

Els usos interpersonals o privats a Catalunya. Balanç i perspectives de futur

Interpersonal or private language uses in Catalonia. A balance and future prospects

Josep Maria AYMÀ AUBEYZON
Direcció General de Política Lingüística

Data de recepció: 21 de novembre de 2011

Data d'acceptació: 16 de febrer de 2012

RESUM

L'objectiu de l'article és fer un recull de les diverses actuacions de política lingüística relacionades amb el foment del català en els usos interpersonals. Alhora, es tracta de fer-ne un balanç analític i elaborar algunes propostes de futur.

Primerament, s'analitzen les actuacions d'un primer període, des de l'any 1981 al 2000, subdividit en dues dècades, la dels anys vuitanta i, posteriorment, la dels noranta. Mentre a la dècada dels vuitanta es porten a terme les campanyes de la «Norma» (1981) i «Depèn de vostè (que aquí es parli català...)», a la dècada següent ja no es creu convenient incidir en aquest tipus de campanyes de sensibilització.

Més endavant es reprenen aquest tipus de campanyes, ja durant la primera dècada del segle XXI: «Tu ets mestre» (2003), «En català, tu hi guanyes» (2003), «Dóna corda al català» (2005), «El català va amb tu» (2006) i «Encomana el català» (2009-2010). Alhora, es porten a cap actuacions de dinamització, molt especialment la campanya «Voluntariat per la llengua». L'article es clou amb un balanç i una sèrie de propostes de futur.

PARAULES CLAU: usos lingüístics interpersonals, campanyes de sensibilització lingüística, política lingüística.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to present an overview of the various language policy actions aimed to foster the Catalan language in interpersonal uses. It also draws up an analytical balance and offers some proposals for the future.

To begin with, a study is made of the actions carried out in an initial period, from 1981 to 2000, subdivided into two decades—the 1980s and the 1990s. Whereas the campaigns *Norma* (1981) and *Depèn de vostè (que aquí es parli català...)* were unfolded in the 1980s, in the following decade it was no longer considered appropriate to carry out this type of awareness actions.

Subsequently, the opening decade of the 21st century saw a resumption of campaigns of this type, such as *Tu ets mestre* (2003), *En català, tu hi guanyes* (2003), *Dóna corda al ca-*

talà (2005), *El català va amb tu* (2006) and *Encomana el català* (2009-2010). Promotion actions were also carried out, especially including the campaign *Voluntariat per la Llengua*. The paper concludes with a balance of the situation and a set of proposals for action in the future.

KEY WORDS: interpersonal language uses, language awareness campaigns, language policy.

1. INTRODUCCIÓ

Em sembla que es pot dir que la celebració de la Jornada sobre els usos interpersonals organitzada pel Grup Català de Sociolingüística a final de 2001 hi va marcar una fita.

Efectivament, el discurs i les campanyes de sensibilització dels anys 1980 van anar esvaint-se, i al llarg dels noranta la política lingüística es va centrar sobretot en les actuacions sectorials, la planificació lingüística i l'elaboració d'una nova llei de política lingüística. Va ser en aquest marc que, cap a final dels noranta, el Grup Català de Sociolingüística va creure que la qüestió dels usos personals requeria una reflexió aprofundida i una actuació prioritària en la política lingüística.

2. PRIMER PERÍODE: 1981-2000

Anys 1981-1989

La Campanya de la Norma (1982)

Contenia diversos missatges. El que ens interessa era el que promovia la interlocució català-castellà, anomenat *bilingüisme passiu* per Aina Moll, la directora de Política Lingüística aleshores. La realitat d'aquell discurs va ser polièdrica: d'una banda, tant el discurs com la Norma i la mateixa directora arribaven molt bé a amplíssimes capes de la població, tant la catalanoparlant com, fins i tot, la castellanoparlant, amb una acceptació molt considerable (tot i les reaccions sempiternes i potents del *búnquer* de Catalunya i sobretot de l'espanyol, grups de pressió ideològica espanyolista sempre contra la normalització del català); però, d'una altra, un sector influent aleshores als mitjans de comunicació, com ideòlegs, periodistes i escriptors, feien certa mofa de la teoria i la pràctica demanada, en bona part perquè aleshores encara hi havia un discurs *progre* que convertia els governs de Jordi Pujol en blanc permanent dels seus atacs. Des d'un punt de vista estrictament sociolingüístic, no es pot dir que la proposta tingués seguiment, però és cert que va ser el començament d'algunes entrevistes per ràdio i televisió fetes de manera bilingüe i que persones catalanoparlants s'*atrevisin* més a parlar en català en trobades o reunions on altres hi parlaven en castellà, fet que abans era pràcticament inversemblant. Diria que, si bé no va arrelar en aquell moment en la pràctica quotidiana, sí que va fer adonar que parlar en català en qualsevol ocasió

era correcte (tothom hi sortiria guanyant); també em sembla que aquest missatge va arribar nítidament a tots, catalanoparlants i no catalanoparlants, i que el fet que es difongués per part d'una persona que tenia bon prestigi i la màxima credibilitat en la matèria des de la institució de la Generalitat va ser decisiu a l'hora de fer notar la importància d'aquell missatge. Probablement és des d'aleshores que parlar en català on sigui no té pràcticament cap contestació a Catalunya.

«És millor parlar malament el català que no parlar-lo» (1983-1984)

Aquesta campanya no va arribar a néixer, pel que podrien dir-hi els lingüistes més puristes si el missatge era malentès. Amb tot, sí que van circular alguns dels adhesius amb aquest mateix lema en alguns sectors, com el dels mestres de català. I en part va ser des d'aquest mateix sector que es va detectar que podria semblar que s'incitava a parlar malament el català, fet que aniria, a més, en detriment dels esforços dels ensenyants. L'objectiu no era, òbviament, promoure de parlar malament el català, sinó de facilitar la incorporació dels castellanoparlants a parlar-lo, encara que fos amb les mancances lògiques de les dificultats que comporta començar a parlar una llengua no practicada (en aquells moments era un tòpic dir que els catalanoparlants es reien d'aquells que cometien errors en les seves pràctiques primerenques de parlar-lo, fet que els provocaria vergonya o indignació).

«Depèn de tu/vostè (que aquí es parli català...)» (1985-1986)

Aquest era l'eslògan d'una campanya que va tenir força repercussió, on es podien visualitzar diversos àmbits del treball, socials i quotidians, respecte als quals es convidava els catalanoparlants a parlar-hi en català, sobretot si aquesta llengua hi era absent. Potser ha estat el més directe, concís, clar i, per tant, encertat de tots els que s'han fet en les campanyes de sensibilització, ja que amb aquestes poquíssimes paraules s'anava directament al moll del problema. Certament, també va ser força contestat, ja que es deia, fins i tot des de dins de l'àmbit sociolingüístic, que era traspasar una responsabilitat de l'Administració al ciutadà.

Aquestes tres actuacions eren encertades en contingut del missatge i forma, tenint en compte el que passava al carrer o públicament. Però probablement no es va posar prou èmfasi en el discurs explicatiu, en el sentit que l'Administració no pot entrar o obligar en els usos personals. I tot i que s'hi deia que el ciutadà hi tenia responsabilitat, era prou estès el discurs que «al ciutadà ja se li ha demanat que utilitzi el català i que ho faci correctament, i aquest esforç l'ha de fer l'Administració». De no gaire, doncs, devien servir, almenys aparentment, aquells esforços per fomentar els usos personals del català en la vida quotidiana, llevat, probablement, del que ja s'ha esmentat quant a l'adopció d'actituds positives.

Anys 1990-1999

Va continuar una època llarga d'esvaïment del discurs sobre els usos personals, fins i tot abans d'acabar-se la dècada dels vuitanta, coincidint amb el relleu en la direcció i amb canvis en l'enfocament de la política lingüística. Efectivament, diria que es van succeir o superposar quatre línies bàsiques de pensament i d'actuació:

— la creença que l'extensió del procés de normalització lingüística faria adoptar l'ús del català entre els qui no el parlaven, especialment per la influència dels usos institucionalitzats (amb èmfasi a l'Administració, l'ensenyament i mitjans de comunicació);

— la creença que el català calia *fer-lo necessari* a través de més força reguladora, inclosa una renovada llei de política lingüística que fos més contundent;

— la posada en pràctica del Pla General de Normalització Lingüística;

— l'abandonament de les campanyes per sensibilitzar respecte a l'ús del català, ja que, segons es deia, les enquestes demostraven que les actituds ja eren bones entre la població i, per tant, només calia imposar-lo, amb la seguretat que no s'hi trobarien actituds negatives.

Aquest marc, aparentment potent, va fer creure, doncs, que no calia treballar específicament sobre els usos personals, ja que el desenvolupament de les línies exposades ja generaria un marc favorable a l'ús del català en els usos personals.

A la segona meitat dels noranta, el Grup Català de Sociolingüística va prendre en consideració la importància bàsica dels usos personals en la continuïtat de la llengua, en un moment, doncs, en què el discurs oficial se n'havia allunyat força. Després de diverses sessions en què es va tractar de la interlocució català-castellà des d'un punt de vista psicoanalític, la revisió de les estadístiques pertinents i altres qüestions metodològiques, es va concloure que era un tema que requeria la formació d'una comissió per encarregar-se'n, la qual va convocar la Jornada sobre els usos interpersonals abans esmentada.

S'hi va fer una *Crida*, que resumia les conclusions, d'on extrec aquest paràgraf:

Conscients que el futur de la llengua passa, també i sobretot, per garantir-ne una preeminència en la comunicació espontània, no institucionalitzada, considerem peremptori un nou impuls que capgiri els déficits detectats. En aquest sentit, la potenciació d'un nou capteniment en la població de primera llengua catalana, que desterrí la sinistra presència d'una acomodació, gairebé sempre innecessària, a la llengua primera de l'interlocutor castellanoparlant (o no catalanoparlant) ocupa un lloc primordial.¹

Posteriorment, es van fer entrevistes amb personalitats polítiques, intel·lectuals, etc., per explicar la situació complexa del català i les polítiques que es veien necessà-

1. Comissió de l'ús interpersonal del Grup Català de Sociolingüística. *Crida* publicada a «L'ús oral del català. Dades, reflexions i propostes», *Treballs de Sociolingüística Catalana*, núm. 17 (2003), p. 312.

ries. Les més rellevants de cara a la pràctica van ser les fetes amb líders polítics en tant que podrien influir en la confecció de la política lingüística.

3. JORNADES SOBRE USOS INTERPERSONALS: 2001

La ressonància que van tenir les conclusions va ser considerable, fos de manera directa o indirecta a través d'efectes multiplicadors, encara que difícilment destriable de si les circumstàncies socials (com la immigració) feien que a poc a poc les persones inquietes per la situació del català haguessin arribat a conclusions semblants pel seu compte més o menys alhora o poc després. En tot cas, és indicatiu que fos a l'entorn de la primera meitat dels 2000 que van néixer programes com les parelles lingüístiques, els tallers per la llengua, els opuscles sobre el tema publicats per la Plataforma per la Llengua, el programa *Quedem?*, el web *Català sempre*, etc., com també ho és que a la pregunta de «quina creieu que és la mesura més urgent per millorar l'ús del català», responien «parlar sempre en català», el 47,1 %; «introduir el català en la cultura de masses (cinema, TV, videojocs, etc.)», el 38,6 %, i «fer complir les lleis de política lingüística o altres mesures legals», només el 14,3 %, tot i que hi haguessin participat només setanta persones.² L'experiència personal adquirida a través de conferències sobre aquests temes em deia que les actituds havien canviat radicalment en pocs anys.

En definitiva, entre totes les aportacions, el discurs ha quedat estructurat més o menys així: «mantinguem el català a les converses perquè a més de donar-li vida facilitem la integració de tots». Aquest discurs s'ha anat difonent cada vegada amb més força, i per primera vegada no ha estat fàcilment contestat com havia passat als vuitanta. És més, s'han produït actituds tan honorables com la de rectificar, tal com ho ha manifestat el doctor Solà en el llibre *El futur del català*, del qual és coautor.³

La inclusió de la qüestió dels usos personals per part de la màxima autoritat, la Secretaria de Política Lingüística, ha consolidat i difós el discurs.

Des d'aleshores la política respecte a aquests usos ha comprès dos grans apartats: les campanyes de sensibilització i la dinamització, efectuada sobretot a través del «Voluntariat per la llengua» (V×L). A continuació es presenta un resum d'aquestes activitats de campanyes i de dinamització, amb la inclusió d'algunes reflexions globals.

2. Enquesta realitzada per la Federació d'Organitzacions per la Llengua Catalana a través del seu web (consultada el 2009).

3. J.-L. CAROD-ROVIRA, A. ROSSICH i J. SOLÀ (2005), *El futur del català*, Barcelona, Empúries.

4. SEGON PERÍODE: 2001-2010

La sensibilització

«Tu ets mestre» (2003)

De fet, recollia una idea de les primeres èpoques: que cada catalanoparlant és el millor mestre de català, atès que la interlocució en la vida quotidiana sempre és més rica i real que no el que es pugui ensenyar en una aula. «Tu ets mestre» incideix en el paper dels catalanoparlants en el manteniment de l'ús social: «Perquè els que vénen de fora coneguin i parlin el català, tu ets el millor mestre. Parla'ls en català».

Els espots de televisió i ràdio presentaren tres situacions de la vida quotidiana: un mercat, la cuina d'un restaurant i una conversa entre dos joves. En tots tres casos, un català s'adreça en aquesta llengua a una persona immigrada que tanca l'anunci dient: «Ajuda'm, parla'm en català». Els anuncis en la premsa escrita reproduïen una fotografia de cadascuna d'aquestes situacions, amb el lema «Tu ets mestre».

«En català, tu hi guanyes» (2003)

El programa «En català, tu hi guanyes» n'és la continuació, amb un missatge molt clar: el català és un factor de benefici per a tota la societat, per als empresaris, per als treballadors i per als ciutadans. Si fomentem l'ús del català en l'atenció al públic, tots hi sortim guanyant.

«Dóna corda al català» (2005)

Segons consta a la memòria,⁴ els objectius eren:

Associar valors positius al voltant de l'ús de la llengua; conscienciar les persones novingudes perquè parlessin català, i conscienciar les persones catalanoparlants de la importància del seu paper a l'hora de fixar l'ús i el prestigi de la llengua. Els destinataris eren públics diversos, però des del punt de vista de l'edat s'adreçava, d'una banda, als joves (el grup amb més coneixements de català i que menys la feien servir [...] i, de l'altra, al conjunt d'homes i dones que en el moment de la implantació de la campanya tenien entre 25 i 45 anys.

4. Totes les citacions textuales del període 2009-2010 procedeixen de: SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2010), *Balanç de política lingüística 2004-2010*, Departament de la Vicepresidència, Generalitat de Catalunya.

«El català va amb tu» (2006)

Una continuació de l'anterior, enfocada més específicament als joves.

«Encomana el català» (2009-2010)

Objectiu genèric:

Incrementar l'associació de valors positius a l'ús del català com a llengua moderna i útil per a la promoció social a Catalunya, especialment promoure la sensibilització de les persones que viuen a Catalunya envers els valors de les llengües i del seu coneixement, i continuar fomentant les comunicacions orals espontànies i informals en català a fi de reduir el desequilibri existent entre el coneixement i l'ús d'aquesta llengua.

Objectiu específic:

Fomentar que les persones que parlaven habitualment català el mantinguessin de manera natural en les converses amb persones que no el parlaven però l'enteni, en espais públics (laborals, educatius, d'oci...). Es va definir que el públic destinatari seria la població catalanoparlant, especialment els usuaris i prestadors de serveis i els ciutadans en situacions comunicatives mínimament formals.

Segons una enquesta de seguiment, un 70% de la població estava d'acord amb el lema principal de la campanya, no canviar de llengua davant persones que entenguin el català, encara que no el parlin.

Aquestes campanyes, a semblança de les primeres dels anys 1980, s'han compost de missatges publicitaris a través dels mitjans de comunicació i d'actuacions al carrer fent-hi escenificacions dels arguments bàsics, tot aprofitant esdeveniments locals d'arreu de Catalunya.

Reflexió:

Probablement, hi ha una certa percepció popular que les campanyes que fomenten els usos personals s'han convertit una mica en una rutina amb continuïtat entre elles, un continuïum, com si ja formessin una part esperable de la política lingüística, en el sentit que sembla que esdevenen una *normalitat* on caldria canviar tan sols els eslògans, mentre que les diferències conceptuals poden resultar poc apreciades, tot i que els ciutadans acceptin bé els missatges i els continguts. Més endavant s'inclou una reflexió més genèrica sobre les campanyes.

La dinamització

«Voluntariat per la llengua» (V×L) (2003)

El programa més important ha estat i és el de les parelles lingüístiques («Voluntariat per la llengua», V×L). Fins a l'agost de 2010 se n'han fet 40.000. Ha esdevingut força conegut, ja que els mitjans de comunicació n'han parlat molt.

Aquest programa posa en contacte voluntaris catalanoparlants amb aprenents d'aquesta llengua que encara no la parlen gaire amb l'objectiu que el puguin aprendre i posar-s'hi a parlar-lo sense vergonya. A més, l'aprenent, generalment estranger, coneix persones del país i la seva cultura, per la qual cosa és també un programa interessant per a la seva integració social. El Consorci per a la Normalització Lingüística vetlla pel compliment de la seva normativa i la difusió territorial.

Reflexió:

Hi ha una normativa que fa que s'apliqui de manera regularitzada i que no es perdi en multitud de formes diferenciades i puntuals que en dificultarien l'homogeneïtat, el discurs pedagògic, els problemes de relació, l'avaluació, el control, etc. Però probablement caldria reglamentar, tanmateix, altres formes que permetessin progressar tot eixamplant el programa a altres possibilitats:

— Per exemple, fer grups de tres o més persones, o *parelles de parelles*, experiències que s'han dut a terme en algunes institucions, amb bons resultats (cal considerar que hi ha persones a qui els costa de fer de parella amb una altra a qui coneixen, individualment, però que ho farien si hi hagués una altra persona, coneguda seva o no, per tenir més confiança o superar la por de no saber què dir, etc.).

— Un altre aspecte és que el programa exigeix que l'aprenent ja tingui un cert nivell de català. També en aquesta qüestió s'han dut a terme experiències amb èxit amb aprenents que no en tenien cap.

— Una altra proposta seria de fer trobades de parelles amb una persona preparada que dirigeixi la conversa.

— Obrir més el projecte dins d'un col·lectiu gran, com un sindicat, fent conversa des de casa a través d'Internet (com l'Skype), ja que posaria en contacte persones amb sentiments i preocupacions semblants.

5. BALANÇ

El projecte per aconseguir que el català sigui parlat per una majoria de la població en els diversos usos lingüístics comprèn tres fases: elaboració del discurs, elaboració i execució de projectes adients i obtenció de resultats de manera degudament contrastada.

1. Elaboració del discurs. Actualment, em sembla que es pot dir que aquesta primera fase ha estat reeixida, ja que el discurs ha superat la fase de construcció participativa.

2. Elaboració i execució dels projectes adients. Cal repensar les dues menes d'actuacions que s'hi poden dur a terme: les campanyes i la dinamització.

3. Obtenció dels resultats. Mantenir el català és una pràctica que s'incrementa per part d'universitaris sobretot, constatació feta a través del treball de camp que efectuo des de fa onze anys a carrers cèntrics de Barcelona i en alguns transports públics.⁵ Tot i que es tracta de situacions encara molt infreqüents, cal tenir en compte que fa pocs anys era inversemblant.

6. TERCER PERÍODE: FUTUR IMMEDIAT O PREVISIBLE

En principi, estan més desenvolupats els projectes de dinamització que no els que han de servir per continuar la tasca de sensibilització.

Dinamització

Atès l'èxit del programa de V×L, sembla del tot lògic aprofitar tant l'experiència com el ressò i l'acceptació que té per estendre'l a àmbits més delimitats (per exemple, sindicats, professionals, etc.), més enllà de la ciutadania en general.

Atès que hi ha un ampli consens a considerar que l'àmbit laboral (on s'estableix un pont entre l'àmbit empresarial, el món econòmic, amb el dels treballadors, l'àmbit social) és bàsic per millorar el desenvolupament del català en els usos personals, s'està planificant la manera d'actuar-hi. A més, també es té en compte la possibilitat d'arribar al sector de serveis per tal que les persones que tenen més contacte amb el públic estiguin en condicions de tenir almenys uns coneixements de català.

Per tot plegat, es compta amb un desenvolupament del programa V×L aplicat a aquests sectors, especialment el primer.

Actualment, el programa per desenvolupar l'aplicació específica del V×L a l'àmbit laboral ja és una realitat, però encara cal tant la difusió com el seguiment d'aquells llocs on ja s'està començant a desenvolupar. La informació rebuda sobre l'interès per part d'empreses com per part dels treballadors per la confecció de parelles és, per ara, bona, encara que l'experiència és molt limitada; d'altra banda, l'interès de les empreses se centra (i aquesta deurà ser la dinàmica en un futur proper) en la part de l'empresa que està més en contacte amb el públic, fet positiu pel que s'ha dit suara, però que també marcarà, si és així, unes possibles limitacions. Tot està per veure encara.

5. Josep M. AYMA AUBEYZON (2010), *El català, al carrer*, Barcelona, UOC.

7. PERSPECTIVES DE FUTUR. OPINIÓ PERSONAL

La magnitud del problema reclama mesures molt més potents de les que s'han pres fins ara, amb més planificació i execució de programes. No es pot guarir un elefant francament tocat amb una aspirina. Si els programes estel·lars són les campanyes i el V×L, caldrà desenvolupar-los molt més i sobretot superar-los amb nous programes que puguin ser més eficaços. Només indicaré algunes possibilitats.

Primer de tot, dos aspectes de les formes:

— Caldria que els màxims responsables de la política lingüística (i si cal des de més amunt) publicitessin sovint el discurs sobre la necessitat d'usar el català en les interlocucions, els programes previstos, etc., amb articles, discursos, entrevistes, intervencions públiques. És la manera més clara, efectiva, compromesa, prestigiosa i econòmica de fer arribar els missatges a la població, per sobre de les campanyes publicitàries.

— Amb referència, també, a l'eficàcia i en un altre ordre de qüestions, atès que la vessant dels usos personals requereix creativitat i que, en canvi, les administracions són per definició òrgans de gestió, caldria que existís un ens (com una empresa) perquè es pogués treballar amb iniciatives exploradores més enllà dels encotillaments administratius que impossibiliten contínuament iniciatives vàlides des de tots els punts vista (polítics, sociolingüístics, socials, ètics, etc.).

Amb referència, ja, a les actuacions per promoure els usos personals del català, continuaré fent la distinció entre sensibilització i dinamització, ja que aquest binomi representa, per una banda, procurar fer arribar el discurs a la part de la població que considerem el públic diana i, per una altra, aplicar-hi les eines més oportunes per convertir aquest discurs en realitat.

Sensibilització

Caldria replantejar amb profunditat les campanyes. Una cosa són els resultats de les enquestes de recordança, estar d'acord o no amb els missatges bàsics, etc., i una altra els resultats tangibles, més enllà, doncs, de l'efecte publicitari. El concepte *campanya* té actualment estudiosos i se'n poden fer de moltes menes.

Personalment, crec que fóra millor adreçar-les més a públics específics amb missatges també específics. En principi, la possibilitat que em sembla més interessant és estudiar molt bé els sectors més proclius a mantenir el català per tal d'estendre la taca d'oli als sectors que els siguin més propers. Això representa *localitzar* les persones properes al nucli dels més practicants i estudiar-ne i analitzar-ne amb profunditat les variables que els caracteritzen. Actuar d'aquesta manera també ens permet *deixar*, de moment, les persones i sectors socials que es troben més allunyats o que se situarien a la banda del pol oposat.

Els missatges no fan canviar immediatament les pràctiques de la gran majoria d'individus, però sí que els pot pre-disposar, perquè introduir novetats és lent per la força de la inèrcia, però els missatges s'accepten o rebutgen ràpidament. Per això és fàcil

investigar l'acceptació o rebuig d'una campanya, però en canvi és molt complicat esbrinar-ne els canvis reals que hagi pogut comportar.

Aquests missatges de sensibilització als sectors més proclius i als adjacents han de correspondre als programes de dinamització que se'ls apliquin. Dit d'altra manera: els programes de dinamització han de tenir el suport publicitari corresponent.

Dinamització

Actualment, la dinamització és limitada pràcticament al V×L. El fons de la qüestió és, però, que aquest programa té unes limitacions evidents o, dit d'altra manera, no se li pot confiar gairebé tota la responsabilitat de la dinamització per fer que els catalanoparlants parlin en català amb els qui no el parlen. En primer lloc, el nombre de parelles, encara que pugui resultar impactant, no seria mai suficient per aconseguir un canvi en la situació global sociolingüística, que és d'una magnitud de milions de persones. En segon lloc, l'eficàcia és més relativa probablement del que pot semblar també per les xifres, ja que són moltes les parelles que funcionen menys, si funcionen, del que en un principi podria semblar (per manca de temps i altres problemes diversos). En tercer lloc, no he trobat una constància sistematitzada dels resultats obtinguts. Tot això dit des del respecte i fins l'admiració per la feina feta i per les persones que hi participen, d'una manera o una altra, passant pel reconeixement per la feina d'integració desenvolupada i per l'acceptació total de la teoria que «tota pedra fa paret», absolutament fonamental en aquests tipus d'actuacions. En tot cas, es tracta d'un programa que ni té ni tenia la vocació de resoldre per ell mateix la situació. I per molt que se l'estiri a més àmbits no donarà més del que pot.

Per això, proposo un programa que el superi, anant més enllà del concepte de *parella lingüística*, en tant que aquesta és tancada a les persones involucrades en cada cas. Així, un programa efectiu hauria de tenir l'objectiu últim que els catalanoparlants parlessin en català als qui no el parlen o no el saben. El marc més idoni és l'àmbit laboral, com ja s'ha esbossat abans, ja que és on moltes persones senten el català pràcticament per primer cop en forma quotidiana i és de *pas obligat*; a més, hi coincideixen dues qüestions bàsiques per al català: la necessitat d'augmentar-ne l'ús en totes les vessants de l'empresa i poder correspondre en català amb els consumidors, en el cas dels serveis.

Alguns aspectes destacables d'aquest programa, que ja està elaborat, són:

— encara que és previsible que en un principi només seria un petit nucli de catalanoparlants els qui s'adheririen a la *tasca* de parlar en català amb normalitat a tots, o gairebé (potser una mitjana d'un 30%), altres catalanoparlants s'hi afegirien en veure que no tan sols *no passa res desagradable*, sinó probablement tot al contrari;

— tots aquests catalanoparlants s'acostumarien a parlar en català més o menys sistemàticament també fora de la feina;

— a poc a poc, els qui no parlaven en català hi entrarien o farien petites intervencions;

— per facilitar-los-ho s'instituiria un *dia* de la setmana, o unes hores determinades, en què hi hauria la consigna d'esforçar-se a parlar en català, en la mesura de les possibilitats de cadascú. La creació d'aquest marc de complicitat i comprensió és bàsic perquè les persones superin la por a fer el ridícul.

No hi haurà, però, un èxit ràpid ni fàcil. Es requerirà temps, paciència, comprensió i esforç per totes bandes i no forçar res. A més, caldrà tenir ben present algunes normes:

— quan una relació s'estableix en una determinada llengua és difícil, al començament, de canviar aquesta llengua per una altra o fins i tot a vegades pot ser inconvenient. Per tant, es tracta d'actuar sempre amb complicitat, amb *pactes*, amb precaució;

— encara que el projecte s'adreça a tots els treballadors i les treballadores, s'hauria d'adreçar preferentment als menors de 40 anys, i més especialment encara als de 20-30, ja que tenen més coneixement del català, disposició a fer noves coneixences i incorporar nous hàbits, i ho poden trobar *normal* i no *reivindicatiu*; en canvi, entre els majors hi pot haver més tancament i hàbits i prejudicis paralingüístics;

— formen part de la normalitat les distintes capacitats de les persones en matèria lingüística, ja que algunes poden tenir coneixements d'altres llengües, plasticitat neurolingüística, estar més exposades a sentir la llengua catalana, etc., i, per tant, els serà més fàcil llançar-se a parlar en català que altres. També és qüestió de paciència i comprensió.

Tot plegat fa que calgui no posar el llistó més alt del que permetin les circumstàncies. L'important és no cremar-se posant-hi esperances excessives i no ser massa exigents amb els qui encara no parlin en català.

Naturalment, es pretén que, més enllà del dia de la setmana indicat, les persones d'origen no català s'anessin acostumant a parlar en català cada cop més sovint, en tota mena d'usos personals. I que més enllà del marc de la feina també s'hi sentissin impel·lides.

Un programa d'aquest tipus es pot aplicar a molts altres col·lectius, més enllà de l'àmbit laboral. Per exemple, a l'àmbit de l'ensenyament (on, de fet, ja es va experimentar en un cas concret, amb molt d'èxit per part dels alumnes).

BIBLIOGRAFIA DE REFERÈNCIA

S'inclou tant la bibliografia usada per l'autor com de complementària per al lector.

De tipus general sobre els usos interpersonals del català i actuacions per fomentar-los:

ARENY I CIRILO, M. Dolors (2004). «Campanyes i programes institucionals per promoure l'ús de la llengua». *Butlletí del Cercle XXI*, núm. 2. Disponible en línia a: <<http://www.cercle21.cat/butlleti/02/campanyes.htm>>. [Article contingut dins el número monogràfic dedicat als usos orals i interpersonals: *El futur del català es juga en l'ús oral*]

ARENY I CIRILO, M. Dolors [et al.] (2003). «Comissió de l'ús interpersonal del GCS». *Treballs de Sociolingüística Catalana*, núm. 17, p. 311-312.

- AYMÀ AUBEYZON, Josep M. (2003). «El foment de l'ús interpersonal de llengües minoritzades. Tipologies de programes». *Treballs de Sociolingüística Catalana*, núm. 17. Disponible en línia a: <<http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000066/00000066.pdf>>. [Article contingut dins el número monogràfic dedicat als usos orals i interpersonals: *L'ús oral del català. Dades, reflexions i propostes*]
- (2010). *El català, al carrer*. Barcelona: UOC.
- BOIX-FUSTER, E.; MELIÀ, J.; MONTOYA, B. (2011). «Policies promoting the use of Catalan in oral communications and to improve attitudes towards the language». A: BOIX-FUSTER, E.; STRUBELL, M. (ed.). *Democratic policies for language revitalisation: The case of Catalan*. Basingstoke, Hamps.: Palgrave Macmillan.
- CAROD-ROVIRA, J.-L.; ROSSICH, A.; SOLÀ, J. (2005). *El futur del català*. Barcelona: Empúries.

De tipus específic sobre algunes de les campanyes realitzades per la Direcció General de Política Lingüística (Secretaria de Política Lingüística) a la segona meitat de la dècada de 2000:

La millor font d'informació és la revista *Llengua i Ús*, editada per la mateixa Direcció General de Política Lingüística (Secretaria de Política Lingüística). Per diversificar-la s'inclou al final un recull de premsa referent a la campanya «Dóna corda al català».

- ÀLVAREZ, G.; IPSOS INSIGHT; GENOVÈS, I.; SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2006). «Els grups de discussió per a l'avaluació de la campanya “Dóna corda al català”». *Llengua i Ús*, núm. 35 (primer quadrimestre). Disponible en línia a: <http://www6.gencat.cat/llengcat/liu/35_550.pdf>.
- BLAYA, E.; SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2006). «Qui dóna corda a la Queta? Una conversa amb Carles Mira i Joan Carles Montagut, el portant i l'acompanyant del corpori de la mascota». *Llengua i Ús*, núm. 35 (primer quadrimestre). Disponible en línia a: <http://www6.gencat.cat/llengcat/liu/35_549.pdf>.
- CENTRE DE DOCUMENTACIÓ DE LA DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2005). «Sumari del dossier temàtic: la campanya “Dóna corda al català” (I) (gener-abril 2005)». Disponible en línia a: <<http://bit.ly/MtRcKR>>.
- FERRET, A.; PERRAMON, D.; ROMÀ, M.; SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2010). «Aspectes participatius de la campanya “Encomana el català” 2009». *Llengua i Ús*, núm. 47 (primer quadrimestre). Disponible en línia a: <http://www6.gencat.net/llengcat/liu/47_22.pdf>.
- GUERRERO, À.; NADAL, M.; SOLÉ, J.; TORRIJOS, A.; SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA; SIMÓ, M.; UNIVERSITAT DE BARCELONA (2006). «Aproximació a l'avaluació de la campanya “Dóna corda al català” (i II)». *Llengua i Ús*, núm. 36 (segon quadrimestre). Disponible en línia a: <http://www6.gencat.cat/llengcat/liu/36_562.pdf>.
- JOAN, B.; SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2008). «Algunes consideracions sobre la campanya per a l'ús social de la llengua catalana». *Llengua i Ús*, núm. 43 (tercer quadrimestre). Disponible en línia a: <http://www6.gencat.net/llengcat/liu/43_11.pdf>.
- SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2005). «“Dóna corda al català”». *Llengua i Ús*, núm. 33 (segon quadrimestre). Disponible en línia a: <http://www6.gencat.cat/llengcat/liu/33_524.pdf>.

SIMÓ, M.; UNIVERSITAT DE BARCELONA; SOLÉ, J.; TORRIJOS, A.; SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (2006). «Aproximació a l'avaluació de la campanya “Dóna corda al català” (I)». *Llengua i Ús*, núm. 35 (primer quadrimestre). Disponible en línia a: <http://www6.gencat.cat/llengcat/liu/35_551.pdf>.

Directori actualitzat d'informació de les campanyes de foment de la llengua catalana:

DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA: <<http://www.gencat.cat/llengua/campanyes>>.