

LA DINAMITZACIÓ LINGÜÍSTICA A ANDORRA (1988-2006)

Jenny VILA BLANCH

Marta PUJOL PALAU

Servei de Política Lingüística del Govern d'Andorra

Per fer un resum de les campanyes i altres actuacions de dinamització lingüística que s'han dut a terme a Andorra cal que ens situem en el context històric de la creació del Servei de Política Lingüística. El Departament d'Assessorament Lingüístic va ser creat pel Govern el 20 de gener de 1988 i adscrit a la Conselleria d'Educació i Cultura. Era la primera vegada que es posava en marxa un servei de tipus lingüístic d'aquestes característiques a Andorra.

Fins a la seva creació, els únics nivells estrictament d'acció oficial de la llengua catalana eren la Formació d'Adults, la Formació Andorrana i l'Escola Andorrana.

El possible camp d'actuació d'aquest departament era tan ampli que requeria un estudi detallat dels àmbits concrets en què s'havia d'incidir perquè fos eficaç. Es va començar establint una comparació entre la situació oficial i la realitat de la llengua al nostre país. Era evident que, aleshores, el català no era la llengua més sentida, ni la més escrita, ni la més apresada. Hi havia, doncs, la necessitat de crear un departament per donar suport en matèria lingüística en altres àmbits que els existents, com als organismes públics, a les entitats privades i a la població, a més de millorar el grau de coneixement de la llengua oficial i promoure'n l'ús, d'acord amb l'article 2.1 de la Constitució i amb les ordinacions del Consell General que regulaven l'ús del català.

1. CAMPANYES GENERALS

La primera campanya de promoció d'ús de la llengua oficial va ser a començament de 1990 i es va fer amb l'eslògan *No et tallis/Un sol d'idioma*.

Aquesta campanya no pretenia afavorir la correcció de la llengua, sinó la simple utilització. Prioritzar l'ús interpersonal del català en comptes de la normativa era un fet innovador en aquell moment, sobretot si tenim en compte que les campanyes que es feien llavors a Catalunya incidien molt més en la correcció que no pas en la promoció de l'ús.

Amb la primera part de l'eslògan –*No et tallis*– es buscava un discurs informal, directe i actual que demostrés la capacitat del català per fer jocs de paraules i adaptar-se a les noves expressions.

La segona frase tenia una certa ambigüitat buscada que posava de relleu el caràcter positiu del nostre idioma oficial sense atacar res ni ningú. En cap moment no va interessar entrar en debats entre llengües o grups. Cal recordar, una vegada més, que a Andorra no hi havia dades fiables sobre usos i coneixements de les llengües que es parlaven en aquell moment.



Amb un pressupost reduït, de 2.500.000 PTA, es van fer servir els mitjans següents: tanques, distribuïdes per totes les parròquies, adhesius petits, repartits entre tots els escolars del país; adhesius més grans, per a tots els establiments comercials i turístics; falques de ràdio de 30 segons, i pòsters per a totes les botigues i les oficines de turisme.

Va durar un mes, encara que amb els pòsters i els adhesius es va pretendre que tingués incidència durant més temps. Es va preveure que fos una idea prou ober-ta per poder ser represa en qualsevol moment.

El 1994 es va escollir el lema *Tu tens la paraula* per donar nom a un seguit de campanyes de promoció de la llengua.

Volia jugar amb la contraposició de dos aspectes de la mateixa idea: aquell primer any el sublema era *abans/ara*, i les possibilitats que es van triar per a les altres campanyes eren *a casa/a fora, nosaltres/ells...*

L'objectiu va ser fer una campanya amable, que tingués continuïtat, que incités els andorranos a no canviar de llengua, dirigida a tothom i amb la qual se sentissin identificats.

Un dels encerts d'aquesta campanya va ser la interactivitat. Es va fer un díptic amb un adhesiu de record (AACC: *a Andorra, clar i català*). En una de les parts dels díptics, i a sota del lema *Tu tens la paraula*, hi havia un espai blanc, on es demanava que es fes arribar l'imprès al Servei amb els suggeriments que es volguessin fer. Més de 1.000 persones van enviar la seva paraula.

La distribució va ser molt important: totes les escoles, l'escola universitària d'infermeria i la d'informàtica, les empreses parapúbliques, les associacions culturals, els col·legis professionals, l'hospital, els comuns, el síndic, l'Institut d'Estudis Andorranos, els comerços, els bars, els restaurants, els hotels i els bancs.

El 1995, el Servei va fer servir la imatge de l'any anterior amb l'eslògan *A Andorra, clar i català*.

Va editar material divers de promoció i difusió per a les administracions, les empreses i els comerços i es va fer coincidir la campanya amb la Fira de tardor que té lloc cada any a Andorra la Vella. Es van fer globus i gorres per a la Fira i també per repartir-los a les escoles, llapis, bosses i blocs de paper, que eren l'objecte de promoció més important de la campanya.

L'any 1996 es va fer una minicampanya en què es van invertir molt pocs recursos però que va ser molt ben rebuda per la població: *Com s'emplena un xec en català*, per difondre l'ortografia de les xifres per mitjà de l'exemple del xec. Un cop dissenyat el producte, el Servei es va posar en contacte amb l'Agrupació de Bancs Andorranos per fer-ne una presentació conjunta i per involucrar-hi totes les entitats bancàries del país. Es van editar 1.000 talonaris de 20 xecs d'exemple que expliquen com s'escriuen les xifres en català, i es van fer 70 presentadors per col·locar els xecs en llocs visibles d'organismes molt diversos.

| | | | |
|--|--------|-----------|------------------------------|
| Servei de Política Lingüística | | 00 | Codi compte client: 00000/0 |
| Govern d'Andorra | | 00 | |
| | | Moneda | PTA |
| | | Import # | 14.217.924 # |
| Pagueu per aquest xec a l portador | | | |
| La quantitat de catorze milions dues-centes disset mil nou-centes | | | |
| vint-i-quatre pessetes | | | |
| Loc | Ordino | Data | vint-i-cinc d'agost de 19 96 |
| Núm. de xec 0.000.000 - 0 | | Signatura | |

COM S'EMPLENA UN XEC

La campanya gran del 1996 estava adreçada al gran públic en general, i tenia un eslògan que marcava el sentit instrumental de la llengua, *El català serveix per...*

La idea era llançar un eslògan global que pogués incidir en els tres o quatre àmbits en què la primera enquesta sociolingüística que es va fer aquell mateix any havia demostrat que l'ús del català era menor. En aquest cas es va fer servir la tècnica de la campanya suspens: durant unes setmanes van aparèixer als mitjans uns missatges que feien referència a alguna cosa que Servia... *Per treballar... Per comprar i vendre... Per jugar... Per estimar... i Per fer amics...*

La gent havia d'endevinar què era allò que servia per a tantes coses en un imprès amb resposta tancada.

El pressupost va ser de 14.000.000 PTA, que és la xifra més gran que mai s'ha destinat a una campanya de promoció lingüística.

Per primera vegada es van utilitzar espots de televisió, un fet que va contribuir a un ressò més important d'aquesta acció.

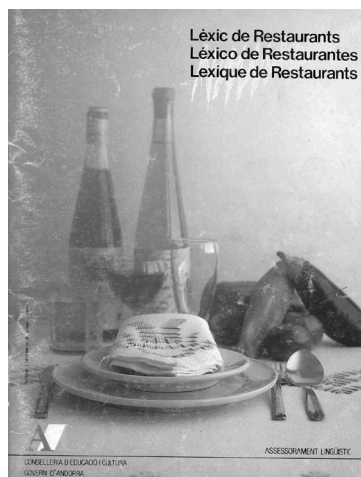
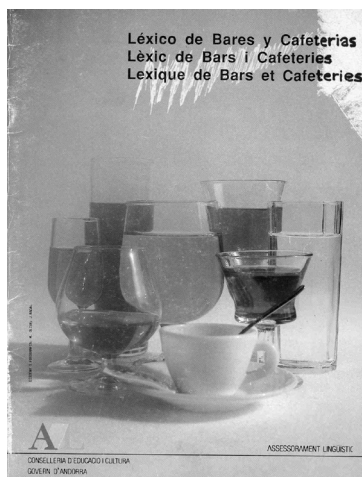
La mediatització es va considerar molt satisfactòria gràcies a un concurs que es va incloure dintre de les diverses accions, que va permetre que la premsa continués recordant la campanya en diverses ocasions bastant temps després que s'iniciés (el sorteig de la butlleta guanyadora del viatge a Nova York es va fer davant de les càmeres d'ATV i el lliurament del premi, també).

2. CAMPANYES SECTORIALS

És evident que Andorra és un país turístic, i per això hi ha un gran nombre de bars, restaurants, hotels i comerços. Per aquesta raó, si fem una ullada per la història del Servei ens adonem que moltes accions de promoció del català van adreçades a aquests sectors concretament. Les enumerem seguidament per ordre cronològic:

2.1. Bars i restaurants

Durant els anys 1988 i 1989 el Servei va treballar en l'elaboració del *Lèxic de bars i cafeteries* i el *Lèxic de restaurants*, uns vocabularis trilingües (francès-català-castellà), que no es van presentar fins a l'any 1991.



Van tenir tant d'èxit que el 1992 ja s'havien exhaurit i el Servei en va haver de fer fotocòpies per atendre les demandes que continuava rebent de cafeteries, bars, restaurants i hotels.

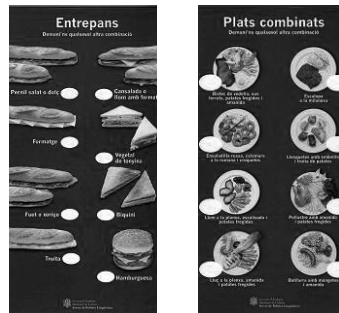
El 1996 es va fer una campanya dirigida als restaurants, que s'inclouïa dins d'una campanya global que havia previst el Departament de Turisme i que abraçava diversos àmbits.

Des del punt de vista d'organització, el més remarcable de l'acció va ser el gran esforç per implicar en el projecte el màxim nombre possible d'actors, com ara la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis; la Unió Hotelera; l'Associació de Consumidors i l'Associació per a la Defensa de la Qualitat.

La campanya inclouïa un servei gratuït de redacció de cartes i menús en català i també cursos d'atenció en català per als professionals del sector amb el lema "El català t'obre portes".



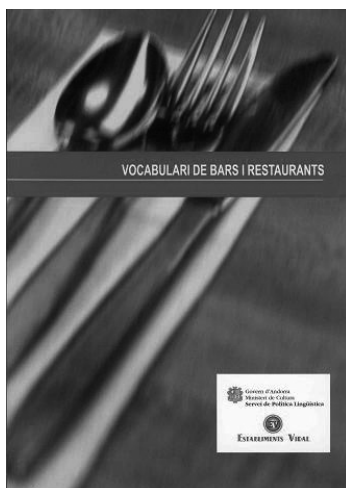
L'any 2002 es van destinar diversos projectes al sector dels bars i restaurants perquè es considerava fonamental en la vida social i econòmica d'Andorra, i a més era evident que aquest sector de la restauració sofria un procés de castellanització creixent, producte de l'origen no catalanoparlant de la majoria dels professionals que hi treballen, d'una banda, i del poc èmfasi que posen alguns propietaris en l'exigència d'un esforç d'aprenentatge de la llengua oficial, de l'altra. El Servei va elaborar 700 cartells de plats combinats i 700 cartells d'entrepans amb els noms en català i un espai per posar-hi el preu, juntament amb 700 carpetes amb làmines dels plats i els entrepans i un petit vocabulari a l'interior, i cartells petits per a les taules. El material es va repartir a tots els establiments del sector (585), perquè poguessin disposar d'informació sobre terminologia bàsica de bars i cafeteries d'una manera pràctica i alhora atractiva.



I d'altra banda, es va elaborar el *Vocabulari de bars i restaurants*.

L'article 17 de la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial estableix expressament l'obligació de redactar els menús i les cartes en català, llengua oficial d'Andorra. Aquesta va ser la base legal del vocabulari que el Servei va elaborar i publicar el 2002.

El vocabulari, que va ser copatrocinat amb 6.000 euros per l'empresa Establiments Vidal, majorista d'alimentació, incloïa 3.000 entrades i contenia noms de plats, tapes, begudes, postres, ingredients i maneres de cuinar. Totes les entrades catalanes anaven seguides per les equivalències en castellà, francès i anglès, i el darrer capítol, dedicat a les expressions, les activitats i les feines, també es va traduir al rus.



2.2. Comerç

La campanya del 1997 anava adreçada als grans magatzems, un sector representatiu i important per a l'economia del país on l'enquesta sociolingüística del 1995 havia demostrat que el català es feia servir molt poc en comparació amb altres àmbits. Es buscava una idea que fos més original que els anys anteriors, amb alguna diferència significativa que cridés l'atenció a la població d'Andorra i que més endavant es pogués reprendre amb altres actuacions. L'any 1998 se'n va fer la segona part. Per això es va encomanar un spot de televisió a la productora de Catalunya El Terrat, que oferia el valor afegit de personatges molt famosos per al públic ja en aquells moments.

El públic destinatari de la campanya en aquesta primera fase eren els catalano-parlants que canvien de llengua davant d'un interlocutor desconegut.

L'aspecte negatiu de l'acció és el fet que no es va poder fer un estudi de repercussió per falta de pressupost. La part positiva és que es tracta de la campanya que va obtenir més ressò en els mitjans de comunicació de Catalunya.

La segona part d'aquesta campanya es va fer durant el 1998, exactament des del 15 d'octubre fins al 31 de novembre.

L'objectiu més important era promoure i facilitar l'ús del català al sector dels grans establiments comercials. Es va insistir molt, com altres vegades, que no es tractava de parlar més bé el català, i el missatge s'adreçava als professionals que no gosaven atendre en català perquè comencessin a fer-ho i s'esforcessin a atendre els clients en català. També s'insistia que les persones que normalment paraven en català no canviessin de llengua.

Una vegada més, el Servei es va esforçar a implicar-hi empreses i organismes. Concretament hi van col·laborar:

- El Servei de Formació d'Adults amb l'organització de cursos de nivell A.
- Els centres comercials Escale, Andorra 2000, Pyrénées, Monsa, Sant Eloi, Dicoansa (Encamp i el Pas de la Casa), Punt de Trobada, Mamut, Jumbo i Hiper, que van aportar suggeriments i van donar moltes facilitats per fer possible la formació proposada als professionals amb nivell 0 de català (alguns van oferir que les classes es fessin totalment o parcialment en horari laboral; altres van oferir incentius en forma de dies suplementaris de vacances, o altres opcions per a qui assistís als cursos).
- L'ACU (Associació de Consumidors i Usuaris), que va donar tot el seu suport a l'objectiu de la campanya, i considerava que havia d'aportar més qualitat als serveis que oferia el comerç andorrà a la gent del país i als turistes.
- El Centre de la Cultura Catalana, que també va oferir tot el seu suport.
- Les persones que treballaven de cara al públic als grans establiments. Sens dubte eren els protagonistes de la campanya, i la seva col·laboració era imprescindible. Se'ls va demanar l'assistència als cursos i que fessin un esforç per atendre en català la clientela catalanoparlant. Per la importància dels establiments on treballaven, la seva conscienciació i la seva professionalitat era fonamental perquè la llengua oficial d'Andorra ocupés el lloc que li corresponia en un sector de tanta transcendència com el comerç.

Els mitjans que es van utilitzar per a la difusió d'aquesta campanya van ser molt importants perquè tingués tota la incidència que es pretenia. Premsa escrita, ràdio, televisió, tanques, cartells als establiments (penjats al sostre i de taula), xapes distintives i fullets informatius per als dependents, i un concurs adreçat a ells exclusivament. Entre els dependents que retornessin les butlletes amb les seves dades, se sortejava, al final de la campanya, un viatge d'un cap de setmana a Londres.

Dins el marc d'aquesta campanya de promoció lingüística el Servei també va preparar un *Vocabulari bàsic de grans magatzems* perquè pogués servir per als venedors que van seguir els cursos proposats, i en general per als grans establiments a l'hora de confeccionar rètols.

El Servei va valorar totes aquestes accions del 1998 com a molt positives. Els esforços per motivar les diverses parts implicades van donar fruit en alguns establiments comercials, i per aquest motiu aquell any es va encarregar un estudi de ressò de la campanya. Va ser un estudi a cavall entre l'any 1998 i el 1999. Les enquestes als clients i les entrevistes a empresaris i a venedors es van fer durant el

mes de desembre de 1998. A més, es van mantenir moltes reunions informatives i de coordinació amb l'empresa adjudicatària, empresaris de grans magatzems, associacions col·laboradores, tècnics d'Educació i personal del Servei.

L'objectiu d'un estudi d'aquesta mena, que era la primera vegada que es feia, era rendibilitzar al màxim el pressupost disponible per a campanyes de promoció lingüística. Es pretenia, en definitiva, insistir en les actuacions que el públic hagués entès més bé o que fossin més ben acceptades, i prescindir de les que haguessin estat poc efectives.

Una primera valoració mostrava la satisfacció important de les empreses perquè van ser protagonistes de totes les actuacions i hi van poder fer suggeriments i propostes. També es van considerar molt positives les classes que es van organitzar per als professionals del sector, i finalment, l'impacte dels mitjans publicitaris es va considerar proporcionat als recursos que s'hi van destinar, cosa que va fer que en general haguessin estat poc percebuts.

Una altra actuació que es va fer durant el 1998 adreçada al mateix sector comercial va ser promoure el català en l'atenció al públic.

Amb un pressupost de 394.000 PTA es van encarregar 1.000 sobres amb el lema *El català al comerç*, que contenien 2 adhesius de formats diferents amb l'expressió *Aquí us atenem en català*, amb una carta del ministre encoratjant els comerciants a atendre en la nostra llengua oficial. Els sectors als quals es va fer arribar van ser els de roba i calçat, electrònica, perfumeria, rellotgeria, joieria, farmàcia i petit comerç d'alimentació.

Es van repartir a les zones més comercials de totes les parròquies i es va publicar un avís a la premsa perquè els comerciants que no n'haguessin rebut i en volguessin en demanessin al Servei.

Amb la finalitat d'oferir una eina al sector comercial de la fruita i la verdura, el Servei, l'any 2002, va elaborar 1.000 pòsters de quatre models diferents (en total, 4.000 pòsters) amb el nom de les fruites i les verdures en català amb l'objectiu de divulgar aquesta terminologia als comerços.

Com que el disseny era molt viu i atractiu, els pòsters es podien posar als comerços que disposessin de lloc i els podien fer servir com a decoració. També van ser molt ben acollits a les escoles i als altres centres culturals, on es van distribuir amb objectius didàctics.

Vist l'èxit d'aquests cartells, el 2003 es van fer els mateixos pòsters temàtics i amb el mateix objectiu però amb la terminologia que fa referència a pa, pastes, peixos i mariscs.

El 2004 el Servei va col·laborar amb el Departament d'Agricultura per normalitzar tota la terminologia de la carn de qualitat d'Andorra perquè l'any 2005 aquest Departament imprimís i presentés els pòsters.

L'any 2003 es van publicar *No et tallis*, unes cartolines amb apunts per facilitar als dependents la comunicació amb els clients que se'ls adrecen en la llengua oficial.

Es van editar en castellà, portuguès, francès i anglès i es van distribuir a tots els comerços de joieria, òptica, roba, esport, música, basar, informàtica, farmàcia, perfumeria i grans magatzems.

El 2004 es van organitzar, amb la col·laboració de l'Àrea de Formació d'Adults, 3 cursos de 12 hores cadascun per als treballadors de les empreses gestionades per Hotansa que estan de cara al públic als bars i als restaurants de les pistes d'esquí. Hi van participar 70 alumnes. Es van fer al Centre d'Autoaprenentatge de Català del Pas de la Casa i hi van haver incentius econòmics a càrrec de l'empresa per als treballadors que obtinguessin el certificat d'aprofitament.

2.3. Esport

El 1999 es va fer una campanya de promoció del català adreçada al món de l'esport, *Fem equip. Posem el català en joc*.

Aquesta campanya, que va durar un mes i mig, tenia l'objectiu de fer que la llengua catalana s'utilitzés més –fos més apreciada– en la pràctica dels esports que tenien lloc dins el marc de les federacions i els clubs esportius andorrans. Es va promoure la utilització del català com a signe d'identitat andorrana en la pràctica dels esports de base.

Els principals destinataris d'aquesta acció eren els nens i les nenes i els joves que practicaven esport, els tècnics no catalanoparlants d'origen que no s'adreçaven en català als joves esportistes i els tècnics catalanoparlants que utilitzaven el castellà per entrenar els joves.

El Servei va comptar amb la col·laboració i l'assessorament del Departament de Turisme; de la Direcció d'Esports del Ministeri d'Educació, Joventut i Esports; de periodistes esportius dels mitjans de comunicació; de federacions i de clubs esportius. Va demanar informació sobre els esports següents: futbol, rugbi, vòlei, natació, tennis, esquí, bàsquet, judo, taekwondo, karate, atletisme, ciclisme, gimnàstica, patinatge i esports de gel.

Pel que fa als mitjans emprats per a la difusió, es va fer un spot de televisió i falques de ràdio i es va obtenir la col·laboració especial d'Albert Celades. També es van posar tanques a les parades de clípol i per tot el país i es van enviar cartells i pòsters a les escoles, els clubs i els centres esportius.

2.4. Perruqueries

Atreveix-t'hi. A la "pelu", en català!

L'any 2000, per donar resposta a uns resultats poc satisfactoris d'aquest sector en la darrera enquesta sociolingüística, l'objectiu d'aquesta campanya era fer que la llengua catalana s'utilitzés més en els establiments dedicats a la perruqueria i a la barberia i promoure la utilització del català entre els professionals i els clients.

Els destinataris eren, doncs, tant els professionals del món de la perruqueria i de la barberia, com els clients d'aquest sector.

La part estrictament publicitària va tenir lloc entre el 9 de setembre i el 15 d'octubre del 2000. El pressupost global de totes les actuacions va ser de 7.250.000 PTA.

La campanya es va fer en tots els establiments de perruqueria i barberia d'Andorra (el Servei va estar en contacte amb 150 establiments).

Es va fer publicitat a la premsa escrita, en tanques publicitàries grans i opis (tanques petites i parades d'autobús) i el Departament de Turisme va posar a la nostra disposició uns quants suports publicitaris.

També es va fer un spot de televisió, falques de ràdio (3 versions), pòsters per a les perruqueries i el carrer i adhesius amb l'eslògan "Establiment col·laborador de la campanya". I per primera vegada es va fer publicitat a les sales de cinema.

El Servei va obtenir la col·laboració del Gremi de Perruquers; la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis; la Direcció de Turisme, i molts professionals del sector.

També es van organitzar uns cursos per a perruquers i perruqueres que no parlaven català (hi van assistir 52 persones de diversos establiments). L'objectiu d'aquests cursos era animar a parlar en català les persones que no "s'hi atrevien", i també fer possible que s'inscrivissin als cursos estables que organitza el Servei de Formació d'Adults del Departament d'Educació. Les classes en van allargar fins a la fi del 2000, i en alguns casos van continuar durant el gener del 2001. El dia 13 de desembre va tenir lloc el lliurament dels certificats d'assistència als cursos a 45 persones i a més van aconseguir que un centre de perruqueria amb molts estudiants no catalanoparlants demanés classes de català durant tot un curs.

El Servei va valorar molt positivament els resultats d'aquesta actuació. Com altres anys, es va demostrar que el més important en una actuació d'aquestes característiques és el contacte directe amb els destinataris i els cursos de formació. D'altra banda, també es va valorar satisfactòriament el disseny desenfadat de la campanya, que va ser molt ben percebut per aquest sector i també per la gent jove.

2.5. Transport públic

Entre el 1996 i el 1997 es va fer una campanya adreçada al transport públic *Al transport públic, sens dubte, en català. No l'aparquis*.

Durant la primera part, el Servei es va posar en contacte amb el Departament de Transports, del Ministeri d'Economia, per proposar-los una campanya de rètols en català i promoció de la llengua oficial en aquest sector. Van col·laborar amb el Servei les associacions de taxistes i autobusos.

Es van fer servir les parades d'autobús com a suport publicitari i, a demanda d'algunes companyies, es van haver d'editar més rètols per als vehicles. Va ser un projecte econòmicament modest però que va donar molt bons resultats tant pels mitjans invertits com pels objectius perseguits.

L'any 2000 es va reprendre aquesta campanya, que va abastar una vegada més taxis i autobusos. Es van editar 250 sobres amb un joc d'adhesius per als taxis (en què es van haver d'actualitzar algunes dades) i 250 sobres amb un joc d'adhesius per als autobusos. Mitjançant una nota de premsa es va avisar tots els empresaris interessats en aquest material perquè el passessin a recollir pel Servei, i també es va repartir a la Junta de l'Associació de Taxistes d'Andorra i a totes les empreses d'autobusos del Principat.

2.6. Joves i nens

L'any 1989 es va elaborar un joc didàctic de preguntes i respostes d'interès principalment lingüístic per a les escoles, concebut com a joc per a l'ordinador i que es va acabar d'enllestir durant el 1990. El joc es deia *el 63* i es va aprofitar per presentar-lo a la Fira d'Andorra la Vella.

Cada any, des del 2000, el Servei aprofita les festes de Nadal per fer campanyes de promoció dels jocs i les joguines en català, ja sigui com a iniciativa pròpia o en col·laboració amb el Consorci per a la Normalització Lingüística de la Generalitat de Catalunya.

L'any 2000 es van editar els primers 10.000 catàlegs *Tria i juga, en català!* amb informació sobre jocs que es poden trobar al mercat en català. S'hi pot trobar informació des del joc de cartes tradicional fins als jocs en CD i DVD, passant pels clàssics jocs de taula i un ampli ventall de jocs a Internet. La franja d'edat dels nens i nenes a qui van destinats els jocs i les joguines del catàleg és de 2 a 15 anys. L'objectiu del catàleg era fer conèixer l'existència dels jocs que es poden trobar en català entre els pares, pedagogs i comerciants i, sobretot, entre la població més jove.

La campanya va comptar amb el suport dels establiments de joguines més importants del país, que van posar catàlegs a disposició dels clients, i va consistir en la distribució d'un catàleg per a cada nen i nena d'ensenyament maternal i de primera ensenyança de tots els centres educatius. També es van editar 500 pòsters de promoció que es van repartir, com els catàlegs, per les escoles, les biblioteques, les botigues, etc.

A més, es van fer arribar a les escoles molts exemplars d'un imprès de *carta als Reis*, perquè tots els nens i nenes poguessin fer la seva carta en català; en aquest projecte el Servei ha col·laborat amb Catalunya.

Aquestes mateixes accions es van tornar a fer durant els anys 2001, 2002 i 2003, amb les actualitzacions necessàries del catàleg. El 2004 només es va repartir la carta dissenyada i impresa pel Servei i no es va reeditar el catàleg *Tria i juga* perquè hi havia previst un altre projecte per al 2005 pel que fa a la presència de joguines en català als centres comercials.

El 2005 ens vam reunir amb els responsables de les seccions de joguines dels grans centres comercials i botigues especialitzades que editen catàlegs de joguines

per Nadal. Els vam proposar el nostre projecte dels darrers anys del catàleg *Tria i juga* i els vam recordar un acord. El Servei rep queixes dels ciutadans d'Andorra perquè és impossible trobar a les botigues les joguines i els jocs que presentem al catàleg, i per aquest motiu proposem als comerciants d'incloure una secció als seus catàlegs exclusivament de productes en català. Nosaltres els proporcionem una llista actualitzada mensualment amb les novetats que apareixen al mercat i ells es comprometen a tenir alguns d'aquests productes als seus establiments i als seus catàlegs de Nadal.

El 2002 es fa l'exposició de jocs *Lúdic, mostra interactiva de jocs en català*, en col·laboració amb el Consorci per a la Normalització Lingüística de Catalunya. L'exposició va rebre la visita de 1.152 persones.

Lúdic era un recull de tota classe de jocs infantils participatius amb intenció didàctica, des dels més tradicionals fins als últims llançaments en suport electrònic i CD-ROM. El denominador comú era que tots, que sumaven més de 260, eren en llengua catalana: la finalitat de la mostra era que els nens i les nenes andorrans coneguessin aquests productes existents en l'idioma del país, els quals de vegades són difícils de trobar o queden eclipsats per les versions en altres llengües. L'exposició s'inscrivía en una certa preocupació per l'escassíssima oferta de productes de lleure infantil en la nostra llengua. El mateix dia de la inauguració es va oferir també un espectacle d'animació infantil d'accés lliure al mateix recinte de la mostra.

L'any 2003 el Servei va participar amb el Consorci per a la Normalització Lingüística en l'edició de la carpeta *Joc de jocs*, per recuperar i fer conèixer als nens i nenes del país els jocs populars i tradicionals. Les carpetes es van repartir per les escoles, les biblioteques, les ludoteques, les llars d'infants i els esplais. Van tenir una acceptació tan bona que se'ns van exhaurir i el 2004 es van haver de reeditar.

Dins de les accions adreçades als joves d'Andorra també hem de parlar del *Concurs de guions televisius*. Ja se n'han fet tres edicions, del 2003 al 2005, i cada cop es va fent més gran pel que fa a participants i col·laboradors. És un concurs adreçat als joves entre 12 i 18 anys residents a Andorra –hi ha dues categories: 12-15 anys i 16-18 anys– i les condicions són que els guions siguin esquetxos breus de tres minuts per ser representats en un lloc concret, de tema lliure, en català i inèdits. La primera edició el Servei va rebre 25 guions, la segona 31, i la tercera 67. El Servei selecciona 6 guions finalistes, tres de cada categoria, i els passa a l'Aula de teatre del Comú d'Andorra la Vella perquè els assagi i siguin enregistrats i retransmesos a Andorra Televisió. Els espectadors d'ATV són els que decideixen els guanyadors de cada categoria mitjançant els seus vots a la pàgina d'Internet www.jovesapiens.ad i els premis que reben tots els finalistes són a càrrec del Centre Comercial Escale. Per al concurs del 2005, fins i tot es va elaborar una unitat didàctica sobre l'escriptura dels guions que s'imparteix a segona ensenyança de l'Escola Andorrana.

Jovesapiens

Una altra de les accions dutes a terme l'any 2003 va ser una campanya per afavorir l'ús del català i les noves tecnologies entre els joves.

Es va elaborar el portal www.jovesapiens.ad per a joves, amb 15 apartats i 80 pàgines. Conté informació esportiva, cultural, de viatges, estudis universitaris, horòscops, cartellera, fons de pantalla per descarregar, logos i melodies per als mòbils, cançons, espais lúdics amb jocs, passatemps, xat, fòrum, enllaços a cercadors, diccionaris, fotografies, treballs d'escola, etc.

Per presentar-lo es va fer un concert de rock català, amb l'actuació de Berta, Dept i Gossos, en col·laboració amb la cadena 40 Principals Andorra, que va comptar amb l'assistència d'uns 1.000 joves. Els 500 primers a arribar-hi van rebre una samarreta amb el logotip del jovesapiens de regal. Aquesta campanya va necessitar una activitat exhaustiva de promoció i difusió a totes les ràdios del país, amb la col·laboració important del programa d'ATV Parlem com cal, que en va fer publicitat diàriament durant les últimes setmanes de preparació. Es van distribuir més de 2.000 invitacions que es van repartir a les escoles, les oficines de turisme i el mateix Servei.

Amb una mitjana de 5.000 entrades mensuals al portal, darrere hi ha una feina d'esforç diària a càrrec del personal del Servei per actualitzar-lo i mantenir-lo. Sovint es fan concursos o actes de promoció per fer-ne més difusió i poder mantenir el nivell de visites (concursos cada estació de l'any amb regals de productes en català com la darrera entrega de Harry Potter o el darrer CD dels Pets o l'organització de concerts pels aniversaris. El del primer aniversari va comptar amb l'actuació de Lexus i Whiskin's).

El desembre del 2005 vam organitzar, en col·laboració amb el Centre de la Cultura Catalana, el concert de celebració del segon aniversari del jovesapiens amb el grup valencià Obrint Pas. Els andorrans Lluís Cartes i Els Fluxes i els catalans Culdesac, guanyadors i finalistes respectivament del premi Carles Sabater, hi van actuar de teloners.

Durant els propers mesos s'incorporarà al portal el Departament de Joventut, del Ministeri d'Educació, Cultura, Joventut i Esports, que obrirà el ventall d'èdat i donarà nova informació.

2.7. Cinema

Amb l'objectiu de promoure la projecció als cinemes d'Andorra de pel·lícules de gran públic doblades en català, l'SPL comença a promoure el cinema en català el 1997, després d'haver mantingut contactes l'any abans amb Farners Llinàs i Gabriel Planella, director del Servei de Normalització Lingüística de Catalunya, per engegar aquest projecte a Andorra. La pel·lícula Hèrcules es va projectar en català a les sales d'Andorra gràcies a la col·laboració entre el propietari de les sales de cine del país, Ramon Cassany; el Centre de la Cultura

Catalana i el Servei, que ofereix suport a l'empresari facilitant-li la projecció de la pel·lícula i fent-ne publicitat.

El 1998 continua la col·laboració per projectar cinema en català i s'estrenen les pel·lícules Anastàsia (Century Fox; mes de març); Les ales del colom (mes de maig), primera pel·lícula per a públic adult estrenada amb el suport del Servei, i Mulan (Disney; al desembre). El Servei fa les gestions que pot amb la distribuïdora, i també amb la Direcció General de Política Lingüística de Catalunya, per obtenir-ne una còpia.

El 1999, l'SPL arriba a acords amb l'empresa Cassany perquè es projectin en català Un món a la seva mida (gener), La vida és bella (maig), Rugrats (novembre) i Tarzan (desembre).

El Ministeri i el personal del Servei també donen suport a altres manifestacions, com ara el Cicle de cinema català organitzat pel Centre de la Cultura Catalana.

D'altra banda, s'envien catàlegs de vídeos en català a tots els videoclubs i a les seccions de vídeo dels grans magatzems, i es proposa al Ministeri d'Educació la compra de vídeos en català amb guies didàctiques per a les escoles.

L'any 2000 només s'estrenen en català a Andorra La musa (maig-juny), Tigger (juliol) i La ruta cap a El Dorado (desembre). Aquest any també s'arriba al compromís informal que una pel·lícula de gran audiència per al públic adult (Missió impossible II) es projecti en català, però finalment no arriba a ser així. El Servei comença a tenir dificultats per impulsar aquest projecte per dos motius: el primer és que no té pressupost per fer-ho ja que la relació inversió-resultat en els anys és molt costosa i poc efectiva; el segon motiu és que l'empresari no té cap obligació legal de projectar pel·lícules en català: la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial, que s'aprova al desembre del 1999 i entra en vigor al gener del 2000, no estableix cap obligació de projectar les versions en la llengua oficial de les pel·lícules que s'arriben a doblar en català. El 2001, l'SPL no aconsegueix que es projecti a Andorra cap gran producció de cinema doblada en català, i des de llavors fins ara no s'hi ha pogut destinar pressupost, tot i que algunes còpies de versions en català han arribat a Andorra, com ara El Senyor dels anells.

Sí que hi ha continuïtat, però, de la distribució de catàlegs sobre els vídeos i els DVD en català que es poden trobar al mercat. El Servei col·labora amb el Consorci per a la Normalització Lingüística de la Generalitat de Catalunya per editar-los, i a Andorra es distribueixen pels grans magatzems, llibreries, cases de música, videoclubs, centres d'autoaprenentatge de català i biblioteques, i es fa una nota de premsa informant sobre la difusió dels catàlegs.

El 2006 el Servei de Política Lingüística ha arribat a un acord amb l'empresa Cassany per fer un Cicle de cinema infantil en català (CINC). Després d'obtenir el permís de la Generalitat per adaptar la imatge que es feia servir amb èxit per al CINC a Catalunya, s'han editat pòsters i fullets informatius i durant tots els caps de setmana d'abril es projecten pel·lícules infantils en català gratuïtament al cinema Modern.

Enguany, el Servei ha mantingut contactes amb la Secretaria de Política Lingüística de Catalunya per col·laborar en el projecte de prestatgeria única i engegar-lo a Andorra. De moment, els responsables de comerços i seccions de música i vídeo de grans magatzems s'han compromès a tenir exposades en un lloc visible les versions en català de DVD i jocs en CD, i aviat començarà la campanya, que consistirà a tenir aquestes versions exposades en una prestatgeria dissenyada expressament per cridar l'atenció o en un lloc que els comerços ja tinguin disponible –si l'espai és reduït– i on s'instal·li un display amb la mateixa imatge de la campanya.

2.8. Turisme

L'any 2003 es va fer la primera acció de difusió dirigida al turisme per impulsar la projecció exterior de la llengua oficial, amb l'eslògan “Les primeres paraules en català”. Són unes targetes destinades als turistes que visiten Andorra amb les paraules i expressions més bàsiques en sis idiomes (francès, portuguès, espanyol, rus, alemany i anglès) i la traducció al català. L'objectiu és que els turistes que ens visiten sàpiguen quina és la llengua oficial i s'animin a dir alguna paraula en català. Les targetes estan presentades en unes capses amb sis compartiments, un per cada llengua, i són de colors vistosos per atreure l'atenció. Les capses es van distribuir a tots els allotjaments turístics, als grans magatzems, als museus i monuments, a les oficines de turisme del país i de l'estranger, a les estacions d'esquí, als membres de la Taula de Turisme (Caldea, Ski Andorra, Unió Hotelera i Associació d'Agències de Viatges), a la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis, a l'Associació de Consumidors i Usuaris, a les associacions de comerciants i al Servei de Telecomunicacions d'Andorra. L'any 2004 se n'ha fet una reedició perquè es van exhaurir i n'hi ha hagut més demanda.

2.9. Immigració

Tenint en compte que a Andorra els moviments migratoris constants determinen la composició de la població i les llengües que es parlen al país, el Servei de Política Lingüística considera prioritari des de fa anys dur a terme campanyes i altres accions en l'àmbit de la immigració, i col·laborar amb el ministeri del Govern que se n'encarrega perquè aquestes accions siguin més efectives. L'any 2001 el Servei es marca l'objectiu de difondre la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial i distribueix un fullet informatiu destinat a les persones que vénen a viure a Andorra o que hi viuen des de fa poc temps i no parlen català.

Aquest fullet, escrit en cinc llengües –català, castellà, portuguès, francès i anglès–, explica que el català és la llengua oficial d'Andorra i que hi ha una llei

que en regula l'ús. A més, informa que cal saber català per treballar de cara al públic. Finalment, indica els telèfons dels centres d'autoaprenentatge de català i del Servei de Política Lingüística. També s'edita un fullet destinat a tota la població d'Andorra que fa un resum dels punts més importants de la Llei i esmenta obligacions bàsiques pel que fa a l'ús del català en la publicitat, els cartells, els menús, l'atenció al públic, etc.

El 2003 s'editen uns tríptics amb el títol "El català, llengua d'Andorra" destinats a informar els immigrants sobre la llengua oficial, la necessitat d'aprendre-la per integrar-s'hi plenament i els mitjans per fer-ho. Se'n fan en cinc idiomes: castellà, francès, portuguès, anglès i català, i es distribueixen des de les finestretes del Servei d'Immigració a totes les persones que arriben al país per treballar-hi o establir-s'hi.

L'any 2004 es fa un spot publicitari amb els eslògans "No et tallis" i "El català t'obre portes" en què els protagonistes són immigrants de diverses procedències (Espanya, Portugal, Argentina, Cuba...) que expliquen en una frase d'on són i per què parlen català.

L'any 2005 es van reeditar els tríptics informatius que es distribueixen des del Departament d'Immigració i es va engegar a Andorra la campanya "Voluntaris per la llengua" en col·laboració amb el Centre de la Cultura Catalana. El voluntariat lingüístic és una iniciativa que s'ha implantat anteriorment amb èxit a Catalunya i consisteix a posar en contacte voluntaris catalanoparlants amb persones que busquen una manera d'aprendre a parlar el català mitjançant la conversa, o que volen complementar així el que aprenen en els cursos organitzats pel Departament d'Educació.

Després de tres mesos de funcionament de Voluntaris per la llengua a Andorra i de tres edicions de presentació de la campanya, el Servei de Política Lingüística ha fet més de 150 parelles i continua rebent inscripcions d'ensenyants i aprenents. En la tercera edició el programa s'ha obert a l'adhesió d'entitats i s'hi han inclòs iniciatives som sorteigs d'entrades per als museus o d'una estada d'un cap de setmana en un balneari per a dues persones.

A final del 2005 es va editar una agenda de l'any 2006 de pàgina per dia amb una frase cada dia en català i la traducció a diverses llengües, per als aprenents del programa de voluntaris i per a les persones que aprenen català en general.

3. DIFUSIÓ DE LA LEGISLACIÓ

Des de la creació del Servei, el 1988, la importància de legislar sobre la llengua ja era un punt bàsic a l'hora d'organitzar les tasques prioritàries que s'haurien de fer. Però per entendre la importància de la difusió de la legislació que es va fer un cop ja aprovada la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua cal explicar una mica la història de la seva creació.

La legislació que feia referència a la llengua era fins llavors quasi inexistent i, en general, es limitava a indicar que tots els documents adreçats al Govern, tots els cartells oficials, semioficials i particulars, tota la publicitat, etc. havien d'anar escrits en la llengua del país.

El 1989 ja van començar les primeres actuacions en aquest àmbit. Es va fer la tramesa d'un díptic amb les ordinacions vigents relatives a la llengua a tots els hotels, restaurants i comerços del Principat.

Les ordinacions d'aquest díptic eren les següents:

1. des de 1938: tots els documents adreçats al Consell General; tots els cartells i rètols oficials o semioficials.
2. des de 1953: tots els rètols anunciadors de comerços, indústries, publicitat, cines...
3. des de 1966: es preveu una multa de 500 PTA per l'incompliment de la normativa. S'exceptuen els rètols amb grups de lletres sense significat precís.
4. des de 1968: en lloc secundari dels cartells, proclames, propaganda, pot haver-hi informació traduïda a altres llengües. Els infractors hauran de pagar una multa de 100 a 1.000 PTA.
5. des de 1971: els registres civils. Des de 1976, en casos especials, poden presentar-se documents en francès i castellà.

Però era evident que aquesta legislació havia quedat desfasada i no solucionava tots els problemes que hi havia de la llengua a Andorra. El 1991 hi va haver una reflexió important des del Servei pel que fa a aquest tema. La societat andorrana s'havia transformat en pocs anys en una comunitat d'economia terciària i això va originar la necessitat d'adequar la llengua a les noves tecnologies (informàtica, motor, avenços tecnològics...). A més, la idea d'Andorra com a país agradable per viure-hi i lliure d'impostos va fer afluir una multitud de gent amb llengües, nivell social i expectatives molt diferents. El català, llengua oficial usada sempre en l'Administració pública, no era la d'ús més habitual.

Per tot això es va arribar a una conclusió senzilla: o s'actuava aviat i de manera ferma i decidida amb una legislació clara i contundent, o la societat andorrana, ja prou fragmentada, corria el perill de desintegrar-se. Era urgent redactar lleis o reglaments que determinessin amb més concreció l'oficialitat del català, que n'asseguessin i en facilitessin el coneixement i que permetessin que el català estigués a l'abast de tota la població d'Andorra.

El 1991 es va començar a elaborar la futura llei del català. El Servei va fer un dossier amb totes les lleis de política lingüística d'altres països, va elaborar un avantprojecte de llei i va demanar assessorament a Joan Ramon Soler, de Barcelona, especialista en lleis de política lingüística. Però el projecte queda

ajornat per motius polítics i no es reprèn fins al 1994, en què s'encarrega a Joan Ramon Soler l'elaboració del text de la llei i un informe complet sobre teoria del dret lingüístic, dret comparat, etc. El text havia d'incloure un règim sancionador i s'havia d'estudiar la millor manera d'integració dels immigrants. Un cop fet aquest encàrrec es passaria el text a un advocat andorrà perquè hi fes els suggeriments convenients.

Durant el 1997 tot el servei es posa a treballar a partir del text que s'havia elaborat. S'hi van suprimir moltes coses i se'n van afegir de noves que la realitat de cada dia havia revelat com a més importants. L'advocat andorrà Antoni López hi va fer aportacions molt valuoses perquè el text s'integrés bé a l'ordenament jurídic andorrà i va donar forma legal a diversos aspectes que el Servei considerava important d'incloure-hi. El ministre de Cultura, Pere Canturri, també va millorar el text amb les seves aportacions.

Es va lliurar l'esborrany a tots els partits polítics perquè el revisessin amb la intenció d'arribar a un consens de tots els grups abans d'entrar-lo a tràmit. El 1998, el Govern va aprovar el text de l'avantprojecte i només quedava pendent que entrés el projecte de llei a tràmit, però no va ser fins al desembre de l'any 1999 que la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial va ser aprovada pel Consell General.

L'esforç de l'any 2000 va consistir a iniciar la difusió dels punts més importants de la Llei, mitjançant l'edició de fullets de divulgació i reunions explicatives. Es van editar tres fullets:

- Un d'informatiu, que ja hem esmentat a l'apartat dedicat a la immigració, destinat a les persones que vénen a viure a Andorra o que hi viuen des de fa poc temps i no parlen català. Escrit en cinc llengües (català, castellà, portuguès, francès i anglès), explica que el català és la llengua oficial d'Andorra, que hi ha una llei que en regula l'ús i informa que cal saber-lo per fer feines de cara al públic.

- Un de destinat a tota la població d'Andorra amb un resum dels punts més importants de la Llei i esmenta les obligacions bàsiques pel que fa a l'ús del català en la publicitat, els cartells, els menús, l'atenció al públic, etc.

- I un amb el text íntegre de la Llei, per repartir entre persones i institucions interessades en el tema.

Es van organitzar reunions explicatives amb tots els directors de Cultura dels comuns, amb les directores de l'Escola Andorrana, amb responsables del Ministeri d'Educació, Joventut i Esports, amb professors d'adults, amb inspectors de Comerç, amb algunes associacions de residents...

El 2001 hi va haver una altra gran campanya de difusió de la Llei que va durar tot l'any.

Tothom té dret a ser atès i correspost en català, una frase extreta de l'article 3 de la Llei, va ser l'eslògan triat per difondre'n el contingut, i especialment l'obli-

gació de saber atendre el públic en català, continguda en l'article 20, que segons la disposició transitòria segona no entrava en vigor fins al gener del 2002. La campanya va girar a l'entorn de tres eixos: la festa de Sant Jordi (abril), la Fira de l'Automòbil (juny) i la Fira d'Andorra la Vella (octubre). Els recursos principals van ser un spot i una falca, contactes amb les empreses, classes gratuïtes tot l'estiu (250 alumnes entre treballadors d'empreses i persones que s'hi van apuntar individualment), representacions del grup teatral Somhiteatre, tramesa de fullets informatius amb una carta del ministre i una butlleta per al sorteig de 2 viatges a Nova York.

A més, el Servei va enviar a totes les bústies del país informació sobre la propera entrada en vigor de l'obligació de garantir l'atenció al públic en català, amb un díptic i un tríptic de difusió de la Llei, i va decidir que la campanya d'aquest any no podia concentrar-se en un o dos mesos sinó que les accions s'havien de repartir al llarg de tot l'any, i que havia de tenir un caràcter més informatiu que publicitari. Totes les actuacions van girar a l'entorn de la difusió de la Llei i de les gestions perquè fos aplicable amb el consens general de la societat andorrana.

L'1 de maig del 2002, per desplegar l'article 33 de la Llei d'ordenació de la llengua oficial, el Govern va aprovar el Decret pel qual s'atribuïen les competències de política lingüística al Servei de Política Lingüística. També es va crear, mitjançant el mateix Decret, la Comissió de Política Lingüística, establerta igualment a l'article 33 de la Llei, que es reuneix dos cops l'any.

També es va elaborar el projecte del Reglament d'ús de la llengua oficial en productes audiovisuals, productes informàtics i noves tecnologies. El mes de novembre es va sotmetre al Gabinet Jurídic del Govern i al desembre se'n va lliurar una còpia sotmesa a revisió a tots els ministres. Actualment encara es troba en fase de revisió.

El 2003 es redacta el Reglament d'ús de la llengua oficial en organismes públiques. Durant el 2004 es mantenen reunions amb tots els òrgans implicats perquè es pugui aprovar abans que acabi l'any i finalment s'aprova el 22 de març del 2005. Al maig s'edita un fullet informatiu sobre els punts més importants del Reglament que es distribueix pels edificis administratius.

4. ASSESSORAMENT LINGÜÍSTIC

A més de les campanyes destinades a promoure l'ús del català, l'SPL ha anat fent accions amb l'objectiu de facilitar, tant als usuaris de l'Administració com a les empreses i particulars, la redacció de textos amb correcció lingüística. Per això es fa difusió del servei de consultes i correccions ofert per l'SPL i es publiquen eines com vocabularis, diccionaris i manuals de redacció, a més d'oferir aquests serveis a través de la web.

Entre les accions amb aquest objectiu dels primers anys del funcionament del Servei destaquen l'elaboració d'un recull de llenguatge administratiu i la publicació d'un *Vocabulari de l'esquí* el 1988, i la difusió de recursos informàtics per redactar textos administratius el 1989.

El 1990 es publica *La carta, consells pràctics*, un llibre eminentment pràctic que oferia un resum de consignes per escriure un document d'aquest tipus amb un llenguatge clar i sense artificis innecessaris i 30 models de carta sobre temes usuals. L'objectiu de la publicació va ser donar resposta a la gran quantitat de consultes sobre aquest tema que es rebien al Servei.

Aquell mateix any també comença l'elaboració del *Vocabulari d'Andorra* i es passa el text a molts especialistes. Al maig del 1991 se'n fa una primera revisió després de les esmenes de les persones consultades, i al juny es dona per acabat, amb 321 entrades generals, 41 de pagesia i 27 de mesures. Encara s'envia a responsables dels comuns i institucions perquè en facin la darrera revisió, i al desembre del 1991 es fan les darreres correccions. El 13 de març de 1992 es presenta als mitjans de comunicació.

L'any 1995 es fa una distribució de diccionaris a diversos serveis de l'Administració. El Servei ho planteja com a acció de sensibilització: es tracta d'oferir eines que facilitin la consulta i, per tant, contribueixin a la correcció lingüística del personal de l'Administració.

Amb aquest mateix objectiu, el 1996 comença un projecte d'adaptació de la documentació del Govern amb la recollida de documents de tots els ministeris, classificació segons la tipologia, correcció de tots els documents, proposta de renovació, informatització segons criteris de disseny gràfic, reunió amb responsables de cada servei per presentar el nou document, i correcció del document segons les indicacions dels responsables de cada servei, quan cal. L'objectiu és elaborar unes normes bàsiques, lingüístiques i de disseny, que adaptin la documentació del Govern a uns nous criteris d'imatge, de correcció i de simplicitat, i que al mateix temps donin una imatge unitària dels impresos i els documents de tots els serveis de l'Administració.

4.1. Servei de Tràmits

Encara que en principi el projecte d'adaptació de la documentació esmentat al paràgraf anterior va néixer amb la intenció d'elaborar un llibre d'estil, va acabar lligat a l'objectiu de crear una finestra única al Govern, que més endavant es convertiria en el Servei de Tràmits. La participació del Servei de Política Lingüística en el projecte Tràmits contribuïa a homogeneïtzar i millorar la imatge corporativa del Govern.

El projecte Tràmits inclou documentació en paper, però sobretot plantilles per a ordinador que produeixin de manera uniforme l'imprès necessari per a cada gestió, i també fitxes informatives dels passos que s'han de seguir per a

una gestió determinada. Totes les plantilles i els documents de Tràmits tenien les característiques de forma i de concepció que s'havien proposat per al llibre d'estil. Entre els tipus de documents elaborats es poden citar plantilles de sol·licitud, documentació annexa, models de resolució, fitxes explicatives per al públic de les gestions més complexes i fitxes dels controls que ha d'efectuar el personal de Tràmits per acceptar una demanda. Amb la informació que conté la "cadena documental" de cada tràmit, l'usuari sap el que necessita i els passos a seguir per a cada gestió.

El projecte es divideix en dos apartats, perquè cal distingir entre el volum de feina de disseny i elaboració d'impresos per a les gestions incloses dins del projecte Tràmits, i tots els encàrrecs de realització, disseny, correcció, modificació o actualització de la documentació de tots els ministeris del Govern.

El Servei de Tràmits comença a funcionar el gener de l'any 1999, amb la major part de la documentació ja elaborada, i a partir d'aquí la feina del Servei se centra a anar modificant les sol·licituds o les fitxes informatives en què l'ús ha constatat incorreccions o faltes d'informació, o també a causa de nova legislació, com per exemple la remodelació dels formularis i fitxes sobre l'obtenció del permís de conduir i la constitució de reserva de domini que provoca l'entrada en vigor del nou Codi de la circulació.

El 1999 es comença a implantar el Servei de Tràmits als comuns (administracions locals) i s'elabora tota la documentació necessària per al Comú d'Encamp. S'elaboren documents per a gestions pròpies del Comú i també s'elaboren fórmules per a tràmits conjunts Comú-Govern.

L'any 2000 s'afegeixen al projecte Tràmits els comuns de Sant Julià de Lòria, Ordino i Escaldes-Engordany, tot i que aquest últim no inaugura el Servei fins al 3 de gener de l'any 2001.

El primer trimestre de l'any 2001 el Servei de Tràmits aconsegueix la certificació de qualitat ISO 2000. L'adaptació de la documentació elaborada pel Servei de Tràmits als requisits que exigeix la norma ISO suposa la descripció dels procediments, la creació de nous formularis, de llistes de controls estrictes, de llistes de distribució de documentació, i un canvi, tot i que no dràstic perquè ja es treballava en la línia correcta, dels processos. A més, l'aleshores tècnica del Servei Montserrat Planelles, que s'havia encarregat d'aquest projecte, es forma com a auditora per poder fer el control intern de la feina i les persones, i evitar qualsevol vici en el procés establert.

L'any 2001 va continuar la implantació de Tràmits als comuns: tot just començar l'any s'hi va afegir el d'Escaldes-Engordany, i Canillo va començar a adaptar-s'hi amb la previsió d'inaugurar-lo el gener del 2002. El 2002 es consolida el Servei de Tràmits al Govern i es continua implantant a la resta de comuns i a la CASS (Caixa Andorrana de Seguretat Social). El Servei de Política Lingüística hi participa directament amb la presència de Montserrat Planelles, que es fa càrrec de dissenyar impresos i processos per a la incorporació de nous tràmits al ser-

vei de finestra única fins que assumeix el càrrec de cap de Política Lingüística el 2003, després que Montserrat Badia, fundadora del Servei, decideixi deixar el càrrec que havia ocupat durant gairebé 15 anys.

4.2. Col·laboració amb el Termcat

Pel que fa a l'edició de reculls de terminologia i lèxic específic, l'SPL col·labora amb el Termcat des del 1998, en què es va elaborar el *Vocabulari de la neu i dels esports d'hivern*, que aplega 2.264 termes catalans relatius a la neu i els esports que s'hi practiquen amb les equivalències en castellà, francès i anglès. Una terminòloga del Servei hi va treballar i també hi van col·laborar molts especialistes andorrans. La presentació va tenir lloc al Museu Postal d'Andorra, a Ordino, el 1999. L'any següent el Servei va editar i distribuir pòsters per difondre el vocabulari, i els va distribuir per les escoles, les botigues d'esports i els grans magatzems, les llibreries, les biblioteques i els centres esportius.

Després d'aquesta publicació es va començar a treballar en el *Diccionari de la neu*, que recull gairebé 2.300 termes amb definicions sobre la nivologia, la geomorfologia, els esports de neu, l'alpinisme, la medicina esportiva, els salvaments, les infraestructures i els equipaments. Durant el 2001 es van acabar les feines d'elaboració i correcció del diccionari i el Ministeri de Turisme i Cultura va signar amb el Termcat el conveni per a l'edició. El dia 15 de novembre es va fer l'acte de presentació dins el marc del 2n Congrés europeu sobre planificació lingüística. L'SPL continua col·laborant amb el Termcat, de vegades mitjançant la participació en les tasques d'elaboració i d'altres finançant l'edició de reculls terminològics. Cada any es firma un acord entre les direccions del Termcat i del Departament de Cultura del Govern d'Andorra per renovar aquesta col·laboració en l'edició de vocabularis i diccionaris, entre els quals podem esmentar un diccionari dels esports –actualment en fase d'elaboració– i alguns títols de la col·lecció Terminologies, com la *Terminologia de fires i congressos* (2003), la *Terminologia notarial* (2004), la *Terminologia de recursos humans* (2004), el tríptic de telefonia mòbil (2004) i la *Terminologia de la sida* (2005).

4.3. Web del Servei (www.catala.ad)

El 5 de març del 2002 l'SPL va presentar oficialment la pàgina web, que ofereix tota mena d'informació sobre la situació de la llengua oficial a Andorra, cursos, recursos pràctics per escriure en català o per aprendre'n, dades de professionals de la traducció i la correcció, models de documents... La web rep entre 150 i 200 visites cada setmana.

Coincidint amb la presentació de la web, i amb l'objectiu de fer-ne difusió, l'SPL va editar una targeta amb tots els serveis gratuïts que ofereix i les dades de contacte. Aquesta targeta s'envia a totes les empreses a qui es comunica alguna

queixa relativa a un ús irregular de la llengua oficial, i també a tots els destinataris de publitrameses i trameses de material de campanya.

Amb la mateixa finalitat d'oferir una eina pràctica per resoldre dubtes, per les festes de Nadal de l'any 2003 el Servei dissenya i edita un calendari de taula, que es distribueix als usuaris del Servei, a l'Administració i a oficines del país. Recull algunes de les consultes que el Servei rep més sovint i també serveix de felicitació de Nadal. L'objectiu era editar-ne cada any però des de llavors no s'ha tornat a publicar per falta de pressupost, malgrat que es reben moltes demandes d'usuaris que el voldrien renovar. El 2003 el Servei es trasllada a la casa Motxilla, i edita una postal i un punt de llibre d'obsequi amb tots els serveis gratuïts que ofereix i les noves dades de contacte. La postal s'envia, com sempre, a totes les empreses a qui es comunica alguna queixa relativa a un ús irregular de la llengua oficial, i també als destinataris de les publitrameses i trameses de material de campanya.

4.4. Manual de consells pràctics per redactar documents

La darrera publicació del Servei per oferir assessorament a empreses i particulars ha estat el *Manual de consells pràctics per redactar documents*, que neix de la demanda constant d'informació per redactar cartes o altres tipus de textos administratius, comercials, comptables, familiars o d'un altre tipus. El llibre *La carta, consells pràctics*, editat el 1990, encara era utilitzat i demanat per molts usuaris de l'SPL, i per això es va encarregar a Montserrat Badia l'elaboració d'un llibre que oferís informació sobre abreviatures, tractaments protocol·laris, topònims andorrans i altres qüestions conflictives, i que a més donés consells per redactar amb correcció i claredat i aplegués un recull d'exemples de documents. Finalment, a l'abril del 2005 el Servei ha publicat el manual de Montserrat Badia amb la col·laboració de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis i el BancSabadell d'Andorra.

5. II CONGRÉS EUROPEU SOBRE PLANIFICACIÓ LINGÜÍSTICA

El 2001 té lloc a Andorra el II Congrés europeu sobre planificació lingüística, amb 250 especialistes d'arreu d'Europa i representants d'altres països de fora del continent. S'hi debaten estratègies de política i planificació lingüística locals, regionals, nacionals i multinacionals i s'hi exposen exemples concrets de diversos àmbits. Els actes van tenir lloc al Centre de Congressos i Exposicions d'Andorra la Vella els dies 14, 15 i 16 de novembre. Les llengües de treball van ser el català, el francès, l'anglès i el castellà.

El II Congrés europeu sobre planificació lingüística va ser fruit de la cooperació entre els governs d'Andorra, de la Generalitat de Catalunya i de les Illes Balears. Anteriorment l'Institut de Sociolingüística Catalana en solitari havia organitzat una primera edició del Congrés a Barcelona el 1995.

La segona edició del Congrés va reunir experts sobre planificació lingüística de diversos països per donar a conèixer i debatre les noves situacions lingüístiques que la societat ha d'afrontar davant dels importants canvis polítics, econòmics i tecnològics del nou mil·lenni. Els temes tractats van cobrir diversos camps: el marc legal, la promoció dels usos, la codificació lingüística, l'educació, les polítiques d'integració, l'àmbit judicial, els mitjans de comunicació, les indústries culturals, les noves tecnologies, etc. També es va voler facilitar l'intercanvi d'informació entre especialistes i fomentar el debat i la reflexió a l'entorn de la planificació lingüística.

6. ACCIONS DE DINAMITZACIÓ D'ALTRES ENTITATS

A més de les campanyes del Servei de Política Lingüística cal esmentar altres accions de dinamització lingüística que han dut a terme associacions amb l'objectiu de difondre la cultura i la llengua catalana, com el Centre de la Cultura Catalana i el Cercle de les Arts i de les Lletres. Sovint aquestes accions reben suport institucional i algunes s'organitzen en col·laboració amb el Servei de Política Lingüística.

6.1. Mostra de cinema català

El Centre de la Cultura Catalana es va fundar el 1995 i el 1997 va organitzar la primera Mostra de cinema català, amb la col·laboració del Govern, de Catalan Films (entitat promotora de cinema dependent de la Generalitat), del Centre Cultural i de Congressos Lauredià i del *Diari d'Andorra*. Aquestes col·laboracions s'han anat mantenint i a partir del 1999 es van ampliar amb les del Comú d'Andorra la Vella i el Cineclub de les Valls, i es van començar a alternar les projeccions al Centre Cultural i de Congressos Lauredià, de Sant Julià de Lòria, i al Teatre Comunal, d'Andorra la Vella. Més endavant s'hi han anat sumant altres col·laboracions, i ara també hi participen *El Periòdic d'Andorra* i el diari *BonDia*. A la mostra es projecten entre 4 i 7 pel·lícules amb algun lligam temàtic i l'entrada és gratuïta. El 2005 es va celebrar la novena edició, amb les pel·lícules *Cop de mestre*, *Terror global*, *Joves* i *De nens*, i a l'abril de 2006 es va iniciar la desena, amb les projeccions de *Carod-Rovira: David contra Goliath*, *Crusader* i *Tempus fugit*.

6.2. Mostra de teatre jove

El 1998 va tenir lloc la primera Mostra de teatre jove, organitzada també pel Centre de la Cultura Catalana. Hi participen grups teatrals escolars o extraesco-

lars en quatre categories d'edat: de 4 a 8 anys, de 9 a 11, de 12 a 14 i de 14 a 18. Fins ara s'ha celebrat cada any amb col·laboracions i ajuts institucionals i també de CaixaBank i del Centre de Congressos i Exposicions d'Andorra la Vella, i les representacions es feien en aquest mateix Centre. L'edició del 2005 ha tingut lloc per primer cop a Encamp, i es fa coincidir amb el Concurs de guions que organitza el Servei de Política Lingüística.

6.3. Música jove: premi Carles Sabater

El Centre de la Cultura Catalana va convocar per primera vegada el Premi Carles Sabater l'any 1999 per incentivar la música jove i contribuir a la normalització de l'ús del català per part dels grups i cantautors de les terres de llengua catalana en general i d'Andorra en particular. És obert a tots els grups i cantautors de qualsevol origen geogràfic, amateurs, semiprofessionals o professionals, i s'hi poden presentar fins a tres cançons, en català, inèdites i lliures de compromís editorial.

6.4. Correllengua

El Correllengua també arriba cada any a Andorra des del 1997 i se celebra per sensibilitzar tothom sobre el dret i el deure de fer servir la llengua pròpia en qualsevol situació i per solidaritzar-nos amb les terres de parla catalana on es pateixen dificultats per exercir aquest ús. El Centre de la Cultura Catalana, a més d'organitzar-lo, hi fa coincidir cada any alguna acció com l'edició d'adhesius que es distribueixen per tot el país i s'encarten en publicacions com el *Diari d'Andorra* i la revista *7Dies*. Els darrers anys han tingut una gran difusió els adhesius amb els lemes "En català ens entendrem", "A Andorra 100% n ktlà", aquest darrer amb la imatge dels missatges SMS, i el publicat recentment "El català és de tots: si no el parles el fots".

6.5. Estudis i publicacions

L'any 2001, el Centre de la Cultura Catalana va rebre una subvenció de la UNESCO per fer una enquesta d'usos lingüístics entre la població escolar d'Andorra. El Servei de Política Lingüística hi va col·laborar perquè també tenia la intenció de fer un estudi sociolingüístic del jovent i es va fer càrrec de la publicació dels resultats de l'enquesta. Entre altres coses, l'estudi va posar en evidència que els nois i les noies del país, malgrat tenir un bon coneixement en general de la llengua oficial, la parlaven poc entre amics, i no la feien servir gaire en el temps d'esbarjo. Per això, el Centre va editar el llibret *El català en joc. Recull de jocs populars d'Andorra*, i el va distribuir per les escoles.

6.6. Voluntaris per la llengua

Com ja hem dit a l'apartat dedicat a les accions de política lingüística en matèria d'immigració, el 2005 es va implantar a Andorra la campanya "Voluntaris per la llengua", que ha nascut de la voluntat del Centre de la Cultura Catalana d'aplicar al país aquest projecte, que ja s'havia dut a terme a Catalunya i s'està estenent a altres territoris de parla catalana. El Servei de Política Lingüística ha col·laborat amb el Centre de la Cultura Catalana gestionant la base de dades i organitzant les parelles, i ha distribuït els adhesius i els pòsters que ha editat el Centre per fer-ne difusió.

6.7. Nit literària andorrana

La Nit literària andorrana és una iniciativa de caràcter més cultural i no tant de dinamització lingüística que també volem esmentar en aquest apartat. L'organitza cada any el Cercle de les Arts i de les Lletres, amb un cartell de premis literaris, artístics i periodístics dotats pel Govern i per diverses entitats d'Andorra.

BIBLIOGRAFIA

- Memòries del Servei de Política Lingüística (1988-2005)
- *Dúplex. Butlletí del Centre de la Cultura Catalana d'Andorra*, any V, número 15, març-maig 2000 [Traducció: Servei Lingüístic de la Universitat Rovira i Virgili].
- Coneixements i usos lingüístics de la població d'Andorra. Situació actual i evolució (1995-2004). Ministeri d'Afers Exteriors, Cultura i Cooperació del Govern d'Andorra, Andorra la Vella, 2005.
- Coneixements i usos lingüístics de la població escolar d'Andorra. (2002).