
La producció i el consum de premsa en català

Joan M. Corbella

(Centre d'Investigació de la Comunicació)

Rosario de Mateo

(Ciències de la Informació, UAB)

I. Perspectiva general de la premsa en català

La primera constatació que fem en acostar-nos a un quiosc de Barcelona és la pobra presència de la llengua catalana: dels munts d'exemplars de diaris que s'acumulen a primera hora del matí, els més baixos corresponen als diaris en català (hi ha menys exemplars i són de menor nombre de pàgines), per molt que el desavantatge respecte als que es fan en castellà no és tan gran en nombre de capçaleres. Si ens fixem en les revistes, amb prou feines en trobarem alguna escrita en català entre les primeres fileres de publicacions.

Però aquesta impressió tan negativa que es produeix en un quiosc de Barcelona es dilueix parcialment si ens situem a Girona, a Manresa o en algunes altres ciutats: les piles de diaris en català s'assemblen a les dels diaris en castellà, i fins i tot són més altes en algunes ocasions. Si mirem les revistes i setmanaris, veiem que hi ha més presència de premsa en català, sovint en piles d'exemplars a primera línia.

Finalment, si ens allunyem dels quioscos i ens fixem en les publicacions que rebem a casa o que recollim en alguns comerços o institucions, de forma gratuïta, la perspectiva de la premsa en català sembla una mica més positiva.

Les tres imatges són reals, i en aquest informe intentarem concretar-les, malgrat l'escassa informació estadística que hi ha al voltant d'aquest tema. Certament, hi ha poca premsa diària i d'altra periodicitat en català, amb tiratges, difusió i nombre de pàgines molt inferiors en relació a les publicacions equivalents en llengua castellana. Es tracta de publicacions que volen dirigir-se a tot l'àmbit lingüístic català o, si més no, a tot Catalunya. Ara bé, hi ha també un gran nombre de publicacions, majoritàriament en català i de tiratges reduïts, però significatius en relació a la població a la qual es dirigeixen: la premsa local i comarcal, d'informació general o especialitzada. Alhora, d'entre el gran mercat de la premsa gratuïta de tot tipus, són nombroses les publicacions que s'editen en català, o que no només ho fan en castellà, i que arriben a molts ciutadans que sovint no tenen cap altre més contacte amb la llengua impresa.

II. Premsa diària

1. La premsa diària que es ven a Catalunya

Podem distingir diversos tipus de diaris amb difusió significativa a Catalunya:

1) Diaris d'informació general amb abast territorial mínim de Catalunya (d.i.g. Catalunya): *La Vanguardia*, *El Periódico*, *Avui* i *Diari de Barcelona*. Cal afegir a aquest *El País*, atès que té redacció, administració i planta d'impressió pròpies a Barcelona, i que per al lector del Principat té uns continguts equivalents als dels altres diaris esmentats, malgrat que en gran part és concebut a Madrid i s'adreça al mercat estatal. D'aquests diaris, els de més venda a Catalunya (tret de *Diari de Barcelona*, que és superat per alguns d'àmbit local), només *Avui* i *Diari de Barcelona* són escrits totalment en català, mentre que *La Vanguardia* usa

aquesta llengua setmanalment en algunes pàgines de les seccions de Cultura i Llibres, i *El País* ho fa també setmanalment en un suplement de Cultura. *El Periódico* mai no utilitza el català.

2) Diaris d'informació general d'abast territorial local (d.i.l.) —intercomarcal, comarcal, provincial, etc.—: *Diari de Sabadell*, *Diari de Terrassa*, *Diari de Girona*, *Diari de Tarragona*, *Diari de Lleida*, *El Punt*, *Regió 7*, *La Mañana* i *Segre*. Només *El Punt*, *Regió 7* i *Diari de Lleida* són editats íntegrament en català. De la resta dels diaris alguns utilitzen exclusivament el castellà actualment, tret de les pàgines d'opinió en les quals s'accepten ambdues llengües (*La mañana*, *Segre*) i els altres es decanten per fórmules mixtes: *Diari de Tarragona* presenta en català una petita part del suplement dominical; *Diari de Sabadell* adopta una fórmula semblant, però sense suplement dominical; *Diari de Terrassa* usa només el català en alguns articles d'opinió i algunes informacions, i *Diari de Girona* accepta en totes les pàgines les dues llengües, encara que la proporció d'informació en català és clarament majoritària en l'edició diària i el suplement dominical es fa íntegrament en català (1).

3) Diaris d'informació esportiva d'abast territorial mínim de tot Catalunya (d.i.es. Catalunya): *El Mundo Deportivo* i *Sport*. Tots dos són editats íntegrament en castellà.

4) Diaris d'informació general produïts fora de Catalunya però que hi tenen una distribució àmplia (d.i.g. Madrid): es tracta dels diaris locals de Madrid (*Diario 16*, *Ya* i *ABC* —aquest darrer té un suplement diari fet a Catalunya)—. En tot els casos es tracta de premsa escrita en castellà, malgrat les pàgines dedicades a Catalunya d'*ABC*. No es consideren aquí els diaris estrangers ni els de la resta de l'Estat espanyol, atès que tenen una difusió molt escassa a Catalunya.

5) Diaris d'informació especialitzada produïts a Madrid, però amb distribució àmplia a Catalunya: són els esportius *Marca* i *As*, i els econòmics *Expansión*, *Cinco días*, *La economía 16* i *La Gaceta de los Negocios*, que es presenta com a editat conjuntament a Madrid i Barcelona. Tots sis són en castellà.

2. Difusió dels diaris a Catalunya segons la llengua emprada

La difusió d'aquests diaris a Catalunya és la següent, segons dades de l'OJD de 1987(2):

Diaris generals de Catalunya	434.300 exemplars
Diaris locals de Catalunya	59.900 exemplars
Diaris esportius de Catalunya	87.000 exemplars
Diaris generals de Madrid a Catalunya	7.400 exemplars
Diaris esportius de Madrid a Catalunya	12.000 exemplars
Diaris econòmics a Catalunya (estimació)	4.500 exemplars
d.i.g. + d.i.l. a Catalunya	494.200 exemplars
d.i.g. + d.i.l. + d.i. es. de Catalunya	581.200 exemplars
Total difusió de diaris a Catalunya	605.000 exemplars

Del total d'exemplars que es venen diàriament a Catalunya, són íntegrament en català:

* d.i.g. de Catalunya:	47.300 ex. (10,9 % dels d.i.g. Catalunya)
* diaris locals:	17.400 ex. (29,0 % dels d.i.l.)
* total:	64.700 ex. (13,1 % de d.i.g. + d.i.l.)

(1) *Diari de Girona* considera que el 35 % dels continguts són en català (Diputació de Barcelona, 1988). No obstant, en els darrers temps la proporció ha anat augmentant favorablement pel català.

(2) Les dades de 1988 encara no han estat publicades en tots els casos amb la seva distribució territorial, però els primers avenços coneguts no apunten canvis significatius. Hi ha dos diaris no sotmesos al control de l'OJD, la qual cosa obliga a prendre amb reserves les dades que circulen en el sector de la premsa. Per al *Diari de Barcelona* s'ha estimat una difusió de 10.000 exemplars el 1988, venuts a la província de Barcelona majoritàriament, i per a *Diari de Lleida* una difusió de 2.000 exemplars, venuts íntegrament a les comarques lleidatanes.

S'han agafat les dades referents a les edicions de dilluns a dissabte, que considerem més significatives. Si comptem les dades de difusió dels diumenges, la presència del català encara resulta més migrada.

Si relacionem el nombre d'exemplars en català amb el total d'exemplars difosos a Catalunya (incloent, per tant, els dels diaris esportius i de Madrid), la quota de la premsa diària en català és del 10,7 % del total de diaris.

Si hi afegim els exemplars que tenen una presència del català i el castellà més o menys semblant (els corresponents a *Diari de Girona*), que en total representen

- * 7.400 exemplars (1,5 % del total de d.i.g. + d.i.l. de Catalunya i 1,2 % del total de diaris difosos a Catalunya), trobem que la premsa que usa habitualment el català (íntegrament o en bona part) representa
- * 72.100 exemplars (14,6 % del total de d.i.g. + d.i.l. de Catalunya).

3. Difusió dels diaris en català per províncies

Atès que l'OJD no proporciona dades parcials més enllà de les províncies per tots els diaris, aquesta és la unitat que podem usar amb fiabilitat per a veure la situació en les diverses demarcacions de Catalunya:

a) Difusió dels diaris a la província de Barcelona:

Diaris d'informació general de Catalunya	364.100 exemplars
Diaris locals	18.900 exemplars
Diaris esportius de Catalunya	69.300 exemplars
Diaris d'informació general de Madrid	5.800 exemplars
Diaris esportius de Madrid	9.900 exemplars
Diaris de temes econòmics	2.600 exemplars
D.i.g. + d.i.l. Catalunya	383.000 exemplars
D.i.g. + d.i.l. + d.i.es. Catalunya	470.300 exemplars
Total diaris difosos a Barcelona	470.300 exemplars

Dels exemplars que es difonen a Barcelona, són en català:

- * íntegrament, 44.500 ex. (11,6 % del total de d.i.g. + d.i.l. o 9,5 % del total de diaris difosos).
- * en bona part, 400 ex. (0,1 % del total aproximadament (3)).
- * íntegrament o en bona part 44.900 ex. (11,7 % i 9,6 % respectivament).

b) Difusió del diaris a la província de Girona

Diaris d'informació general de Catalunya	31.500 exemplars
Diaris locals	18.400 exemplars
Diaris esportius de Catalunya	8.100 exemplars
Diaris d'informació general de Madrid	350 exemplars
Diaris esportius de Madrid	600 exemplars
Diaris econòmics	—
D.i.g. + d.i.l. Catalunya	49.900 exemplars
D.i.g. + d.i.l. + d.i.es. Catalunya	58.000 exemplars
Total diaris difosos a Girona	58.950 exemplars

Dels exemplars que es difonen Girona, són en català:

- * íntegrament 15.000 ex. (30,1 % del total de d.i.g. + d.i.l. o 25,4 % del total de diaris difosos)
- * en bona part 7.000 ex. (14,0 % i 11,9 % respectivament)
- * íntegrament o en bona part 22.000 ex. (44,1 % i 37,3 % respectivament)

(3) Es tracta dels exemplars de *Diari de Girona* que es venen a Barcelona. No s'han pres en consideració els exemplars dels diaris de Sabadell i Terrassa ja que la proporció de textos en català és del 18 % i 8-10 % respectivament, segons les empreses editores (Diputació de Barcelona, 1988).

c) Difusió dels diaris a la província de Lleida

Diaris d'informació general de Catalunya	14.100 exemplars
Diaris locals	14.500 exemplars
Diaris esportius de Catalunya	3.400 exemplars
Diaris d'informació general de Madrid	600 exemplars
Diaris esportius de Madrid	450 exemplars
Diaris econòmics	200 exemplars
D.i.g. + d.i.l. de Catalunya	28.600 exemplars
D.i.g. + d.i.l. + d.i.es. de Catalunya	2.000 exemplars
Total diaris difosos a Lleida	43.250 exemplars

Dels exemplars que es difonen a Lleida són en català:

* íntegrament 2.600 ex. (9,1 % del total de d.i.g. + d.i.l. o 6,0 % del total de diaris difosos)

* en bona part 0 ex.(4)

d) Difusió del diaris a la província de Tarragona

Diaris d'informació general de Catalunya	24.600 exemplars
Diaris locals	8.000 exemplars
Diaris esportius de Catalunya	6.000 exemplars
Diaris d'informació general de Madrid	500 exemplars
Diaris esportius de Madrid	1.000 exemplars
Diaris econòmics	200 exemplars
D.i.g. + d.i.l. de Catalunya	32.600 exemplars
D.i.g. + d.i.l. + d.i.es. de Catalunya	38.600 exemplars
Total de diaris difosos a Tarragona	40.300 exemplars

Dels exemplars que es difonen a Tarragona, són en català:

* íntegrament 2.500 ex. (7,7 % del total de d.i.g. + d.i.l. o 6,2 % del total de diaris difosos)

* en bona part 0 ex.(5)

4. Audiència dels diaris de Catalunya

Malgrat que la validesa de la mesura de l'audiència de la premsa (i dels altres mitjans de comunicació) que fa l'Estudio General de Medios (EGM) ha estat posat en dubte pels mitjans mateixos i per les agències de publicitat, segueix essent l'aproximació més fiable de què disposem per tal de saber la lectura «real» dels diaris, la qual cosa complementa la informació sobre la difusió, que hem presentat fins aquí.

Per al 1988, disposem de dades sobre l'audiència a Catalunya dels principals diaris de tot l'Estat (*Anuario El País*, 1988):

<i>El Periódico</i>	670.000 lectors	910.000 (el diumenge)
<i>La Vanguardia</i>	604.000 »	1.017.000 »
<i>El País</i>	226.000 »	226.000 »
<i>ABC</i>	17.000 »	34.000 »
<i>Diario 16</i>	8.000 »	20.000 »

Per al 1989, disposem de les dades del primer trimestre per a tot l'Estat espanyol (*Anuncios*, núm. 388, i *IpMark*, núm. 333), entre les quals apareixen les que fan referència a la majoria dels diaris de Catalunya:

(4) No s'han pres en consideració els exemplars dels diaris de Lleida, atès que la proporció de català en les seves pàgines és molt reduïda i es limita actualment a les pàgines d'opinió. No obstant, en algunes èpoques aquests diaris han comptat amb una petita part de la informació en català. Les empreses editores donaven les xifres següents (Diputació de Barcelona, 1988): *La Mañana*, 20 %, i *Segre*, 0-5 %.

(5) No s'han pres en consideració els exemplars del *Diari de Tarragona* atès que la proporció de textos en català és molt reduïda. L'empresa editora donava la xifra del 20 % en català (Diputació de Barcelona, 1988).

El País, 1.444.000 lectors (3.404.000 el diumenge); *ABC*, 699.000 (1.387.000); *El Periódico*, 690.000 (887.000); *La Vanguardia*, 634.000 (1.144.000); *Marca*, 523.000; *As*, 466.000; *Diario 16*, 413.000 (702.000); *El Mundo Deportivo*, 212.000; *Sport*, 202.000; *Avui*, 158.000 (157.000); *Punt diari*, 79.000 (56.000, *Presència*); *Diari de Barcelona*, 44.000 (56.000); *Diari de Tarragona*, 40.000; *Diari de Girona*, 37.000; *Segre*, 26.000 (42.000); *La mañana*, 16.000; *Diari de Sabadell*, 13.000; *Diari de Lleida*, 7.000; i *Regió 7*, 7.000.

A partir d'aquestes dades podem fer una aproximació(6) al nombre de lectors dels diaris en català respecte del total de lectors de premsa diària:

L'audiència total dels diaris d'informació general (inclosos els de distribució local) de Catalunya és de 1.935.000 lectors (2.771.000 els diumenges). L'audiència de tots els diaris (inclosos els esportius i els de Madrid) és de 2.330.000 lectors (3.165.000 els diumenges).

D'aquesta audiència, correspon als diaris en català:

* íntegrament en català: 285.000 lectors (16,6 % dels diaris d'informació general catalans (10,7 % del total).

Pel que fa a l'audiència els diumenges, les xifres són:

* íntegrament en català: 296.000 lectors (10,7 % dels diaris d'informació general catalans i 9,4 % del total).

* íntegrament o en bona part en català: 334.000 lectors (12,1 % dels diaris d'informació general catalans i 10,6 % del total).

Aquests resultats són semblants als obtinguts de l'anàlisi de la difusió, la qual cosa permet afirmar que la premsa diària en català, per difusió i audiència, té una participació d'entre el 10 % i el 15 % del mercat dels diaris a Catalunya.

5. Observacions sobre la presència del català en la premsa diària

Els resultats numèrics que s'han presentat porten a fer algunes consideracions, que cal completar amb apreciacions no quantificables a fi de perfilar millor el panorama.

a) Diaris d'informació general de Catalunya

Pel que fa als diaris d'informació general d'abast territorial mínim de Catalunya, la presència de la llengua catalana és reduïda, en tots els sentits.

Si ens fixem en la difusió, els dos diaris que es fan en català assoleixen en total 47.300 exemplars d'un total de 434.300 que es venen cada dia (10,9 %), i aquesta proporció es redueix els diumenges fins al 6,8 % donat que els tres diaris que es fan en castellà augmenten de manera substancial la seva difusió.

Quant a l'audiència, els 199.000 lectors dels diaris en català amb distribució almenys a tot Catalunya representen un 11,5 % del total d'aquests diaris (8,2 % els diumenges).

Els dos diaris en català no només ocupen els darrers llocs en difusió i audiència d'entre els cinc diaris d'informació general, sinó que també ho fan des d'altres punts de vista:

- Són els que tenen un nombre de pàgines més reduït, a gran distància dels altres tres.
- Són els que tenen menys superfície ocupada per publicitat, també a gran distància. Per bé que no hi ha dades disponibles en tots els casos, es pot estimar (Fundesco, 1989) que *La Vanguardia* obté més del 70 % dels seus ingressos per publicitat, xifra semblant a la d'*El País* en el conjunt de les edicions de l'Estat espanyol (seria una mica més baixa en

(6) Aquesta aproximació ha estat feta considerant que l'audiència dels diaris catalans a Catalunya i amb difusió a altres zones manté la mateixa proporció que llur difusió, tret de les publicacions de les quals tenim referències concretes per al Principat. D'aquesta manera, la desviació que es pot produir és molt reduïda.

l'edició catalana, amb menys publicitat). *El Periódico* obté per aquest concepte una xifra aproximada del 45 % dels ingressos, mentre que els diaris en català basen els seus pressupostos principalment en la venda i en els ajuts oficials (desapareguts en gran part el darrer any).

- Si en fixem en la plantilla (*El món*, 11-6-1987), les diferències són remarcables. *La Vanguardia* tenia el 1987 prop d'un miler de treballadors, dels quals 230 eren redactors; *El País* disposava a Barcelona de 124 treballadors, dels quals 44 eren a la redacció, adscrits a la seu de Madrid; *El Periódico* comptava amb 210 treballadors, dels quals 90 eren a la redacció; *Avui* tenia 165 treballadors, dels quals la meitat estaven a la redacció; i *Diari de Barcelona* tenia 112 treballadors, dels quals seixanta eren redactors. Aquestes xifres indiquen clarament el potencial redaccional dels diaris en català en comparació amb la resta.
- Finalment, es pot observar també que els diaris en català disposen d'una xarxa de corresponsals i de fonts informatives externes molt inferiors a les de les altres publicacions, la qual cosa també incideix en les possibilitats informatives dels mitjans.

Aquest conjunt de factors, per tant, fa pensar que, en un futur proper, serà difícil alterar l'estat actual de la premsa d'informació general d'abast català. Aquesta situació, ben al contrari, es podria agreujar si -com és previst— apareix aviat algun altre diari a Barcelona, també escrit en castellà. Només en el cas que els diaris en català aconseguissin augmentar els seus pressupostos podrien fer front als desequilibris que pateixen respecte als altres diaris i competir en un pla de més igualtat. No obstant, sempre comptaran amb el desavantatge d'un mercat potencial més reduït (el de l'àrea lingüística del català) que els diaris fets en castellà (*La Vanguardia*, per exemple té plans d'expansió per tot l'Estat), la qual cosa dificulta l'amortització d'alguns costos fixos de producció (instal·lacions, xarxa de corresponsals, etc.) que comporta fer un diari competitiu amb els que es fan en castellà (7).

b) Diaris locals d'informació general

En el cas dels diaris locals —l'abast de la difusió dels quals és una àrea urbana, una comarca o un grup de comarques— la situació de la premsa en català és força més favorable.

Si ens fixem en les xifres de difusió, trobem que el líder, *El Punt*, és escrit íntegrament en català, així com *Regió 7*. En ambdós casos es tracta de publicacions amb una gran implantació en llur àrea de distribució. També *Diari de Girona*, que competeix amb el líder de la premsa diària local amb una bona implantació en la seva àrea de distribució, té una presència considerable de textos en català, per bé que no la que seria desitjable des de la perspectiva de la catalanització de la premsa. De la resta, els diaris de Tarragona i de Sabadell tenen una presència molt reduïda del català en les seves pàgines, i en els altres casos el català és pràcticament inexistent actualment.

Quant a l'audiència, els 86.000 lectors dels diaris escrits íntegrament en català representen el 36,6 % de l'audiència dels diaris locals, i si hi afegim els lectors del diari que és escrit en bona part en català, la xifra puja al 53,2 % de l'audiència.

Si observem la situació en cadascuna de les zones territorials de Catalunya, tenim el següent panorama: a Girona la presència del català és força positiva, així com a les comarques que envolten el Bages; hi ha una migrada presència de la llengua catalana en la informació escrita diària de Tarragona, i, per contra, el panorama és totalment negatiu a les comarques lleidatanes —tot i que la situació pot haver-se alterat des de l'aparició del *Diari de Lleida* en català— i a l'àrea metropolitana de Barcelona (8).

(7) Cal dir que el *Diari de Barcelona* va rebre, en la seva reaparició, el suport tècnic del Grup Zeta, accionista de l'empresa editora, la qual cosa li va permetre de comptar amb equips informàtics i programes ja provats a *El Periódico* i a d'altres diaris del grup, amb els avantatges que això comporta.

(8) A part dels diaris de Sabadell i de Terrassa, la funció d'informació local a la zona de Barcelona l'exerceixen els diaris d'informació general editats a la capital. A la vista de les xifres que hem donat, la presència del català és clarament reduïda.

Des del punt de vista econòmic, els menors costos redaccionals i de distribució de la premsa local, així com la possibilitat de disposar de mercats publicitaris locals que no tenen una sortida rendible als grans circuits de la premsa d'abast territorial superior (9), permeten la subsistència d'aquestes publicacions, i sovint oferir uns balanços amb guanys. La presència del català o el castellà en les seves pàgines es dona, llavors en funció del grau de normalització lingüística de l'entorn en el qual treballen: quan des de l'empresa editora no hi ha una política decidida i clara per una o altra llengua, el resultat de la publicació en aquest aspecte depèn sobretot de la facilitat d'ús del català per part dels periodistes i col·laboradors, mentre que els anunciants s'adapten a allò que en el mercat local és més habitual.

En definitiva, doncs, la possibilitat de futur de la premsa en català és molt més favorable en aquests diaris que en el grup anterior.

c) *Diaris especialitzats*

Cal fer unes observacions diferents per als dos tipus de diaris especialitzats que es venen a Catalunya, dedicats a la informació esportiva i la informació econòmica, respectivament.

Pel que fa a la premsa econòmica diària, el mercat potencial català és molt reduït, tal i com ho fan palès les xifres de difusió de les publicacions existents. Els dos diaris de més tradició (*Expansión* i *Cinco Días*) tenen per a tot l'Estat unes vendes d'unes poques desenes de milers d'exemplars, que en bona part es concentren a Madrid, ciutat que, cada cop més, es converteix en la plaça forta de les activitats econòmiques i financeres espanyoles. L'únic que apareix als butlletins de l'OJD el 1988 (*Expansión*) tenia a Catalunya només el 13 % de les seves vendes, les quals representaven poc més de tres mil exemplars. L'escassa implantació d'aquesta premsa, doncs, fa difícil pensar en la viabilitat d'un projecte en català, que es podria vendre gairebé només a l'àrea lingüística del català. A aquest fet s'afegeix la circumstància que els dos diaris esmentats han passat a formar part recentment de grups empresarials transnacionals, que els podran aportar el recurs a fonts informatives estrangeres de primera línia, a més del coixí econòmic suficient per a intentar augmentar la presència en la societat a llarg termini.

Pel que fa a la premsa esportiva diària, Catalunya esdevé un mercat força autosuficient, ja que els dos diaris que hi ha a Barcelona venen al Principat 87.000 exemplars (82,5 % de la seva difusió) i n'exporten 18.400. Per contra, els diaris esportius de Madrid que es venen a Catalunya representen un total de 12.000 exemplars (3,8 % de la seva difusió).

Per bé que els dos diaris existents s'editen en castellà, el fet que a Catalunya es consumeixi sobretot la pròpia premsa esportiva i aquesta no s'exporti en gran quantitat a d'altres zones (en gran part la resta d'exemplars van a les Illes) sembla que ha d'afavorir la possibilitat que existeixin diaris esportius en català. D'altra banda, però, hi ha indicis que el mercat està saturat: els darrers anys han fracassat diversos intents de crear nous diaris esportius (el més destacat, un projecte de Grup Zeta); el naixement de *Sportiva* comportar en poc temps la desaparició de *Dicen...*; 4-2-4 va subsistir pocs anys, i la difusió total dels diaris esportius a Catalunya està estancada o en lleugera davallada. Tot això fa pensar que difícilment hi haurà premsa esportiva en català, si no és per un canvi idiomàtic —que no es previsible a curt termini— dels existents o per la desaparició d'un d'ells, que obri la porta a un nou competidor.

III. Premsa d'altra periodicitat

6. La premsa no diària a Catalunya

El subsector de la premsa no diària és format per un conjunt de publicacions molt heterogeni a tots nivells: segons el seu àmbit de distribució, segons el seu contingut, segons la seva finali-

(9) Carles Castro (*Telos*, núm. 18, juny-agost 1989, diu que *El Punt* va obtenir el 1988 100 milions de pessetes d'ingressos per vendes i 400 milions per publicitat.

tat informativa, promocional o comercial, i segons el seu règim de propietat i de funcionament econòmic. D'acord amb cadascuna d'aquestes perspectives, la tipologia a fer de les publicacions seria molt diferent.

Per a ser operatius, però, hem optat per establir una classificació mitxa, que té en compte alhora tots aquests aspectes, i que considerem pertinent per a l'estudi de la presència del català en les publicacions. Els grups que hem previst són els següents:

- 1) Publicacions d'informació general o especialitzada adreçades a públics generals, i amb finalitat lucrativa.
- 2) Publicacions d'informació especialitzada per a públics restringits (ja siguin de caire professional, tècnic, d'estudis, o de qualsevol altra natura), amb finalitat lucrativa o sense.
- 3) Publicacions de distribució local, d'informació general o especialitzada.
- 4) Publicacions gratuïtes d'informació comercial, que poden incloure o no altres tipus de continguts.
- 5) Publicacions institucionals, de difusió gratuïta o amb preu de venda, pertanyents a institucions públiques (administració pública, partits, sindicats, associacions professionals, etc.) o privades (d'empreses, clubs, associacions, etc.).

7. El català en les revistes dirigides a públics generals

a) Revistes d'informació general

Hi ha dues revistes en català que considerem dins aquest apartat, el setmanari *El Temps*, editat a València, i la revista mensual *Serra d'or*, la primera amb 15.000 exemplars de difusió i l'altra amb 12.000 exemplars, que —especialment en el primer cas—, corresponen només en part a la venda a Catalunya.

El Temps, des de la desaparició d'*El món*, és l'únic setmanari d'informació general de distribució territorial no local que es fa en català. Tot i que els temes que *El Temps* tracta difereixen substancialment de la premsa setmanal d'informació general que es fa en castellà, podem considerar que és l'única competència en català que hi ha a *Cambio 16*, *Tiempo*, *Tribuna*, *Panorama*, *Interviú* i *Época*, totes sis fetes a Madrid però amb una bona penetració a Catalunya.

Les dades de difusió de 1987 de les revistes controlades per l'OJD indiquen que en tots els casos tenen a Catalunya al voltant del 20 % del seu volum de vendes (50.000 exemplars d'*Interviú*, 27.200 de *Tiempo*, 20.300 de *Cambio 16* i 13.500 de *Panorama*). Això permet considerar que tenen un mercat únic per tot l'Estat, del qual el català n'és només una part, a diferència del que s'esdevé en la premsa diària, sector en què Catalunya s'autoabasteix pràcticament i gairebé no exporta exemplars(10). Alhora, cal recordar que els esforços fets per *Cambio 16* i *Tiempo* per augmentar la seva venda a Catalunya tot incloent suplementos especials (en el primer cas en llengua catalana) no van tenir èxit.

El repte per als setmanaris d'informació general en català, per tant, és difícil de superar: cal competir amb un bon nombre de capçaleres que es distribueixen per tot l'Estat i que a Catalunya tenen només 1/5 part del mercat, i que alhora entren de ple en els grans circuits publicitaris, la qual cosa els reporta una part molt important del pressupost (malauradament no disposem de dades pel que fa a aquest aspecte). Aquestes circumstàncies els permeten disposar d'unes plantilles de redacció més grans que les dels setmanaris catalans i comprar els reportatges a preus més competitius (donada la possibilitat de repercutir el seu cost entre una xifra molt superior de còpies venudes), tot oferint un producte amb moltes més pàgines que les publicacions equivalents en català.

En aquesta perspectiva, per tant, cal pensar que els setmanaris d'informació general en cata-

(10) El percentatge més elevat de vendes fora de Catalunya correspon a *La Vanguardia*, amb el 7,5 % dels exemplars, entre els diaris d'informació general fets a Barcelona. En canvi, cap diari de Madrid no assoleix ni el 2 % de les vendes al Principat. L'únic cas de diari que es distribueix àmpliament per tot el territori de l'Estat és *El País*, que a Catalunya ven el 14 % dels seus exemplars, els quals es produeixen al Principat mateix.

là, si bé han demostrat que poden sobreviure (almenys un), difícilment podran arribar a tenir una posició dominant a Catalunya. L'únic que es ven a Catalunya (fet a València) no assoleix ni de bon tros les xifres de la majoria dels que es fan en castellà pensant en el mercat espanyol.

Per contra, el cas de la revista mensual *Serra d'or* sembla demostrar que hi ha un espai suficient per a la seva supervivència, per bé que amb una difusió reduïda, potser en bona part degut a l'escassa competència en castellà. No obstant, cal dir també que altres projectes anteriors de revistes d'informació general de periodicitat diversa van fracassar en no poder fer front als elevats costos de producció d'una revista a tot color i amb grans reportatges per a una difusió restringida, que és la que ofereix el públic català, poc habituat a comprar revistes d'informació general (les vendes de revistes d'informació general no arriben als 150.000 exemplars en total).

b) Revistes del cor i femenines

Les publicacions de més difusió a Catalunya —com a la resta de l'Estat espanyol— són les anomenades «del cor» (informació sobre personatges, consells, fotografies, etc.). Entre els títols més importants destaquem *Pronto* (170.000 exemplars venuts a Catalunya, 18,4 % del seu total), *Lecturas* (149.000 exemplars a Catalunya, 38,2 % del seu total), *Hola* (103.600 exemplars, 17,8 %) i *Diez Minutos* (92.200 exemplars, 24,5 %). Molt per sota hi ha altres revistes del cor i la nova fornada de revistes anomenades «femenines», en la línia de les que s'editen en d'altres països i que sovint són filials d'empreses transnacionals (*Mia*, *Dúnia*, *Ama*, etc.).

Aquestes revistes, ja siguin editades a Barcelona o a Madrid, tenen una distribució territorial de difusió molt semblant a l'esmentada per a les d'informació general: al voltant del 20 % dels exemplars es venen a Catalunya. L'únic cas clarament diferenciat és el de *Lecturas*, propietat del grup HYMSA de Barcelona, que té un bon nombre de capçaleres, totes elles editades en castellà i que abasten tot l'Estat. Aquesta revista ven més de la tercera part dels exemplars a Catalunya, potser a causa del suplement dedicat a informar sobre TV3. Aquestes són les úniques pàgines en català que hi ha a la premsa del cor i femenina que es ven a Catalunya.

Com en el cas de les revistes d'informació general, sembla difícil que hi pugui haver publicacions d'aquest caire en català, atès el cost elevat de la informació que contenen (reportatges d'agències especialitzades, exclusives, col·laboracions de personatges famosos, etc.) i els costos de producció en color. Aquestes dificultats només es poden compensar amb una elevada difusió o amb una reducció de la qualitat informativa i de la impressió, amb l'al·licient del menor preu de venda.

Donat que la primera via no és possible a Catalunya, i que la segona ja es fa per al conjunt del mercat estatal (el cas més clar és *Pronto*), l'alternativa per a la presència del català passa —potser— per l'edició de suplementos. El cas de *Lecturas* permet pensar que una part de la diferència de quota de mercat a Catalunya respecte a les altres revistes és deguda a les pàgines dedicades a TV3.

c) Revistes d'informació sobre televisió

Juntament amb les revistes del cor, les revistes d'informació sobre la programació de la televisió són les de més difusió a Catalunya. *Teleprograma* (ven 238.200 exemplars, el 32,8 % del seu total, a Catalunya) i *Tele-indiscreta* són les dues publicacions líders d'un sector en el qual han anat apareixent noves revistes darrerament, la majoria de la mà de poderosos grups empresarials de capital estranger. Totes són escrites íntegrament en castellà, malgrat que per a Catalunya inclouen la programació de televisió específica.

Els baixos costos redaccionals d'aquestes publicacions fan pensar que resultaria possible fer-ne una en català, amb un àmbit de difusió limitat al domini lingüístic d'aquesta llengua, però els reduïts preus de venda de les revistes líders del mercat, degut a l'alt tiratge que assoleixen, aixequen una barrera poderosa per a intentar l'aventura. De fet, les iniciatives que hi ha hagut, amb alguns tocs de premsa del cor, han fracassat.

d) Revistes esportives

En el camp de la premsa esportiva no diària, hi ha una publicació setmanal (*L'esportiu*) amb una part dels textos en català, que es dirigeix a tot el Principat, i que porta ja alguns anys al mercat. No obstant, té una presència mínima en el conjunt del sector. En canvi, hi ha altres setmanaris esportius íntegrament en català, però de difusió local.

Al marge d'aquest cas, tant les revistes dedicades a tots els esports com les especialitzades (en motor, tennis, vela, futbol, bàsquet, etc.) són escrites totalment en castellà i s'adrecen al mercat estatal. Catalunya és una part important d'aquest mercat, ja que hi venen generalment entre el 15 % i el 27 % dels exemplars, llevat d'algunes excepcions (les revistes del grup Alesport —*Solo auto*, *Solo moto*—) que superen el 30 % de vendes a Catalunya.

Només es fan en català algunes publicacions especialitzades en esports concrets i que es dirigeixen principalment al públic del Principat (*Marathon* o *Muntanya*, per exemple), però llur presència pública és molt restringida.

e) Altres revistes especialitzades per al gran públic

La mateixa situació es repeteix en qualsevol altre camp d'especialització de la premsa per al gran públic, des de les revistes econòmiques fins a les de gastronomia, passant per les dedicades a la llar, la divulgació de coneixements pseudocientífics o a l'orientació familiar. En tots els casos es tracta de publicacions que tenen el conjunt de l'Estat per mercat i una difusió reduïda, la qual cosa dificulta la possibilitat d'introduir la competència a Catalunya, que és una part important del seu mercat: en la majoria dels casos la quota de Catalunya en les vendes se situa al voltant del 20 %, però hi ha excepcions significatives en alguns camps (*Dunia* i *Ser padres hoy*, 29 %; *Fotogramas & Video*, 28 %; *El jueves*, 30,5 %).

Un cas especialment rellevant, pel que comporta de política lingüística dels seus editors, són les publicacions d'informació sobre l'oci a Catalunya (*Vivir en Barcelona* i *Guia del Ocio*). Tot i que es dirigeixen exclusivament al mercat català, només la primera inclou una part de la informació en la llengua pròpia del país.

8. Publicacions adreçades a públics restringits

En aquest apartat reunim les publicacions que pel seu contingut s'adrecen a un públic especialitzat i que, per tant, tenen una difusió reduïda. En aquest sector hi ha una presència més gran de revistes en català, ja sigui per manca de competència de revistes d'abast estatal en el seu camp d'especialització, perquè hi ha prou mercat per a competir amb aquestes publicacions, o perquè hi ha un espai suficient per a presentar continguts d'interès específic del seu públic català. Cal afegir que, fins i tot en alguns casos, hi ha publicacions que editen versions en català i en castellà.

Podem destacar entre els camps més ben coberts en llengua catalana els temes religiosos (*Catalunya Cristiana* és l'única que disposa de control d'OJD, 10.000 exemplars en català i 2.000 en castellà, però hi ha d'altres revistes), la pedagogia (*Guix*, per exemple), els temes agraris (*La terra*), històriques (*L'Avenç*), d'entreteniment infantil, literatura, debat polític, debat cultural, etc.

En tots aquests terrenys hi ha nombroses publicacions en català, amb situacions desiguals quant a professionalitat i perspectives de supervivència.

Per contra, el segment de les revistes tècniques especialitzades al servei del lector professional (enginyeria, medicina, informàtica, per exemple), és pràcticament copat per revistes en castellà, possiblement atès que en general sobreviuen gràcies a la publicitat i s'adrecen al mercat estatal.

Un altre grup de publicacions és el format per les revistes d'associacions i institucions acadèmiques i científiques que a Catalunya s'editen habitualment en català. Entre aquestes destaquem les que editen les diverses societats filials de l'Institut d'Estudis Catalans i els departaments universitaris (tot i que en aquest cas no sempre usen el català en exclusiva).

9. Premsa local

En el terreny de la premsa de distribució territorial local (municipal, comarcal, etc.) la presència del català és clarament predominant, tant si es tracta de publicacions d'informació general com especialitzada, i indistintament de la periodicitat de la publicació. Aquest predomini, però, no sempre és degut a l'opció de les empreses o els editors de la revista pel català, sinó que sovint és fruit de la llibertat d'elecció de llengua per part dels col·laboradors, com s'esdevé en bona part de les publicacions diàries de caràcter local. Si bé és positiu que davant de la llibertat d'elecció hi hagi una majoria de col·laboradors en català (d'acord amb els percentatges d'utilització que anuncien les revistes), és preocupant que hi hagi tantes revistes —en l'àmbit local, que sempre ha estat considerat el bastió principal del català a la premsa— que han optat per aquesta forma de bilingüisme.

Per bé que no és possible donar dades molt concretes, ja que d'una banda la majoria de les publicacions no té control de l'OJD i de l'altra és un subsector amb molts canvis de capçaleres o de periodicitats, sí que es poden fer algunes estimacions sobre l'ús del català:

- * De les 38 publicacions setmanals i quinzenals que s'editaven a Catalunya el 1986, 19 eren escrites en català i 5 més ho feien en un 75 % de les seves pàgines, mentre que només en un cas hi havia una presència del català menor del 25 %. Quant a les revistes de periodicitat superior (mensual, trimestral, etc.), que a Catalunya superen la xifra de 170 títols, el 70 % eren escrites íntegrament en català i quasi tota la resta ho eren en la meitat de les pàgines, amb la particularitat que només una revista era escrita totalment en castellà(11).
- * De les úniques revistes que apareixien més d'un cop per setmana (*Crònica de Mataró*, tres cops, *El 9 nou*, *Revista de Badalona*, *Igualada* i *Reus Diari*, dos cops) només la de la capital de l'Anoia no és escrita totalment en català (70 %).
- * En totes les comarques, la majoria de les publicacions (setmanals, quinzenals, mensuals i de periodicitat superior) declaren usar exclusivament o majoritàriament el català. No obstant, hi ha comarques en què abunden les revistes amb un ús significatiu del castellà: Anoia, Baix Penedès, Segrià, Tarragonès, Vallès Occidental i Vallès Oriental. En la resta (tret de la Vall d'Aran, on no hi ha revistes locals censades) el català és usat de forma exclusiva a la majoria de publicacions.
- * La majoria de les publicacions líders en la seva àrea de distribució són totalment en català (per exemple, *El 9 nou* i *Ausona* a Vic, *La Comarca d'Olot* i *L'Olotí* a la Garrotxa, *Reus Diari*, *Crònica de Mataró*, *El 3 de vuit* a l'Alt Penedès, *El Vallenc* i *El Pati* a l'Alt Camp, *Plaça Gran* al Vallès Oriental, *Ebre informes* al Baix Ebre, *Migjorn* al Montsià, *La veu de l'Anoia* a Igualada) o bé tenen un percentatge d'ús del català força elevat (com ara *Igualada*, *Diari de Vilanova*, *La veu del Baix Ebre*).
- * En algunes ciutats i comarques o àrees circumdants hi ha una certa competència entre publicacions locals, i que es produeix entre revistes escrites en català (Osona, Garrotxa, Alt Empordà, Alt Camp) o entre publicacions íntegralment escrites en català i d'altres amb un elevat percentatge d'ús d'aquesta llengua (Anoia, Baix Ebre, Vallès Oriental).
- * Igualment, en algunes comarques o poblacions, hi ha revistes de gran importància que estan escrites totalment o en part en castellà (*El far* al Baix Llobregat, *Eco badalonés*, *Revista del Vallès* a Granollers, per exemple).

Per tal de cloure aquesta secció, convé assenyalar encara alguns altres fets destacats referents a l'ús del català en la premsa local:

- * Les dues publicacions locals de més difusió (tret dels butlletins o fulls dels ajuntaments) a Catalunya són els suplementes de *Punt Diari*: *Presència* (que havia tingut anys enrera una difusió important com a revista i actualment és el suplement dominical d'aquest diari) té actualment segons l'OJD una difusió de 14.900 exemplars per número, i *Tot l'esport* (su-

(11) No hi ha censos de la premsa comarcal publicats amb dades posteriors a 1986, però podem afirmar que les proporcions es mantenen, o fins i tot creixen en favor de l'ús del català.

plement del dilluns) assoleix la xifra de 12.900 segons la mateixa font. Per darrera seu se situaria el bisetmanari *El 9 nou* amb 7.800 exemplars, que presenta també molta atenció en la primera edició de la setmana als esdeveniments esportius.

- * D'altra banda, la informació esportiva local és objecte també d'altres setmanaris locals en català (*Gol Vallès*, des de 1985 i *Gol Osona* des de 1989). En ambdues comarques aquestes publicacions competeixen amb la premsa d'informació general de caire local.

Com a conclusió, veiem que la presència del català es demostra viable —i rendible— en l'àmbit de la premsa local (de ciutats, grups de municipis, comarques o grups de comarques), fins al punt que en algunes ocasions hi ha una veritable competència en el mateix territori. El fet que els costos de distribució siguin més reduïts que en els altres tipus de premsa (menys punts de venda i possibilitats d'ajustar millor els tiratges per a reduir les devolucions), afegit al de poder disposar d'un mercat publicitari que normalment no acudeix als mitjans de distribució per tot Catalunya, permet a les publicacions de consolidar la seva posició en el circuit de la comunicació local, tot i l'existència d'emissores de ràdio i de televisió en el seu propi territori.

10. Premsa gratuïta de caràcter comercial

En aquest apartat fem referència a les revistes de distribució gratuïta (per tant, fora dels quioscos i punt de venda de premsa) que ofereixen informació comercial (anuncis) als ciutadans. Sovint, aquestes revistes inclouen també programació de televisió, receptes culinàries, i es completen en ocasions amb algunes col·laboracions redaccionals (entrevistes, opinió, etc.). No hem inclòs aquí les publicacions gratuïtes d'institucions, que tractem en el següent punt.

Aquesta premsa té un caràcter estrictament local, atès que la publicitat que inclouen és d'establiments comercials de la zona on es distribueix. Els darrers anys aquestes publicacions han proliferat arreu de Catalunya. No obstant, les xifres de difusió són encara molt baixes en comparació amb les d'altres països europeus, on aquesta premsa ha començat a amenaçar la premsa local de pagament.

D'entre les més importants a Catalunya, i que tenen control de l'OJD, hi ha les següents: *La fura* (per al Penedès, amb 19.100 exemplars per número), *Claxon Lleida* (33.600 exemplars), *Claxon Tarragona* (35.600 exemplars), *Espais 7* (a Reus, amb 29.900 exemplars), *Impacte Terrassa* (29.900 exemplars), *Impacte Sabadell* (29.500 exemplars) i *En...Barcelona* (35.500 exemplars). Hi ha d'altres publicacions per a les comarques del nord de Catalunya, en diversos barris de Barcelona i en alguns municipis de la seva àrea metropolitana (l'Hospitalet de Llobregat, Sant Cugat del Vallès, etc.).

La publicitat que porten aquestes revistes inclou anuncis en català i castellà indistintament, en funció de l'anunciant, i pel que fa a la resta de la informació, hi ha revistes totalment en català (*La fura*, *Tot Sant Cugat*, per exemple) i d'altres amb proporció variable d'una o altra llengua (*Claxon*, *Aquí gratis*, per exemple).

11. Premsa d'institucions

La característica bàsica de la premsa que agrupem en aquest apartat, editada per institucions, és que no es basa en l'imperatiu del rendiment econòmic. És a dir, la seva existència no depèn de l'acceptació del mercat si no de l'interès de les institucions —públiques i privades— per a donar a conèixer unes informacions determinades. Per aquest motiu, l'ús del català o del castellà en les seves pàgines correspon a la política que cada institució segueix envers la llengua. Donada l'enorme diversitat d'institucions, presentarem només els casos més destacats.

Així, les publicacions periòdiques de la Generalitat de Catalunya són escrites íntegrament en català —i en alguns casos es tradueixen a d'altres llengües—, normativa vàlida per a tots els

Departaments. Aquesta opció genera un bon nombre de publicacions especialitzades (en temes d'ensenyament, d'economia, de tecnologia o d'informació sobre la Comunitat Europea, per exemple).

Per la seva banda, molts ajuntaments de Catalunya editen butlletins d'informació municipal i d'altres publicacions temàtiques, que en la seva immensa majoria empren el català. Els 98 butlletins censats el 1986 (Diputació de Barcelona 1988) tenien una mitjana d'ús del català en el 82 % dels textos, amb la particularitat que només sis l'empraven en una xifra inferior al 50 % i la meitat dels butlletins eren íntegrament en català. Un cas a part, per la importància dels 660.000 exemplars de tiratge, és el de *Barcelona-10*, format pels butlletins del 98 % dels textos en català.

Per la seva banda, les publicacions dels partits, moviments polítics i sindicals tenen una presència desigual del català. Si la premsa de CDC, UDC, ERC, la Crida i altres moviments és tota en català, no s'esdevé el mateix en el cas de PSC, PSUC, CNT, CONC, i altres moviments pròxims. En molts dels casos, llurs agrupacions locals editen butlletins amb presència de les dues llengües, per bé que les principals revistes són quasi sempre en català.

Les publicacions de l'Església catòlica a Catalunya també són gairebé sempre en català, tret de la diòcesi de Barcelona, en la qual es fa més palesa la presència minoritària del castellà.

En el cas de les associacions professionals, gremials i empresarials, la presència del català sovint no és majoritària, per bé que hi ha casos d'exclusivitat, com ara els butlletins dels col·legis de doctors i llicenciats, de bibliotecaris o d'economistes. Destaquem aquí, d'altra banda, que institucions com el Consell de Cambres de Comerç de Catalunya (COCINC) o la Cambra de Barcelona no utilitzen de forma clarament majoritària el català.

Pel que fa als butlletins d'empreses, són poques les que donen un caràcter preferent —o majoritari, almenys— al català en les seves publicacions. Catalana de Gas, Fecsa o Hesa, per exemple, no han destacat per l'ús del català en llurs publicacions. Per contra, entitats com «La Caixa» les editen en català en la pràctica totalitat.

Finalment, pel que fa a les publicacions d'associacions, clubs i agrupacions similars, l'ús del català i el castellà està molt repartit. Hi ha casos destacables, com per exemple els clubs de muntanya, en què els butlletins són sempre en català, o el del Reial Club Automòvil de Catalunya, la revista del qual, *Club*, amb 147.000 exemplars de difusió segons l'OJD, té un percentatge aproximadament igual de presència del català i el castellà.

Bibliografia bàsica

ANUNCIOS (revista setmanal d'informació per a publicitaris).

CORBELLA, Joan M. (1988): *La comunicació social a Catalunya*.

Panorama general als anys 80. Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació (Generalitat de Catalunya).

DIPUTACIÓ BARCELONA (1988): *Llibre del cens de la premsa local i comarcal 1986*. Barcelona, Gabinet de premsa de la Diputació de Barcelona.

FUNDESCO (1989): *Comunicació social 1989 / Tendencias*. Madrid, Fundesco (O. Martín Bernal i B. Días-Nosty, directors de l'informe).

GENERALITAT DE CATALUNYA (1987): *Anuari de la premsa catalana 1986*. Barcelona, Departament de Cultura (Servei de Promoció de la premsa).

GIFREU, Josep (director) i altres (1986): *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya*, horitzó 1990. Barcelona, Institut d'Estudis Catalans.

GUILLAMET, Jaume (1988): *La premsa a Catalunya*. Barcelona, Diputació de Barcelona / Col·legi de Periodistes de Catalunya.

IPMARK (revista quinzenal d'informació sobre publicitat) de MATEO, Rosario, i altres (1988). *La premsa a Catalunya els anys vuitanta*. Barcelona, Departament de Cultura (Servei de Promoció del Llibre i de la Premsa) de la Generalitat de Catalunya.

OFICINA PARA LA JUSTIFICACIÓN DE LA DIFUSIÓN (OJD): *Boletín de OJD*. Madrid, mensual.