

Normal 0 21 false false false CA X-NONE X-NONE

MicrosoftInternetExplorer4

/*

Style Definitions */ table.MsoNormalTable {mso-style-name:"Tabla normal";
mso-tstyle-rowband-size:0; mso-tstyle-colband-size:0; mso-style-noshow:yes;
mso-style-priority:99; mso-style-qformat:yes; mso-style-parent:""; mso-padding-alt:0cm 5.4pt
0cm 5.4pt; mso-para-margin:0cm; mso-para-margin-bottom:.0001pt;
mso-pagination:widow-orphan; font-size:11.0pt; font-family:"Calibri","sans-serif";
mso-ascii-font-family:Calibri; mso-ascii-theme-font:minor-latin; mso-fareast-font-family:"Times
New Roman"; mso-fareast-theme-font:minor-fareast; mso-hansi-font-family:Calibri;
mso-hansi-theme-font:minor-latin; mso-bidi-font-family:"Times New Roman";
mso-bidi-theme-font:minor-bidi;}

Un espai de comunicació que va coix

Patrícia Gabancho

Qualsevol reflexió que puguem fer sobre els mitjans de comunicació i la llengua i la realitat catalanes és benvinguda, perquè es tracta d'un tema crucial per la construcció del país. Hem de ser conscients que Catalunya és un país en procés de construcció, però no ben bé com tots els països, perquè els instruments amb què comptem no acaben d'estar normalitzats. Ens construïm amb eines coixes i per això no acabem d'aconseguir una realitat sòlida i coherent. Des que tinc ús de raó, vull dir des del vell Congrés de Cultura Catalana dels anys 70, que parlem d'un "espai català de comunicació", sense que mai arribi a fer-se realitat. Què volem dir, amb aquesta expressió?

Volem dir un conjunt de mitjans –diaris, revistes, ràdios, teles, xarxa...-- que expressin la realitat plural del país des d'un punt de vista catalano-cèntric, perquè qualsevol mirada té un punt d'ancoratge des d'on es projecta la perspectiva. Si ets a França mires el món des de

França. Si ets a Espanya, el mires des d'Espanya. Mirem el món des de Catalunya? La complexitat de la realitat catalana hi introdueix el problema de la superposició Catalunya / Espanya, començant per la llengua. Som a Catalunya però *també* som a Espanya, d'alguna manera. És cert que, si hem de reflectir la realitat del país, que els mitjans de comunicació es facin en qualsevol de les dues llengües presents és normal. El problema és que aquesta divisió lingüística no tradueix amb exactitud la realitat. I aquí és quan la realitat dels mitjans distorsiona l'espai comunicacional català.

Un quiosc ens dirà que la realitat catalana expressada en castellà té més pes; un dial de ràdio ens dirà que les veus catalanes s'expressen majoritàriament en català i que les veus que ens arriben de fora, com és lògic, parlen en la llengua dels veïns; però el comandament a distància de la tele ens dóna molts més noticiaris en castellà que no pas en català, pel pes numèric de les teles privades, que tanmateix no són les campiones d'audiència perquè la població, per poquet, prefereix informar-se a través de TV-3; i encara si comptem els blocs internautics veurem que els blocaires de casa en general escriuen en català... Això ens diu que la realitat és bilingüe però que la traducció del bilingüisme és extremadament complexa i matisada, perquè els mitjans de comunicació són, a més a més, d'un mirall una inversió. I els quartos, quan són privats, van a on se suposa que hi ha negoci.

El castellà, en cobrir el 99% de la població catalana, pretén tenir un mercat més ampli que no pas el català, que hi té una cobertura retallada perquè una part de la població no hi arriba o no hi vol arribar. Ara bé: els publicistes i experts d'arreu del món saben que, per sobre de la quantitat hi ha la qualitat. Quina porció de població es decanta per una llengua i quina per una altra? Aquí, amb la sociologia damunt la taula, veuríem que el pes del català hauria de ser superior quant a determinats mitjans de comunicació, especialment els diaris, perquè els lectors se seleccionen, o apareixen, en segments de població amb un cert grau de cultura –i més en temps de diaris gratuïts. Però la inèrcia, i la crisi estructural d'aquests mitjans, fa que importants capçaleres es neguin a fer el pas d'adoptar el català com a llengua preferent.

En canvi, el català té una vida útil interessantíssima en moltes i diverses publicacions locals, sectorials, culturals, precisament perquè connecten amb aquest lector inquiet que tradueix un cert nivell social i cultural. Anem al quiosc i mirem de què parlen les revistes en català i de què parlen les revistes en castellà. El mercat sol ser obtús però no gaire estúpid. El que passa és que hi juga en contra un element que hem esmentat abans: la inèrcia. Si una cosa s'ha fet en castellà tota la vida, tendeix a continuar en aquesta llengua, no sigui que s'espantlli l'invent. Però les ràdios ens demostren que el català és un vehicle magnífic per seduir oients de tota mena, inclòs el díscol jovent que, ens diuen amb tota la mala llet, defuig el català perquè li recorda la tortura de l'escola.

Per què ningú més que El Periódico ha intentat l'aventura de, com a mínim, la doble edició? L'últim control d'audiència li dona, a la seva versió en català –un català com a mínim peculiar, tot s'ha de dir, i allunyat per baix del que hauria de ser un bon estàndard—més de 300.000 lectors, en temps de dimissió dels lectors de diaris, i la versió on-line del diari Avui és la que més ha crescut en visites diàries individuals de tots els mitjans que es difonen a través de la xarxa. Que vol dir que Catalunya té, en guaret, centenars de milers de lectors de premsa en català, suficients per aguantar o estimular més d'una iniciativa privada.

Ara bé: per què, doncs, moltes publicacions en català flauegen més que no pas les ràdios o la mateixa TV-3, per no parlar dels productes locals que tenen audiències notables? Perquè una de les rutines que haurem de vèncer és la d'aplicar la llengua catalana a temes / contextos / productes específicament catalans, com si fos un instrument només domèstic adreçat a continguts només domèstics. Tendim a explicar en català l'univers català però a fer servir el castellà quan allò que exposem és, ehem, global o genèric. Per tant, el producte en català s'adreça directament al segment de població interessada en la temàtica catalana, mentre que el producte genèric es vehicula tan tranquil·lament en castellà. Greu error, aquest, que condiona lectors i viabilitats. Un espai comunicacional català, i en català, ha d'abastar el món sencer i tocar tots els públics. La llengua, algun dia, haurà de ser anècdota.

De moment, és important que ens adonem que la nostra realitat comunicacional va coixa, perquè la llengua del país, la llengua natural, la llengua pròpia, hi és minoritària. No estic parlant ara d'orientacions polítiques, d'estratègies comunicacionals, ni de projectes de futur que cada publicació i cada mitjà desplega i transmet: això és part de la llibertat d'expressió i el debat, com més plural, millor. Estic parlant de llengua, perquè la llengua connota una existència. Josep Pla deia que el seu país era aquell on li deien “bon dia” quan ell deia “bon dia”. Exacte: doncs preguntem-nos en quina llengua ens saluden des del quiosc, la pantalla o el dial. I preguntem-nos també per què. I finalment pensem què hi podem fer, com a consumidors, com a clients d'aquesta oferta desigual.