
Estat actual i perspectives de la llengua catalana en els mitjans de comunicació i les xarxes socials a Andorra

ALBERT ROIG LOSCERTALES

Periodista i divulgador cultural
a.roig@andorra.ad

RESUM

Andorra és un país petit. Algú el defineix com un poble estat. Demogràficament el país és divers, amb una gran quantitat d'habitants provinents d'altres llocs que han fet d'Andorra casa seva. Com és evident, aquest fet té conseqüències, no necessàriament negatives, i una es veu reflectida en els mitjans de comunicació, que tenen una funció notable pel que fa al coneixement de la llengua, la integració i la cohesió social. La gran quantitat de mitjans de comunicació propis, tots fets i pensats en català, establerts ja en el darrer decenni en unes determinades capçaleres —de paper i digitals—, ràdios i televisió, afronten dos reptes: continuar fent de corretja de transmissió en català dels fets que passen a Andorra i fer-ho amb la mirada posada als nous hàbits de consum informatiu a través de les xarxes, en les quals altres llengües són predominants.

PARAULES CLAU

Andorra, sistema comunicatiu, mitjans de comunicació, català.

Un país petit, divers i complex

Andorra és un país petit on, en una superfície muntanyosa de 468 km², s'encabeixen més de 85.000 persones, al mateix temps que rep una població estacional anual (que inclou turistes, excursionistes i temporers) de més de 17 milions de persones (Govern d'Andorra. Departament d'Estadística, 2023). Amb unes dades demogràfiques d'aquestes característiques, és fàcil concloure que Andorra té un gran teixit social i cultural que juntament amb una arquitectura politicoinstitucional diversa —coprínceps, govern, consell general, set comuns i totes les entitats i institucions que se'n deriven— conformen un ric entramat amb gran dinamisme i que genera molta activitat.

Des de la segona meitat del segle passat, a més, Andorra acull una gran quantitat de població immigrant, provinent fonamentalment de Catalunya i de la resta d'Espanya, que en una proporció molt alta acaba establint-se al país. És evident, doncs, que la suma de tot plegat —societat dinàmica, immigració, territori petit i institucions pròpies— té el seu reflex en els idiomes presents en la vida quotidiana de la gent i el seu ús preferent. Si bé el català n'és l'idioma oficial i gaudeix d'una protecció legislativa específica, comparteix presència pública —i en alguns casos molt rellevant— amb altres idiomes propis de la població que s'ha establert al país provinent d'altres països.

El darrer estudi sobre els coneixements i usos lingüístics de la població d'Andorra (Andorra Recerca i Innovació. Grup de Sociologia, 2022) relata la situació actual i l'evolució de la societat andorrana en matèria lingüística des del 1995 fins al 2022 i el primer element que té en compte és una certa estabilització dels percentatges dels dos grans grups distribuïts per nacionalitat en les persones més grans de quinze anys: en xifres andorranes, la població de nacionalitat andorrana representa el 43 % i la de nacionalitat espanyola està situada en el 23 %.

El tercer gran grup, el portuguès, davalla lleugerament en benefici d'altres nacionalitats extracomunitàries, preferentment l'argentina, que si bé en un principi aquestes persones arriben a Andorra per l'oferta de treball temporer a les pistes d'esquí, una part renova el permís de treball i sojorn un cop acabada la temporada per treballar sobretot en el sector de la restauració. I finalment, l'altre grup destacable és la població de nacionalitat francesa, que manté uns percentatges similars durant els darrers vint anys, que oscil·len entre el 12 % i el 17 %.

Naturalment aquestes xifres varien si tenim en compte tots els grups d'edat i no només els més grans de quinze anys, però no en excés, com es pot comprovar fent una comparativa amb les xifres del Departament d'Estadística, i l'exemple més clar és en els dos grups de més influència: les persones amb nacionalitat andorrana de la població total representen el 45 % i les de nacionalitat espanyola, el 24 %.

Dues altres xifres que cal tenir en compte. La primera, que la població jove escolaritzada al país té un bon nivell de català, una conclusió a la qual arriba l'estudi sobre els coneixements i usos lingüístics. La segona, que el 44 % dels adults declaren tenir el català com a llengua materna, mentre que un 40 % té el castellà.

Però si hi ha dues dades que interessin per situar-nos en aquest marc global del país que s'està dibuixant de manera introductòria són, d'una banda, la que reflecteix l'estudi en relació amb l'ús del català, que en una pregunta de multiresposta situa en un 63,7 % dels enquestats que diuen que l'utilitzen com la llengua habitual amb les relacions amb altres persones, mentre que el 48,6 % ho fa en castellà. El tercer lloc és per al portuguès, amb un 12,3 %, i la resta se'l reparteixen el francès, l'anglès i altres llengües. D'una altra banda, l'indicador de coneixement del català se situa en un 8,3 de mitjana, en una escala de 0 a 10, mentre que el castellà el supera i se situa en un 9,3 de mitjana. L'indicador del coneixement d'un idioma respon a la suma de quatre paràmetres: entendre'l, llegir-lo, parlar-lo i escriure'l.

En aquesta avaluació prèvia, fonamentalment estadística però rellevant per entendre la situació lingüística a Andorra, es veu clarament com el principal competidor del català al país dels Pirineus és el castellà, una llengua que en molts àmbits de la vida social i de les relacions entre persones és la que preval i relega el català a llengua institucional i institucionalitzada. Com a exemples, perquè s'entengui més clarament: l'idioma majoritari a la restauració, als establiments d'oci nocturn, a l'atenció als grans magatzems o al transport públic és el castellà; cal tenir en compte també el canvi de llengua dels catalanoparlants en una conversa quan qui n'és l'interlocutor parla castellà.

Aquesta praxi, la del canvi de llengua del català al castellà en una conversa, es produeix segons les estadístiques publicades en un 74 % de les vegades que els conversadors es troben en aquesta situació. No és erroni, doncs, creure que la percepció que hi ha al país que el castellà acaba sent la llengua predominant d'ús social és real, malgrat que els estudis reflecteixen un determinat nivell alt de coneixement de la llengua pròpia. Conèixer una llengua no vol dir fer-ne ús, i aquest és el principal cavall de batalla.

Per revertir aquesta tendència, l'abril passat el Consell General va aprovar una nova llei del català (Llei 6/2024) que n'impulsa la preservació i garanteix el dret dels ciutadans de ser atesos en la llengua oficial. Valguin com a exemples del nou articulat d'aquesta llei l'obligació d'acreditar nocions bàsiques de català per obtenir la primera renovació del permís de residència, l'exigència mínima de fer la salutació inicial en català en l'atenció al públic i la de saber el vocabulari bàsic en català de la professió. Només l'anunci mesos abans de la seva aprovació que el Govern estava preparant aquesta llei amb els nous requisits de coneixement de la llengua ja va comportar que els cursos de català per a adults que ofereix el Departament de Política Lingüística de manera gratuïta en els diferents centres que té repartits per tota la geografia andorrana dupliquessin els assistents i que s'incrementessin de manera considerable les inscripcions als exàmens oficials de català. Però encara hi ha més, un cop aprovada la llei, el mes d'abril les places dels cursos van quedar exhaurides amb llistes d'espera de persones que no hi van poder accedir.

Era imprescindible fer aquesta introducció molt resumida del panorama lingüístic a Andorra abans d'abordar el tema central d'aquest article. I encara podríem continuar segmentant més

els conceptes de tal manera que ajudarien el lector a entendre la idiosincràsia de la societat andorrana, fugint d'estereotips o tòpics convencionals que se'ns atribueixen pel sol fet de tenir com a llengua oficial el català. Els nostres «problemes o entrebancs» lingüístics no s'allunyen gaire dels dels territoris veïns de parla catalana —hi ha qui fins i tot els situa en unes condicions més complicades que a Catalunya (Caus, 2015). Però si hi ha algun avantatge a l'hora de posar remei als dèficits lingüístics és que Andorra és un estat, i una llengua que té al darrere el poder d'un estat —si n'és conscient— acaba sent més protegida perquè pot legislar a favor del seu coneixement i ús.

Les característiques d'Andorra al llarg de la història com un país de migracions afecten directament l'ús de la llengua dels seus habitants i el consum dels mitjans de comunicació. Això succeeix sobretot a partir del moment que Andorra passa de ser un país d'economia agrària, en el qual les emigracions de molts andorrans per buscar-se la subsistència fora del país o proveir econòmicament la casa eren una dinàmica constant, a una economia de sector terciari d'un gran desenvolupament econòmic durant el segle XX amb una forta recepció d'immigrants i una alta població estacional que comporta una transformació del país a tots els nivells: social, polític, econòmic i cultural. És en aquesta època quan es produeix l'eclosió de la premsa a Andorra, sobretot en el darrer terç del segle XX, la qual recull precisament els testimonis d'aquesta transformació del país.

Carles Pont i Jaume Guillaumet, catedràtics de periodisme de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, divideixen en quatre grans períodes la història de la premsa a Andorra (Pont i Guillaumet, 2009):

1. Premsa andorrana editada a l'exterior (1917-1937)
2. Orígens de la premsa editada a Andorra (1952-1969)
3. El primer diari i eclosió de publicacions (1970-1989)
4. El segon diari i la consolidació (1990-2005)

L'estudi de Pont i Guillaumet va ser publicat el 2009, però el darrer període analitzat acaba el 2005, i ja aleshores el format digital començava a fer competència al tradicional de paper o fins i tot els mitjans audiovisuals arraconaven la premsa escrita. A Andorra, però, tot això encara era molt primerenc i, pel que fa a la premsa del país, ni de bon tros el format digital imperava ni l'únic mitjà audiovisual públic, la televisió andorrana, dominava la retransmissió per Internet. A més, feia ben poc que esclatava el fenomen de les xarxes socials amb l'aparició el 2004 de Facebook com a gran referent i de YouTube en el camp del consum audiovisual.

Vint anys després, la publicació de Pont i Guillaumet requeriria una ampliació perquè ens adonéssim de com en dues dècades el panorama comunicatiu andorrà ha fet un salt per adaptar-se al consum que en fem a través de les xarxes, al mateix temps que ha consolidat unes determinades capçaleres que han sabut adaptar-se —o s'han creat en la majoria de casos— als nous

hàbits del consumidor d'informació, ja que de manera molt cruel a qui han afectat més les noves formes de comunicació mitjançant Internet ha estat a la premsa escrita publicada en paper, i han sorgit noves capçaleres únicament digitals. És obvi que televisió i ràdio també s'han adaptat en un món permanentment en revisió i canviant, sobretot pel que fa a l'oferta de pòdcasts o programes a la carta.

Estandardització de la llengua, tractament de les notícies i identitat

Andorra, malgrat ser un país petit, té una gran quantitat de mitjans de comunicació propis, un fet que acostuma a sorprendre però que té la seva raó de ser. Demogràficament podríem comparar Andorra amb una comarca catalana o un departament francès i per tant buscar analogies en la difusió de mitjans. Però la realitat no és comparable. Andorra és un estat, un poble estat si voleu —com la defineix Jordi Cinca, ministre de Finances del 2011 al 2019 durant els governs d'Antoni Martí—, amb tot el que això significa, no només institucionalment i políticament, sinó també en tots els àmbits de la vida dels ciutadans. I la premsa no se n'escapa.

Com tothom en l'era digital, els mitjans andorrans comparteixen espais de difusió globalitzats, amb una influència evident de la premsa espanyola provinent fonamentalment de Catalunya però no necessàriament en català. Aquesta ascendència en la premsa i el periodisme andorrà en general té les seves conseqüències, i no només pel que fa a aquelles informacions internacionals el consum de les quals es fa sobretot a través de mitjans o bé catalans o bé espanyols, sinó també pel que fa a l'estil lingüístic del periodisme que es fa al país, on la majoria de professionals provenen de Catalunya, amb un percentatge baix de professionals andorrans, que, a més, s'han format predominantment a Barcelona. I aquesta situació, quines conseqüències té? Dues de fonamentals.

La primera es reflecteix en la llengua, en l'ús immensament majoritari de la variant estàndard del català, és a dir, el català central, cosa que deixa com a anècdota l'ús de la variant dialectal nord-occidental —la que correspon a la parla andorrana i pallaresa. Aquesta variant dialectal pràcticament no existeix, ni en la locució dels presentadors dels informatius i programes de televisió o de ràdio ni de bon tros en els mitjans escrits. Es tracta d'una variant del català absolutament minoritzada en la premsa andorrana.

La segona conseqüència afecta directament el tractament de les notícies i el seu contingut. El periodisme que es fa a Andorra acaba sent un periodisme a la manera de fer de Catalunya, molt influenciat pel model de periodisme espanyol (Caus, 2015: 86-88). Són conseqüències lògiques si tenim en compte, com hem dit, la procedència majoritària dels professionals i on han estat formats. Tot plegat també es reflecteix en l'escàs component o consciència identitaris en el sector, cosa que —agradi o no— també es posa de manifest en la mateixa societat andorrana.

Els mitjans

Ara bé, és cert que existeix el que Carles Pont i Jaume Guillaumet defineixen com un sistema andorrà de premsa (Pont i Guillaumet, 2009: 36), que té com a base la periodicitat, la durada, l'idioma, els continguts i la població de l'edició, i que s'ha anat configurant al llarg del temps amb diferents fites històriques, com, per exemple, la publicació de *Poble Andorrà* el 1974, que significava l'aparició des de l'any 1939 del primer diari fet íntegrament en català.

Andorra té moltes publicacions sectorials o edicions amb caràcter temàtic, però aquí només ens referirem a les de contingut generalista, informatiu, agrupades per format. Totes són publicacions o emissions fetes en català, tret de les desconnexions radiofòniques amb altres emissores de les quals parlem més endavant. La televisió no tradueix les declaracions de protagonistes que parlen en castellà o en francès perquè es dona per fet que la població andorrana domina els tres idiomes. Cal precisar que l'escolarització en el sistema educatiu andorrà imparteix assignatures en català, francès i castellà com a llengües vehiculars, més enllà de l'assignatura pròpia d'aprenentatge dels tres idiomes, a més de l'anglès. Això vol dir, per exemple, que les matemàtiques a secundària poden impartir-se en castellà o que la química es pot fer en francès. El resultat final són —o haurien de ser— joves que surten de l'escolarització obligatòria amb el coneixement de les quatre llengües.

Pel que fa a la premsa escrita en paper, només queden dues capçaleres: *Diari d'Andorra*, que surt diàriament els set dies de la setmana, i *Bondia*, el diari gratuït que es troba a expositors i comerços de dilluns a divendres. Aquest ha estat un dels canvis substancials dels darrers vint anys: la desaparició de diaris en paper, que han passat de quatre a dos. *El Periòdic d'Andorra* i un altre de gratuït, *Més Andorra*, completaven aquest quartet, però la crisi de la segona meitat del primer decenni del 2000 i l'avenç imparable de la digitalització va canviar el panorama. Mentre que *El Periòdic* ha passat a consumir-se únicament de manera digital des d'aquest 2024 amb una reducció considerable de la plantilla, *Més Andorra* va desaparèixer quan va ser absorbit per la societat editora del *Bondia*.

És evident, doncs, que l'evolució ràpida dels sistemes de comunicació i l'eclosió dels mitjans digitals també han tingut la seva repercussió a Andorra. A principis del 2000 tot just les capçaleres anaven adaptant-se als nous temps, començaven a sortir publicacions exclusivament digitals i un diari —el *Bondia*— s'atrevia a començar a combinar la informació en línia amb la del paper.

La primera plataforma informativa exclusivament digital va ser el *fòrum.ad*, un portal que va néixer durant la primera dècada del 2000. El seu contingut es nodria —i es nodreix— a partir de les captures de les informacions d'agències de notícies o d'altres mitjans, sense un equip de redacció, i que replica les notes de premsa que arriben des de les diferents institucions i entitats.

Però si parlem realment de periodisme fet a Andorra i en català, els mitjans es distribueixen de la manera següent, segons la plataforma a través de la qual es distribueixen. El *Diari d'Andorra*

ha fet evolucionar el seu web per acabar convertint-lo en un diari digital i multiplataforma, sense deixar la publicació en paper. Ha creat un espai audiovisual, Diari TV, des del qual retransmet en directe esdeveniments, sessions parlamentàries o emet programes especials, com poden ser els debats electorals. També incorpora un canal musical que, amb un format atractiu per als joves, està dedicat exclusivament a la informació de música que es fa al país, als seus artistes, així com una agenda d'espectacles i concerts que es fan a Andorra, ja siguin de grups andorrans o de fora. Cal recordar que el *Diari d'Andorra* és el degà dels mitjans andorrans. La capçalera va néixer l'any 1991 i l'empresa editora n'és Premsa Andorrana, SA. L'oferta la completa amb l'edició en paper de la revista setmanal *7 Dies* i el suplement dominical *DMG*, que s'adjunta amb el diari en paper i també es pot consultar des del web. Actualitza en línia les notícies a mesura que passen i és present també a les xarxes socials d'Instagram, Facebook i X, on el que fa és replicar la portada diària del rotatiu i les principals notícies i articles d'opinió amb l'enllaç pertinent. Té un nombre notable de seguidors. Serveixin d'exemple els més de 17.500 seguidors a Instagram.

L'*Altaveu* és un portal d'informació general, sense la versió en paper, al qual s'ha anat incorporant amb el temps la redacció multiplataforma. Ofereix els continguts informatius en línia al moment, i els reforça amb pòdcasts setmanals i reportatges audiovisuals dels temes que considera que estan més d'actualitat. A la xarxa està present a Instagram, Facebook, X, YouTube i LinkedIn i també ofereix l'actualització dels continguts a través de la sindicació RSS (de l'anglès *real simple syndication*, sindicació molt simple). Com el *Diari d'Andorra*, té un nombre notable de seguidors a les principals xarxes —més de 12.500 a Instagram— i publica les principals notícies enllaçant-les al contingut web.

L'altre mitjà generalista en paper és el gratuït *Bondia*, que surt de dilluns a divendres i també ofereix la versió a Internet. El contingut és el d'un diari clàssic amb les seccions que se n'esperen, amb la informació d'abast nacional, pirinenca, cultural i esportiva, a més de les seccions d'opinió. Tot i que darrerament ha renovat la imatge corporativa, al *Bondia* li falta fer el gran pas endavant de convertir-se també en un diari multiplataforma en línia: no disposa de pòdcasts ni de vídeos propis, només capta vídeos de YouTube que creu interessants de reproduir. És present a X, Facebook, Instagram —amb més de 13.000 seguidors—, YouTube i amb possibilitat de syndicar els continguts.

El Periòdic d'Andorra és una de les capçaleres històriques dels mitjans andorrans, però des d'aquest 2024 ha deixat de sortir en paper i s'ofereix únicament en digital amb la possibilitat de descarregar-se'n el PDF, si s'hi està subscrit. Amb un mínim nombre de cos redaccional, el periòdic ofereix únicament les notícies del dia anterior sense fer l'actualització en línia de l'actualitat que es va produint durant el dia ni altres formats que no sigui l'escrit i la fotografia. Se'l pot trobar present també en les principals xarxes socials.

Dos digitals completen l'oferta de premsa escrita generalista: *Ara.ad* i *Poble Andorrà*, aquest darrer rebatejat recentment com a *Digital Andorra*. El primer és el germà andorrà del diari ARA

i forma part de la mateixa societat que l'Agència de Notícies Andorrana (ANA). Com la resta de mitjans, també és present a les xarxes socials tot i que amb una incidència més baixa que els anteriors. L'única agència de notícies, l'ANA, a part d'oferir serveis de redacció als mitjans i corporacions en totes les plataformes —text, àudio, imatge i vídeo—, també mostra notícies en obert.

A Andorra hi ha molts canals de ràdio i de televisió. De televisió pública i que fa programació pensada al país i per al país només n'hi ha una, Andorra Televisió. També existeix Lòria TV, un canal que pertany a la Mútua Elèctrica de Sant Julià de Lòria i que s'emetia només per cable fins que Andorra Telecom, el servei de telecomunicacions d'Andorra, va fer arribar la fibra a totes les llars del país i, per tant, va oferir canals de televisió a través d'aquesta fibra. Pirineus TV, que pertany al grup de Cadena Pirenaica, també arriba a Andorra, però la seva informació s'emmarca en les comarques de l'Alta i la Baixa Cerdanya, l'Alt Urgell, els dos Pallars i l'Alta Ribagorça.

La televisió andorrana, Andorra Televisió, a part de les emissions convencionals, utilitza la plataforma andorradifusio.ad com a canal informatiu i d'actualització en línia, al mateix temps que hi pengen els programes que emet. És el consum de la televisió per Internet, alhora que permet veure a la carta aquells programes que l'usuari no ha pogut veure en el moment d'emissió o que vol recuperar. La plataforma, que també ofereix informació de servei, la comparteix amb Ràdio Nacional d'Andorra. Present a les principals xarxes socials, té nombrosos seguidors (quasi 20.000 a Instagram) i fa valer la condició de l'única televisió pública del país. La resta són les cadenes internacionals que han obtingut la llicència preceptiva per emetre al país.

Pel que fa a les ràdios, el panorama és substancialment diferent. Igual que en el cas de la televisió, existeix una cadena, Ràdio Nacional d'Andorra, que és pública, feta amb continguts elaborats al país, que té el seu canal musical Andorra Música; la resta emeten desconnexions d'emissores que han obtingut la llicència per operar a Andorra. Així, Ràdio SER Principat d'Andorra forma part de la Cadena SER i els continguts andorrans, com l'informatiu o programes d'entrevistes, són desconnexions que es fan en el seu horari d'emissió. El mateix passa a la Cadena Pirenaica, que és un conglomerat d'emissores i que té en la històrica Ràdio Valira, R7P i Pròxima FM els seus estendards andorrans, però que també acaben sent desconnexions de diferents emissores espanyoles (Ràdio Valira ho és d'Onda Cero) o catalanes (R7P ho és de RAC1). Idèntica situació és la de Flaix FM, tot i que la seva graella sigui eminentment musical. A més, cada una d'aquestes emissores té la seva pròpia pàgina web, des de la qual informen amb contingut digital i fins i tot algunes hi pengen vídeos d'entrevistes o notícies destacades.

S'ha de saber diferenciar entre tenir una pàgina web i ser un veritable mitjà digital. No perquè un mitjà estigui present a Internet, amb una pàgina web en la qual es pot consultar l'edició del dia, vol dir que t'has convertit en un mitjà digital, sinó que senzillament estàs oferint el teu producte a través d'un altre format. El mitjà digital és aquell que té una redacció preparada i pensada per redactar i oferir la notícia a mesura que es va produint, actualitzant-la segons es

produeixin els fets i amb un llenguatge propi. Gràcies a les possibilitats que ofereixen les diferents plataformes, aquest tipus de periodisme s'ha vist obligat a evolucionar: o adaptar-s'hi o morir, en cas que no ho hagin fet.

Quin consum tenen?

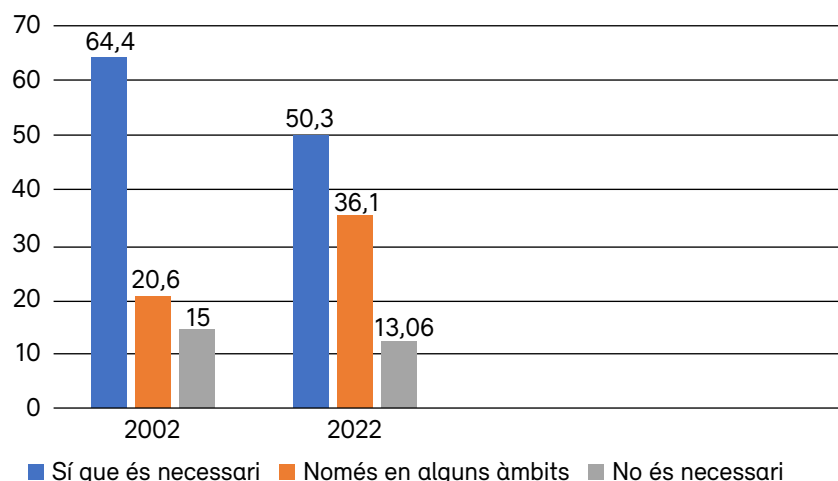
No hi ha cap estudi estadístic oficial recent que ens digui quin mitjà andorrà escrit és el més llegit, perquè fa temps que s'han deixat de fer les enquestes relatives al consum dels mitjans de comunicació per part de l'extint Centre de Recerca i Estudis Sociològics (CRES) de l'Institut d'Estudis Andorrans (IEA). Aquests organismes actualment estan reconvertits i integrats dins d'Andorra Recerca i Innovació (ARI), una fundació privada de l'àmbit públic que té un patronat integrat per membres del Govern i de les dues entitats parapúbliques —FEDA i Andorra Telecom— i que està dividida en tres grans àrees de treball: recerca, innovació i digitalització.

En l'actualitat és l'ARI qui fa les enquestes per mitjà del seu grup de sociologia i un dels seus darrers informes analitza l'evolució de la percepció de la immigració i l'anàlisi de la segmentació social en els darrers vint anys, entre el 2002 i el 2023 (Andorra Recerca i Innovació, 2023). Per què és important destacar aquest informe? Doncs perquè un dels temes sobre els quals es pregunta és sobre la integració sociocultural i, en concret, el pes que hi té la llengua catalana, un aspecte destacable tenint en compte l'alt nombre de persones immigrades que té Andorra.

La conclusió de l'estudi afirma que en el període estudiat ha disminuït la proporció de persones que afirmen que «conèixer la llengua catalana és necessari per viure a Andorra» (del 64 % dels

FIGURA 1

Necessitat de conèixer la llengua catalana per viure a Andorra



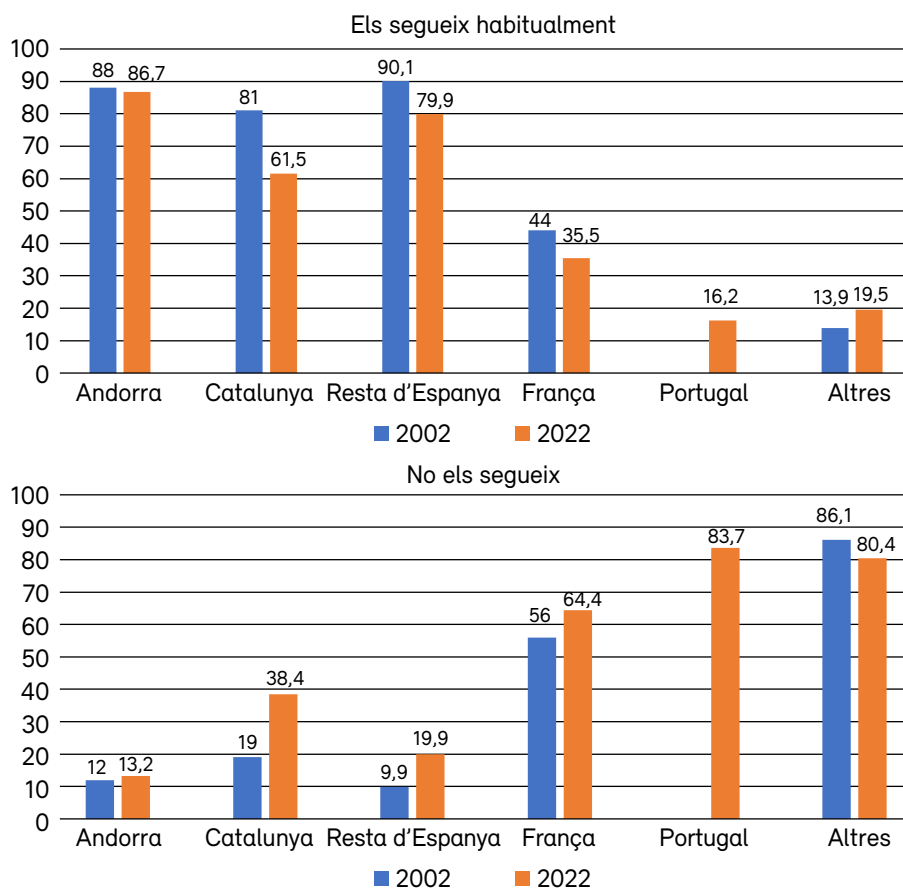
FONT: Andorra Recerca i Innovació. Grup de Sociologia (2022).

enquestats el 2002 ha passat al 50,3 % el 2022) en la mateixa proporció que augmenten els que afirmen que «és necessari només en alguns àmbits» (del 20,6 % del 2002 ha passat al 36,1 % el 2022). Ho diuen més els andorrans i les persones que tenen més anys de residència (figura 1). Els motius pels quals afirmen que sí que cal conèixer la llengua per viure al país són principalment: «perquè és la llengua oficial del país» o «per integrar-se al país». En canvi, els motius pels quals es creu que només és necessari en alguns àmbits o fins i tot que no és necessari són: «perquè hi ha més d'una llengua», «perquè només s'utilitza en àmbits institucionals» o «perquè es parla més en castellà».

I pel que fa al tema que ens interessa preferentment, el consum dels mitjans de comunicació en català, a la pregunta sobre de quins països són els mitjans de comunicació que segueix habitualment (ja sigui televisió, ràdio, premsa o Internet), Andorra encapçala la llista amb un 87 % dels enquestats, seguida de la resta d'Espanya, amb quasi un 80 %, i en tercer lloc hi figuren els mitjans catalans, en un 61,5 % de les respostes. Els mitjans francesos apareixen en un 33,5 % de les respostes i els portuguesos en un 16,2 % (figura 2).

FIGURA 2

Seguiment dels mitjans de comunicació de diferents països



NOTA: l'any 2002 no es va demanar pel seguiment dels mitjans de comunicació de Portugal.

FONT: Andorra Recerca i Innovació. Grup de Sociologia (2022).

Tot i que puguin semblar unes bones dades pel que fa la consum de mitjans en català, si pretenguéssim sumar els mitjans andorrans amb els catalans, no se'n poden treure conclusions excessivament optimistes, perquè aquest 61,5 % de mitjans de Catalunya inclou també aquells que utilitzen el castellà com a llengua vehicular.

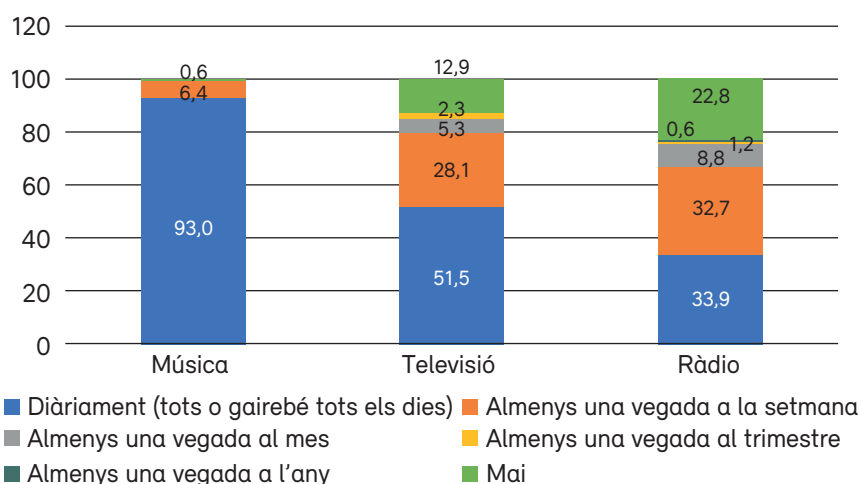
Un darrer apunt que ens interessa destacar d'aquest informe és l'apartat dels hàbits i pràctiques culturals, en el qual es destaca que els joves de quinze a vint-i-nou anys són els que menys segueixen diàriament la televisió i la ràdio convencionals, mentre que és a partir dels trenta anys en endavant que el percentatge de consum d'aquests mitjans de comunicació augmenta (figura 3).

FIGURA 3

Consum audiovisual per franges d'edat

	De 15 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys o més
Música (cada dia)	93,0 %	84,7 %	71,3 %	53,1 %
Televisió (cada dia)	51,5 %	76,7 %	83,0 %	94,5 %
Ràdio (cada dia)	33,9 %	65,9 %	70,7 %	57,2 %

Consum de música, televisió i ràdio - joves de 15 a 29 anys (2019)



FONT: Andorra Recerca i Innovació. Grup de Sociologia (2022).

Aquestes dades són importants de destacar perquè ens complementen les estadístiques amb les quals s'ha iniciat aquest article i ens ajuden a obrir el focus a l'hora de voler analitzar quina és la realitat a la qual s'enfronten els mitjans andorrans —fets i pensats en català— a l'hora de penetrar en els diferents segments de la societat. L'estudi sobre immigració al qual ens estem referint és molt complet i molt recomanable per aproximar-nos amb un grau de certesa elevat a l'anàlisi sobre la societat andorrana.

Però... i les dades sobre el consum dels mitjans andorrans? El darrer dels estudis

Com s'ha esmentat anteriorment, no hi ha dades oficials ni cap estudi estadístic d'un organisme públic que ens digui quines són les xifres dels mitjans més llegits, escoltats o vistos per l'usuari. És una situació inusual i s'emmarca en el caràcter propi andorrà. Estudis que considerin aquests paràmetres d'audiència o de consum de la premsa que als països veïns es fan de manera regular a Andorra fa temps que no existeixen, conseqüència de ser un país petit on tothom es coneix, i en el qual tots els mitjans van a pouar de les mateixes institucions públiques o grans empreses a l'hora de cercar subvencions o patrocinis publicitaris. El pastís per repartir és el que és: la competència per tenir-ne un tros és gran. En les estadístiques oficials els mitjans de comunicació hi veien el perill que perjudiquessin o beneficiessin uns o altres i que les fonts de finançament s'esgotessin, la qual cosa va provocar que en un moment determinat l'organisme oficial de fer les enquestes deixés de preguntar sobre el consum dels mitjans de comunicació.

L'exemple més clar és la darrera de les enquestes d'aquest tipus que va fer l'any 2014 el CRES de l'IEA, en el marc de l'Observatori (Observatori CRES-IEA, 2014), uns sondejos periòdics sobre diversos temes recurrents en la vida quotidiana. L'enquesta a la qual ens referim és una enquesta ben curiosa, que, sota el títol «Televisió, ràdio, premsa i lectura», en cap moment pregunta quines capçaleres ni quines emissores de ràdio llegeix i escolta la gent. En canvi, sí que pregunta sobre els canals de televisió que consumeix.

No se li escapa a ningú que mentre que a Andorra només hi ha una televisió pròpia, la pública, i per tant no té competència directa en l'àmbit de la informació audiovisual del país, de capçaleres i ràdios n'hi ha diverses, en una competició ferotge per aconseguir una part del pastís. Potser deu anys després, en l'era del TikTok, les dades que extraïem i reproduïm d'aquest estudi antic no podem prendre-les al peu de la lletra i poden semblar caduques, perquè ens manca l'aspecte més important del consum actual de la premsa, que és a través de les xarxes i d'Internet, però ens orienten sobre quina podria ser la nostra realitat si ho sabéssim extrapolar amb les seves variables. Ens les agafarem amb prudència, però. Vegem-ho.

Pel que fa a la televisió, a la pregunta sobre quins són els tres canals de televisió que més mira la gent, dels cinc primers canals la majoria són en llengua castellana. Lidera, això sí, TV3 amb un 17,8 % dels enquestats, però el segueixen de molt a prop Antena 3 amb un 15,3 %, Tele 5 amb un 12,1 % i TVE amb un 10,6 %. La televisió andorrana la trobem en el cinquè lloc, amb només un 7,2 % dels enquestats que afirmen que la miren. Remarquem que són dades del 2014, les úniques que tenim, però ens donen una idea que el consum majoritari de televisió a Andorra és en castellà tenint en compte, a més, que els altres canals que emetien en català aleshores (3/24, Canal 33, Esport 3 o l'extinta 8tv) no superaven l'1 % i Pirineus TV ni tan sols surt esmentada. L'oferta televisiva en altres llengües que no siguin la catalana o la castellana tampoc no surt gaire beneficiada. El primer canal de televisió francesa esmentat és TF1, amb un 3,9 % de

respostes, i el primer canal portuguès —l'altra gran comunitat lingüística a Andorra—, RTP, es queda en un 2,5 %.

És evident que la gran oferta televisiva és en llengua castellana, que el català, malgrat estar present en els paquets de televisió per fibra òptica que distribueix el servei de telecomunicacions del país, Andorra Telecom, representa la part més minoritària de tots els canals que es poden trobar en el paquet bàsic que s'ofereix. Dels cinquanta-quatre canals oferts, només set són en català (la televisió andorrana, més els de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Pirineus TV i Lòria TV, el canal local de Sant Julià de Lòria). Pel que fa a la resta de llengües, vint-i-sis emeten en castellà, setze en francès, dos en portuguès, dos en anglès i un en gallec.

Pel que fa a les ràdios, les emissores de Catalunya serien les més escoltades amb un 46,3 %, les d'Andorra amb un 44,9 % i les de la resta d'Espanya amb un 39 %. Lluny queden les franceses, amb un 7,3 %.

I finalment, pel que fa a la premsa escrita, l'enquesta d'aleshores no diferenciava entre paper i digital, per la qual cosa no sabem deu anys enrere quin consum hi havia en els diferents formats. Les xifres globals mostraven que un 90 % dels enquestats llegien habitualment premsa d'Andorra, un 27 % de Catalunya i un 19 % de la resta d'Espanya. Només un 5,2 % de les respostes es referien a la premsa francesa. Com que la premsa generalista editada al país està feta en català, aquestes xifres ens porten consegüentment a la resposta majoritària que l'idioma en què llegeixen els diaris els enquestats és majoritàriament el català (91,5 %), seguit del castellà (32 %). Lluny queda el francès (7 %), l'anglès (2 %) i altres llengües.

A tall de conclusió

El català als mitjans de comunicació andorrans juga amb l'avantatge que tots informen en la llengua del país i, per tant, la població —sigui de la comunitat lingüística que sigui— s'informa de què passa a Andorra en català, com ho demostren les estadístiques. La cosa canvia quan es tracta d'informar-se d'altres notícies o de consumir altres tipus de continguts que majoritàriament, com hem pogut constatar, passen per plataformes en què l'idioma preferent n'és un altre, en especial el castellà.

En aquests moments hi ha una certa estabilització en el mercat periodístic i el gran repte de tots els mitjans és oferir els continguts en català de manera atractiva a través de les xarxes per captar així l'atenció d'aquells que són uns grans consumidors d'aquestes plataformes, és a dir, els joves.

Podem concloure que la salut del català als mitjans andorrans és bona, malgrat la deficiència que hem explicat en aquest article relativa a la pèrdua de la variant dialectal nord-occidental que provoca l'empobriment de la llengua, la substitució lingüística i, consegüentment, una pèrdua

d'identitat notable. Però, tot i això, la premsa andorrana té una funció importantíssima pel que fa a la difusió i al coneixement del català i cal donar-li el valor que li pertoca: amb una població on el castellà es menja el terreny en les relacions econòmiques i socials (el fet que s'hagi hagut de modificar la llei del català per fomentar-ne l'ús n'és un exemple evident) i on els grans mitjans de comunicació i plataformes amb altres llengües tenen una omnipresència en la vida quotidiana, tenir un microcosmos que informa en la llengua pròpia és un valor que no es pot perdre i que s'ha de mantenir amb la mirada posada en la cohesió social.

Referències

- ALTARRIBA, Josep Maria; CAUS, Antoni; POY, Ricard (2015). *L'entorn comunicatiu d'Andorra* [en línia]. Coordinació a cura d'Univers Bertrana. Andorra: Universitat d'Andorra. <<https://www.uda.ad/lentorn-comunicatiu-dandorra/>> [Consulta: setembre 2024].
- ANDORRA RECERCA I INNOVACIÓ (ARI). GRUP DE SOCIOLOGIA (2022). *Estudi sobre coneixements i usos lingüístics de la població d'Andorra* [en línia]. Andorra: Govern d'Andorra. <https://ari.ad/images/Sociologia/INFORME%20ENQUESTA%20USOS%20LING%20C3%9C%20C3%8DSTICS_2022_final.pdf> [Consulta: setembre 2024].
- (2023). *La immigració a Andorra 2023* [en línia]. Andorra: Govern d'Andorra. <<https://sociologia.ad/estudis-tematics/836-immigracio>> [Consulta: setembre 2024].
- BELLSOLELL I VILELLA, Joan [et al.] (2002). *Els mitjans de comunicació, realitat i objectius: Setenes Jornades de la Societat Andorrana de Ciències*. Andorra: Societat Andorrana de Ciències.
- CAUS, Antoni (2015). «Llenguatge específic comunicatiu». A: ALTARRIBA, Josep Maria; CAUS, Antoni; POY, Ricard. *L'entorn comunicatiu d'Andorra* [en línia]. Coordinació a cura d'Univers Bertrana. Andorra: Universitat d'Andorra. <<https://www.uda.ad/lentorn-comunicatiu-dandorra/>> [Consulta: setembre 2024].
- GOVERN D'ANDORRA. DEPARTAMENT D'ESTADÍSTICA (2023). *Estadístiques i dades* [en línia]. Andorra: Govern d'Andorra. <<https://www.estadistica.ad/portal/apps/sites/#/estadistica-ca/pages/estadistiques-i-dades-detall?Idioma=ca&N2=605&N3=606&DV=797>> [Consulta: setembre 2024].
- «Llei 6/2024 del 25 d'abril de la llengua pròpia i oficial». *Butlletí Oficial del Principat d'Andorra* [en línia], núm. 59 (29 maig 2024). <https://www.bopa.ad/Documents/Detall?doc=CGL_2024_05_21_09_12_55> [Consulta: setembre 2024].
- OBSERVATORI CRES-IEA (2014). *Televisió, ràdio, premsa i lectura: Andorra, primer semestre del 2014* [en línia]. Andorra: Institut d'Estudis Andorrans. <<https://www.iea.ad/noticies-cres/817-10-06-2014-presentacio-dels-resultats-de-l-observatori-del-primer-semestre-del-2014>> [Consulta: setembre 2024].
- PONT SORRIBES, Carles; GUILLAMET, Jaume (2009). *Història de la premsa andorrana, 1917-2005*. Andorra: Govern d'Andorra.
- ROIG LOSCERTALES, Albert (2008). «Els mitjans de comunicació, l'evolució dels lectors i la llibertat d'expressió». A: SOCIETAT ANDORRANA DE CIÈNCIES (ed.). *Andorra i el seu capital social: 20a Diada Andorrana. XXXIX Universitat Catalana d'Estiu*. Andorra: Societat Andorrana de Ciències, p. 135-139.
- (2012). «Informació i formació dels ciutadans». A: SOCIETAT ANDORRANA DE CIÈNCIES (ed.). *Andorra i els seus ciutadans: 23a Diada Andorrana. XLII Universitat Catalana d'Estiu*. Andorra: Societat Andorrana de Ciències: Institut d'Estudis Catalans, p. 129-131.
- VALLS, Àlvar (2006). *Diccionari enciclopèdic d'Andorra*. Andorra: Fundació Crèdit Andorrà.