

La llengua en la publicitat dels opis de Barcelona

Anàlisi de la llengua d'ús en la publicitat dels opis entre els mesos de setembre del 2002 i gener del 2003



Plataforma per la Llengua
a/e:info@plataforma-llengua.org
Fundació Jaume Bofill

Sumari

Objectius i Introducció	2
Metodologia	3
Resultats	
Nombre d'anuncis privats i públics	6
L'ús del català als anuncis	6
L'ús del català pels anunciantes	9
Sector privat	9
Sector públic	15
Conclusions	17
Annexos	18
Bibliografia	18

Objectius i introducció

Un opi, segons la terminologia publicitària, és un element del mobiliari urbà consistent en una caixa de llum col·locada verticalment sobre un peu, que habitualment exhibeix cartells publicitaris. L'origen del mot prové de les sigles del sintagma *optical point information* en anglès, que en català s'ha adaptat segons el Consell Supervisor del Termcat a *objecte publicitari il·luminat*.

En definitiva, comunament són entesos en les nostres ciutats com a plafons publicitaris, normalment preparats per encabir un anunci en forma de cartell a cada costat, i que es troben arreu dels carrers partint de l'alçada del ciutadà en mides que superen per poc els 2 metres d'alçada per 1 metre d'amplària. Són objectes cada cop més quotidians en les nostres ciutats, que bé es trobin lliurement al carrer o associats principalment a les marquesines d'autobusos o entrades de metro (on sovint s'aprofiten per situar-hi els cartells informatius de les línies), són emprats com a elements de visió propera al ciutadà com a mitjà molt efectiu de comunicació i publicitari pels anunciants.

En aquest estudi es pretén avaluar la presència del català i les altres llengües en els anuncis que es troben en els opis de la ciutat de Barcelona i en concret en el centre comercial; analitzant com i quines empreses, entitats o organismes empenen o no el català en aquest tipus de rètols publicitaris al carrer. Volem saber el grau de normalitat lingüística o els usos que en fan especialment les empreses alhora d'adreçar-se als vianants, i de manera específica en les grans ciutats i llocs de més trànsit ciutadà on la visualització dels opis pot tenir més repercussions. Cal afegir que l'interès centrat en aquest tipus de mobiliari urbà és el tipus de publicitat, sobretot d'empreses i organismes privats (tal i com es desprèn posteriorment de l'estudi present), i el fet que, arran dels costos que representen aquesta mena de publicitat, és emprat exclusivament per multinacionals o empreses de gran pes comercial; empreses que degut a llur implantació i influència són cabdals per a la normalització del català en el món publicitari.

En aquest sentit, cal dir que el paper que hi juga la llengua catalana en l'espai publicitari al carrer ja ha estat àmpliament estudiat. En destaquem l'estudi del 1992 *L'ús de la llengua catalana a les empreses de Catalunya*; enquesta realitzada per ICOP SA, per encàrrec de l'Institut de Sociolingüística Catalana, de la Direcció General de Política Lingüística, supervisat per en Joan Tudela i editat pel Departament de Cultura; i especialment l'estudi *La llengua de la publicitat exterior a Barcelona*, de l'any 1997 encarregat també per l'Institut de Sociolingüística Catalana (Joan Solé i Camardons). Precisament bona part de la metodologia utilitzada s'ha basat en aquest darrer estudi. Concretament es tenia en compte la publicitat al carrer en banderoles, cartells metro/bus, columnes, tanques, opis, cabines i veles. Pel que fa als opis (més de 350 analitzats segons es desprèn dels percentatges de l'estudi) els resultats d'ús del català eren d'un 18%. Justament en aquest tipus d'element del mobiliari urbà, juntament amb les cabines, era segons l'estudi on el català era més minoritari. En tanques, columnes, cartells, veles i banderoles era clarament superior.

La pretensió de l'estudi present és aprofundir en aquest tipus específic de publicitat i, més enllà de les dades globals, destriar-ne els resultats per sectors i anunciants.

Metodologia

El treball s'ha basat en l'observació directa mitjançant el treball de camp dels anuncis dels opis i el posterior tractament de les dades per extreure'n els resultats. En l'anàlisi de la publicitat als opis s'ha volgut tenir en compte principalment que la mostra fos prou representativa dels opis dins l'àmbit de la ciutat de Barcelona, com a ciutat emblemàtica i cabdal en la presència d'aquest tipus de publicitat a Catalunya.

Univers

Així, l'univers d'estudi són els opis als carrers de Barcelona dels tipus:

- Lliures, no associats a cap servei.
- Inclosos a les marquesines dels autobusos.
- A les entrades de les estacions de metro

Segons dades del Servei d'Elements Urbans de l'Ajuntament de Barcelona, existeixen a tot Barcelona uns 1754 opis, que poden variar fruit dels moviments del mobiliari, obres i altres incidències. A grans trets, car hi ha casos variables segons consideracions tècniques particulars, 1125 corresponen a marquesines de bus, generalment amb anuncis a ambdues cares (en total doncs amb 2250 espais), i 629 es consideren "pims" (panells d'informació municipal) que bé són de metro o bé lliures amb una de les cares amb anuncis de l'ajuntament (229 pels de metro i 400 els lliures). Els 229 del metro contenen 229 espais per anuncis (l'altra cara conté normalment informació de les línies de metro i Ferrocarrils), i els 400 contenen 800 espais per anuncis. En total existeixen, doncs, al voltant de 3250 espais (3279 la suma exacte, tot i que en realitat potencialment sempre n'hi ha menys). La concessió d'explotació per als anunciants és de l'empresa privada JCDecaux que té 2863 espais per anunciants. Si llevem a 3.279 els 400 de l'Ajuntament de Barcelona per publicitat municipal tenim els 2879 que s'acosten a aquests 2863. Es distribueixen en 7 circuits per a tota la ciutat, de manera que tots els circuits tenen representació en totes les zones de la ciutat de manera equitativa amb 409 espais per a anuncis per circuit. Els contractes per als anunciants es fan per setmanes, normalment de dues en dues. En aquest sentit s'han valorat dos universos que contempla a la vegada l'estudi:

- L'univers total de 3250 anuncis en deu tongades, per tant, 32.500 Anuncis
- L'univers de la zona de la mostra (vegeu apartat següent) com a punt cèntric de la ciutat i de visió cabdal per una part molt significativa dels vianants i consumidors potencials.

Mostra

Partint d'aquests universos, els objectius proposats i la rellevància dels opis més àmpliament visualitzats, per a la mostra s'han triat, doncs (vegeu també l'estudi *La llengua de la publicitat exterior a Barcelona* en els paràmetres d'aquesta selecció), tots els opis del centre comercial de l'Eixample en el polígon entre Diagonal, Pau Claris, Plaça Catalunya i Balmes, amb l'afegit dels Jardins de Gràcia com a prolongació de l'eix del Passeig de Gràcia i Plaça Universitat i el carrer Ronda Universitat; com a sector comercial i més fortament transitat pel ciutadà i com a centre dels transports públics de metro i bus.

La presa de dades s'ha obtingut de manera periòdica dos cops cada mes en intervals, més o menys regulars cada quinze dies, interval que coincideix amb un període d'exposició força comú en la majoria dels casos; per bé que alguns es prolonguen durant més temps o d'altres el temps d'exposició és menor. Cal tenir en compte que generalment les empreses que es publiciten són poques en una mateixa tongada i llur

variabilitat és periòdica. Així, la presa de dades es fa en 10 tongades de temps des del setembre del 2002 fins a finals de gener del 2003, dos cops el mes proporcionalment espaiats.



Gràfic 1. Àmbit de la mostra al centre de la ciutat de Barcelona

De cada OPI s'anota:

- Situació dins el plànol
- Tipus d'opi: si l'anunci es troba en un opi "lliure", associat a marquesina de bus o de metro.



Gràfic 2. D'esquerra dreta; opi a marquesina de bus, opi lliure, opi associat a entrada de metro.

- Tipus d'anunci: si l'anunci és institucional, en col·laboració amb un estament institucional, o d'una empresa privada.
- Idioma de l'anunci.
- Anunciant i producte anunciat.

Les dades de la mostra, i tenint en compte que per diverses incidències (obres, opis sense anunci en aquells moment...) no en totes les tongades hi ha els mateixos anuncis, en resulten les següents:

	lliures	metro	bus	totals	Taula 1
Nombre total d'opis analitzats per tongada	26	31	59	116	
	lliures	metro	bus	totals	
Nombre d'espais potencials per anuncis per tongada	52	37	118	207	
Nombre de tongades	10				

Mitjana d'anuncis trobats per tongada	202,5	Tongada amb menys anuncis trobats	195	Tongada amb més anuncis trobats	207
Desviació típica d'anuncis per tongada	4,14				
Nombre total d'anuncis analitzats en totes les tongades	2025				

Evidentment per a la zona d'estudi, la mostra correspon a l'univers amb 2025 anuncis analitzats d'un total potencial de 2070 sempre i quan tots els espais en el moment del treball de camp haguessin estat ocupats per publicitat. Extrapolant a la ciutat i tenint en compte el sistema equitatiu fet servir per JCDecaux i les dades de l'Ajuntament de Barcelona, hem pres l'univers de 3250 espais per a anuncis, que en les 10 tongades correspondrien a 32500 anuncis potencials. En aquest cas i amb un interval de confiança del 95% el marge d'error és només d'un 2%.

Resultats

Nombre d'anuncis privats i públics

Nombre d'anuncis privats i públics			Taula 2
	totals	en %	
Privats	1722	85 %	
Privat amb clar ajut públic	19	1 %	
Institucionals	284	14 %	
Totals	202,5	100 %	

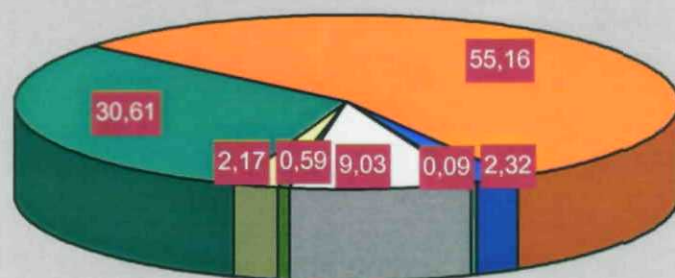
Tal com demostren les dades, evidentment els anuncis privats representen (85%) una part clarament majoritària de la publicitat que a més a més es manté en totes les tongades analitzades (respecte el 85% la desviació típica en referència a les 10 tongades és d'un 4 %). Pel que fa als anuncis agrupats en "Privat amb clar ajut públic", només hi ha el cas dels 19 anuncis del festival organitzat per MTV amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona entre d'altres marques privades.

L'ús del català als anuncis

Hem separat els resultats en dades sobre el total d'anuncis, anuncis privats, anuncis públics i anuncis privats amb forta col·laboració amb ens públics.

Nombre d'anuncis en cada idioma en %		Taula 3
català	30,61 %	
espanyol	55,16 %	
anglès	2,32 %	
ambivalent	0,09 %	
marca	9,03 %	
trilingüe, català, anglès, espanyol	0,59 %	
francès	2,17 %	
total	100 %	

anuncis en cada idioma en %



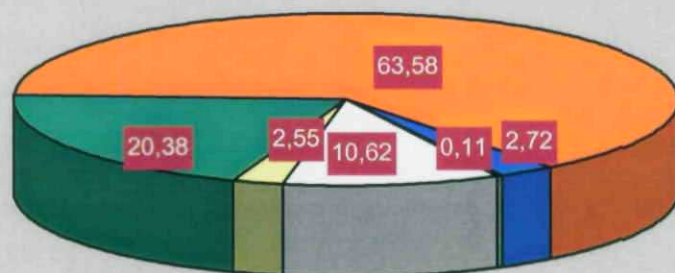
- català
- espanyol
- anglès
- ambivalent
- marca
- cat-esp-ang
- francès

Gràfic 3

Nombre d'anuncis privats en cada idioma en % Taula 4

català	20,38 %
espanyol	63,58 %
anglès	2,72 %
ambivalent	0,11 %
marca	10,62 %
francès	2,55 %
total	100 %

anuncis privats en cada idioma en %



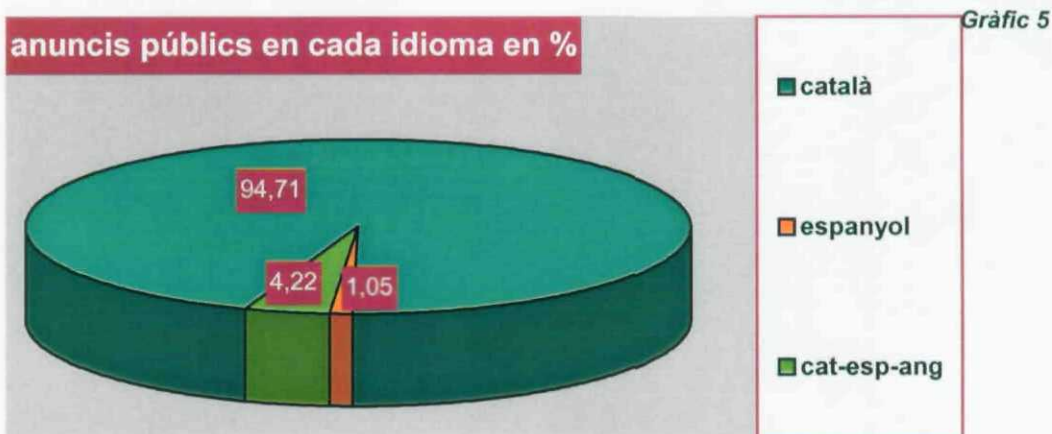
- català
- espanyol
- anglès
- ambivalent
- marca
- francès

Gràfic 4

Nombre d'anuncis públics en cada idioma en % Taula 5

català	94,71 %
espanyol	1,05 %
trilingüe: català-espanyol-anglès	4,22 %
total	100 %

anuncis públics en cada idioma en %



Nombre d'anuncis privats amb forta col·laboració amb entitats públiques en cada idioma en % (es tracta només de 19 anuncis dels 2025, un 0,9 %) Taula 6

català	0 %
espanyol	100 %
trilingüe- català-espanyol-anglès	0 %
total	100 %

L'espanyol és sens dubte l'idioma majoritari en els anuncis (55,16%), i més especialment en els anuncis privats (63,58%), mentre el català, bé que en segon lloc (20,38%), manté una distància de més de 40 punts en percentatge respecte l'espanyol en aquest tipus d'anuncis; distància que es veu reduïda evidentment en les dades generals arran de la notable presència del català en els anuncis públics (un 94,71% que sumat al 4,22% en trilingüe, arriba pràcticament al 99%). Amb tot és molt remarcable l'evolució respecte l'estudi precedent¹, on s'ha passat, en dades generals, d'un 18% l'any 1997 a un 31,20 % (català inclòs el trilingüe) el 2002-2003.

En el cas dels minsos anuncis privats amb forta col·laboració amb entitats públiques, cal remarcar que l'Ajuntament de Barcelona va canviar la política lingüística pel que fa als anuncis de MTV, el festival que es dugué a terme a Barcelona el novembre del 2002.

¹ *La llengua de la publicitat exterior a Barcelona* del 1997, encarregat per l'Institut de Sociolingüística Catalana

L'ús del català pels anunciants

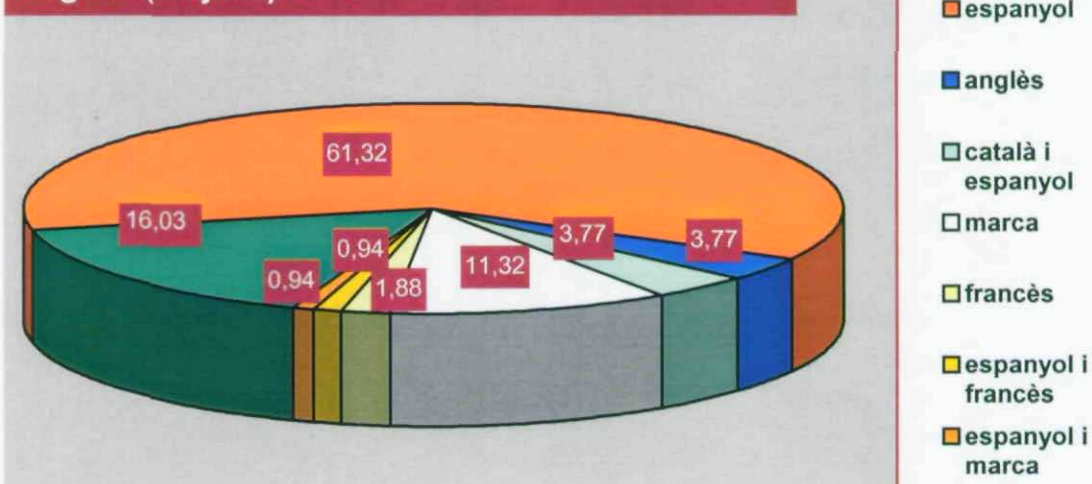
Calia distingir no només les dades generals dels anuncis, sinó veure les polítiques en matèria de llengua que trien les empreses i les institucions públiques a l'hora d'anunciar-se. Així s'han diferenciat les dades generals per empreses, per campanyes públiques, per sectors d'anunciants i, evidentment, els casos concrets de cada anunciant, privat o públic.

Sector privat

Nombre d'empreses que ho fan en cada idioma per tongada (mitjana) Taula 7

	Mitjana d'empreses per tongada	La mateixa mitjana en %
català	1,7	16,03 %
espanyol	6,5	61,32 %
anglès	0,4	3,77 %
Fan servir català i espanyol	0,4	3,77 %
marca	1,2	11,32 %
francès (o ambivalent francès/català)	0,2	1,88 %
fan servir espanyol i francès	0,1	0,94 %
fan servir espanyol i marca	0,1	0,94 %
total	10,6	100 %

Nombre d'empreses que ho fan en cada idioma per tongada (mitjana) en %



Gràfic 6

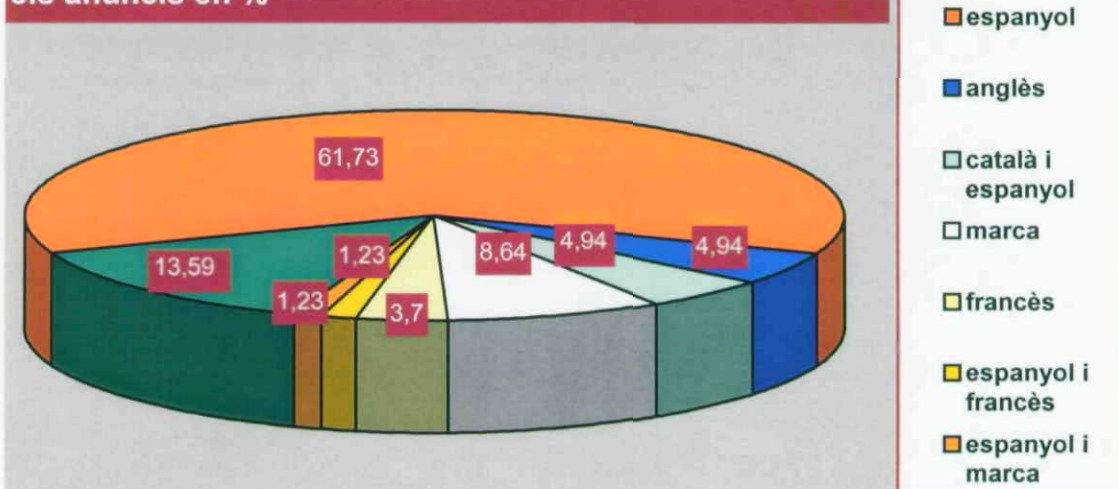
Total d'empreses anunciants segons els idiomes d'ús en els anuncis

Taula 8

	Número total d'empreses	La mateixa mitjana en %
català	11	13,59%
espanyol	50	61,73%
anglès	4	4,94%
Fan servir català i espanyol	4	4,94%
marca	7	8,64%
francès (o ambivalent francès/català)	3	3,7%
fan servir espanyol i francès	1	1,23%
fan servir espanyol i marca	1	1,23%
total	81	100%

Total d'empreses anunciants segons els idiomes d'ús en els anuncis en %

Gràfic 7



En la **taula 7** (i **gràfic 6**) veiem que la mitjana del nombre d'empreses anunciants per tongada no són gaires (10,6 de mitjana) respecte els 172,2 anuncis de mitjana trobats per aquest grup. A més, aquest nombre en totes les tongades és força constant (amb una desviació típica entre tongades del 3,71). L'ús exclusiu de l'espanyol és majoritari amb un 61,32 % de la mitjana de les empreses per tongades i un 61,73 % (**taula 8** i **gràfic 7**) de les 81 empreses o entitats privades anunciants trobades en totes les tongades. Sumant-hi les empreses on l'espanyol hi és present en alguns anuncis, es tracta pràcticament d'un 70% de les empreses, que correspon a un 67% de la mitjana d'empreses anunciades per tongada. Aquestes mateixes, xifres en el cas del català, són respectivament d'un 18 % i un 20 % de les empreses.

Si analitzem els resultats per sectors d'activitat (**taula 10**), aquests poden ésser molt diversos i seguir una certa correlació en matèria lingüística segons els sectors d'anunciants. És per això que s'han agrupat alguns sectors més significatius, amb més empreses anunciants, a la **taula 9** i **gràfic 8**: begudes alcohòliques, roba interior i no interior, cinema i indústries audiovisuals, mòbils i operadores de telefonia mòbil, i centres comercials i grans superfícies. Vistos els gràfics cal remarcar que el català té un altíssim grau d'ús en els anuncis de centres comercials i grans superfícies, i és present de manera significativa en anuncis de productes d'alimentació, begudes i operadores de telefonia mòbil. Tanmateix, el català roman totalment relegat en sectors com els anuncis

de pel·lícules i productes audiovisuals, perfums i roba interior, on el francès i l'anglès hi són més presents.

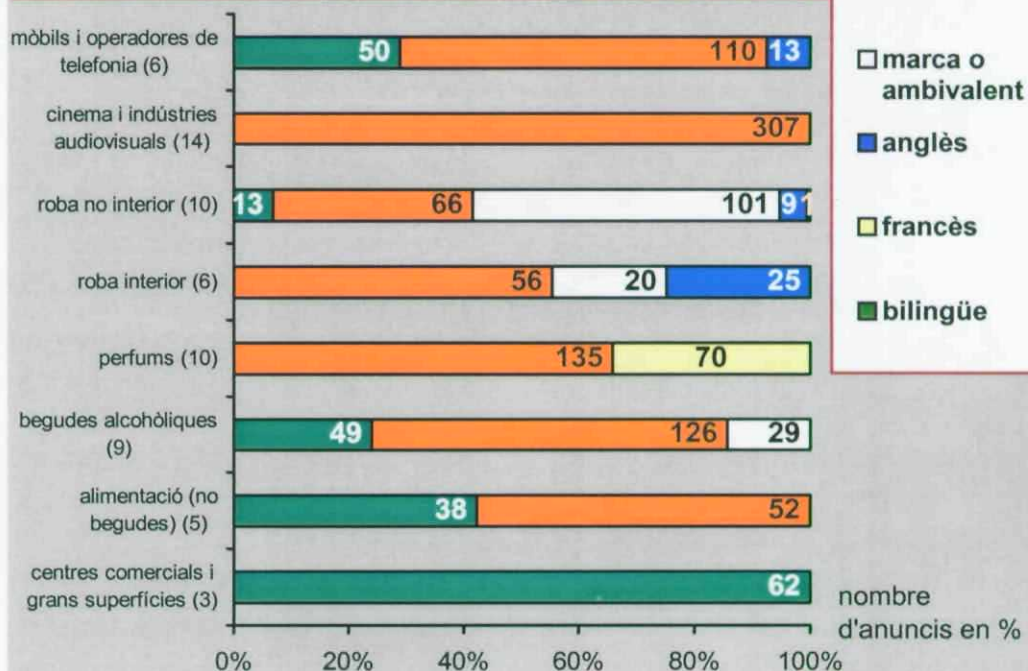
Taula 9

Les llengües utilitzades per sectors d'anunciant privat							
begudes alcohòliques							
	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca francès	francès	totals
nombre d'anuncis	49	126	0	0	36	0	211
en %	23,22	59,72	0	0	17,06	0	100
roba interior							
nombre d'anuncis	0	56	0	25	20	0	101
en %	0	55,45	0	24,75	19,80	0	100
cinema i indústries audiovisuals							
nombre d'anuncis	0	307	0	0	0	0	307
en %	0	100	0	0	0	0	100
roba (no interior)							
nombre d'anuncis	13	66	1	9	101	0	190
en %	6,84	34,77	0,53	4,74	53,16	0	100
mòbils i operadores de telefonia mòbil							
nombre d'anuncis	50	110	0	13	0	0	86
en %	28,90	63,58	0	7,52	0	0	100
perfums							
nombre d'anuncis	0	135	0	0	0	70	205
en %	0	65,85	0	0	0	34,15	100
centres comercials i grans superfícies							
nombre d'anuncis	62	0	0	0	0	0	62
en %	100	0	0	0	0	0	100
alimentació (no begudes)							
nombre d'anuncis	38	52	0	0	0	0	90
en %	42,22	57,78	0	0	0	0	100

L'ús del català per sectors d'anunciant privat

Entre parèntesi el nombre d'empreses anunciant de cada sector.

Dins les barres el nombre d'anuncis trobats en cada llengua



nombre d'anuncis privats totals en cada idioma per sectors

Taula 10

begudes alcohòliques

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Absolut Wodka					29		
Ballantine's		32					
Montecilla-Osborne		19					
White Label		58					
Smirnoff	40						
Nobel	9						
Habana Club		8					
JB		9					
Moët					7		
totals	49	126	0	0	36	0	211
totals en %	23,22	59,72	0	0	17,06	0	100

Malgrat que no surten, ha fet anuncis en OPIS en català.

roba interior

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Womensecret				22			
Princesa					20		
Abanderado				3			
Calzedonia		21					
Intimissimi		10					
DIM		25					
totals	0	56	0	25	20	0	101
totals en %	0	55,45	0	24,75	19,80	0	100

loteria

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
ONCE	35	20					
totals	35	20	0	0	0	0	55
totals en %	63,64	36,36	0	0	0	0	100

cinema i indústries audiovisuals

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
FOX Films		67					
Mirabai Films		1					
PIXAR		4					
Becalnactiva		16					
Warner Bross		30					
Columbia		44					
Lola Films		9					
Disney		7					
Lauren Fims		43					
varis, cinema francès		11					
varis, italo-hispano-francès		11					
Paramount		27					
Aurum		10					
Dream Works pictures		27					
totals	0	307	0	0	0	0	307
totals en %	0	100	0	0	0	0	100

roba (no interior)

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Pepe Jeans					2		
Mango					42		
C&A		2					
Nike-foot Locker		5					
Cortefiel					22		
Levi's					21		
H&M	13	12	1				
Clark (shoes)		42					
Tomy Hilfiger		5			14		
Ferry's				9			
totals	13	66	1	9	101	0	190
totals en %	6,8421	34,737	0,5263	4,7368	53,158	0	100

cooperació

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Intermón-Oxfam	24						
totals	24	0	0	0	0	0	24
totals en %	100	0	0	0	0	0	100

companyies aèries

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Easyjet	52						
Air France		13					
totals	52	13	0	0	0	0	65
totals en %	80	20	0	0	0	0	100

begudes no alcohòliques

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Nestlé	1	1					
Tropicana		15					
totals	1	16	0	0	0	0	17
totals en %	5,8824	94,118	0	0	0	0	100

pàgines grogues

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Páginas Amarillas	27						
totals	27	0	0	0	0	0	27
totals en %	100	0	0	0	0	0	100

mòbils

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Sony-Ericsson		22					
Nokia		25					
Alcatel				13			
Mitsubishi		26					
totals	0	73	0	13	0	0	86
totals en %	0	84,884	0	15,116	0	0	100

operadores de telefonía

empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Vodafone		37					
Amena	50						
totals	50	37	0	0	0	0	87

totals en %	57,471	42,529	0	0	0	0	100
perfums							
empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	francès	totals
Chanel							28
Clinique		9					
Jean Paul Gaultier							26
Saint Laurent		22					
Dior		33					16
Estée Lauder		18					
Lancôme		12					
Loewe		6					
Tomy Hilfiger		21					
Massio Dutti		14					
totals	0	135	0	0	0	70	205
totals en %	0	65,854	0	0	0	34,146	100
centres comercials i grans superfícies							
empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	francès	totals
IKEA	22						
Gran Via 2	21						
El Corte Inglés	19						
totals	62	0	0	0	0	0	62
totals en %	100	0	0	0	0	0	100
alimentació (no begudes)							
empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	francès	totals
Kellog's		26					
La Cocinera		7					
Pizza Hut	13						
La Sirena	15						
Bocatta	10	19					
totals	38	52	0	0	0	0	90
totals en %	42,222	57,778	0	0	0	0	100
diaris							
empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	francès	totals
La Vanguardia		18					
El País		17					
totals	0	35	0	0	0	0	35
totals en %	0	100	0	0	0	0	100
automòbils							
empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	francès	totals
Peugeot		12					
Opel		27					
Nissan		30					
totals	0	69	0	0	0	0	69
totals en %	0	100	0	0	0	0	100
esdeveniments							
empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	francès	totals
Biennal de disseny Sant Étienne							1
MTV		19					
totals	0	19	0	0	0	1	20

totals en %	0	95	0	0	0	5	100
revistes i llibres							
empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Temas de Hoy		5					
Revista Glamour		37					
totals	0	42	0	0	0	0	42
totals en %	0	100	0	0	0	0	100
productes tecnològics							
empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
LG Home Work		21					
totals	0	21	0	0	0	0	21
totals en %	0	100	0	0	0	0	100
bancs i caixes							
empresa	català	espanyol	bilingüe	anglès	marca	altres	totals
Cajamadrid		26					
totals	0	26	0	0	0	0	26
totals en %	0	100	0	0	0	0	100

Sector públic

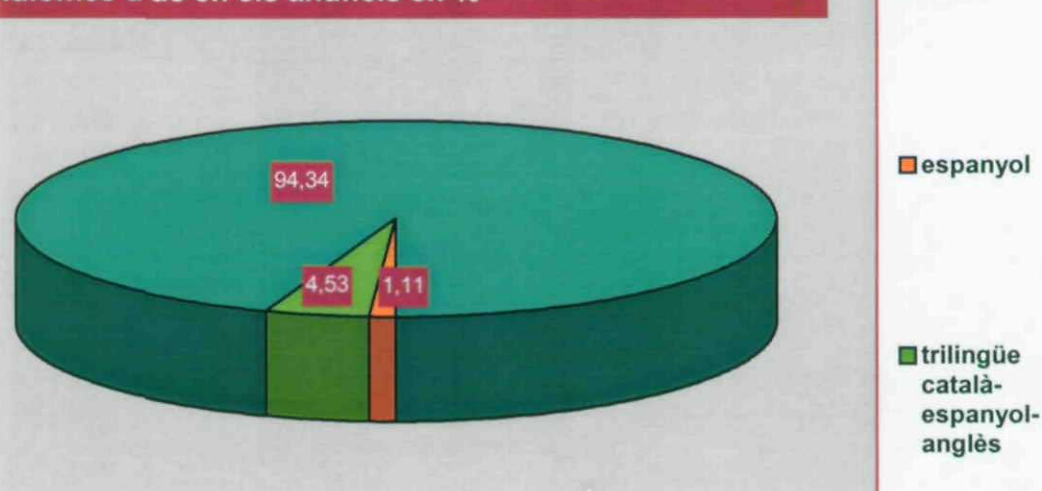
Taula 11

Mitjana de campanyes públiques diferents per tongada segons els idiomes d'ús en els anuncis

	Mitjana de campanyes públiques per tongada	La mateixa mitjana en %
català	8,3	94,34 %
espanyol	0,1	1,11 %
Trilingüe: català-espanyol-anglès	0,4	34,53 %
total	8,8	100 %

Gràfic 9

mitjana de campanyes públiques per tongada segons els idiomes d'ús en els anuncis en %



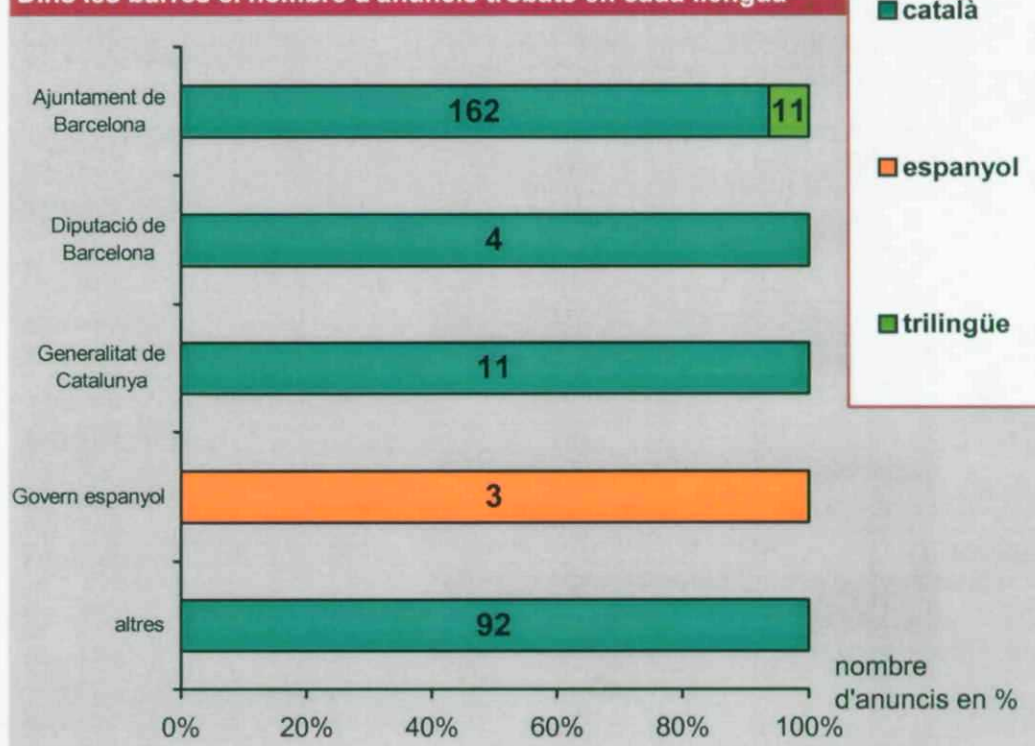
Taula 12

Les llengües utilitzades per sectors d'anunciants públics

Ajuntament de Barcelona				
	català	espanyol	trilingüe	totals
anuncis	162	0	11	173
anuncis en %	93,64	0	6,36	100
Diputació de Barcelona				
anuncis	4	0	0	4
anuncis en %	100	0	0	100
Generalitat de Catalunya				
anuncis	11	0	0	11
anuncis en %	100	0	0	100
Govern espanyol				
anuncis	0	3	0	3
anuncis en %	0	100	0	100
Anuncis de consorcis, diversos anunciant i/o altres				
Anuncis				
Montjuïc	21	0	0	21
TMB (Transports Públics Metropolitans de Barcelona)	26	0	0	26
CCCB (Centre de Cultura Contemporània de Barcelona- Aj BCN- Dip.BCN)	14	0	0	14
Aj. BCN, Gen Cat, Min. Cult. esp.	20	0	0	20
CCCB (Aj. BCN-Dip.BCN), Gen. Cat. BBVA, El periódico	11	0	0	11
Anuncis totals	92	0	0	92
Anuncis totals en %	100	0	0	100

L'ús del català per sectors d'anunciants públics

Dins les barres el nombre d'anuncis trobats en cada llengua



La llengua catalana representa pràcticament el 100% dels anuncis de totes les entitats públiques llevat dels anuncis exclusius del Govern espanyol on dels 3 anuncis trobats (corresponen a loteria) cap d'ells eren en català.

Conclusions

Els resultats obtinguts confirmen el camí que encara resta per recórrer en aquest camp per tal d'arribar a una plena normalització de la llengua catalana en la publicitat de Barcelona. En destaquem els següents punts:

- Només un 31% dels anuncis als opis són en català mentre els anuncis on l'espanyol és present signifiquen més d'un 55%.
- Pel que fa a la publicitat privada el català és present només en un 20% dels anuncis, mentre l'espanyol ho és en més d'un 63%. Per contra, en el sector públic, el català representa pràcticament el 100% dels anuncis.
- Tanmateix, respecte a dades anteriors (1997) hi ha hagut un increment d'un 70% dels anuncis en català, de manera que es fa necessari que les empreses se sumin a aquesta tendència.
- Per sectors, cal remarcar que és ben present en anuncis de centres comercials, cooperació, alimentació, pàgines grogues, begudes, línies aèries, telefonia... però és totalment absent en anuncis de pel·lícules i productes audiovisuals, roba interior, premsa, automòbils i perfums. Pel que fa al sector públic, tots els estaments, llevat del Govern espanyol, s'anuncien en català.

Plataforma per la Llengua
Bernat Gasull i Roig, febrer 2003

Annexos

Taula de recollida de dades:

Nº situació de l'opi	Tipus L (lliure) B (Bus) M (Metro)	Idioma C (català) E (espanyol) B (bilingüe cat-esp) T (trilingüe cat-esp-ang) F (francès) A (anglès) AM (ambivalent) M (marca) AL (altres)	Anunciant i producte anunciat	Opi: I (institucional) CI (picat col·laboració amb institucional) P (privat)

Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

L'ús del català
als anuncis

L'ús del català
pels
anunciants

Conclusions

LA LLENGUA EN ELS OPIS



Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

L'ús del català
als anuncis

L'ús del català
pels
anunciants

Conclusions

LA LLENGUA EN ELS OPIS

Objectius

Avaluar l'ús de la llengua catalana als anuncis d'opis de Barcelona, en concret al centre comercial, i especialment l'ús que en fan les diferents empreses i organismes anunciants

Objectius

Què avaluem?

De cada opi i anuncis avaluem els paràmetres:

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

català
espanyol
francès
anglès
marca
ambivalent
bilingüe
trilingüe
altres

Situació de l'opi

Tipus d'opi



Bus



Lliure



Metro

Conclusions

Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

L'ús del català
als anuncis

L'ús del català
pels
anunciants

Conclusions

Quanes va fer?

En 10 tongades cada 2 setmanes entre els mesos
de setembre del 2002 i gener del 2003

Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

L'ús del català
als anuncis

L'ús del català
pels
anunciants

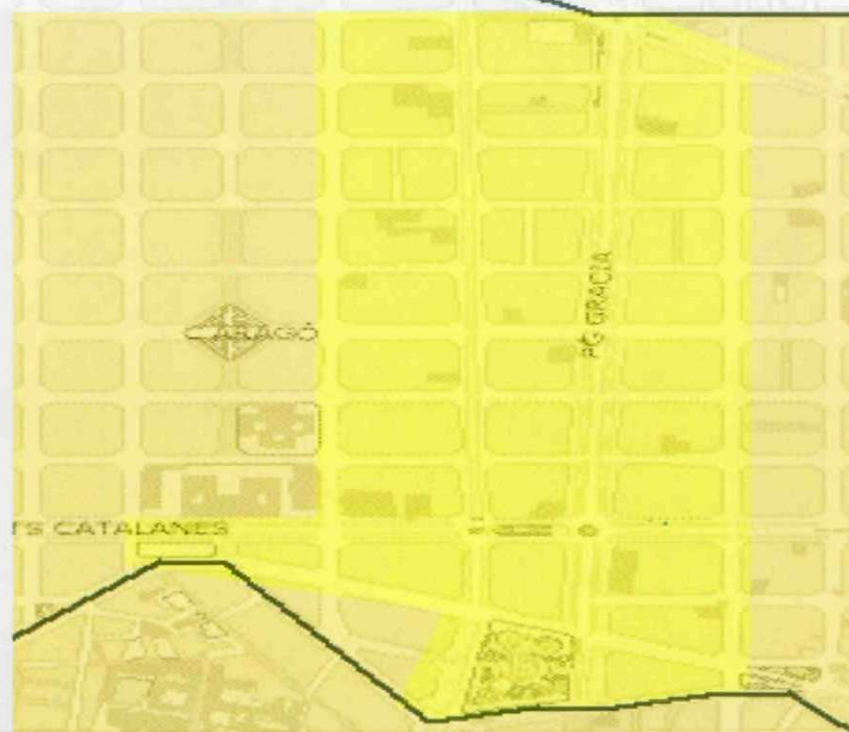
Conclusions

LA LLENGUA EN ELS OPIS

Mostra

Tots els opis del centre comercial de l'Eixample en el polígon entre Diagonal, Pau Claris, Plaça Catalunya i Balmes: 116 opis

Nombre total d'anuncis analitzats: 2025 en 10 tongades



Objectius

Metodologia

**Nombre
d'anuncis
privats i
públics**L'ús del català
als anuncisL'ús del català
pels
anunciants

Conclusions

Nombre d'anuncis
privats i públics

Nombre d'anuncis privats i públics

	totals	en %
Privats	1722	85 %
Privat amb clar ajut públic	19	1 %
Públics	284	14 %
Totals	2025	100 %

Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

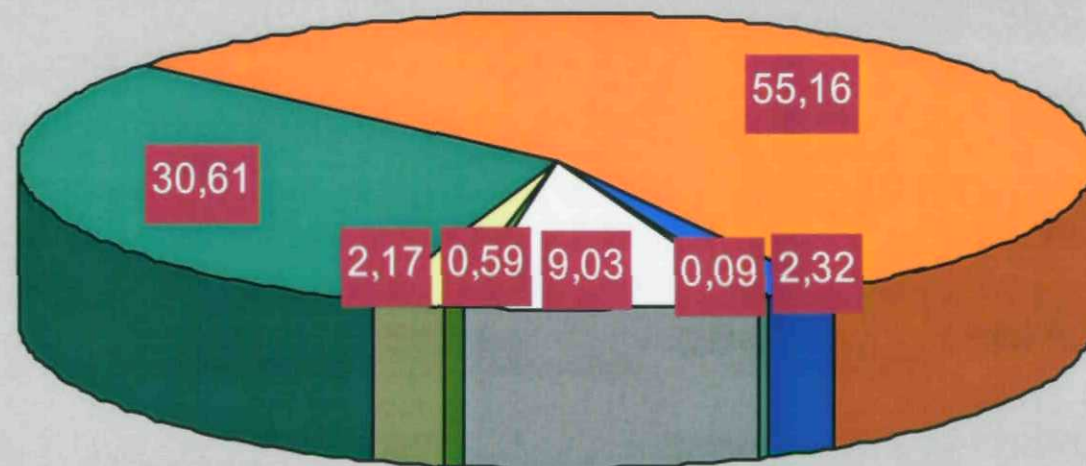
**L'ús del
català als
anuncis**

L'ús del català
pels
anunciants

Conclusions

L'ús del català als anuncis

anuncis en cada idioma en %



- català
- espanyol
- anglès
- ambivalent
- marca
- cat-esp-ang
- francès

Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

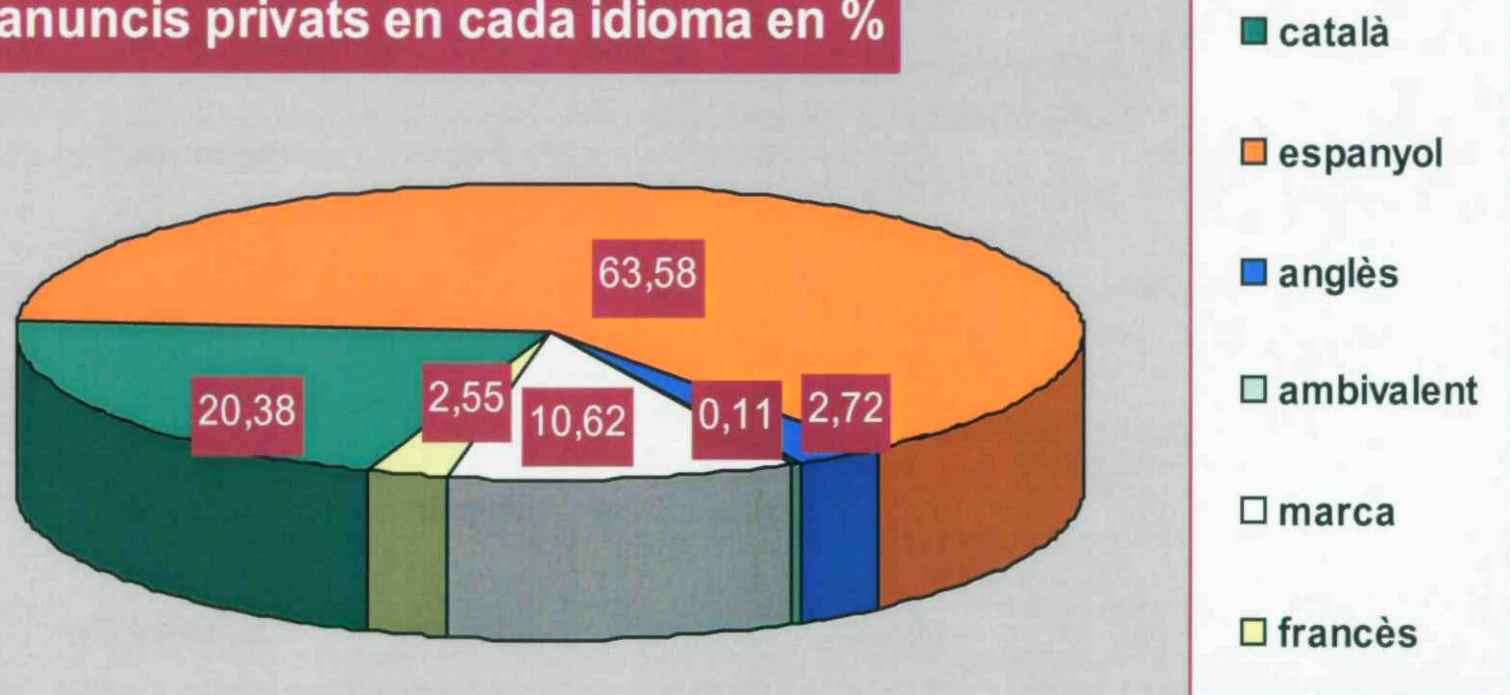
**L'ús del
català als
anuncis**

L'ús del català
pels
anunciants

Conclusions

L'ús del català als anuncis

anuncis privats en cada idioma en %



Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

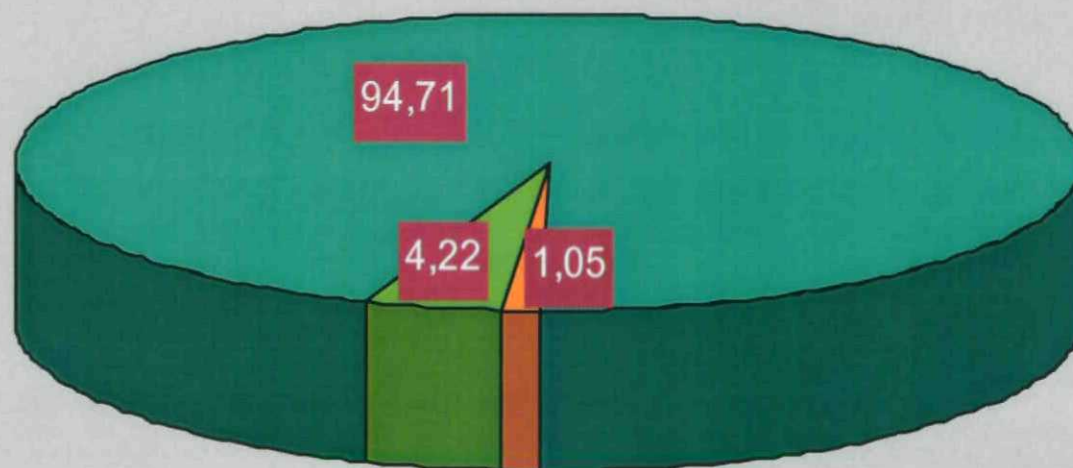
**L'ús del
català als
anuncis**

L'ús del català
pels
anunciants

Conclusions

L'ús del català als anuncis

anuncis públics en cada idioma en %



■ català

■ espanyol

■ cat-esp-ang

Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

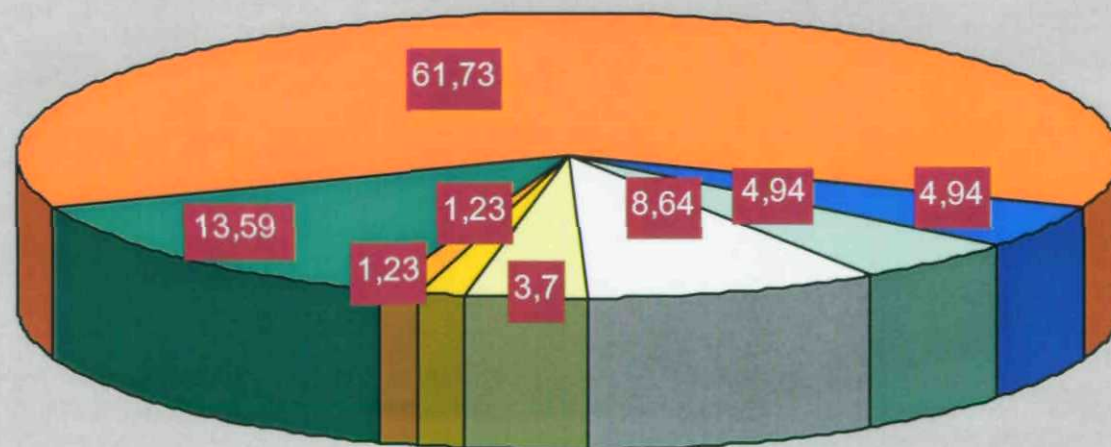
L'ús del català
als anuncis

**L'ús del
català pels
anunciants**

Conclusions

L'ús del català pels anunciants

**Total d'empreses anunciantes segons els idiomes d'ús en
els anuncis en %**



- català
- espanyol
- anglès
- català i espanyol
- marca
- francès
- espanyol i francès
- espanyol i marca

Empreses o organismes
privats totals: 81

L'ús del català pels anunciants

Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

L'ús del català
als anuncis

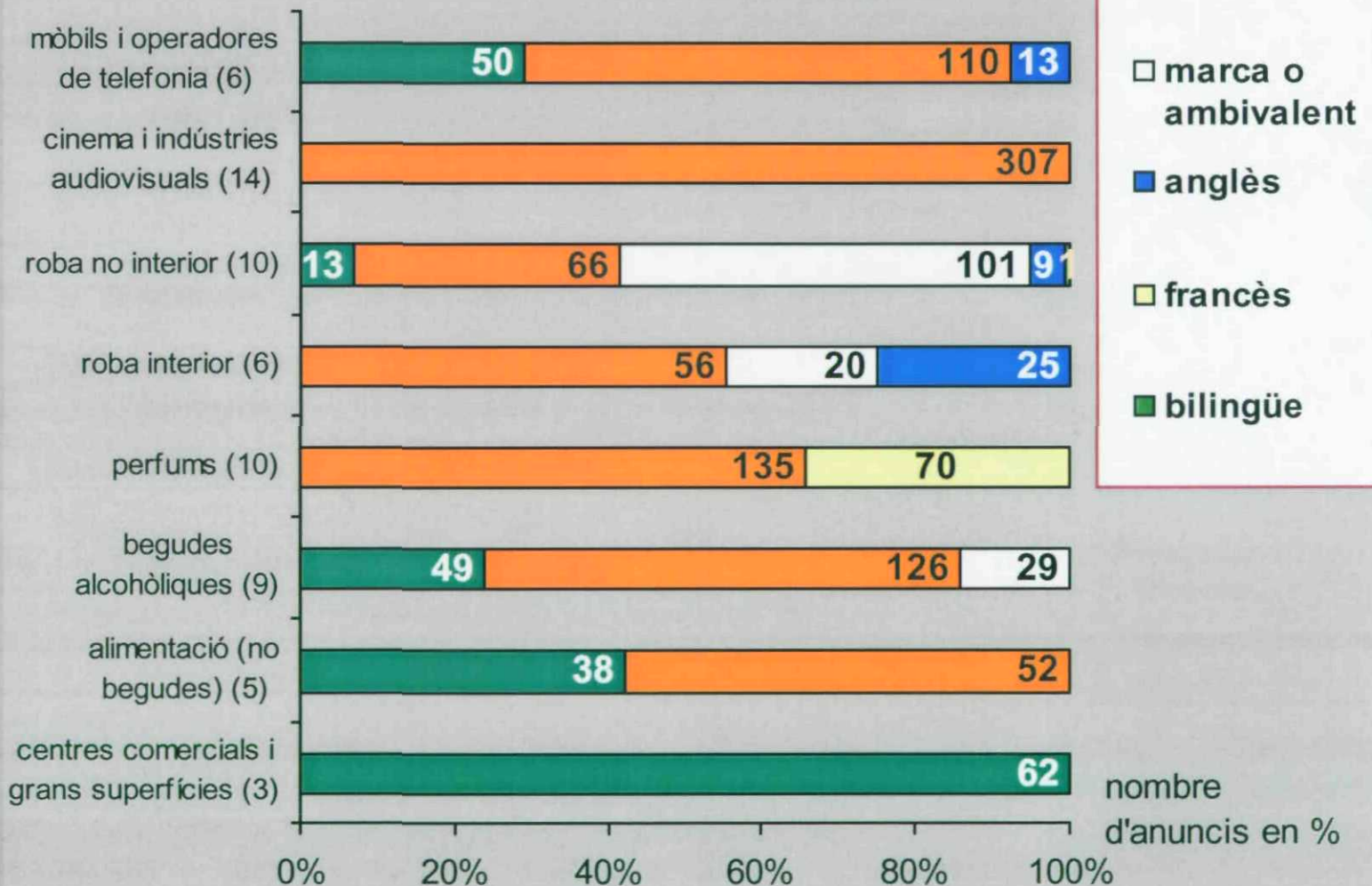
L'ús del català pels anunciants

Conclusions

L'ús del català per sectors d'anunciants privats

Entre parèntesi el nombre d'empreses anunciants de cada sector.

Dins les barres el nombre d'anuncis trobats en cada llengua



L'ús del català pels anunciants

Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

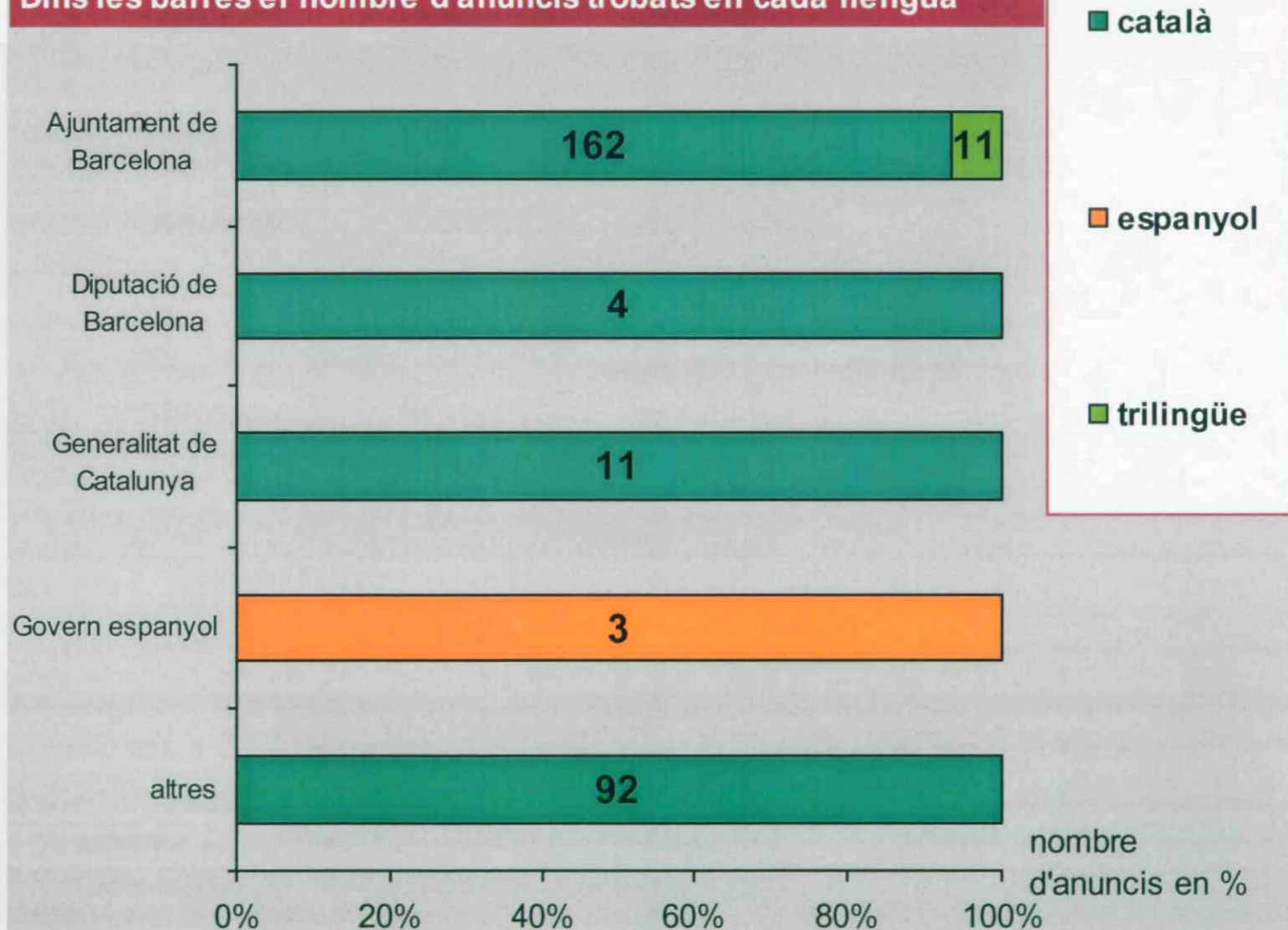
L'ús del català
als anuncis

**L'ús del
català pels
anunciants**

Conclusions

L'ús del català per sectors d'anunciants públics

Dins les barres el nombre d'anuncis trobats en cada llengua



Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públics

L'ús del català
als anuncis

L'ús del català
pels
anunciants

Conclusions

Conclusions

Els resultats obtinguts confirmen el camí que encara resta per recórrer en aquest camp per tal d'arribar a una plena normalització de la llengua catalana en la publicitat de Barcelona.

Objectius

Metodologia

Nombre
d'anuncis
privats i
públicsL'ús del català
als anuncisL'ús del català
pels
anunciants

Conclusions

Conclusions

Només un 31% dels anuncis als opis són en català mentre els anuncis on l'espanyol és present signifiquen més d'un 55%.

Pel que fa a al publicitat privada el català és present només en un 20% dels anuncis, mentre l'espanyol ho és en més d'un 63%. Per contra, en el sector públic, el català representa pràcticament el 100% dels anuncis

Tanmateix, respecte a dades anteriors (1997) hi ha hagut un increment d'un 70% dels anuncis en català, de manera que es fa necessari que les empreses se sumin a aquesta tendència.

Per sectors, cal remarcar que és ben present en anuncis de centres comercials, cooperació, alimentació, pàgines grogues, begudes, línies aèries, telefonia... però és totalment absent en anuncis de pel·lícules i productes audiovisuals, roba interior, premsa, automòbils i perfums. Pel que fa al sector públic, tots els estaments, llevat del Govern espanyol, s'anuncien en català.

Fundació Bofill / Plataforma per la Llengua

Febrer 2003

B.G.R.