

PERSPECTIVES DEL CATALÀ ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Sessió a càrrec de Josep Gifreu (29 de setembre de 1988)

La situació actual pel que fa a la catalanització dels mitjans de difusió resulta de la coexistència d'una triple lògica, a saber:

—la lògica del mercat: predominant a la majoria de les indústries culturals (llibre, discografia, cinema...) i als mitjans de titularitat privada (premsa i ràdio);

—la lògica política centralista: la que imposa l'ús únic o habitual del castellà (ràdio i TV sota control estatal);

—la lògica política catalana: la que imposa l'ús únic o habitual del català (ràdio i TV sota control de la Generalitat).

Si cal valorar el fet que es tracti d'una coexistència pacífica, també convé remarcar l'ambigüitat que presenta. Per més declaracions de bona voluntat d'una banda i de l'altra, per més cooficialitat que es reclami, la veritat és que ens trobem en una situació permanent de conflicte lingüístic, conflicte que a vegades es mostra virulent, a vegades conciliador, però sempre latent.

El conflicte lingüístic a Catalunya —per no referir-me ara al dels altres països catalans— desborda absolutament, com és prou sabut, el marc d'una problemàtica sociolingüística, comuna a altres indrets i situacions. Aquí té una dimensió obertament política: el procés de normalització lingüística equival a un procés de normalització, a seques. I la normalització del català als mitjans, com a sector prioritari de normalització, no sembla que hauria d'estar subjecta a l'ambigüitat estructural en què l'ha relegada la política catalana.

Efectivament, de les tres lògiques que regeixen la presència —i per tant, l'ús social— del català en els diversos mitjans i indústries culturals, la primera i la segona serveixen, de fet, una mateixa causa: l'hegemonia del castellà a Catalunya. Les anomenades lleis del mercat (espanyol) són tant o més implacables que les lleis del centralisme (espanyol). Això ho podem comprovar fàcilment en la taxa de penetració del català en les grans cadenes de ràdio —taxa més o menys igual en les públiques que en les privades—, en les dues cadenes públiques de TVE, o en els fenòmens del *circuit català* o més recentment de la *desconnexió* no han deixat de ser fenòmens extraordinaris, o en la indústria cinematogràfica o en la premsa no diària de difusió estatal. Des del punt de vista publicitari, que és la base de legitimació de la lògica dominant en el sistema comunicatiu, no hi ha gaires dubtes sobre allò que convé per a cada mitjà: fora d'algunes excepcions, la decisió sobre la llengua s'arrossega darrere les decisions sobre el *public objectiu*. L'organització publicitària no pot tenir debilitats per les llengües minoritàries; més aviat ha de contribuir a minoritzar-les per tal de reduir costos tot uniformant i en conseqüència ampliant la capacitat de recepció dels impactes publicitaris.

Per tant, els grans mitjans privats no poden acceptar la catalanització, sense posar en perill la seva supervivència. Per la seva banda, els grans mitjans públics de titularitat estatal tampoc no poden introduir altes cotes de catalanització sense posar en qüestió l'estratègia secular del centralisme espanyol d'uniformar els pobles de la península a través de la castellanització. En definitiva, només la tercera lògica podria contribuir de manera important —i ja ho fa en part, a través de les emissores de la Generalitat i de TV-3— a aconseguir certes cotes de presència i ús del català en els mitjans.

Ara bé, si acceptem aquesta inèrcia, el procés de normalització en els mitjans ja s'ha acabat. És a dir, no pot augmentar gaire més. Hem tocat sostre. Més aviat les perspectives apunten a probables retrocessos en les oportunitats reals d'ús del català en els mitjans i indústries culturals.

Certs progressos aconseguits aquests darrers anys —alguns diaris en català, molta premsa local, emissores de ràdio locals i comarcals, TV-3 i circuit català de TVE, multiplicació de les edicions de llibres, algunes pel·lícules, etc.— podrien fer perdre de vista dues consideracions fonamentals: primera, que, com contava Raimon, venim d'un silenci molt llarg, venim del no-res,

i el poc aconseguit és molt; i segona, que el poc aconseguit és poc, és a dir, objectivament, el procés de normalització del català en els mitjans tot just s'ha iniciat.

Aquesta segona afirmació no deriva d'un actitud *pessimista*. Voldria i podria correspondre a la freda anàlisi de la realitat socio-cultural i sociolingüística de Catalunya. Si poguéssim saber amb xifres quina és l'estructura del consum cultural i de l'ús dels *mass-media* a Catalunya, des de la variable preferent de la llengua, tindríem la freda fotografia de la realitat. Lamentablement no disposem d'aquestes dades.

Una situació d'inèrcia com sembla l'actual pot plantejar en cosa de pocs anys un retrocés important en el procés de catalanització dels mitjans. La mateixa dinàmica dels mitjans i de la circulació informativa i cultural complica les solucions. El sistema de comunicació present a Catalunya s'anirà transformant i complexificant ràpidament. Sense poder entrar en consideracions de detall, voldria remarcar esquemàticament dues conseqüències previsible de gran interès (polític i sociolingüístic):

—la fragmentació i segmentació de les audiències: amb l'arribada de nous canals de ràdio i TV, ja sigui des del cel per la via hertziana convencional o via satèl·lit, o bé a través del cable, s'haurà acabat per exemple l'opció entre «la TV catalana» o «la TV espanyola»; tothom disposarà de multitud de canals sintonitzables i probablement amb un nivell de qualitat mitjana molt notable; en aquestes circumstàncies, ¿com es podrà garantir uns mínims de *fidelitat lingüística*?

—el predomini absolut de les grans llengües: la tendència general en la circulació de la informació i de la cultura porta a bandejar les llengües minoritàries i a utilitzar habitualment les considerades grans llengües; en el camí de creació d'un espai europeu de la comunicació, només tres o quatre llengües semblen tenir un futur brillant (anglès, espanyol, francès i alemany), mentre algunes altres (italià i portuguès) poden aspirar a algun protagonisme, i unes terceres (suec, grec, danès i noruec) poca cosa poden esperar; el cas del català s'ha de situar entre les terceres, però amb el greu inconvenient de no disposar d'estat.

En definitiva, el futur no llunyà de la penetració del català en la circulació i ús de la informació i la cultura a Catalunya resulta molt problemàtic. No crec que cap de les tendències apuntades abans favoreixi massa el procés de normalització en aquest important sector socio-cultural. I menys encara si aquesta etapa de profunda transformació ens agafa en plena inèrcia, en la pura ambigüitat i en la falta d'estratègies. Crec que el repte és estrictament polític, sense una alta cota de catalanització dels instruments, productes i usos de la comunicació. En aquest sentit, voldria acabar amb tres preguntes que veig fonamentals per tal d'afrontar políticament aquest repte:

1a. ¿Cal efectivament aspirar a la catalanització de tots els grans mitjans presents d'alguna manera a Catalunya, o bé cal renunciar d'entrada ja a alguns? En aquest segon supòsit, ¿com s'assoleix una situació d'hegemonia del català en els mitjans?

2a. ¿En quines condicions es pot assegurar mínimament la fidelitat lingüística dels habitants de Catalunya respecte dels mitjans i usos culturals en català en una situació previsible de gran abundància de programes, sobretot en castellà?

3a. Per a una estratègia de normalització i/o supervivència del català en els mitjans, ¿fins a quin punt podem prescindir a Catalunya de la creació d'un espai català de comunicació, comú a tots els països de parla catalana?

DISCUSSIÓ

Inicia el col·loqui **J. Torres (JT)**. Els canals de TV europea per satèl·lit ¿emertan en diverses llengües simultànies? **J. Gifreu (JG)**: És una qüestió de caire polític, perquè la tècnica possible adaptar a un canal de vídeo diversos d'àudio. Ara mateix, a Europa hom estudia la

fórmula que les emissions s'acompanyin amb 4 canals d'àudio. El tema enllaça amb el debat —en el qual hi ha en joc el futur dels estatus— entre TV privada i pública. Si bé la CEE es dissenya com a mercat lliure, cada estat hi aspira a reservar-se parcel·les d'intervenció. En el cas dels satèl·lits privats, el mercat mana i, doncs, només semblen viables en TV per satèl·lit un màxim de tres o quatre llengües.

J. Argente (JA) conjectura que, respecte a llengües minoritàries europees amb estat, deu haver-hi prospectiva feta de cara a les previsions de TV via satèl·lit i es planteja si l'oferta de diverses llengües hi pot constituir amenaça contra l'espanyol. **X. Lamuela (XL)** descarta aquesta eventualitat, compte fet que les situacions de grans canvis tendeixen a resoldre's en sentit negatiu per als casos més conflictius; així, doncs, en la nova conjectura europea, les llengües amb conflictes esdevindran més problemàtiques encara. **JG** puntualitza que, a més de l'impacte dels *media* en el manteniment de llengües, cal considerar d'altres factors, com ara, els nous fenòmens de socialització lingüística que representen l'ensenyament o l'administració, posem per cas. **XL**: D'acord, però allò que caracteritza justament la nova dinàmica sociolingüística són els *media* i, en concret, el seu tret de centralització.

JA: Davant el dilema entre eficàcia del mercat lliure i intervenció política estatal, ¿quina és l'alternativa preferible? **XL**: Ara com ara, la intervenció política.

JT: Avui la ciutadania europea no està capacitada per seguir amb naturalitat la TV en anglès; a termini mitjà, però, ¿hi necessitarà diverses llengües, o amb l'anglès n'hi haurà prou? **JG** considera arbitrària aquesta estimació. En tot cas, la situació d'Europa és força peculiar i, d'altra banda, sembla que l'anglès consolidarà el seu estatus de llengua franca, cosa que no implica que desbanqui les altres llengües. **XL** hi afegeix que segurament no desbancará llengües amb cert grau de suport polític. Ara: ¿entrarem els catalans en aquest procés en condicions similars a les del danès, per exemple?

J.M. Romani introdueix la variable de la qualitat del producte; les conquestes de mercat assolides per TV-3 responen, més que no pas al vehicle lingüístic del català, a la qualitat de la programació. Hi cal, doncs, en benefici de la llengua, una indústria que creï bons productes. **XL**: Els bons resultats de TV-3 responen a la combinació de dos factors: el d'exigència de mercat i el de la iniciativa política. **JA**: Aquesta constatació demostra que els *media* no influeixen de manera intrínseca en la normalització lingüística; la societat pot veure TV-3 i, tanmateix, no alterar els propis hàbits sociolingüístics. **J. Ferrer** considera aleatòria la condició de qualitat i prefereix situar-la en relació amb les expectatives culturals de la població. **IG**: El problema és que en les expectatives dels consumidors de TV-3 hi actuen tants factors que resulta complicat de fer-ne un diagnòstic. Ara: no oblidéssim pas que, al costat de TV, tenim els reptes de la premsa —el mitjà menys catalanitzat— i els greus dèficits en cinema i en vídeo. La referència de **Gifreu** suscita el tema de les responsabilitats polítiques i, en aquest sentit, l'actual disseny de la Direcció General de Política Lingüística sembla insuficient; d'altra banda, en el panorama català no hi ha res que s'assembli a una planificació de la indústria àudio-visual.

V. Pitarch: En el supòsit que la societat catalana disposi de poder polític per intervenir en el nou ordre de la comunicació europea, ¿quines són les perspectives tècniques de viabilitat del català en TV? **JG**: És problema d'ocupació de freqüències; com més espai s'hi assigni al component àudio, menys en queda per al component vídeo. És clar que també hi ha l'alternativa del subretolat. Tinguem en compte que els satèl·lits poden funcionar amb estació directa, o bé diferida; en aquest últim cas, hi ha major possibilitat d'intervenció en el tractament lingüístic. Disposem, a més, del sistema de TV per cable, el qual ofereix majors possibilitats de control.

En la nostra circumstància, és el sistema preferible, malgrat el risc que el controli l'estat. **XL**: I des del punt de vista comercial, ¿quins avantatges ofereix la TV per cable? **JG**: Sobretot una perfecció extraordinària d'imatge i de so. El cable, a més, no ocupa cap banda de l'espai hertzià. Una última reflexió: som en portes d'una societat amb esquemes polítics radicalment nous, determinats per TV. Fóra, doncs, convenient estudiar la formació de la cultura política que es gesta avui als Països Catalans.