

Joaquim M. Puyal  
Comunicador

Vull començar plagiant un escriptor, en Jaume Cabré, si em dóna permís. Serà, més que un plagi, aprofitar les seves paraules d'introducció; les faig meves amb el teu permís, Jaume: tot allò de la tremolor, de la pell de gallina, etc., quedi dit també de part meva, si els plau.

Vegin vostès en la meva exposició, per damunt de tot, la sinceritat de les meves paraules i el desig de fer una aportació que pugui tenir alguna utilitat, per bé que segurament jo no els he de descobrir res de nou. Observi el senyor Mira que, independentment de l'encert o no de la paraula *comunicador*, és un mot que aplega un grup de professionals que fan un ofici «nou», derivat d'un invent «nou» en la societat —la televisió— que genera una feina que involucra persones que no se senten correctament reflectides en la paraula *locutor*, pròpia d'un altre mitjà —la ràdio— que transmet més aviat la idea de persones que parlen llegint un text que han escrit altres. Així neix, per part d'un sector de professionals de la televisió, la voluntat de diferenciar-se, en tant que persones que parlen, però que també s'expressen amb el seu llenguatge corporal i que, a més a més, improvisen o incorporen al discurs elements no escrits prèviament per un guionista. És cert que —d'això, en sabia molt més qualsevol de vostès que jo mateix— hauria pogut fer fortuna alguna altra paraula. Atès que som els *media*, o els mitjans de comunicació, potser hauria pogut fer fortuna la paraula *mediador*, però tampoc no crec que això fos del grat de tothom, de manera que jo, sense entrar a discutir ara si està millor o pitjor que em diguin *comunicador*, de moment em sembla útil aquesta fórmula. Un altre dia en podríem parlar.

Permetin-me, en començar, establir dues consideracions prèvies. Primera, remarcar la diferència entre l'ús professional de la llengua que fem els que ens dediquem a parlar a través dels mitjans de comunicació i l'ús que fan de la llengua escriptors que —com els que m'han precedit en l'ús de la paraula en aquesta sessió— també l'empren professionalment, o bé professors, teòrics o erudits com molts de vostès. Al meu parer hi ha, a més d'altres, un factor diferencial definitiu: d'aquí a cinquanta anys, hi podrà haver lingüistes que investiguin sobre el català; d'aquí a cinquanta anys, hi podrà haver poetes que facin poesia en català; d'aquí a cinquanta

anys, hi podrà haver novel·listes que facin novel·la en català; però d'aquí a cinquanta anys, només hi haurà gent que parli per ràdio i per televisió en català si hi ha empreses que volen fer la seva feina en aquesta llengua, si hi ha receptors que volen rebre els missatges en aquesta llengua, si hi ha anunciants que volen sufragar els costos que aquesta feina comporta; és a dir, si darrere hi ha un reclam social, si darrere hi ha un país amb llengua pròpia.

Segona consideració prèvia: l'escriptor professional, quan treballa per a la televisió, ha de saber abans que res les flexions, les cotilles, les limitacions d'aquest ofici. El meu amic Cabré, que tantes coses m'ha ensenyat, fa molts anys em va ajudar a fer guions per a la televisió —de fet, els feia ell, els guions per a la televisió, però junts vam començar a investigar el camí—, oi, Jaume? Ell, com a escriptor, estava acostumat a situar el lector, amb una frase, en el territori que li convenia: el cim de l'Everest, per exemple. En el cas d'un guió per a la televisió, però, anar a rodar al cim de l'Everest ja no és tan fàcil. Aquí es planteja un problema operatiu i de recursos que s'ha de resoldre amb ofici i imaginació. Recordo concretament un dia que necessitàvem anunciar l'arribada d'uns japonesos a l'aeroport: havíem de buscar actors japonesos que parlessin català, demanar permisos a l'aeroport per a poder fer el rodatge, etc. Davant de les dificultats, al final ho vam resoldre amb una trucada telefònica i una veu que deia: «Els japonesos han arribat.» I llestos. Vull dir amb això que els peus forçats que té el professional de l'escriptura que treballa en el sector audiovisual tenen poc a veure amb l'enorme llibertat que té qui s'expressa —amb tota la dificultat inherent a aquestes especialitats, que naturalment no discutirem— en els àmbits clàssics de la creació literària, com ara la novel·la, l'assaig, la poesia, etc.

En començar, ara sí, pròpiament el desenvolupament que se'm demana, vull situar cinc idees que al meu entendre conformen el panorama en què s'ha de moure el professional de l'audiovisual i que tenen una incidència directa no solament en el registre lingüístic, sinó també en l'existència de missatges en català. Primera idea: un locutor, presentador o comunicador és un emissor, sí, però és un *emissor amb e petita*; els emissors reals són les cadenes, els diaris, les empreses de comunicació, els grups multimèdia... Aquests són els emissors; nosaltres som instruments d'aquests emissors. I els hem de conèixer. Saber quina és la seva dependència econòmica, quina és la seva adscripció ideològica, quines relacions tenen amb els poders, etc. —perquè, evidentment, la primera cosa que hem de fer és viure—: per tant, saber on som. Si parlem de llengua, n'hi ha prou de veure quins són els emissors reals, és a dir, quins són els diaris, les ràdios i les televisions que hi ha avui dia al nostre país, en quin percentatge fan servir la nostra llengua i en quin percentatge en fan servir una altra. Aquest és el primer condicionant d'una anàlisi lingüística dels *media* a Catalunya.

Segona cosa que ha de conèixer el petit emissor professional: els objectius de la seva cadena. Aquests objectius, sovint —per no dir sempre—, són l'audiència, el *share*. S'associa la idea d'èxit a la idea d'audiència; s'associa la idea d'èxit a la idea de *share*, paraula que s'ha de dir en anglès i que, com tots vostès saben, serveix perquè els responsables de les cadenes justifiquin tota mena de decisions, per bèsties que siguin, si en canvi són líders. Un dels llençols que es perd en aquestes bugades és el de la llengua.

Tercer punt: l'emissor ha de conèixer necessàriament el seu receptor, perquè òbviament es dirigeix a una persona que l'escolta, que és, finalment, l'element de carburació que activa les calderes de l'audiència i que permet donar el *share*. Per tant, ha d'ajustar el seu discurs, el seu to, la seva expressió, a allò que el receptor pugui entendre més fàcilment; no ha de tenir un discurs distant, un discurs que pugui obligar el receptor a fer un esforç. Els que ens dediquem a comunicar professionalment, a diferència del d'ací, tenim un auditori que no ha de fer cap esforç per escoltar-nos, tenim un auditori que no ha pagat res; tenim un auditori que no ha manifestat la voluntat de sentir-nos; tenim un auditori que, a més a més, quan vulgui, premerà el botó del costat i tindrà una altra oferta. Un auditori que vol que tot li ho donem mastegat. Això vol dir que no li podem donar un registre lingüístic allunyat del que identifica, perquè quan li demanem un esforç, quan li emmarquem un territori semàntic, ideològic, metafòric, de l'ordre que sigui, que no entén fàcilment, quan no arribem a la massa —nosaltres treballem per a la massa, som un mitjà de masses—, entrem en contradicció amb el primer punt (la naturalesa de l'empresa per a la qual estem treballant) o amb el segon (els objectius de la nostra empresa). Aquesta voluntat de ser entesos amb el mínim esforç i el màxim interès per part de la nostra audiència és inherent a la nostra feina, però *no és* la nostra feina. La nostra feina és el quart punt de referència que invoco: conèixer el mètode.

Què vol dir conèixer el mètode? Doncs, saber l'ofici. Tenir domini dels diversos elements que ens permeten expressar-nos: l'oratòria, la retòrica, els guions, la tècnica de l'entrevista, el llenguatge de la publicitat, el pla, la realització, la música, etc.; tot això forma part del nostre entorn i, per tant, ens condiciona. Deixin-me posar un exemple d'aquesta interdependència tan complexa. Nosaltres, amb l'ajut d'algunes persones que són aquí i a les quals mai no podré agrair prou la seva col·laboració, vam aconseguir l'any 1976 transmetre partits de futbol en català. Això ho va fer una empresa radicada a Madrid, la Cadena SER, de la Sociedad Española de Radiodifusión; havia fet la proposta un director *local* de Barcelona, i el vistiplau el va donar un director *general* de Madrid. Quin va ser el factor clau per tenir llum verda per al projecte? L'equació econòmica. La clau va ser que ens patrocinés La Caixa; si no, no ho hauríem fet.

Ara parlaré de la coherència personal dels periodistes. El cinquè punt de coneixement que ha de tenir un emissor, des d'aquest plantejament que faig avui, és conèixer-se ell mateix; però aquest és el *cinquè* punt que ha de tenir un comunicador. Hi ha molta gent en aquest país que està treballant en una llengua que no és la que hauria triat per a treballar —estic parlant de comunicació: de ràdio, de televisió, de diaris—. Hi ha molta gent que hauria volgut, fins i tot amb el cost i sacrificis personals, treballar en un altre lloc, en una altra plataforma professional, en una altra plataforma empresarial. Però el nostre teixit comunicatiu és encara molt més feble que la nostra vitalitat cultural enfront les cultures potents que avui difonen missatges a tot el món. Per tant, no podem demanar *fidelitats*, sobretot a la gent que comença, que prou fa de trobar feina on pot; en tot cas, podem exigir més coherència amb la pròpia convicció a aquells que hem arribat a un determinat grau d'èxit —que també, per tant, vol dir un determinat grau de llibertat— i, precisament per això, d'autoexigència i de compromís.

Arribat a aquest punt, em podrien dir: «I què té a veure tot això amb la qüestió que avui ens aplega aquí?» Per a mi, s'hi escau del tot. Perquè a la pregunta «Qui vetlla per la nostra llengua?», en una societat que té aquests cinc punts anteriors clarament definits en positiu, la resposta és òbvia: tothom. Què passarà si jo me'n vaig a treballar a Televisión Española a Madrid, o a la BBC a Londres, o a l'ORTF a França, i parlo com parlem el català els que estem treballant en comunicació a Catalunya? Què passarà si a mi em fan una entrevista en castellà a Televisión Española i parlo com parlen el català molts dels personatges públics a Catalunya? Pensaran que sóc un inculte. Em farien sentir tanta vergonya que la situació és absolutament inimaginable. Com ho seria, per exemple, un anunciant que veiés que el seu anunci s'expressa amb una llengua impròpia, bastarda, amb unes característiques fonètiques no ajustades a la norma, que veiés que el seu anunci no arriba a tenir el nivell de prestigi que ell atribueix al seu propi producte. Tothom s'escarrassa —el director general, el president del país, les multinacionals, etc.— a tenir un gran respecte per allò que es consideraria essencial d'aquella identitat, d'aquell territori en el qual estan operant. En canvi, a Catalunya hi ha una situació de fracció, d'esquerda global —per no parlar d'enderroc lingüístic— que permet l'ús de barbarismes de tota mena amb la inqualificable excusa (estem parlant de *professionals*) d'arribar a un sector d'audiència al qual, si tenim un respecte per la norma, potser —paraula important en aquest moment— ens resultarà més difícil d'arribar-hi. Per què és important la paraula *potser*? Perquè evidentment hi ha una altra manera de fer les coses i mantenir objectius similars, però per a fer això s'ha de tenir un bon coneixement de l'instrument professional. Amb un bon domini de l'eina més important en el nostre ofici, la llengua, i sense perdre el respecte per les qüestions essencials d'una norma ajustada, amb la capacitat de flexió que calgui a les circumstàncies oportunes, segons que marquin els científics, podem assegurar un estàndard que, compte!, com més usem nosaltres des dels mitjans, més directament incideix en la parla quotidiana. Als anys cinquanta a Barcelona ningú no deia que al Liceu hi hagués *llotges*; als anys cinquanta a Barcelona ningú no tenia *bústies* a l'entrada de casa seva; als anys cinquanta a Barcelona, a les Corts hi havia un «*césped*» que feia goig. No descobreixo res dient que els mitjans incidim poderosament en la parla popular. Però hi ha poca voluntat divulgativa des dels *media* i, en canvi, fàcilment resulta que ens deixem endur pel cofoisme, per l'eufòria, davant de situacions que aparentment semblen molt positives, però en les quals, si hi gratéssim un poquet, tal vegada trobaríem alguna realitat no tan plaent. Saludo amb entusiasme l'aparició d'*El Periódico* en català; és clar que és una bona iniciativa, però tinc un dubte. Quan llegeixo «S'acosten nevades al nord del país» no estic segur que tothom sàpiga on nevarà, si al Pallars o a Cantàbria, perquè el diari en castellà diu «Se anuncian nevadas en el norte del país». Si aquest dubte el comparteix algú més dels que som aquí, voldrà dir que potser hem començat a perdre el nord.

Què es pot fer davant d'aquest panorama? Evidentment aprofitar els esforços que puguin fer les empreses. Hi ha alguns detalls, però, que m'amoïnen; per exemple, la consolidació de departaments d'assessorament lingüístic, tot i el pas dels anys, i l'accés als llocs de treball de gent jove que teòricament hauria de necessitar un assessorament només en cas de consultes, en cas

de dubtes, però no un tractament sistemàtic. Em pregunto quan deixarem de tenir unitats d'assessorament lingüístic i passarem a tenir experts que intervinguin d'una manera tan sovintejada com calgui, però no en tots i cada un dels textos. Seria un bon senyal de competència lingüística per part dels col·legues. Faig des d'aquí una invocació a la consciència dels professionals usuaris de la llengua —els parlants, els guionistes, els locutors, els *comunicadors*—, que hauríem de preocupar-nos de resoldre dubtes nosaltres mateixos i anar a buscar l'ajut de l'expert només en els casos específics en què no trobéssim la solució. Els que som al mig del procés entre els científics i els parlants —els parlants entesos com el poble, com la gent—, que som els que usem la llengua en un mitjà de comunicació, hem de tenir, en primer lloc i com a premissa, la voluntat de ser competitius i d'existir: si no existim, ens passarà allò que deia al començament, que tal vegada l'any 2050 estarem fent debats, però no existirà la possibilitat de difondre misatges en català en el nostre propi país. Hem d'existir, i per a existir hem de ser competitius, i per a ser competitius hem de guanyar les batalles per l'audiència; aquesta és una premissa. Ara bé, des de l'estima per la llengua a mi em fa l'efecte que hem de poder fer aportacions, i a mi em sembla que tenim dret a fer aportacions creatives, sempre que estiguin justificades. És obvi que amb els panorames que ens trobem quan hem de descriure la realitat —una realitat canviant, farcida de novetats, una realitat que en molts casos era inimaginable no gaire temps abans—, ens veiem obligats a descriure situacions no previstes, que ens inviten d'una manera indefugible al neologisme, o a estructures sintàctiques, o a recursos lèxics que puguin solucionar la necessitat que se'ns ha plantejat en aquell punt. Però, per a fer això, hem de tenir uns bons interlocutors. Jo he tingut la sort de tenir-ne alguns. No podria dir res del que he dit, no hauria pogut fer el futbol en català l'any 1976, si no hagués tingut un interlocutor excel·lent, en Jordi Mir. Ell és la persona que m'ha acostat a la llengua, que m'ha ensenyat a estimar la llengua, i que m'ha fet prendre consciència de la llengua com a instrument professional, com per a un músic pot ser un instrument el piano, o pot ser un conjunt harmònic —un univers amb les seves relacions, les seves gramàtiques, els seus vocabularis, les seves notes— la partitura. I, per a mi, aquest és un equivalent vàlid; si les persones que treballem a la ràdio i a la televisió som capaces d'arribar a estimar la llengua, d'arribar a interpretar la llengua com un instrument, tindrem amb tota seguretat la capacitat de connectar amb el nostre oient, d'incidir i de configurar en ell un llenguatge referencial més ric i, a més a més, tindrem segur l'encert de poder fer-ho sense haver d'ultrapassar sovint els límits que ens marqui la norma. És clar que, per a això, fa falta que hi hagi alguna comunicació entre tots nosaltres, i amb aquest objectiu m'he permès parlar aquesta estona a manera de contribució personal per a aquest fi.