llengua que el mitjà que la vehicula, per bé que el grau de normalització tendeix a ser una mica més baix. Així, per exemple, els espots en català a Televisió de Catalunya --en què el català és la llengua de la programació-- van passar de representar el 92% al 94% durant el 1999. En ràdio, la publicitat en català es troba també per sota de les emissions, tant en general com en el cas específic de les emissores municipals (Corominas, Díez i Bergés, 1999:54-55).

De forma més general, i d'acord amb Sabaté (1999:74), no hi ha rela-

(17) A final d'octubre de 1999, la Generalitat de Catalunya i el Govern de les Illes Balears van arribar a un acord perquè es poguessin exhibir a les illes les pel·lícules doblades al català. Entre novembre i desembre es calculava que les pel·lícules doblades havien tingut més de 26.500 espectadors (http://nosaltresvilaweb.com/vilaweb/cerca_u_noticia?p_idmt=150736 [Consulta: Abril de 2000]).

(18) Si no s'indica, aquest apartat es basa en les dades facilitades pel conseller Vilajoana (2000) al Parlament el mes de març.

(19) Sabaté, Joan (1999): *La publicitat en català*. Barcelona: Pòrtic.

ció proporcional entre l'ús del català que fan els anunciants i l'ús social de la llengua, més reduït en el primer cas.

En les tanques publicitàries i *opis* (objectes publicitaris il·luminats) s'ha detectat una tendència a augmentar la presència del català, per bé que encara hi ocupa una posició minoritària. Entre els mesos de maig de 1997 i de 1999, va passar del 26% al 38% i del 18% al 22%, respectivament.

En el camp del **vídeo** ha augmentat espectacularment el nombre de còpies en català que s'han venut: de les 17.400 el 1995 a les 210.000 de 1998. Aquest creixement es deu, sobretot, als èxits de *Les tres bessones*, les produccions de Disney i Dream Works i, més en general, a l'animació infantil.

En la **indústria fonogràfica**, s'editen uns 120 fonogrames en català anualment²⁰, xifra molt reduïda.

En el sector del **llibre**, l'any 1998 es van editar 7.028 títols en català²¹ i es van facturar més de 34.000 milions de pessetes, cosa que representava un increment en la facturació del 4,5% en relació amb l'any anterior. A més, en comparació amb l'any 1997, els tiratges mitjans també van augmentar --en concret, 675 exemplars-- i van arribar als 3.825 exemplars.

En el **DVD**, durant el 1999 el català es va incorporar a 18 títols, per mitjà de la col·laboració entre el Departament de Cultura i Lauren Films; una iniciativa que es preveia continuar i ampliar a d'altres productores. Un altre tipus de col·laboració que s'ha d'esmentar és la que van protagonitzar l'any 1999 Televisió de Catalunya i Enciclopèdia Catalana per fer sis DVD a partir del programa emès amb èxit per TV-3 *Catalunya des de l'aire* <<http://www.tvc.es>>.

En general, la col·laboració amb l'empresa privada (Barcelona Multimèdia, Zeta Multimedia, Enciclopèdia Catalana) per garantir la presència del català en els **productes multimèdia** era la tònica anunciada pel conseller de Cultura, Jordi Vilajoana, al Parlament el març de 2000.

En relació amb **Internet**, l'anàlisi de la presència del català escapa als paràmetres utilitzats per als mitjans de comunicació convencionals i, com assenyalen Antoni Esteve, Albert Benet i David Domingo en un estudi monogràfic²², és més adient plantejar-la en termes de presència que no pas de quotes. Pels autors, el dinamisme en l'ús d'Internet a Catalunya no comporta més utilització del català a la Xarxa que en d'altres àmbits socials. En aquest sentit, i de forma resumida, aquest estudi identifica un ús del català dominant als webs de les administracions públiques --però només a les catalanes-- davant d'una presència mínima als webs d'institucions privades (siguin cercadors, mitjans de comunicació o empreses). Això no obstant, els autors matisen que dins del sector privat també hi ha diferències: el català domina a escala local i comarcal entre els mitjans; en els cercadors especialitzats en els Països Catalans; i en els mitjans exclusivament digitals.

4. Conclusió

A l'hora de fer un balanç de la situació, cal considerar els aspectes positius i els negatius. Entre els primers, s'ha d'assenyalar que, amb l'excepció clara del cinema, es detecten avenços en l'oferta de mitjans en català en tots els camps. Així, la presència del català es troba consolidada en els mitjans audiovisuals públics, on a més aconsegueix audiències importants

En les tanques publicitàries i 'opis' s'ha detectat una tendència a augmentar la presència del català, per bé que encara hi ocupa una posició minoritària

(20) Generalitat de Catalunya. Direcció General de Política Lingüística [en línia]: <<http://cultura.gencat.es/llengua/socio/mitjans.htm>>.

(21) Vegeu, en aquest mateix informe, el capítol 7, "Tres indústries culturals d'edició discontinua: editorial, fonogràfica i videogràfica".

(22) Sobre aquest punt, vegeu Esteve, Antoni; Albert Benet i David Domingo (2000): "El català a Internet: L'oferta lingüística a la xarxa", a Societat Catalana de Comunicació: *El català als mitjans de comunicació. Situació actual i perspectives*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans (en premsa).

*En general,
l'increment de
l'oferta de
mitjans en
català ha
comportat un
augment
significatiu
del consum*

(com il·lustren, per a 1999, el lideratge d'audiència de Catalunya Ràdio o la segona posició de TV3 o, a escala local, emissores de ràdio o de televisió municipals); s'ha incrementat també a la ràdio privada de concessió; a la premsa (particularment per la via de la doble edició d'*El Periódico de Catalunya* i de *Segre*, i també per la consolidació de la premsa local i comarcal d'informació general); fins i tot a les tanques publicitàries o al vídeo.

En general, l'increment de l'oferta de mitjans en català ha comportat un augment significatiu de l'audiència. Això --que de forma particular ja es va manifestar amb la posada en marxa de TV3-- s'ha pogut observar també amb la doble edició d'*El Periódico de Catalunya* o, a una altra escala, amb les emissions en català per a Catalunya que realitzen les cadenes privades de televisió Antena 3 i Telecinco.

Malgrat tot, la llengua catalana continua ocupant una segona posició. Tot i la varietat de situacions, a títol de síntesi, podem assenyalar que en termes de consum de premsa diària o de consum televisiu la (des)proporció es pot xifrar a l'entorn d'un 30% en català per un 70% en castellà.

Entre els reptes o problemes a resoldre, cal esmentar la situació del català al cinema (i, de retruc, també a la indústria videogràfica i al DVD) i, sobretot, la manera d'encarar la digitalització, un fenomen lligat a d'altres de tipus diversos com ara la mundialització, la liberalització o també la multiplicació de canals de tot tipus (lligats, per exemple, a les anomenades plataformes digitals). És indiscutible que la normalització del català requereix una presència en aquest àmbit, on no es pot plantejar en termes de quotes. En aquest context, i quan la normalització en l'àmbit mediàtic convencional és, com hem vist, relativa, es planteja, en expressió de Josep Gifreu²³ (1999), una "nova frontera digital" per al procés de normalització, de moment, encara plena d'interrogants.

Referències

✓ Corominas, Maria; Laura Bergés, Lluís Badia i Josep Àngel Guimerà (1999): "Els actors culturals", a Jordi Sánchez (coord. gral.): *Informe per a la Catalunya del 2000. Societat, economia, política, cultura*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill, pàg. 583-627.

✓ Departament de Cultura (1999): *Memòria del Departament de Cultura 1998*. Barcelona: Departament de Cultura.

✓ Generalitat de Catalunya. Direcció General de Política Lingüística [en línia]: <html://cultura.gencat.es/llengcat/socio/mitjans.htm>.

✓ Mari, Isidor (1999): "La llengua", a Jordi Sánchez (coord. gral.): *Informe per a la Catalunya del 2000. Societat, economia, política, cultura*, Barcelona, Fundació Jaume Bofill, pàg. 719-729.

✓ Mascarell, Ferran (ed.) (1999): *El Llibre Blanc de la cultura a Catalunya: un futur per a la cultura catalana*. Barcelona: Partit dels Socialistes de Catalunya / Edicions 62.

✓ Sabaté, Joan (1999): *La publicitat en català*. Barcelona: Pòrtic.

(23) Gifreu, Josep (1999): "Els mitjans en català i la nova frontera digital", a Jordi Sánchez (coord. gral.): *Informe per a la Catalunya del 2000. Societat, economia, política, cultura*, Barcelona, Fundació Jaume Bofill, pàg. 751-753.

✓ Societat Catalana de Comunicació (2000): *El català als mitjans de comunicació. Situació actual i perspectives*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans. Societat Catalana de Comunicació (en premsa).

✓ Terribas, Mònica; Xavier Bosch (1999): "El pes dels mitjans i les xarxes de comunicació", a Jordi Sànchez (coord. gral.): *Informe per a la Catalunya del 2000. Societat, economia, política, cultura*, Barcelona, Fundació Jaume Bofill, pàg. 685-697.

✓ Vilajoana, Jordi (2000): *Notes per a la substanciació de la sessió informativa del conseller de Cultura, sobre les línies d'actuació del Govern en matèria de cultura i esport*. (NT 355-00004/06). Barcelona, 23 de març. Mecanoscrit.