

# EL CATALÀ, EINA DE FEINA

per Gabriel PLANELLA

Cap del Servei de Normalització Lingüística de la Generalitat de Catalunya

---

«La llengua pròpia de Catalunya, és el català», assenyala l'article 3 de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya. I afegeix «l'idioma català és l'oficial de Catalunya, així com també ho és el castellà, oficial a tot l'Estat espanyol».

Quatre anys després de l'aprovació de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya (1979), el Parlament de Catalunya va aprovar per unanimitat la Llei de normalització lingüística (1983), la qual es proposava com a eixos principals: emparar i fomentar l'ús del català per a tots els ciutadans; donar efectivitat de l'ús oficial del català; normalitzar-ne l'ús en tots els mitjans de comunicació social; i, no pas en darrer lloc, assegurar-ne l'extensió del coneixement. De tots aquests eixos, la llei desenvolupa de manera especial els aspectes referents a l'ús oficial i a l'ensenyament.

Tanmateix, en l'àmbit i concretament en l'espai socio-econòmic, va iniciar-se un desplegament a posteriori de la llei esmentada, a través de disposicions que han afectat qüestions concretes. Les que se centren en l'etiquetatge de productes comercials, en rètols de seguretat, o en toponímia, en són exemples.

Paral·lelament al desplegament que va iniciar-se i que continuarà sense cap mena de dubte durant els propers anys —el projecte d'Estatut del Consumidor que ja va entrar en el Parlament de Catalunya ara fa alguns mesos i d'altres disposicions que em consta que es preparen, així ho corroboren—, diferents departaments amb competències en aquest camp han anat realitzant actuacions d'impuls a l'ús del català, darrerament.

Aquestes actuacions, paral·leles al desplegament legal a què em referia, són paradigma de la manera com s'impulsa l'extensió de l'ús del català

en tots els sectors i àmbits, i sense cap mena de dubte distingeixen la política lingüística catalana de la d'altres països en situació de multilingüisme: la del Quebec, per exemple, que es basa fonamentalment en la promulgació i aplicació de disposicions i preceptes; o la de Flandes, que presenta també aquesta mateixa característica.

La campanya «El català, eina de feina», doncs, és una intervenció en la línia esmentada, és a dir, és una actuació que corre paral·lela a l'aplicació i aprofundiment del que descriu tot seguit.

A l'abril de 1989, Comissions Obreres es va dirigir formalment al Consell de Treball —Consell format per representants del Departament de Treball i de les organitzacions empresarials i sindicals principals— per sol·licitar al departament esmentat que impulsés, amb la col·laboració del de Cultura, un pla per a la normalització del català en les relacions laborals, atesa la situació deficitària en què tothom coincidia que es trobava la llengua pròpia de Catalunya. La petició fou acceptada i va crear-se una Comissió de treball per facilitar la col·laboració dels interlocutors socials amb la finalitat de dur a terme el seguiment de les activitats de normalització lingüística que s'organitzessin. Formen part de la Comissió, creada per una Ordre del Departament de Treball de 7 de juliol de 1989, a més dels representants d'aquest departament i del de Cultura, els sindicats Unió General de Treballadors de Catalunya i Comissió Obrera i Nacional de Catalunya, Foment del Treball Nacional i PIMEC.

Doncs bé, mentre es preparava el «Pla per a la normalització lingüística en l'àmbit laboral» des de la Comissió, va sorgir la necessitat de dissenyar i d'organitzar la campanya del cas.

En començar-se a concretar l'execució de la campanya es va veure la necessitat de coordinar-la amb les actuacions que ja venia duent a terme el Departament de Comerç, Consum i Turisme en els seus sectors específics per a incrementar-hi l'ús del català com a llengua vehicular.

A més, atès que el Departament d'Indústria i Energia tenia competències i possibilitats de completar les actuacions dels altres departaments en el món del treball, també es va implicar en el projecte.

En el marc d'una Comissió formada pels quatre departaments i coordinada per la Direcció General de Política Lingüística, s'ha bastit la campanya que ara ressenyo i que consta de dues fases: un front publicitari o de sensibilització, i un programa d'actuacions posteriors sobre el terreny, a càrrec de cada un dels departaments implicats, i que compta amb la participació directa de les organitzacions empresarials i comercials, dels sindicats i de les organitzacions de consumidors.

El front publicitari s'ha centrat en la idea bàsica que el català ha d'es-

devenir una eina de feina en els tres àmbits presents en el món del treball: les relacions laborals, l'organització interna de l'empresa, i les relacions exteriors, ja siguin les empreses petites, mitjanes o grans.

Aquesta fase publicitària de la campanya, el pla de mitjans de la qual va durar tot el mes d'octubre de l'any passat, s'ha projectat mitjançant 4 anuncis diferents —un de general, i un de particular per a cada un dels àmbits esmentats— en tots els diaris d'àmbit nacional i comarcal —en total 120 publicacions, 2 espots també diferents a les cadenes de televisió de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió; i una falca a totes les emissores de ràdio públiques i privades de Catalunya. La publicitat exterior ha passat per 250 tanques publicitàries a tot el país, especialment en les estacions del Metro i dels Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya.

Podrèiem resumir els eslògans utilitzats en el front publicitari, i doncs la filosofia, amb la premissa següent: el català és eina de feina en les relacions laborals, en l'organització interna de l'empresa i en la projecció exterior; i això ha de ser així per prestigi i per servei.

També dins d'aquesta primera fase de la campanya, s'ha editat un fullet que permet d'oferir la màxima informació, detallada i argumentada, sobre el contingut de la campanya, i es publicarà un llibret —en aquests moments en vies de realització— sobre el marc legal de la llengua catalana i els serveis que s'ofereixen des de l'administració per ajudar les organitzacions del sector a catalanitzar-se. Aquest llibret du el nom d'*Orientacions II*, i fonamentalment vol cridar l'atenció dels responsables de les empreses sobre la importància de la llengua en l'organització interna i en les relacions externes, tot convidant-los a establir programes de normalització lingüística propis que s'adeqüin a la realitat lingüística de Catalunya, o dit d'una altra manera, se'ls recorda l'interès a organitzar-se per respectar els drets lingüístics dels que hi treballen i dels ciutadans que s'hi relacionen.

A més d'*Orientacions II*, també s'està preparant un recull de les normes que regulen i estableixen la forma i l'ús dels topònims catalans, *Denominació oficial de les unitats de població de Catalunya*. La finalitat és clara: divulgar entre les empreses els textos legals que fixen i protegeixen la denominació autèntica i que obliguen, en definitiva, el seu ús oficial, en primer lloc, i evitar errors i usos incorrectes dels topònims, en segon lloc.

I, encara, en aquests moments s'està enllestit per part del Centre de Normalització Lingüística de Girona i dels serveis territorials d'aquestes comarques un recull amb els documents més habituals d'ús en les gestories, aquestes empreses de serveis que són sempre presents en les relacions

entre el sector públic i el privat, o simplement entre els ciutadans, en general, amb organitzacions públiques i privades en particular.

La segona fase de la campanya ha començat immediatament un cop s'ha acabat el pla de mitjans del front publicitari, és a dir, el mes de novembre de l'any passat. Cada departament du a terme un seguit d'actuacions, que compten ja ara amb la col·laboració i el suport de les organitzacions empresarials, sindicals i organitzacions de consumidors.

Concretament, el Departament de Treball, dins del desplegament del «Programa per a la normalització lingüística en l'àmbit laboral», ha enllestit un dossier amb els models de documents més corrents en el sector —convenis col·lectius, contractes, fulls de salaris.

El Departament de Cultura, amb la col·laboració del Consorci per a la Normalització Lingüística i de les xarxes de serveis lingüístics a ajuntaments, a consells comarcals i en 14 organitzacions empresarials i sindicals, ofereix directament als comerços i a les empreses, serveis —cursos de català, auditories lingüístiques i assessorament lingüístic— i instruments —vocabularis, formularis, i els llibrets *Orientacions II* i sobre el marc legal de la toponímia...— per a facilitar-los la implementació del català com a llengua vehicular.

El Departament de Comerç, Consum i Turisme ha intensificat la difusió de les noves convocatòries d'ajut a establiments per a la retolació exterior, i ha editat i distribuït una nova versió del lèxic de bars i restaurants en els establiments del sector, a més d'oferir-los serveis de traducció i revisió lingüística de les cartes i dels menús. En l'àmbit del comerç també s'ha potenciat l'ús del català a tots els establiments comercials catalans mitjançant la campanya recentment encetada «El comerç, avança», un dels eixos bàsics de la qual és la normalització lingüística.

El Departament d'Indústria i Energia ha dut a terme també diverses activitats en els camps de la seva competència, especialment el de la informàtica —el dia 3 de juny d'enguany, ha estat publicat un decret al DOGC per impulsar la catalanització de les empreses, la qual es facilita a partir d'incentius econòmics.

Paral·lelament a la campanya, l'Institut de Sociolingüística Catalana ha iniciat un estudi sobre l'exigència del català en les demandes de treball, punt clau per assegurar que l'empresa es pugui organitzar lingüísticament, i un altre sobre l'ús del català en empreses instal·lades a Catalunya amb una facturació superior als 1.000 milions de pessetes, encarregat a ICOPSA.

En el primer cas, s'ha quantificat l'exigència del coneixement de la llengua catalana en les demandes de treball dels diaris de més difusió de Barcelona.

Més que no pas les dades amb detall, crec que és més susceptible d'interès reproduir algunes hipòtesis de les autores de l'anàlisi —Judith i M. Goretti Freixa són les autores d'aquest recull de dades.

Les hipòtesis sobre l'actitud de les empreses que recull el treball són les següents: «per accedir a un lloc de treball, el coneixement de la llengua catalana no és imprescindible en la majoria dels casos»; «només el castellà, i no pas castellà i català, és la llengua que se suposa coneguda per tothom»; «per accedir a un lloc de treball, el coneixement de l'anglès s'exigeix en un percentatge molt superior al del català, el francès s'exigeix també en un percentatge superior mentre que les altres llengües —alemany inclòs— s'exigeixen en un percentatge igual o inferior».

No cal dir que el moment de la incorporació a la feina representa un punt clau pel que fa a assegurar l'estatus i l'ús del català en l'estructura funcional de l'empresa, sempre que els professionals potencials disposin de competència lingüística. Com que això ja és així en una part important de la població, gràcies a la recent escolarització en català i a l'extensió de coneixements entre els adults, des de la Direcció General de Política Lingüística s'està preparant una intervenció en l'àmbit de les empreses de selecció de personal i dels directius de recursos humans de les grans empreses per incrementar l'exigència dels coneixements de català en la borsa general del treball.

Quant a l'estudi d'ICOPSA, convé destacar que s'hi ha assajat de bastir un índex sobre l'ús del català a les empreses per determinar en quins tipus d'empreses la normalització lingüística ja comença de ser un fet i, en canvi, en quins altres hi ha més resistències.

La campanya, la primera de caràcter interdepartamental, no ha estat fins ara ni és encara només una crida a la sensibilitat sobre l'ús del català, doncs, sinó que du a terme actuacions que en garanteixin un increment tangible en el món laboral. Ara que la circulació de béns i de persones a Europa augmentarà notablement, convé més que mai assegurar que el català hi sigui una llengua present, per prestigi i per servei, tal com recull l'eslògan principal.

Aquest impuls que, com deia, s'ha donat especialment des dels departaments de Treball i de Cultura, conjuntament amb totes les organitzacions sindicals i empresarials, ha tingut lloc en el marc de l'extensió de l'ús social del català, és a dir, de l'estratègia per assegurar que a Catalunya tothom pugui viure en català, que vol dir alhora que tothom a Catalunya pugui treballar-hi, consumir-hi, distreure-s'hi en el lleure, relacionar-s'hi i, en definitiva, utilitzar-lo en tots els actes de la vida diària.

L'extensió de l'ús del català en aquest sector s'està realitzant, en aquests

moments i principalment, des d'una plataforma concreta i mitjançant dos instruments: la Comissió de Normalització Lingüística del Consell de Treball, i la xarxa de serveis lingüístics i l'oferta de cursos de català per a adults a organitzacions empresarials i sindicals, respectivament. Tant les organitzacions empresarials com els sindicats, no cal dir-ho, són presents activament tant en la plataforma esmentada com també en els serveis lingüístics i en molts cursos de català, la responsabilitat de l'organització dels quals és compartida amb ells des d'aquesta Direcció General.

Finalment, doncs, aquest procés de normalització lingüística ha començat. I espero que continuarà desenvolupant-se a partir del treball conjunt de sindicats, patronals i administració, per atènyer que els treballadors i professionals puguin exercir les seves activitats en català, d'una banda, i, sense oblidar que la llengua pròpia de Catalunya esdevingui, per part de les empreses, llengua habitual en l'atenció al públic i en les relacions amb els clients i usuaris, tot plegat al més aviat possible.

D'aquesta manera, la llengua catalana acabarà de disposar de la vitalitat social que encara li falta en el món socio-econòmic per aconseguir consolidar-se com a senyal de la nostra identitat nacional i com a valor de cohesió de tots els grups socials que conviuen a Catalunya, mentre tot-hom té posat l'esguard en Europa.