

A propòsit de l'espai de comunicació

Toni Mollà

*El català a l'espai de comunicació.
El procés de normalització de la llengua als
mèdia (1976-2013)*

Josep Gifreu
272 pp., 2014, Col·lecció «Aldea Global»,
Publicacions de la UAB, Publicacions de la
UJI, Universitat Pompeu Fabra, PUV

No sabia començar sense felicitar Josep Gifreu per la publicació del llibre *El català a l'espai de comunicació*. Pel fet en ell mateix, ja que, darrerament, publicar en català torna a ser una aventura, per dir-ho amb la fórmula de Joan Fuster. Però, també, per l'oportunitat d'aquesta investigació permanent –una mena de *work in progress*– que l'autor porta en paral·lel a moltes altres tasques acadèmiques i contribucions assagístiques. Potser ara és l'hora de replantejar el nostre discurs sobre la llengua, sobre l'espai de comunicació compartit entre els Països Catalans i, naturalment, la pràctica social i política sobre la matèria. Els canvis polítics, econòmics, socioculturals i tecnològics que redefeixen sense aturador la nostra societat així ho exigeixen. És hora, dic, de pensar quin lloc ha d'ocupar el català dins de l'estructura social dels Països Catalans, més enllà del seu paper simbòlic. Al cap i a la fi, la funció bàsica dels idiomes –visions romàntiques a banda– és la cohesiva/

discriminativa dins de les estructures socials –incloses les econòmiques. És l'hora, també, de posar fi a una certa –i potser inevitable– improvisació amb la qual s'han anat tapant les mancances més cridaneres quant a les necessitats de planificació lingüística. És hora, finalment, de deixar de banda les visions culturalistes del fet lingüístic i de dissenyar polítiques que busquen una certa normalitat, entesa com a monolingüisme de referència en l'espai públic i d'acord amb el context *global* en què ens trobem ara per ara.

El català a l'espai de comunicació és, d'entrada, el diagnòstic imprescindible en què recolzar la planificació de què parlem: un repàs acurat de l'evolució de la realitat sociolingüística i mediàtica –amb perdó per la redundància– des de la mort de Franco. Vull insistir en la redundància. Un idioma contemporani no té cap possibilitat de projecció futura al marge del sistema de mitjans de comunicació –orals, audiovisuals i virtuals– que vertebrava la comunicació social. Per important que siga l'escola, el carrer o el grup escolta, el futur dels idiomes es juga en l'àmbit dels mitjans de comunicació, les anomenades indústries culturals i l'activitat econòmica –amb tants i tants passadissos, complicitats i promiscuïtats, entre uns àmbits i altres. Fem una mirada al consell d'administració del grup PRISA, posem per cas, i hi trobarem una bona part de l'IVEX. Repassem els tentacles del grup Planeta i entendrem bona part de les vicissituds polítiques, econòmiques i culturals de la llengua catalana. Josep Gifreu, pioner sagaç també de l'anàlisi de l'estructura de la comunicació, fuig com el dimoni de la creu de les discussions conceptualistes i s'aventura en l'anàlisi dels fets tangibles sense defugir, sinó ben al contrari, aquesta perspectiva.

Facts are facts, li agrada repetir com a bon *gentleman*. Contra la improvisació, contra l'estudi fragmentat i discontinu, el llibre de Gifreu hauria de ser el punt d'eixida de qualsevol tasca de planificació seriosa.

No vull discutir sobre la *cientificitat* de la proposta –un entreteniment acadèmic que, personalment, no m'interessa gens– o de les inevitables connotacions ideològiques. Fóra tant com reobrir el debat sobre la *cientificitat* de les ciències socials i, per consegüent, d'aquest camp d'interessos compartits –entre els *media studies* i la sociolingüística– que Josep Gifreu conrea com ningú als Països Catalans. En qualsevol cas, si convenim que una ciència és una «disciplina que ajuda al coneixement objectiu i racional d'una realitat», aquests materials comparteixen una inequívoca intencionalitat científica. Podíem dir que els *media studies*, la sociolingüística i les *ciències de la comunicació* constitueixen, gràcies a llibres com aquest, una àrea de coneixement amb vocació d'objectivació. Siga com vulga, només una visió tecnocràtica de les ciències socials i també de la política –de la política, en general, i de la política lingüística, en particular– pot assegurar que hi ha alguna teoria comprovada sobre la manera d'intervenir sobre la realitat social i comunicativa. Al meu entendre, només la recerca d'alternatives innovadores i l'experiència pràctica poden presidir una planificació adequada a la realitat. Exactament això és el corrent de fons de la tasca investigadora de Josep Gifreu. I aquest llibre, la darrera i més valuosa mostra.

D'altra banda, la mateixa tria del tema d'estudi de l'investigador simbolitza, sovint, les preocupacions de la societat i les seues connexions amb les circumstàncies històriques. La primera preocupació del

científic social és esbrinar les causes que provoquen la situació que estudia. Però l'investigador difícilment resta al marge de l'objecte d'estudi. Hi sol tenir interessos invertits i també esperances. Diríem que no solament pretén entendre els processos socials –la substitució lingüística, posem per cas– com a simple objectiu intel·lectual. Almenys una bona part, com Gifreu o jo mateix, desitgem provocar-ne la inversió. En el camp de la sociolingüística, Bernardó ho anomenava fa anys «sociolingüística d'intervenció pública». «Militant», segons Badia i Margarit. El llibre de Gifreu fa un pas endavant, precisament, en aquests dos àmbits. D'una banda, perquè, com dic, les noves circumstàncies –polítiques oficials, reestructuració de l'estat, integració europea, canvis en l'estructura de la comunicació, noves tecnologies, etc.– així ho exigeixen. I en segon lloc –i això, per a mi, vull insistir-hi, és un valor positiu– per la implicació personal de Gifreu en el projecte teòric, però també cívic, que és la creació d'un ecosistema de comunicació propi que asseure les necessitats informatives i relacionals d'una comunitat lingüística europea del segle XXI. Com deia, les passions, els desitjos i els objectius personals són ingredients indestruïbles de l'actuació intel·lectual, sobretot per a aquells que, amb la nostra activitat, pretenem, en primer lloc, erosionar els efectes d'una *altra* política lingüística i comunicativa. Gifreu no és un simpatitzant de la causa catalana, sinó un element actiu. És ací on alguns veuran, i bé que faran, una obra a cavall entre la «ciència» i el «judici de valor» o, entre la «teoria» i la «ideologia», per dir-ho com Ralf Dahrendorf. Ja sabem, però, que aquesta distinció, lluny de ser diàfana, té fronteres difuses i permeables. El mateix Dahrendorf

explicava que aquesta discussió ha estat la causa de la divisió en dos camps gairebé irreconciliables de la ciència social europea.

El llibre *El català a l'espai de comunicació* contempla també els dos aspectes tradicionals de la planificació lingüística: la planificació de l'*estatus* i la del *corpus*. Però no ho fa, com estem tan acostumats, com si es tractara de dos aspectes sense connexió. Contràriament, Josep Gifreu –catedràtic de Teoria de la Comunicació i membre de la Secció Filològica de l'IEC– resalta la interdependència entre els dos aspectes i subratlla que la planificació del *corpus* no té cap possibilitat d'èxit al marge de la de l'*estatus*. O dit d'una altra manera: l'estandardització, que és l'objectiu darrer de la planificació del *corpus*, és una conseqüència de l'eficàcia de la de l'*estatus*, és a dir, de l'avanç de la normalització lingüística. Allunyat de les visions lingüocèntriques de l'estandardització, Gifreu considera que el problema, aparentment lingüístic, no s'entén si no considerem les variables socials que hi intervenen. Al capdavall, com ja va assenyalar Charles Ferguson, el tret distintiu de l'estandardització és l'*acceptació* del valor referencial de la llengua estàndard per banda de la comunitat. Des d'aquest punt de vista, l'estàndard no és un producte acabat, sinó un altre *work in progress*. L'autor defuig, amb bon criteri, les discussions sobre la bondat abstracta de les formes lingüístiques i els binomis fantàstics com els formats pels puristes i els innovadors o els *light* i els *heavy*. El seu centre d'interès és l'anàlisi de les condicions que possibiliten la difusió dels models lingüístics tal com imposa l'aire dels temps i els canvis materials de la modernitat i l'era de la informació. Conseqüentment, l'establiment d'un espai català de comunicació

esdevé una pre-condició sense la qual és impossible l'estandardització d'aquests models lingüístics. Al cap i a la fi, la morbosa discussió al voltant de la qualitat lingüística –la tria del model– és un tema epidèrmic del conflicte lingüístic i, consegüentment, de la planificació. Gifreu sap que, quan parlem de llengua, la quantitat determina la qualitat i no a l'inrevés. No oblidem que l'idioma, com agrada dir a Pilar Garcia Negro, és l'únic instrument del món que millora amb l'ús.

Tot això representa, com diem, pensar la planificació lligada als processos de modernització, d'innovació tecnològica o de difusió de missatges de masses. Des de la primera pàgina, Gifreu considera que la llengua no és només una manifestació cultural sinó, fonamentalment, un instrument social que serveix per a cohesionar les societats i, consegüentment, els mercats. Arribats ací és on personalment trobe un excés de pudor a l'hora de subratllar el paper de la llengua dins del funcionament del mercat. Al meu entendre, la normalització només esdevé real quan l'idioma adquireix un valor discriminatiu dins dels processos de producció, distribució i consum. En aquest sentit, el mercat ha de ser l'àmbit d'actuació preferent de qualsevol mena de planificació. L'augment del poder discriminatiu de l'idioma és el recurs que farà avançar el procés. Per descomptat, el sector públic de l'economia és una part rellevant de l'economia i, d'ací, l'efecte de demostració dels mitjans de comunicació públics –amb la CCRTV i l'extinta RTVV al capdavant– respecte, en primer lloc, dels sectors econòmics connexos i, finalment, de la resta de l'estructura productiva. Els grups Godó (*La Vanguardia*, RAC1 i 8tv) i Zeta (*El Periódico de Catalunya*); l'aparició del diari

ARA (amb tots els seus desenvolupaments), i la multiplicació exponencial de la ràdio en català es deu, al meu entendre, a la maduració d'aquest mercat lingüístic i no pas a valors de suposada lleialtat culturalista. El cas valencià, com sabem, sempre té particularitats enutjoses ja que –deixeu-me dir-ho clarament– la confluència d'interessos de les elits polítiques i econòmiques (incloses les mediàtiques) ha jugat a la contra dels interessos socioculturals del país –i, al meu parer, d'una bona part de les mateixes elits. Des d'aquest punt de vista, la principal funció dels mitjans de comunicació valencians continua sent la demostració social que el català és una llengua útil, i eventualment, necessària; que és una llengua adequada per a transmetre continguts de tota mena, en qualsevol circumstància i amb qualsevol grau de formalitat. En definitiva, que és l'element proteccionista d'un cert mercat interior que hauria d'actuar com a marc de desenvolupament d'una sèrie de subsectors imprescindibles per a la modernització del país. En una societat postindustrial que produeix més serveis que mercaderies, el sector audiovisual simbolitza, per exemple, l'aposta per un model productiu «modern», i el seu desenvolupament s'hauria de basar en la innovació i el coneixement. Aquest va ser el principal èxit tant de TV3 com de Canal 9. D'ací que sense RTVV no hi haurà sector audiovisual, normalització lingüística ni modernització econòmica. Almenys tal com jo entenc aquests conceptes

Totes aquestes cabòries prenen més relleu si pensem en la nova dimensió internacional que ha pres la política i, per tant, la política lingüística. La transnacionalització informativa, juntament amb les noves dependències econòmiques en un món quasi unipolar i el control centralitzat de les noves

tècniques de difusió (satèl·lit, cable, etc.) reforcen els factors exògens de la política lingüística i subratllen la *subalterneïtat* de la política lingüística respecte de la política, més general, de comunicació. D'ací la importància de reforçar l'espai català de comunicació i l'ecosistema –polític, socio-cultural i econòmic– que l'ha de fer possible. Aquesta és l'aposta de Gifreu i aquest el nostre repte col·lectiu més engrescador. No vull acabar sense subratllar el que, al meu entendre, és el valor angular del llibre: la recerca d'un model de normalització –i, per tant, de planificació– que esdevinga majoritari dins dels Països Catalans. Un model, ho subratlle una altra vegada, fonamentat en una idea instrumental de la llengua, basat en la cooperació no jeràrquica entre les diferents comunitats autònomes del país i incardinat en les exigències del nou entorn cada dia més globalitzat, atent a la desterritorialització d'una bona part d'aquest espai de comunicació (amb l'aparició dels *new media* virtuals). Però amb la preemtorietat de crear un espai reconegut socialment i política. Internament i externa. Al cap i a la fi, nosaltres, els catalanoparlants, som tal com ens veiem i també tal com ens veuen. Crec que aquesta és la millor proposta del llibre i el nostre major repte com a estudiosos de la comunicació i com a ciutadans. La discussió pública, a partir de la iniciativa de llibres com el de Gifreu, pot ser-ne un bon inici. □