

La responsabilitat dels mitjans de comunicació en l'ecologia de les llengües

Josep Gifreu

Catedràtic de Teoria de la Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra
i membre de l'Institut d'Estudis Catalans

Presentació

Enmig del presumpte caos iconogràfic i enmig de l'immens soroll de veus i d'efectes especials amb què els vells i els nous mitjans de comunicació envaeixen els nostres sentits, aquesta conferència pretén argumentar dues afirmacions. Primera: els mitjans de comunicació (MC) o *mass media* s'ocupen de la narració col·lectiva. Segona: els mitjans de comunicació parlen una llengua. Aquesta dissertació, doncs, es dividirà en dues parts, corresponents a les tesis que defensaré sota aquestes dues proposicions generals, gairebé òbvies, però sovint emmascarades.

L'objectiu del conjunt d'argumentacions és fer comprendre com, en l'actual ecosistema de les llengües, els MC han adquirit un nivell de compromís indefugible en relació amb el destí —és a dir, a la vida i a la mort— de les llengües encara vives. L'opció d'un mitjà per una llengua, sobretot en els grans mitjans de referència o de gran difusió, no és una opció innocent. Aquesta opció porta d'entrada la marca de la distinció, que és també la de l'exclusió. Una opció per una llengua és una de les grans opcions polítiques i ètiques que un mitjà de comunicació no pot deixar de fer. Les pugnes entre llengües per l'hegemonia o per la simple supervivència troben avui en el front dels mitjans la trinxera més disputada.

1. Els MC s'ocupen de la narració col·lectiva

1.1. *Els MC són les institucions modernes de la narració*

Els MC són unes institucions ben curioses. Poden voler fer negoci, com qualsevol empresa. Poden voler tenir influència entre els governants, com tantes altres entitats. N'hi ha pertot i de tota mena: qui es dedica a l'esport, qui només fa notícies, qui té cadenes de ràdio, qui produeix telesèries, qui distribueix articles per Internet, qui programa per satèl·lit, qui dobla les pel·lícules estrangeres, qui organitza maratons benèfiques, etc.

En tota aquesta fira immensa i contínua dels sentits, dels signes i dels simulacres, hi ha sempre present una funció central, comuna, indiscutida, que tots han après a fer: *narrar*, contar històries, explicar coses. Els MC, de la classe que siguin, són fonamentalment narradors. I narradors del comú, de la cosa pública. Ofereixen un camp de relats obert als públics. Tenen per principal virtut —també per principal vici— la narració col·lectiva.

1.2. *Tres funcions centrals de la seva labor narrativa*

Entre les múltiples funcions que es poden atribuir a la narració (no sols a la narració dels MC, òbviament), en destacaria aquestes tres:

a) La narració crea *sentit*: el nucli del sentit (o del no sentit) de la vida (del «món de la vida», de la fenomenologia) deriva de les narratives de la quotidianitat. La formació del jo i de la identitat, el sentit de l'altre, l'amor o l'amistat, són experiències íntimament vinculades als relats de vida. La «meva» vida, l'autobiografia, és el relat que dóna sentit a una experiència particular, que el relat s'encarrega d'unificar i de fer única.

b) La narració crea *comunitat*: una comunitat humana —una tribu, una associació, una poble, una nació— neix i es reproduïx de i en la narrativa que recorda, que explica, que celebra, els grans moments de la col·lectivitat. La màxima aspiració d'un grup ha estat fer emergir un «nosaltres» que doni raó de la diferència i que la faci assumible i respectable entre tots els altres grups humans. La «nostra» història explica en bona part el que som i el que volem ser.

c) La narració crea *coneixement*: la manera més comuna i universal de transmissió dels coneixements de tota mena passa a través de les estructures narratives. Des dels

primers moments de la vida fins al final, des de l'aprenentatge de la higiene o la gastronomia fins a l'explicació de la teoria de la relativitat d'Einstein o de la psicoanàlisi de Freud, des del coneixement del món real fins a la definició de mons possibles o alternatius, el recurs al relat s'ha demostrat insubstituïble.

En tots aquests tres àmbits fonamentals de l'experiència humana contemporània, els MC s'han situat al bell mig de l'escenari, amb un protagonisme indiscutit. Els mitjans exploten fins a la societat la vida i les peripècies de tothom. Els MC malden sense parar per definir un «nosaltres» cada dia més vulnerable. Els MC persegueixen l'última novetat sobre l'estat del món, de la ciència o de les lletres.

1.3. *Dos recursos expressius bàsics de la narració: la imatge i la paraula*

La màquina narrativa dels MC, multiplicada avui a l'infinit i fragmentada també a l'infinit, es nodreix, paradoxalment, només de dos recursos expressius: la *imatge* i la *paraula*.

Resulta ja un tòpic dir que estem en la societat de la imatge o en la cultura de la visualitat o en la civilització cinemàtica. És cert. La imatge iconogràfica i cinemàtica és molt potent. Deixem a banda, per raons de mètode i de temps, la consideració de la imatge sonora, i quedem-nos només amb la potència de la imatge que entra pels ulls. Com afirma John Berger, el món entra pels ulls. En els humans, veure no és una activitat fisiològica, és sobretot una activitat cultural altament especialitzada. Els modes de veure configuren tota una cultura. La cultura postmoderna va proposant una manera de mirar que atorga a l'èxtasi de la visió una perillosa prelació sobre la paraula.

Però no exagerem: la cultura de la imatge i la guerra per les imatges són tan velles com la humanitat. Potser ara, gràcies a la trivialització dels artefactes de la producció i reproducció d'imatges, podríem parlar d'una «segona fase» de la visualitat, que avança imparabile des de la fotografia fins a la digitalització, passant per l'ensorrament de l'aura de l'art, vaticinada per Benjamin.

Ara bé, els defensors de la paraula no perden el temps. En plena revolució de la «segona fase de l'oralitat», es pot encara sostenir la tesi que la imatge, tan altiva, ha de caure en braços de la paraula, del text. Les imatges són les que són, però la seva polisèmia fonamental demana desesperadament l'auxili de la paraula, en forma de text escrit o de discurs oral. L'alta sofisticació dels llenguatges de la imatge ajuden a narrar a voltes de manera sublim l'acció dels personatges. Però la funció del cor grec, la

irrenunciable funció del comentari, correspon encara al text, al discurs, al peu de foto, a la veu en *off*. El poder de la paraula, i especialment la seva invitació al diàleg i a la negociació, reequilibra disfuncions i frustracions davant l'èxtasi de la visió i de la mirada.

1.4. *Els MC, protagonistes de la batalla per la prelació de la paraula*

Els MC ocupen una posició central en aquesta batalla ultramoderna entre dues forces tan poderoses com «la segona fase de la visualitat» i «la segona fase de l'oralitat». Uns MC es decanten clarament per una banda, i d'altres, per l'altra. I encara, entre una i l'altra, treu el cap la vella galàxia Gutenberg, la dels mitjans que aposten per l'escriptura impresa, la qual sembla buscar també la seva pròpia «segona fase de l'escriptura» a través d'Internet i dels nous llenguatges de l'hipertext.

Els MC són art i part, causa i efecte alhora, en aquesta transició cap a la societat digital, cap a les xarxes globals, cap a la «ciberització» de tots els senyals.

La responsabilitat dels MC en la prelació de la paraula, l'escripta i l'oral, està fora de dubtes. L'aposta per la paraula, no contra la imatge, no contra la música, no contra l'acció, sinó comentant la imatge, contrapuntejant la música, explicant l'acció, és una garantia de la dignitat del lector/espectador i de la democratització de la vida en comú.

2. Els MC parlen una llengua

2.1. *El mite de Babel i els MC*

El mite de Babel és una realitat omnipresent en el món actual. Viatgem de cos present pels diferents països, viatgem pel món a través dels canals i relats mediàtics, naveguem per la xarxa cap als mars desconeguts del ciberespai. Tots aquests viatges porten gairebé a la mateixa primera conclusió: no hi ha manera d'entendre's. Tot-hom parla una llengua diferent, una llengua estranya. La maldició bíblica s'ha fet realitat i la labor dels mitjans ho fa cada dia més patent. El món de l'aparent globalització no és més que una immensa torre de Babel, on els altaveus dels MC generen, amplifiquen i multipliquen a l'infinit discursos i relats indesxifrables...

I, tanmateix, no és veritat. Enmig d'aquest xivarri universal de llengües i llen-

guatges, si escoltem més atentament, si naveguem amb un mapa més afinat, podrem arribar a una segona conclusió: hi ha algú que aconseguix d'imposar la seva veu, la seva llengua i el seu discurs per damunt dels altres.

No és exactament una fira de les llengües, una exposició pacífica de la riquesa de la creació simbòlica dels pobles i tribus. No, és un camp de batalla entre tribus i federacions de tribus per fer valdre i prevaldre la seva aportació cultural més important: una llengua. I una de les armes més fulminants de què disposen avui aquestes tribus —o nacions, o federacions de nacions— són els grans mitjans de comunicació.

Un poble, una tribu, una nació, farà l'impossible per no perdre el principal signe d'identitat que ha anat creant, recreant i transmetent de pares a fills durant segles, potser mil·lennis. La llengua és l'acta única d'una presència essencialment col·lectiva en la història. El patrimoni fonamental d'una comunitat. L'instrument que ens permet d'anomenar el món i d'anomenar-nos amb nom propi.

2.2. *Quatre «laboratoris» de la llengua en les societats modernes*

En les societats modernes, segons indiquen els sociolingüistes, hi ha quatre «laboratoris» determinants en la recreació i transmissió de la llengua.

1) La família: primer nucli de transmissió oral, la família té encara un paper cabdal en la transmissió «natural» (llengua «materna») de la llengua a les noves generacions.

2) L'escola: sistema coactiu, totalment determinant, de transmissió de la llengua oficial en les societats que han imposat l'escolarització obligatòria.

3) Els grups de relació: els grups i les xarxes primaris de relació (treball, grups d'amics, grups d'interès...) exerceixen també una influència important sobretot en l'ús de la llengua.

4) Els MC: a mesura que els MC han esdevingut més i més centrals en la vida social, cultural i pública, també exerceixen una influència decisiva, bé que segurament més a llarg termini, sobre diversos fenòmens relacionats amb l'estatus i l'ús de la llengua.

Aquí m'interessa lògicament aprofundir en el quart «laboratori», no sols per la importància que se'ls adjudica també en política lingüística, sinó també pels efectes indirectes que els MC tenen sobre els processos dels altres tres «laboratoris».

2.3. Els MC fabriquen textos

Els MC treballen amb una matèria primera feta fonamentalment de textos:

- textos escrits,
- textos parlats i/o sonors,
- textos visuals,
- textos iconogràfics,
- textos mixtos (audiovisuals, multimèdia...),
- hipertextos.

Són la matèria primera dels diferents «gèneres» i «formats» —és a dir, formes tipificades i ritualitzades d'«empaquetat» i de comunicabilitat dels relats i discursos dels MC— que integren la producció i/o la programació dels diversos mitjans. Molts d'aquests textos adquireixen la forma narrativa. Molts d'aquests textos, la immensa majoria, treballen amb la llengua.

La programació d'una cadena de ràdio o de televisió, la línia productiva d'una editorial de revistes del cor o d'un grup de diaris d'informació general, l'agència de notícies escrites i audiovisuals, necessiten la llengua (escrita i/o parlada) com a instrument central unificador de totes les funcions que intenten acomplir els textos que fabriquen (per exemple, les sis funcions de Jakobson).

2.4. Els MC operen amb una llengua «per defecte»

Els MC presenten a simple vista una gran varietat de llengües i de veus. Però és una falsa impressió. Quan del pla general ens acostem al primer pla de les realitats més immediates, concretes, empíriques, ens podem adonar que la llengua de cada MC no és de cap manera ni una qüestió banal ni deixada a l'atzar.

Ben al contrari, la decisió sobre *la* llengua del mitjà —i en alguns casos excepcionals, sobre *les* llengües del MC en concret— és una decisió d'alta política del MC, que en els mitjans privats està molt vinculada al respectiu pla de màrqueting.

Els *grans* MC —grans pel volum de la seva difusió o grans per ser MC de referència— opten per *una* llengua. És inconcebible pensar el *The New York Times* en francès, o *Le Monde* en anglès, o *La Repubblica* en alemany i el *Bild* en italià. Com seria difícil pensar *La Vanguardia* en català i l'*Avui* en castellà. Com resultaria forassenyat demanar la programació de la britànica BBC en portuguès i la d'O Globo, de Brasil, en suec i la de TVE en rus.

I els *petits*? Què fan amb la llengua els MC que per raons de mercat o de *target* són de dimensió o de difusió reduïda? Les raons de proximitat (per exemple, una televisió local) o de sectorialitat (per exemple, una revista mèdica) obliguen també a adoptar una llengua com a pròpia.

Aquesta incontestable realitat monolingüe dels MC té les corresponents excepcions: per exemple, la CNN en espanyol o la cadena ARTE en alemany i francès o el canal paneuropeu Eurosport en la majoria de llengües d'Europa. O la versió en anglès de la revista *Hola*. O la traducció en espanyol de *Le Monde Diplomatique*. Però són això: excepcions.

La regla sempre és molt clara: els MC adopten una sola llengua com a *llengua pròpia*, la que passa a ser la llengua «institucional», o si es vol, la llengua que s'aplica «per defecte» a la fabricació de textos. I en tot cas, a partir de la «pròpia», poden arbitrar diverses solucions per a la gestió de la *traducció* a altres llengües. La doble versió o versió múltiple és només una solució per a casos i usos molt específics.

2.5. El factor mercat i el factor Estat

Ara bé: suposem que sigui cert que els MC treballen bàsicament i per defecte en una llengua. La pregunta següent és aquesta: qui o què determina l'opció del MC en concret per *una* o *una altra* llengua?

Cada cas mereixeria un estudi i un comentari particulars. No és el mateix preguntar-se per la llengua de la RAI italiana o de la cadena SER espanyola o de Radiotelevisió Luxemburg o de la ràdio municipal d'Arenys de Mar. Però, en general, sembla plausible considerar que hi ha dos factors determinants a l'hora de seleccionar la llengua per defecte. Són el factor mercat i el factor Estat.

a) El factor *mercat*: em sembla obvi que, en el cas dels MC privats, el pes de la llengua com a mercat lingüístic s'imposi en les decisions. Però aquest criteri no és ni de bon tros suficient per donar raó de les opcions lingüístiques dels MC. Entre altres coses, perquè els mercats, contra el que sembla, han estat i estan fortament regulats. I ja se sap que qui regula és l'Estat.

b) El factor *Estat*: la capacitat dels estats (nacionals) d'incidir de múltiples maneres en la decisió per una llengua, s'ha de considerar encara plenament decisiva. Els estats actuen en aquest punt com a estats *nacionals*, és a dir, com a protectors de la nació (hegemonica dintre l'Estat) i de la seva llengua.

En efecte, els estats actuen també «per defecte» a favor de la llengua del grup na-

cional hegemònic. Solen actuar amb polítiques lingüístiques anomenades «etnocides» (Juan Cobarrubias), per activa o per passiva. A Espanya, el règim franquista actuava a través de mesures actives a favor del genocidi lingüístic de les llengües altres que el castellà. El nou règim monàrquic i democràtic sorgit de la transició ha actuat en el mateix sentit a través d'algunes mesures actives (per exemple: el «deure» de tots a conèixer l'espanyol) i sobretot de mesures passives (per exemple: no obligar a unes quotes de català o de basc o de gallec a les televisions privades, i sí obligar, en canvi, a una «cobertura nacional» de les noves cadenes).

Però això val per a la gran majoria dels Estats... La ideologia lingüística liberal, la més estesa avui, només considera reprovable les polítiques etnocides actives. En canvi, considera que les passives formen part de l'ordre «natural» de les coses.

2.6. *Contra el reduccionisme lingüístic en els MC*

Ens trobem, doncs, davant d'una conjuntura molt temible per al futur de les llengües, sobretot les més febles, perquè els MC, sobretot els grans, es declaren ferm partidaris del *reduccionisme* lingüístic.

En això, els grans mitjans –i la concentració de MC en pocs grups grans ho pot aguditzar– fan costat i se sumen a les altres dues fonts de reduccionisme lingüístic: el mercat i l'Estat.

Per acabar proposo d'observar com es perfilen tres grans moviments respecte a l'ecologia de les llengües en el camp dels MC i de la comunicació.

1) D'una banda, el *mainstream* o *corrent principal*, de caràcter neoliberal, que tendeix al maltusianisme lingüístic o reduccionisme progressiu de les llengües en els grans MC i circuits de la comunicació i de la cultura, en nom de la «globalització», del «cosmopolitisme» o de la «modernització». L'ideal d'aquest moviment és el model i l'estatus de l'anglès en el món actual. Les altres llengües han d'aspirar, també en els MC, a fer com l'anglès: maltusianisme en el propi espai i expansionisme vers els altres.

Exemples: cinema tipus Hollywood, cadenes de televisió generalistes, grans diaris, setmanaris i revistes d'àmplia difusió, serveis d'informació i documentació en els grans portals d'Internet, etc.

2) D'altra banda, el *moviment alternatiu*, de resistència i reactiu contra el corrent principal, que veuen en la proliferació de MC locals i sectorials, amb representació de totes les llengües i veus existents, un mur de contenció popular i de base contra el re-

duccionisme dels estats i dels grans grups. S'hi poden agrupar iniciatives, grups i accions de signe molt diferent, generalment pròxims a l'esquerra, però també de signe integrista i d'extrema dreta.

Exemples: les ràdios lliures a Europa, iniciatives de premsa local en llengües minoritzades, petites editorials de llibres, edicions de cançó i música populars, les webs contraculturals i de mobilització antiglobalitzadores, etc.

3) I en tercer lloc, també hi ha un moviment de MC que podríem situar en un *tercer espai*, que serien els mitjans i circuits de comunicació que han aconseguit o estan aconseguint un estatus de reconeixement i de desplegament en oberta competició contra el primer espai o corrent principal.

Aquests mitjans i circuits participen en major o menor grau dels dos factors que determinen la llengua del MC: tenen un mercat potencial i obtenen un cert reconeixement o protecció de l'Estat.

Exemples: cas claríssim de les televisions autonòmiques de l'Estat amb llengua pròpia, però també l'aparició i enfortiment de múltiples mitjans en els nous estats del centre i l'est d'Europa amb llengua pròpia, o les iniciatives de portals a Internet de grups i empreses de llengües minoritàries o minoritzades.

3. Conclusió

En conclusió, la nova ecologia de les llengües que hem heretat de finals del segle XX i que esclatarà al llarg del segle XXI vindrà en gran part determinada per les decisions dels nuclis directius dels MC. Dels vells i dels nous mitjans. L'adopció d'una llengua per a un MC s'ha d'entendre cada cop més com una decisió d'alta política, i no sols com una decisió de màrqueting comercial.

És d'alta política per causa de la politització general de les batalles per la llengua. Batalles que formen part d'una gran guerra de posicions entre grups i espais lingüístics i culturals en un món en procés de globalització. En aquest procés, acompanyat dels processos paral·lels de digitalització i d'informatització, la llengua, la cultura i la informació esdevenen sectors estratègics que cal controlar. Allò que està en joc, doncs, són fabulosos recursos convertibles en poder i en diner que ni els estats, ni els grans grups mediàtics, ni els grups financers, volen deixar de controlar.

En el quadre de tots aquests condicionants i d'aquestes batalles, els responsables dels MC no poden inhibir-se de l'alta política que exerceixen en l'ecosistema de les llengües. Són responsables políticament de la sort d'una llengua, d'aquella que han

decidit de fer pròpia, de fer-ne causa pròpia. Però són alhora responsables políticament de l'exclusió de totes les altres, i especialment de les que poden quedar afectades greument per l'exclusió.

D'això es desprèn que els MC, els seus propietaris, els seus directius i els seus quadres professionals, assumeixen també una alta responsabilitat moral davant la comunitat, davant l'espai o espais lingüístics i culturals afectats directament, davant la humanitat i davant la història.