

## El català no és rendible

Vicent Sanchis

Director del diari *Avui* i professor de la Universitat Ramon Llull

La frase que dona títol a aquesta conferència és evidentment provocativa. És evident que hi ha molts àmbits de la vida pública —que és l'àmbit al qual em referiré— on el català no només és que sigui rendible, és que, a més, és un bon negoci. Però jo parle com a periodista; més encara, ho faig com a protagonista de diverses experiències en el món de la comunicació en les quals he pogut provar personalment l'evidència aclaparadora de la tesi.

En el món que ara els analistes defineixen amb una certa petulància com a «mediàtic», el català fa guanyar diners segons com i segons a qui. Però en l'àmbit estricte de la comunicació de masses els resultats han estat ara per ara sempre adversos. Miquel Calçada i Carles Cuní poden afirmar que la seva experiència radiofònica —al davant de la cadena Flaix— ha estat relativament un èxit. Ningú no els ho podrà negar. Més encara, cal felicitar-los pel que significa d'encert personal i d'incentiu empresarial. Però l'excepció confirma la regla. L'excepció en la comunicació a Catalunya la constitueixen les experiències sectorials —especialitzades— o d'àmbit local o comarcal. Ningú no pot negar l'èxit —incontestable— de l'empresa editora d'*El Punt*. Aquest diari s'ha convertit en el líder indiscutible a les comarques del nord del país, en un model periodístic eficaç i en una font d'ingressos per a l'estructuració d'una xarxa d'edicions solvent. Però tampoc ningú no pot negar les dificultats amb què s'han trobat els seus editors a l'hora de convertir *El Punt* en un diari que travessi les seves barreres naturals de mercat.

Sense pecar de lesa temeritat, es pot afirmar que el català no ha estat encara un negoci quan es tracta de mitjans de comunicació de masses generalistes. No hi ha cap mitjà públic ni cap mitjà privat que es pugui atribuir l'heroïcitats —o l'encert, a seques— de no haver perdut diners en aquest àmbit tan decisiu. Només cal fer una ulla-

da, per exemple, als comptes de Televisió de Catalunya o de Catalunya Ràdio. Algú podrà adduir que no hi ha cap televisió o cap ràdio públiques a Europa que tingui com a objectiu fer negoci. És cert. Però també ho és que el deute acumulat de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió podria acabar per fer-ne inviable, senzillament, la supervivència.

Ara mateix aquesta és una qüestió present en tots els programes dels partits polítics. Una altra cosa és saber si hi haurà cap govern —l'actual o els que vindran— que posi fil a una agulla tan enverinada. Es pot replicar que també la televisió pública a Espanya arrossega una situació financera dramàtica. És cert. Com ho és que, per contra, els comptes de les televisions privades han anat estabilitzant-se fins a arribar a una situació que n'assegura la viabilitat. Una afirmació que no es pot fer a Catalunya, perquè ningú no s'ha atrevit encara a plantejar un projecte televisiu generalista que competís amb TVC. A més, en el fons, el fracàs financer de l'ens públic RTVE es pot atribuir més als errors estructurals en el seu plantejament —sobretot, quan el primer Govern socialista va assentar les bases per liberalitzar aquest mercat— que no a impediments absoluts arrelats al sistema; com pretenc demostrar que és el nostre cas. Pel que fa a la ràdio privada, aquí sí que es pot dir que hi ha hagut intents privats en llengua catalana. Dos, en els darrers anys. I tots dos, almenys per ara, han fracassat. Per què competien, en definitiva? Per un dèficit anual de dos mil milions de pessetes, que és el que grava cada any l'emissora líder d'audiència a Catalunya. Ningú no pot afirmar encara que Ona Catalana o RAC1 se'n sortiran. Per ara l'experiència és obstinada. Competir amb la ràdio pública del Govern a Catalunya o contra les emissores privades d'àmbit espanyol és una temeritat. Les empreses propietàries d'Ona Catalana i de RAC1 ho han anat constatant amb l'experiència amarga. En el cas de RAC1, amb el fet de formar part d'un gran grup de comunicació no n'hi ha hagut prou per trencar el cercle viciós.

En el cas de la televisió i la ràdio públiques de la Generalitat es pot adduir que uns mitjans que pretenguin competir amb l'oferta global espanyola —amb unes potencialitats de mercat set vegades més importants quantitativament i que també actuen a Catalunya amb les espatlles més cobertes— justifiquen l'esforç financer. Sempre que aquest sigui assumible pel Govern. Precisament aquí rau el *quid* de la qüestió. Com es pot competir en el mateix mercat amb algú que té al darrere una capacitat superior a tots els nivells? No crec que descobreixi res quan faig aquesta afirmació, però sé que aquesta és una constatació que sembla que oblidem per una raó estricta de moral. De moral de batalla, és clar. Imaginem per un segon que tots els portuguesos tinguessin un nivell de coneixement del castellà prou solvent perquè els produc-

tes que es generin a Espanya poguessin entrar en aquell mercat amb les mateixes possibilitats d'èxit o de fracàs. I amb una tradició tan adversa com la nostra, acumulada des del segle XV. Quant de temps tardaria el portuguès a recloure's en una situació de marginalitat o, almenys, d'anomalia? Quants anys tardarien els propietaris de mitjans de comunicació a demanar un suport genèric que els fes més suportable una cohabitació que acabaria esdevenint dramàtica?

Per què no és viable una gran agència de notícies en català? Senzillament perquè acabaria entrant en la mateixa dinàmica que ara han de suportar els mitjans públics catalans. Hi ha experts en comunicació —professionals amb molt bona voluntat— que han insistit, una vegada i una altra, que es podria impulsar una gran agència de notícies que podria competir amb EFE, France-Presse o Reuters. Han pensat en la inversió inicial que caldria fer per aconseguir-ho i en els anys que es tardaria a amortitzar-la sense cap garantia?

Perquè Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio siguin líders d'audiència, els seus mitjans han de poder situar-se a l'altura dels que tenen —no a Catalunya, sinó a Espanya— Televisió Espanyola, Antena 3 TV o Tele 5. És a dir, el volum d'inversió i de despesa ha de ser semblant i, en canvi, els ingressos sempre estaran obligatòriament per sota, perquè hauran d'acomodar-se a l'audiència estricta de Catalunya o, a tot estirar, dels Països Catalans. Uns mitjans, doncs, amb pretensió de ser nacionals, és a dir, generalistes com ho són els espanyols, resultaran sempre cars. Excessivament cars. Podem debatre si els actuals ho són fins i tot de manera desorbitada, però no ho podem fer sense sospesar en quin context i en quina situació d'inferioritat ens movem. Potser una televisió i una ràdio autonòmiques es podrien resituar financera-ment. Però no és aquest l'estatus a què haurien d'aspirar aquests mitjans, tot i que algú consideri que la normalitat és una dèria del nacionalisme i que aquesta pretensió no han de pagar-la pas els contribuents catalans.

Fixem-nos en un altre exemple. Van ser molts els que van saludar amb entusiasme —fins i tot amb eufòria— la sortida de l'edició catalana d'*El Periódico*. Una eufòria excessiva. Ja arran de la seva publicació, l'editor Antonio Asensio va situar la maniobra en el seu context. Es tractava de «saldar un deute» amb la societat catalana, però no de fer cap negoci. Els 60.000 o 65.000 exemplars que *El Periódico* ven cada dia en català representarien un cost o un esforç excessiu per a l'empresa editora sense l'ajut genèric que hi dedica el Govern.

Algú ha pensat si seria viable aquesta versió exclusivament en català? És a dir, sense la coincidència amb la castellana? Si la versió catalana d'*El Periódico* pagaria per ella mateixa els costos generals de tot el diari? Ens agradi o no, aquesta iniciativa no-

més ha refermat, una vegada més, el títol d'aquesta conferència. Tampoc el català no és un negoci en aquest cas.

Hi haurà qui s'escoltarà tot això amb el punt de displicència habitual. Qui dirà que totes aquestes constatacions amaguen un fracàs personal. El meu. O molts. Els de molts altres. Perquè han estat molts els que han intentat editar diaris generalistes en català. Repetim-ho: *generalistes*, per si algú no ho ha entès. I no se n'han sortit. Hi ha hagut molts intents de constituir una cadena d'emissores privades de ràdio també generalistes, i ara com ara ningú no n'ha tret els beneficis que n'esperava. Els beneficis que n'haurien mantingut la solvència i la supervivència garantida al mercat. També hi ha hagut alguna temptativa –frustrada des de gairebé el mateix moment en què es va començar a gestar– d'intentar-ho en televisió.

Aquesta és l'experiència. De propostes i somnis, n'hi ha molts. N'hi ha hagut molts. Potser cada vegada n'hi haurà menys. El català, quan surt de l'àmbit sectorial o local estricte ensopega amb un rival potent, que compta amb unes armes que fan la lluita desigual, terriblement desigual. Per què no funciona el còmic infantil –de masses– en català? Quan ho fa, ha de ser a recer dels productes que programa TV3 i amb la complicitat que genera que aquests personatges només siguin concebuts en l'idioma de la televisió pública. Internet és una esperança? Potser sí; però, en tot cas, les limitacions del mitjà han quedat constatades amb les crisis cícliques que ha anat patint. La presència del català a Internet es deu més a l'esforç voluntarista d'alguns petits empresaris que no a una potencialitat –que, si hi és, encara està per descobrir– de la gran Xarxa respecte a la llengua catalana. Sempre que parlem de negoci.

Dit tot això, segurament vostès –o el lector posterior– em titllaran de pessimista. I el pessimisme crònic és cert que només aboca al menfotisme o a l'esterilitat. No és el meu cas. Ni el de molts altres que continuen pensant que cal canviar les situacions adverses. Però almenys s'ha d'intentar fer des de la constatació sincera dels problemes. Sense cap apel·lació a patriotismes que ho haurien de redimir tot.

Alguns especialistes han determinat que l'aparició de la impremta, a part de constituir la peça clau per a la massificació de la cultura a l'Europa del Renaixement, va determinar el primer obstacle seriós per a la supervivència solvent del català. És una dada interessant. El volum de llibres que es van començar a editar a les acaballes del segle XV a València o a Barcelona ja mostra el primer símptoma d'alerta. La indústria editora catalana es va començar a obrir amb força al mercat més rendible: al mercat que llegia en castellà. Més contundentment nombrós. És cert que també hi va influir decisivament un context polític, l'espanyol, que hi ajudava. Però és que cinc segles després aquest context es manté amb molta més força. I no fa cara de vo-

ler canviar. Encara queda pendent, per cert, la història social de la llengua catalana que Joan Fuster demanava. Aconseguir un estat propi variaria tot això? Al començament del segle XXI això és més aviat discutible, però la hipòtesi no es pot negar en rodó, malgrat l'exemple feridor d'Irlanda i alguns altres més. Tancar segons quines portes és suïcida, però també és cert que els paradisos perduts resolen ben poca cosa.

\* \* \*

No puc arribar al final d'aquesta ràpida provocació sense apuntar-me a la tesi de l'escriptor Jordi Coca. Tot això és així, en efecte; però no seré jo qui tanqui la porta i apaugui el llum. Ben al contrari. El català no és rendible en àmbits decisius per a la seva supervivència. Àmbits massius i generalistes. Té les lleis del mercat —del mercat actual— en contra, i només serà viable si aconseguim capgirar-les, si defensem un monolingüisme d'arrel que sigui capaç de conviure amb els idiomes que ens són necessaris, però que parteixi d'una fortalesa de base que exigeix no competir contra qui no es pot vèncer en les condicions en què ens deixen amb tota mena de trampes dialèctiques.