

Joves, mitjans de comunicació i usos lingüístics al Manacor d'avui

*Joan Gelabert i Miró
M. Magdalena Gelabert i Miró*

El paper dels mitjans de comunicació

És innegable el paper condicionador que els mitjans de comunicació tenen en la nostra societat. Vivim i ens organitzam socialment a partir d'uns models establerts que són, generalment, els que ells ens marquen.

Ja ens és difícil imaginar una casa sense televisió en el moment històric en què aquesta fa la funció de mostrar-nos el món o una determinada visió del món. És la finestra que ens fa enfocar l'interès cap a temes, aspectes i circumstàncies externes a nosaltres que desconeixiem per complet i que passen a formar part de la nostra vida; Però no d'una manera tangencial i petita, sinó que ens preocupen profundament fins al punt de convertir-se en pensaments recurrents.

Probablement la franja de població que es veu més influïda pels patrons imposats pels mitjans de comunicació és la que comprèn els adolescents i els joves. Tot això es reflecteix en forma d'actituds i de prejudicis socials i lingüístics. Per començar basta observar els models humans i socials que transmeten la majoria dels jocs d'ordinador o nombrosos dibuixos animats.

Si acceptam la premissa del condicionament social i generalitzat dels *Mass Media* no podem negar la seva vital influència en els patrons d'ús lingüístic ni podem renunciar a tenir-los presents a l'hora d'augmentar la consciència entre la comunitat parlant de la necessitat del coneixement i l'ús del català. Només fent-lo necessari, imprescindible, per a la vida en aquesta terra, avançarem en la seva normalització. Els mitjans de comunicació són eines excel·lents per canviar els hàbits de canvi de llengua provocats per la bilingüïtzació.

Per què cal parlar de joves i usos lingüístics en relació als mitjans de comunicació

Per què ens ha d'interessar la relació entre els joves, els mitjans de comunicació i els usos que fan de la llengua? Per una part, la llengua ens interessa perquè és l'articuladora de la cultura, sense ella no existiríem com a poble; per l'altra, els joves representen el futur, la continuïtat: no hi ha llengua si els joves hi renunciem. Els mitjans de comunicació són l'eina que ens pot ajudar a enllaçar els dos elements anteriors amb harmonia i naturalitat o que ens pot bloquejar i no deixar que la cadena lògica de transmissió generacional es pugui dur a terme. Probablement són les claus de l'èxit o del fracàs de la nostra supervivència com a poble.

Davant l'evidència del pes cabdal dels mitjans de comunicació sobre les nostres vides, el nostre entorn, cal plantejar-nos la manera d'entendre tot allò que ens envolta o la coneixença de tot quant passa aquí i a la resta del món. A més, hem de tenir present que als joves els mitjans de comunicació els marquen més perquè encara estan en període de formació intel·lectual i el seu esperit crític pot ser fàcilment manipulat o patir greus mancances.

Els joves d'avui viuen dins aquesta situació i reaccionen de dues maneres: alguns combreguen amb tot això, diuen que passen de tot i mantenen les inèrcies de sempre, són la immensa majoria. Hi ha un altre sector, més minoritari però intensament efectiu, que no passa de res, que reivindica, es mou, viu nous projectes i segueix fidel als principis culturals tradicionals. Al nostre món hi ha una part de joves que mostren més passotisme al costat d'altres que mostren una major sensibilització a través de moviments antiglobalització, per exemple. Anem a veure què pesa més, quina de les dues forces guanyarà, la de la raó o la de la deixadesa en general.

Pel que fa a la llengua, els joves d'ara són competents en matèria lingüística però no en reclamen l'ús, per això el català només té vida plena en segons quins cercles plenament normalitzats: a l'interior de les famílies, entre grups d'amics o en determinades situacions. De cada vegada s'accentua més el procés de llatinització: els joves coneixen el català, el saben parlar, llegir i escriure i ho manifesten a classe per aprovar una assignatura però deixen d'usar-lo quan surten de classe i al pati o al carrer no es fan avanços significatius.

Si analitzam com han evolucionat de manera general els usos lingüístics i cap on hem anat en aquests darrers vint-i-cinc anys, ens trobam amb dues forces contràries, per una part la substitució lingüística avança a passes de gegant. I ens envolten alguns interrogants bàsics, com per exemple: Què passarà ara amb la televisió pública de les Illes Balears? Què passarà amb el gairebé inexistent cinema en català? Per què els diaris no incorporen el català de manera progressiva? Per què no s'ha aplicat la ja gairebé caduca (1986) Llei de Normalització Lingüística?

Per altra banda, sortosament, hi ha nombrosos grups de pressió social que la demanen de maneres molt diverses com són diades per la llengua, escoles i institucions diverses, correllengües, acampallengües, concerts de Músics per la

Llengua, Joves de Mallorca per la Llengua, des d'incomptables llibres fins a articles de revistes i diaris i iniciatives i actes nombrosíssims! Què més necessitam per poder dur a terme més avanços reals en aquests camps?

Tots aquests usos lingüístics són susceptibles d'esser estudiats agafant com a punt de referència els diferents àmbits d'ús, els principals dels quals són: l'escola, la família, el carrer, els bars i locals d'oci. És molt important observar quin és el paper de la llengua a través dels mitjans de comunicació en forma de: llibres, diaris, revistes d'informació general, revistes especialitzades i juvenils, televisió, ràdio, música, etc. per poder tenir elements de judici i actuar en conseqüència.

Marc sociològic del Manacor jove actual

La nostra aportació parteix de les dades extretes de l'estudi *Societat, Llengua i comunicació a Manacor: el paper dels joves*, realitzat entre els mesos de maig i novembre de l'any 2002 i publicat per la Fundació Pública Antoni Maria Alcover l'abril del 2003 i se centra en els apartats relacionats amb els mitjans de comunicació.

L'estudi abraçava una franja de població compresa entre els 13 i els 18 anys. Els entrevistats foren 429 joves i al·lotes que ens aportaren informació sobre les seves dades generals, familiars, nivell de coneixement de la llengua, llengua d'ús social predominant als diversos àmbits d'ús (escola, carrer, bars...), manera com s'ha après la llengua, nivell d'estudis, actitud davant els usos lingüístics, llengua dels mitjans de comunicació, llengua de la correspondència, llengua d'ús amb desconeguts, llengua d'intercomunicació amb estrangers, etc.

El projecte era molt ambiciós i per això en l'edició en plasmàrem una visió general i completa. Encara ens queden moltes coses a dir sobre les dades i les conclusions extretes, així hem considerat oportú fer aquesta nova ampliació i concreció d'un dels apartats més atractius i de més actualitat: els mitjans de comunicació.

De manera general s'observen grans contrastos segons les situacions i els àmbits d'ús. Els joves a ca seva o de manera habitual usen el català en un 71,02 % i a l'escola el senten majoritàriament en un 70,39 %. La situació varia considerablement si ens referim al contacte amb el professorat ja que l'ús del català augmenta fins a un 82,34 %, al contrari, baixa fins a un 65,56 % l'ús amb els companys a l'aula i fins a un 60,28 % amb els companys als patis. La davallada és estrepitosa quan parlem de l'ús del català al carrer que baixa fins a un 43,35 %. Aquest fenomen, anomenat pels experts d'ocultació lingüística, fa que la població catalanoparlant molt més nombrosa que no qualsevol altra i amb un major pes social, quedi ocultada, com diluïda, darrera actituds de deslleialtat lingüística i de canvi de llengua.

Els joves solen passar una part important del temps d'oci al Carreró o als locals d'ambient on la música excessivament forta supleix la gairebé absència de comunicació ja que aquestes situacions no són gens propícies a cap tipus de comunicació que no sigui gestual o basada en estereotips.

De vegades sembla que ens hem convertit en una massa de gent amb actituds automàtiques, com si haguéssim renunciat a la personalitat pròpia, a la diferència, d'aquesta manera som gairebé acrítics. Això s'ha de dir de joves i de vells, la societat adulta també es deixa dur fàcilment per les modes, pel consumisme, per la publicitat i sovint no es planteja què convé o, el que és pitjor, a voltes ho sap però fa de no saber-ho. Aquests tipus d'actituds sens dubte es veuen reflectides en els usos lingüístics.

En tot aquest marc complex i gairebé automàtic la cultura i la llengua no en surten gaire ben parades, sobretot si tenim en compte que els joves tenen assumit un bilingüisme total. Són escassos els casos de manteniment de la pròpia llengua davant interlocutors castellanoparlants independentment de qualsevol factor: tant si l'interlocutor acaba d'arribar d'un altre lloc com si ha nascut aquí, tant si és gran com jove o petit, tant si només són dues persones com si són un grup de vint catalanoparlants enfront d'un sol castellanoparlant, la solució adoptada sol ésser sempre la mateixa: el canvi de llengua automàtic. Tant que per indicar on hi ha un carrer a un turista estranger només un 7,29% dels joves ho fan en català i un 50,56% ho fan en castellà; en el cas d'una persona immigrant les xifres augmenten en favor del castellà fins a un 69,06 % i si l'interlocutor és castellanoparlant el canvi al castellà arriba fins a un 82,18 %.

A partir del nostre procés d'observació i d'experimentació hem vist que la majoria de motius que ens duen a canviar de llengua només són tòpics sense fonament i sense sentit. Són, paradoxes de la vida, uns fets aparentment insignificants i trivials que decidiran el nostre futur, la nostra supervivència o l'absoluta aniquilació. Si nosaltres volem, podem viure perfectament en català sense canviar de llengua amb el respecte i la bona acceptació de tothom que ens envolta, parlin la llengua que parlin. Cal tenir present que quan nosaltres parlem en català no ho feim per a ofendre ningú sinó perquè som així, o hem nascut aquí o aquesta és la nostra terra d'ara. Si som educats o no, no depèn de la llengua que usem en la nostra comunicació sinó de la nostra actitud.

Si tots els catalanoparlants usàssim sempre el català la situació es capgiraria amb facilitat. És l'ocultisme lingüístic el que ens fa passar desapercebuts, com si no existíssim, ja que no ens deixam sentir. Les actituds de renúncia no ens afavoreixen gens i, a més a més, si tenim en compte que els canvis de llengua són sempre innecessaris.

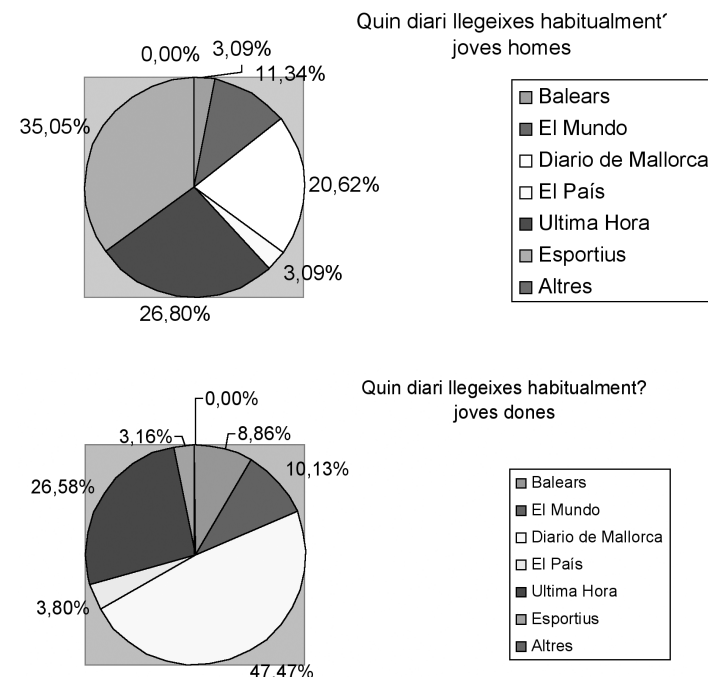
Hauríem de sospesar els dos plats de la balança. Per una part l'ús del català avança: de cada vegada s'estén i es reforça en l'ensenyament, de cada vegada té més prestigi com a idioma útil i necessari: es té la consciència, que de fet és real, de la necessitat d'aprendre català i d'usar-lo. Una bona prova d'això és que un 81,23 % dels joves enquestats l'usarien per a escriure una sol·licitud adreçada a l'Ajuntament de Manacor, per exemple. Miracles feim amb pocs recursos i amb una situació de reconeixement legal inadequat. Per una altra part el català retrocedeix en l'ús entre els joves, en el punt de màxim perill ja que representen el futur i la continuïtat de l'idioma (observam un descens percentual que va del 71,02 % de

l'ús habitual fins al 43,35 % de l'ús al carrer). Sembla una contradicció que quan més el saben usar, quan en tenen una millor competència, l'usin menys. Probablement la causa principal d'aquesta renúncia són els hàbits equívocs de canvi de llengua i la pressió social que condueix cap al seu abandó. Ara que ens trobam en el moment de la gairebé desaparició dels monolingües catalans, el major problema el constitueix el canvi automàtic de llengua a causa de la bilingüització total en què estam immersos.

La premsa escrita: diaris i revistes

A través dels diaris i de les revistes els joves tenen més eines per conèixer el món. Segons les nostres dades només un 11,95 % dels joves entrevistats llegeixen el *Diari de Balears*. Aquesta tan minsa aparició de premsa en català als joves i, com a deducció consegüent, a la resta de la societat no fa més que reforçar l'evidència de la gran mancança del català també a la premsa.

Un dels objectius principals de la Llei de Normalització Lingüística aprovada l'any 1986 era que tots els mitjans de comunicació publicats a les Illes Balears emprassin el català de manera habitual i progressiva. Nosaltres consideram que a tots els diaris publicats a les Illes Balears se'ls hauria d'exigir que com a mínim un 50 % de la seva informació fos transmesa en català.



Pel que fa als diaris, com podem observar als gràfics anteriors, publicacions com *Diario de Mallorca* i *Última Hora* comparteixen la seva preponderància amb la premsa esportiva. Quan parlem de revistes d'informació general, la majoria dels joves, un 30,04 % coneixen revistes comarcals com *7Setmanari*, *Manacor*, *Perlas y Cuevas*.¹

A partir de quin diari llegeixen o veuen habitualment a casa, hem pogut deduir que en el cas de les joves dones, el diari que llegeixen majoritàriament és el *Diario de Mallorca* en un 47,46 %, també el llegeixen un 20,62 % dels joves homes. Aquests darrers es decanten més cap a diaris esportius, amb un 35,05 %. Un 33,77 % dels joves homes confirmen que no veuen cap diari a casa, però un 22,08 % d'aquests disposen de premsa esportiva a les seves llars. En el cas de les joves dones, a ca seva solen veure el *Diario de Mallorca* i *Última hora*, amb un 36,80 % i un 29,44 % respectivament. Només un 3,09 % dels joves homes i un 8, 86 % de les joves dones llegeixen el *Diari de Balears*.

La confrontació d'aquestes dades ens du a fer una reflexió sobre la presència ínfima del català a la premsa escrita. Només tenim el *Diari de Balears* com a premsa en català i les dades esmentades ens fan veure que té un pes mínim entre els joves (suposam que també entre la societat en general). Creim que l'única solució a aquest problema és que tots els diaris que es publiquen a les Illes Balears incloguin una part de la seva informació en català. Nosaltres consideram que, per començar, el 50 % del seu contingut hauria d'esser en català. Volem recordar que aquesta ja era una de les fites prioritàries de la Llei de Normalització Lingüística aprovada l'any 1986.

En l'apartat de les revistes i classificades en revistes d'informació general, especialitzades i juvenils, arribarem a les conclusions explicades a continuació: quant a revistes d'informació general, la majoria dels joves, un 30,04 %, coneixen sobretot revistes comarcals (*7 Setmanari*, *Manacor*, *Perlas y Cuevas*). Un 19,74 % coneixen la revista *Pronto*. També diuen conèixer revistes com *Muy interesante*, *Quo*, *Interviú*, *Semanal/ Magazine Brisas* , *Cosmopolitan*, *Qué me dices?*, com a opinions majoritàries dins una llista llarga i variada d'opcions gairebé individuals.

Si fixam la nostra atenció en les dades obtingudes que fan referència a les revistes especialitzades, ens adonam que les més conegudes són les revistes d'esports tan diversos com *Surf* o *Trot*. Comenten conèixer també la premsa esportiva més clàssica: *Sport*, *Marca* i *Mundo deportivo*. Les revistes musicals també tenen cabuda en la seva coneixença i algunes revistes científiques com *National Geographic*.

En les revistes més juvenils trobam la gran afeció d'una part important dels joves homes: les revistes de motor, sobretot per *Sólo motos* i *Maxi tuning* amb un 21,33 %, i també *Fórmula 1*, *Sólo coches* o *Sólo Scooters*. També hi ha molt d'interès per part dels joves per les revistes de videojocs i d'ordinador, com per exemple *Hobby consolas* amb un 10,22 %, *Nintendo Acción* (7,56 %), *Play Station* (7,11 %), i també altres menys nombroses en tant per cent, com les revistes *X Box*,

Pc Buy o *Computer hoy*. Entre les joves dones trobam revistes com *Super Pop*, *Ragazza*, *Vale*, *Bravo* o *You*, entre d'altres.

Observam com gairebé les úniques revistes que arriben als joves en català (lleuat d'alguns casos molt puntuals) són les comarcals; precisament per això creim imprescindible que n'augmentin considerablement l'ús, ja que la majoria de les que es publiquen avui a Manacor es troben ben lluny de la normalitat lingüística. L'única que romp aquesta dinàmica és la revista *Cent per cent* que s'edita només en català.

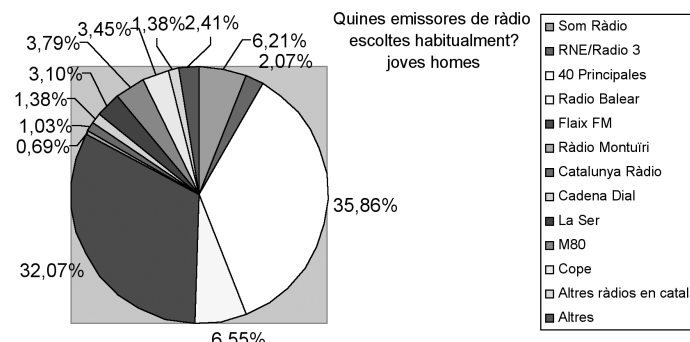
La ràdio

Les emissores de ràdio amb més pes dins dels nostres gràfics següents són, per ordre d'audiència: *40 principals*, *Flaix FM*, *Somràdio*, *Ràdio Balear*, *M 80*, *Radio Nacional/Ràdio 3*, *Catalunya Ràdio*, *Ràdio Montuiri* (actualment *Ràdio Murta*) i d'altres com *La Ser*, *Cadena Dial*, *Cope* i d'altres emissores en català.

Els homes joves, encara que sigui l'emissora que escolten més, tenen els *40 principals* menys sintonitzat que no les joves dones. Així un 35,86 % de joves del sexe masculí l'escolta i, per contra, un 46,45 % del sexe femení, això suposa com podem veure, un augment de quasi un 11 % en els casos femenins.

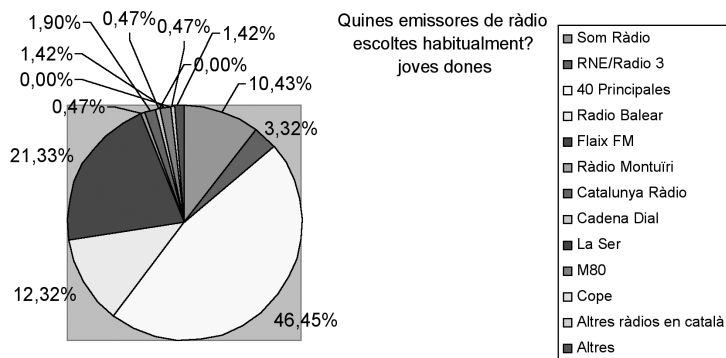
La força renovadora i esperançadora ens arriba en format de música internacional d'avantguarda, però presentada en català. Estam parlant de l'emissora *Flaix FM*, que gairebé comparteix el lideratge d'audiència amb els *40 principals*, en el cas dels joves homes. Un 32,07 % d'ells l'escolta habitualment; en el cas de les dones podem observar una davallada d'un 10 % en el seguiment d'aquesta sintonia.

Una de les notícies que va suposar un trasbals i un cop baix per a la nostra llengua i cultura va ser el tancament d'una emissora que retransmetia exclusivament en català. Com tothom deu saber, estam parlant de *Somràdio*. Aquesta emissora que va ser silenciada en sec, esborrada injustament. Doncs bé, *Somràdio* era la tercera força quant a audiència, juntament i justament amb *Radio Balear* que es troba ben lluny de la normalització lingüística.



Amb aquesta observació demanem que es reanudi el més aviat possible la retransmissió diària de *Somràdio* i també que les ràdios fetes als Països Catalans emetin, com a mínim, la meitat de la seva programació en català, tant pel que fa a la llengua dels locutors com la música i tota la resta de programació.

És necessari que les institucions s'hi posin de bon de veres. Per exemple, ja és ben hora que emissores com *Radio Balear* prenguin consciència de quina és la seva situació, de quin és el context sociocultural que les envolta: no és possible que una emissora local obviï la llengua de la terra en què emet.

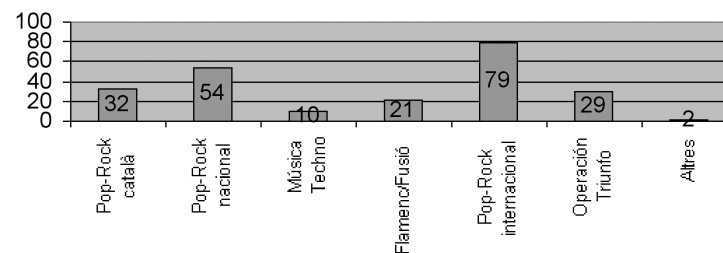


Tal com figura als gràfics anteriors, les dades que en poguérem extreure, per ordre d'audiència, són aquestes: l'emissora que du la veu cantant és els *40 principals*, els joves homes l'escolten en un 35,86 % dels casos i les joves dones encara els superen amb un 46,45 %. A continuació *Flaix FM* s'hi acostava molt, ja que és escoltada per un 32,07 % dels joves homes i minva fins a un 21,33 % de les joves dones. *Somràdio* en el cas dels joves homes amb un 6,21 % i en el cas de les joves dones amb un 10,43%, disputaria el tercer lloc, juntament amb *Radio Balear*, que escolten el 6,55% dels joves homes i el 12,32 % de joves dones.

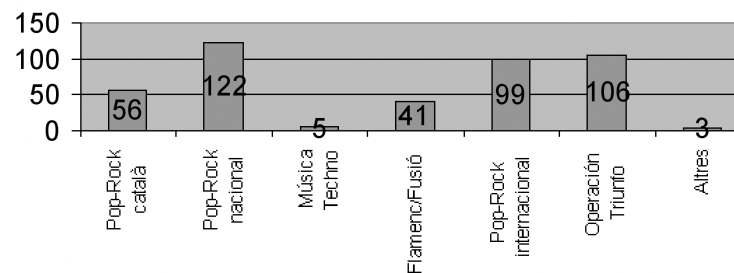
Les altres emissores es troben a molta distància percentual i es troben només entre el 0% i un prop del 4%, sense arribar-hi: *M 80* compta amb el 3,79 % dels joves homes i el mínim 1,42 % de joves dones. *RNE/Ràdio 3* es mou entre el 2,07 % de joves homes i el 3,32% de joves dones. *La Ser* té índexs d'audiència que arriben al 3,10 % dels joves homes però no tenen èxit entre les joves dones ja que no pot ésser més clar el resultat del 0,00% entre elles. Una situació semblant es dona amb *La Cope* ja que l'escolten un 3,45 % dels joves homes (potser pels partits de futbol?), en canvi les joves dones no l'escolten ni poc ni gens, un 0,00%.

Catalunya Ràdio és escoltada per un 1,03% dels joves homes i per un 1,90 % de les joves dones i la *Cadena Dial* per un 1,38 % d'homes i un 0,47 % de dones. En darrer lloc, segueix a molta distància *Ràdio Montuiri* (ara *Ràdio Murta*) que escolten només el 0,69% de joves homes i el 0,47 % de joves dones. Es veu que el seguiment d'aquest tipus d'emissores és absolutament minoritari.

Quins tres grups musicals prefereixes? joves homes



Quins tres grups musicals prefereixes? joves dones

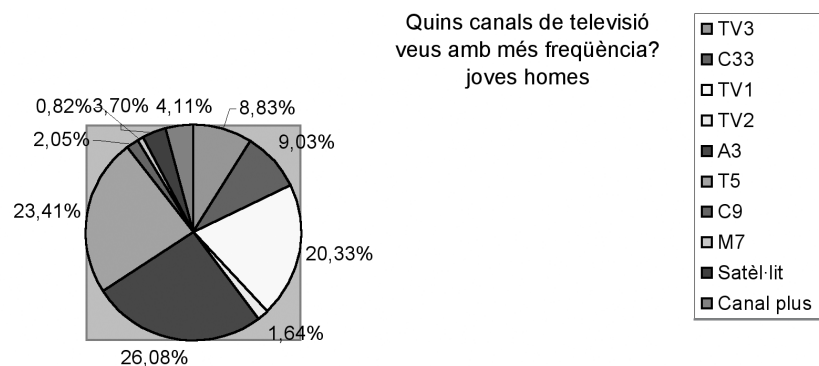


En l'apartat de les tendències musicals, observem diferències significatives en els gustos musicals segons els sexes: 59 dels joves homes enquestats escolten Pop-Rock internacional i només 29 joves dones; però les diferències més grans apareixen quant al Pop-Rock nacional i el Pop-Rock català: 55 joves homes escolten Pop-Rock nacional devora més del doble de joves dones: 122. També 56 joves dones escolten Pop-Rock català i 32 joves homes. *Operación Triunfo* apareix com una tendència marcadament femenina amb 106 joves dones enfront dels només 29 joves homes.

La televisió

Quins canals veuen amb més freqüència, quins els agraden més i quins programes prefereixen eren els aspectes que ens interessava valorar. A partir d'aquest moment totes les respostes requereixen una valoració crítica del propi entrevistat amb l'afegit d'un *per què?* que els fa justificar l'elecció. La informació extreta d'aquestes respostes obertes és difícilment tabulable però d'una gran vàlua per apreciar les actituds i els hàbits lingüístics que marquen les pautes d'ús.

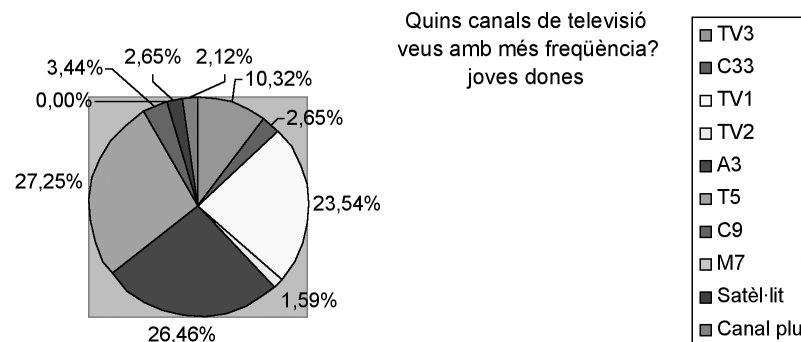
La gran majoria dels joves veuen programes i sèries espanyoles. Ens trobam amb un programa que ha aconseguit quotes d'audiència inusualment elevades: *Operación Triunfo*. També ha tengut molts de seguidors el programa *Gran Hermano*. Tota aquesta realitat ens obliga a qüestionar-nos quin model de televisió de qualitat podria fer front a aquesta gran massa d'audiència castellanitzada amb aquests programes de dubtosa aportació intel·lectual. Aquí tenim l'altra cara de la moneda, alguns entrevistats expressen que els programes que més els agraden són informatius, documentals, pel·lícules... *3XL.net*, *Club Súper 3* i dibuixos animats en català. És ben clar que l'audiència jove cerca una cosa ben diferent a la que ens agradaria a nosaltres. Per tant, què hem de fer? Què els oferim per donar-los una alternativa en català?



Tal com observam, i sempre per ordre d'audiència, *Tele 5* se'n du la palma amb un 23,41 % de joves homes i un 27,25 % de joves dones a poca distància de les dues cadenes que vénen a continuació són les que semblen de moda i les més vistes amb una diferència notable de la resta. El que caldria que ens plantejàssim és quin és el tipus de programació que ofereixen i per què tenen més audiència i, per una altra part, quins són els canals que no ofereixen manipulació sinó més bé al contrari (*TV3*, per exemple sembla ésser la número 1 en qualitat informativa, cultural i d'entreteniment).

Tal com hem apuntat anteriorment, *Antena 3* amb un índex del 26,37 % entre els joves homes, i el 26,46 % entre les joves dones, juntament amb *TV1* que en té el 20,33% de joves homes i el 23,54 % de joves dones, constitueixen les tres cadenes de major èxit entre els joves.

A continuació trobam *TV3* que arriba al 8,83 % de joves homes i al 10,32 % de joves dones. Aquesta és una dada important si tenim present que *TV3* és l'únic canal que emet exclusivament en català. Aquests percentatges, força elevats en relació als altres, demostren que la qualitat s'acaba imposant a la quantitat i dubtosa qualitat dels altres canals.



També és considerable el percentatge d'audiència del *C33* amb un 9,03% de joves homes i un 2,65% de joves dones. En aquest cas els homes superen amb gairebé un 6,5% les dones, probablement per la qualitat dels informatius, documentals... o fins i tot pels esports.

A una certa distància apareix el *Canal plus* que compta amb 4,11% de joves homes i amb 2,12% de joves dones. Una altra vegada superen els homes amb un 2% les dones, potser sé que els mou més la qualitat i elles es deixen dur més per programes de xafardeig i per telesèries. Veuen *TV per satèl·lit* un 3,70% de joves homes i un 2,65% de joves dones. Tornem-hi: els homes semblen un 1% més modernitzats que no les dones.

Segueix el *Canal 9* amb el 2,05% de joves homes i el 3,44% de joves dones. Aquí un quasi 1,5% més de dones veuen *Canal 9* que no pas homes, per desgràcia sembla confirmar-se la hipòtesi de la seva preferència, en general, pel telefems o la baixa qualitat televisiva (deuen ser les sèries romàntiques?). A poca distància trobam *TV2* amb un 1,64 % de joves homes i un 1,59 % de joves dones. Curiosament aquí els percentatges són molt igualats però a molta distància de les tres primeres *Tele 5*, *Antena 3* i *TV1*.

En darrera posició trobam *M7* amb un 0,82% de joves homes i un claríssim 0.00% de joves dones. Sembla necessària una reflexió sobre aquest model televisiu si, pel que es diu, ha de servir de base a la nova televisió de les Illes Balears. El que seria recomanable és una proposta televisiva que combinàs qualitat i entreteniment i que agafàs com a punt de referència *TV3* i algun aspecte de les exitoses *Tele 5*, *Antena 3* i *TV1*.

Conclusions diverses

Com a fruit de les nostres investigacions hem pogut deduir, de manera sintètica, les conclusions següents:

- És tan gran el paper dels mitjans de comunicació dins la nostra societat que ens són imprescindibles per avançar en els canvis d'hàbits d'ús i en la normalització real del català.
- D'entre els diferents mitjans, la televisió és el que es troba en millor posició seguit d'enfora per la ràdio i en darrer lloc pels diaris.
- La presència del català als mitjans de comunicació és massa petita per avançar en la normalització lingüística del català.
- Cal que fem un esforç polític, social i individual per reivindicar una major presència del català als mitjans de comunicació si volem continuar tenint un paper important com a poble i societat diferenciada.

NOTES

¹ En el moment de la nostra recopilació de dades la revista *Cent per Cent* estava encara en procés de formació, per tant, no podem aportar dades al respecte.