

furent prises, qui démontrent l'envergure des ambitions et l'ampleur des moyens utilisés:

- la publication de nombreux documents destinés au grand public, notamment le texte de la Loi, véritable „Evangile“ des Catalans, ainsi que d'exégèses, à savoir, d'explications et de commentaires;
- les actions d'information et de sensibilisation lancées dans les médias (presse, radio, télévision) ainsi que dans les cinémas, grâce à la réalisation d'un court-métrage largement diffusé dans les salles de spectacle, ou encore la création d'un Service de consultation téléphonique portant sur la Loi de Normalisation.

Cela aurait dû suffire. En 1985–1986 néanmoins, fut lancée une nouvelle campagne de sensibilisation placée sous le slogan „Depèn de vostè“. Elle partait d'une observation du comportement linguistique des Catalans: ceux-ci, en s'adressant à des non-catalanophones (Castillans ou étrangers), avaient en effet l'habitude de passer automatiquement au castillan, ce qui plaçait la langue catalane en position d'infériorité par rapport à la langue officielle de l'Etat... Afin de lutter contre cet état de choses, et dans un esprit volontariste, on fixa trois principaux axes d'action:

- améliorer la connaissance du catalan auprès des Catalans eux-mêmes;
- les encourager à utiliser leur langue maternelle, même en public et dans des conditions de communication formelle, afin que celle-ci ne soit pas confinée aux seuls usages vernaculaires et informels;
- banaliser la communication „bilingue“, ce qui devait contribuer à placer catalan et castillan sur un pied d'égalité.

En 1986–1987, et compte tenu de l'importance du tourisme international en Catalogne (que l'on songe par exemple aux plages de la Costa Brava), on lança une nouvelle campagne en faveur de la normalisation linguistique dans le secteur professionnel de l'hôtellerie et de la restauration, d'où l'élaboration, l'édition et la distribution de différents lexiques spécialisés destinés aux bars, cafétérias et restaurants, sans oublier les „Menjars Xinesos“, soit la cuisine chinoise!).

De leur côté, les fournisseurs et entreprises travaillant pour la restauration étaient aimablement mais fermement invités à utiliser systématiquement le catalan en Catalogne.

On ne négligeait pas pour autant l'impact des messages visuels ou iconiques sur le grand public ou, si l'on préfère, les multiples signaux que fournissent le