

EL TURISME I LA PROJECCIÓ EXTERIOR DE LA LLENGUA CATALANA

Joan MELIÀ

Professor del Departament de Filologia Catalana i Lingüística General.
Universitat de les Illes Balears

The abstract can be found at the end of the article.
Resumen al final del artículo.

Sumari

- | | |
|---|---|
| 1. Mobilitat i comunitats lingüístiques | 5.1. El paisatge lingüístic general |
| 2. Necessitat del coneixement exterior | 5.2. Els hotels com a difusors de la realitat lingüística |
| 3. Les actuacions exteriors de projecció exterior de la llengua catalana | 5.3. Materials i propostes adreçats als turistes |
| 4. Actuacions interiors per a la projecció exterior de la llengua catalana | 6. Conclusions |
| 5. El turisme com a instrument de projecció exterior de la llengua catalana | 7. Referències bibliogràfiques |

Les Illes Balears són conegudes arreu del món gràcies al turisme. Però la imatge que se'n té sovint és una mica superficial. Més enllà de les Balears de les postals, hi ha una realitat que sovint passa per alt als visitants. Per això, si sou dels que no es conformen amb els tòpics, us convidam a redescobrir les Balears: la gent, la història, la cultura... I us oferim la clau per fer aquesta descoberta: el català, la llengua de les Illes.

D'aquesta manera comença la presentació de l'opuscle plurilingüe *Benvinguts a les Illes Balears*, editat l'any 2002 pel Govern balear. Aquest material, que conté informacions molt bàsiques sobre el català i alguns exemples de frases habituals, respon a la idea que la difusió entre els turistes de coneixements sobre la llengua catalana, a més de ser un possible tema d'interès o de curiositat per una part d'ells, pot esdevenir una eina útil per a la projecció exterior de la nostra comunitat lingüística.

El baix nivell de presència de català que, en general, podem observar en el sector turístic és degut a raons diverses, entre les quals podem es-

mentar, com assenyalen J. A. Casanovas i M. Pedreño fent referència als hotels de Catalunya (Casanovas, 2003), la procedència dels clients i d'una part considerable del personal que hi treballa i la dependència de cadenes i propietats no autòctones i de gestions globals externes.

Les accions de normalització lingüística (NL) en les àrees de l'activitat turística han estat, en general, escasses; sens dubte les urgències en altres sectors i les dificultats d'incidència en aquest camp en deuen explicar l'escassetat. Així i tot, sembla que, contràriament, hauria de ser un sector al qual caldria dedicar especial interès, no sols per la significació que té en l'activitat laboral i econòmica de bona part del territori, sinó perquè, a més dels efectes propis de les actuacions en la NL d'un àmbit de la societat, s'han de valorar els que s'aconsegueixen des de la perspectiva de la projecció exterior de la cultura i la llengua catalanes.

En aquest article pretenem exposar alguns dels avantatges que suposa, en aquest sentit, aprofitar l'activitat turística i proposar línies d'actuació i accions concretes, algunes de les quals ja han estat experimentades. Bona part del que es diu és aplicable a qualsevol punt turístic dels Països Catalans; però, no obstant això, no podríem amagar que l'article és redactat des de la perspectiva de les Illes Balears.

Potser la necessitat d'intervenir en el camp del turisme té poca *penetració* social; en molts d'aspectes, la dinàmica del turisme pot semblar aliena a la NL, que n'està al marge. És una greu equivocació, sobretot quan la seva incidència arriba a les dimensions que té als Països Catalans. Per això, les institucions han de fer possible que l'activitat turística no en quedi al marge o que no esdevengui un obstacle al procés de NL.

1. MOBILITAT I COMUNITATS LINGÜÍSTIQUES

Des de la segona meitat del segle xx, el fort increment de la mobilitat (humana, de productes materials i culturals i d'informació) ha provocat que les fronteres entre les comunitats lingüístiques hagin esdevingut més permeables i que en la quotidianitat de la majoria dels seus membres sigui freqüent el contacte, més o menys intens, amb dues o més llengües.

Paral·lelament, la presència de factors externs a una comunitat que incideixen de manera constant sobre la seva vitalitat lingüística és de cada dia més intensa. Per això, el manteniment de les comunitats lingüístiques també dependrà, cada vegada més, de la presència i la representació que tinguin fora dels seus límits territorials històrics.

Els governs de les *grans* llengües esmercen esforços considerables a ga-

rantir-ne la presència i l'expansió exteriors. N'és una prova, entre moltes altres, l'impuls que donen a antics organismes destinats a la difusió de determinades llengües fora de les seves fronteres o a la creació d'altres de similars.¹

En el cas de llengües amb un pes demogràfic menor, l'interès per la presència exterior obeeix a raons bàsiques menys ambicioses. La seva vulnerabilitat és clarament superior, no sols pel que fa a la presència internacional, sinó també amb relació a la vitalitat interna, sobretot si la comunitat lingüística ha patit, o pateix, un procés de minorització i ha d'afrontar, a més dels problemes que provoca la nova situació internacional, problemes interns heretats d'etapes anteriors o causats per condicions diverses de subordinació que encara perduren.

2. NECESSITAT DEL CONEIXEMENT EXTERIOR

En un context de globalització de les relacions humanes com l'actual, és perjudicial, pel que fa a les possibilitats de continuïtat d'una comunitat lingüística, que no sigui pràcticament coneguda fora del seu domini territorial. El reconeixement internacional d'una realitat lingüística i cultural diferenciada és positiu per diversos motius i, alhora, necessari per al seu manteniment (sobretot en els casos de realitats minoritzades o que no són identificades com a pròpies d'un estat determinat): *a)* En primer lloc, l'actitud de les persones que hi arriben de fora (turistes, immigrants, estudiants i residents temporals, empresaris...) si tenen coneixements previs de l'existència d'aquesta realitat presenten, en general, una actitud més respectuosa i menys obstaculitzadora per al desenvolupament normal que els qui hi arriben amb una imatge que no es correspon amb la realitat, ja que aquests tendiran a fer costat a tot el que refermi la imatge que se n'havien fet i, en el cas de societats en conflicte lingüístic, a posar-se al costat de la llengua expansiva;² *b)* l'acceptació i adaptació a aquesta realitat en organitzacions multinacionals és més fàcil i més inexcusable; *c)* les possibilitats que els productes culturals i lingüístics tinguin acollida en el mercat exterior són més elevades; *d)* les possibilitats d'èxit de les actuacions de difusió

1. Entre els primers podem esmentar l'Alliance Française (<http://www.alliancefr.org/>), creada el 1883; el British Council (<http://www.britishcouncil.org/>), 1930; o el Goethe Institut (<http://www.goethe.de/>), 1951. Entre els segons, l'Institut Cervantes (<http://www.cervantes.es/>), 1991, i l'Institut Camões (<http://www.instituto-camoes.pt/>), 1992.

2. Això passava, per exemple, al Canadà abans que es prenguessin mesures específiques per afavorir un major lligam entre la llengua francesa i els immigrants.

a l'exterior són majors (traduccions, lectorats, oferta de cursos de llengua, presència en treballs de recerca lingüística...), i e) l'autoestima i la seguretat dels membres de la comunitat es veuen reforçades pel coneixement i respecte aliens i, per tant, la seva solidesa com a collectivitat, etc.

Actualment el coneixement exterior de la realitat lingüística catalana, sens dubte, és superior al d'etapes anteriors, però encara és molt feble (i més encara amb relació als límits territorials d'aquesta realitat). Una prova n'és el fet que una bona part d'immigrants no saben de l'existència del català fins després d'haver arribat al nostre territori (en alguns indrets, fins després de dur-hi setmanes o mesos de residència i, en alguns casos, fins que no han d'escolaritzar els fills).

3. LES ACTUACIONS EXTERIORS DE PROJECCIÓ EXTERIOR DE LA LLENGUA CATALANA

Tot i que mai ha deixat d'haver-hi, de manera més o menys testimonial, factors de difusió de la realitat lingüística catalana fora de les nostres fronteres (activitats acadèmiques, de collectius d'exiliats i emigrants catalans, testimonis de catalanitat de personatges insignes...),³ des de la recuperació de les llibertats democràtiques, aquesta presència s'ha intensificat gràcies a l'impuls de les institucions pròpies, principalment des de la Generalitat de Catalunya.⁴

Són diverses les actuacions fetes, des de les institucions, amb aquest objectiu: un centenar de lectorats a universitats d'arreu del món (principalment promoguts per la Generalitat de Catalunya, però també, en alguns casos, pels governs d'Andorra, la Generalitat Valenciana i les Illes Balears)⁵ i les proves per a l'obtenció del certificat internacional de coneixements de llengua catalana; l'impuls a obres per a l'ensenyament de català a estrangers; el suport a les societats de catalanística d'arreu del món; la presència regular de la llengua catalana en les principals fires europees de llengües, de producció editorial i discogràfica, de vegades amb participació conjunta de les administracions de Catalunya i les Illes Balears; l'impuls a les traduccions d'obres catalanes a altres llengües; el suport a les actuacions dels casals catalans i de les cases balears a favor de la difusió del coneixement de

3. Veg. A. MANENT, 1976, J. MASSOT (coord.), 1982 i A. BOVER I FONT, 1992 i 1993.

4. Veg. DGPL (C), 2000-2004; DGPL (IB), 2001-2003; L. JOU i J. MELIÀ, 2002; E. PONS i F. X. VILA, 2005.

5. Veg. <<http://www.llull.com/llull/estatic/cat/quisom/lectorats-llista.shtm>>.

la llengua catalana; la reivindicació davant institucions europees del reconeixement oficial del català.⁶ També convé tenir en compte que la presència a Internet i l'ús dels satèl·lits per a les emissions de televisió, són una via d'accés a la projecció exterior. A banda de les institucions també cal tenir en compte l'existència de diverses organitzacions no governamentals que promouen el català més enllà de les fronteres⁷ o l'aportació que hi fan els artistes catalans.⁸

En comunitats de dimensions demogràfiques mitjanes o petites, l'impacte de les actuacions per afavorir la presència de la seva llengua a l'exterior és menor que el que tenen les llengües més extenses i que actuen, en determinats casos, d'interllengües. Per això, és important que, en el cas del català, aquesta projecció no es faci de manera fraccionada entre les diverses institucions dels territoris que ocupa, perquè, a més de la pèrdua de capacitat d'impacte, reforça imatges distorsionades de la realitat que en redueixen els efectes positius. En aquest sentit, s'ha de valorar la iniciativa dels governs de la Generalitat de Catalunya i de les Illes Balears de crear l'Institut Ramon Llull (<http://www.llull.com>), que, des de l'any de la seva creació (2002) fins al moment en què se'n separà el Govern de les Illes Balears (2004), va servir perquè els dos governs actuassin conjuntament en la difusió de la llengua catalana a l'exterior en molts dels aspectes esmentats abans. Malauradament, tot i haver nascut amb el suport unànim dels parlaments de Catalunya i de les Illes Balears i del Congrés de Diputats, les errades dels nous responsables polítics o la poca voluntat de donar continuïtat a aquesta via de col·laboració va provocar que el Govern balear l'abandonàs.

4. ACTUACIONS INTERIORS PER A LA PROJECCIÓ EXTERIOR DE LA LLENGUA CATALANA

A més d'aprofitar les possibilitats de ser present a l'exterior per difondre la nostra realitat lingüística i cultural, tot i les limitacions derivades de les dimensions, la comunitat lingüística catalana té al seu favor la possibili-

6. Veg. L. JOU i J. MELIÀ, 2002; DGPL (C), 2000-2004; DGPL (IB), 2001-2003; J. MELIÀ, 2004, i <<http://www.llull.com>>.

7. Per exemple, l'Associació Internacional de Llengua i Literatura Catalanes, l'Anglo-Catalan Society, la North-American-Catalan Society, la Deutsch-Katalanische Gesellschaft, etc.

8. La recent consecució del domini .cat és un bona notícia en aquest sentit. Sens dubte, serà un bon instrument per a la difusió de la nostra existència com a comunitat lingüística.

tat de fer projecció exterior sense haver-se de desplaçar fora. Ens referim a l'aprofitament del cabal de persones de fora que anualment passen pel nostre territori: turistes, immigrants, estudiants, participants a congressos i reunions internacionals, etc.

D'una banda, un nombre important de persones de fora visiten algun punt dels Països Catalans amb la finalitat d'assistir a congressos, fires i reunions internacionals, de fer un erasmus, etc. En un context d'acollida adequat (materials de suport, presència ambiental del català...), es podrien asabentar fàcilment de quina és la realitat lingüística de l'indret que visiten.

De la mateixa manera, i probablement amb un abast qualitatiu superior, la població immigrant —independentment del caràcter permanent o transitori de la seva estada als Països Catalans— si se'ls proveeix d'informació bàsica sobre la nostra realitat lingüística, a més de la necessitat de fer-ho per afavorir-los la integració, esdevenen factors de difusió exterior de la nostra realitat. Segons dades de l'INE⁹ als Països Catalans (padró del 2005), hi resideixen més d'un milió i mig d'estrangers (1.523.486; Catalunya, 795.767; País Valencià, 572.853; Illes Balears, 154.866). A part dels efectes que la informació pot tenir sobre ells mateixos, d'alguna manera actuen de difusors indirectes al seu lloc d'origen; ho mostra que una bona part dels immigrants que en arribar als Països Catalans saben que s'hi parla català, ho saben gràcies a informacions de familiars o coneguts seus que ja hi residien. En aquest grup, hi comptam també els estrangers que hi viuen per qüestions de tipus residencial i no sols els qui ho fan per motius laborals.¹⁰

5. EL TURISME COM A INSTRUMENT DE PROJECCIÓ EXTERIOR DE LA LLENGUA CATALANA

Segons dades de l'INE,¹¹ l'any 2003 els Països Catalans reberen més de 26 milions de turistes (26.388.799; Catalunya, 11.816.977; Illes Balears, 9.608.376; País Valencià, 4.963.446).¹² En una situació de normalitat lin-

9. <<http://www.ine.es/>>. Consulta feta el 09/08/05.

10. Amb relació a Mallorca, vg. J. MIRALLES, 2004.

11. <<http://www.ine.es/>>. Consulta feta el 09/08/05.

12. Per adonar-nos de la incidència que el turisme té en l'equilibri lingüístic, pot servir-nos saber que simultàniament, cada dia al llarg de juliol i agost (i no difereix gaire del que passa durant els mesos de juny i setembre), hi ha més de 626.000 turistes a les Illes Balears, la qual cosa suposa més del 50% de la població total (font: elaboració pròpia a partir de la Conselleria de Turisme, 2005).

güística, bona part dels turistes que procedeixen de fora de l'àrea lingüística, durant la seva estada, percebrien que el territori visitat té com a llengua pròpia el català. Però en el nostre cas deuen ser molts els qui se'n tornen sense adonar-se que existeix; encara que, segons la zona on han passat les vacances, hi deu haver sensibles diferències. A més de l'efecte directe sobre els turistes, el seu accés a aquest coneixement també en tendria sobre altres persones en esdevenir-ne, una part dels primers, difusors en el seu entorn d'origen. Per tant, encara que el que exposam sols afectàs una part reduïda del contingent turístic, quina acció de projecció exterior pot arribar a tenir, anualment, aquest abast? És una oportunitat tuda no aprofitar el turisme com a via per assolir objectius propis de la projecció exterior i fer-nos conèixer com a comunitat lingüística. Contràriament, però, el turisme ha estat sovint una excusa per frenar determinades mesures de NL.

Per reconduir en positiu la incidència del turisme, fan falta actuacions diverses; unes que impliquen despesa, en recursos humans i materials, i unes altres que suposen simplement modificació de determinats usos i comportaments, i reorganització d'alguns aspectes de l'entorn lingüístic.

Bàsicament ens centrarem en tres aspectes: el paisatge lingüístic general, els hotels i els productes específics per a la difusió de la realitat lingüística entre els turistes. Així mateix, podem distingir les actuacions en què els turistes no en són destinataris principals d'aquelles en què ho són gairebé en exclusiva. No entrarem, però, en l'àmbit del que podríem anomenar usos interns (documentació laboral, comunicació i reunions internes...).

5.1. *El paisatge lingüístic general*

Una de les primeres condicions perquè des de l'exterior es percebi l'existència d'una comunitat lingüística és que sigui visible als al·lòctons. El primer contacte amb la llengua del país visitat, si prèviament no en coneixien l'existència, és la retolació i la publicitat exteriors, els avisos de megafonia en llocs públics, els usos lingüístics que no els tenen a ells com a destinataris...; és el que podríem anomenar *paisatge lingüístic*. En el nostre cas, tot i que presenta variacions segons el territori, la llengua preminent en el paisatge lingüístic no és el català. Sovint, sobretot en els àmbits que tenen com a principals destinataris els turistes, n'és quasi completament absent per aquesta voluntat de *protegir-los* del contacte amb el català (per adonar-se'n basta fer un recorregut per qualsevol zona turística, especialment a les Illes Balears i al País Valencià). Difícilment, per tant, en aquestes condi-

cions el turistes poden assabentar-se de la realitat lingüística del territori que visiten.

La modificació del paisatge per afavorir el contacte —visual si més no— dels turistes amb el català no suposa prescindir de les altres llengües, sinó fer que, com a llengua pròpia, sigui present en tots els àmbits, també els destinats als turistes, no sols perquè entre els qui s'hi mouen hi ha autòctons (com a turistes o com a treballadors) o pel missatge de complexitat de la seva llengua que es fa arribar als membres de la comunitat, sinó també per la funció informativa a què hem anat fent referència.

Aquest ús general del català dins la nostra comunitat s'hauria de concretar en dos tipus de presència: exclusiva i prioritària.

L'exclusivitat d'ús en determinats àmbits i funcions es justifica perquè és necessària per garantir la continuïtat de qualsevol llengua i perquè és un estímul eficaç de la integració i un indicador de la importància que té per a la identitat de qualsevol societat. Aquesta exclusivitat, gairebé general en les comunitats que no han patit cap procés recent de minorització, pot haver-se d'aplicar de manera gradual i progressiva en les societats que estan en un procés de NL. Els recursos de senyalística internacional faciliten un elevat ús exclusiu de la llengua pròpia, fins i tot en aquells indrets amb alta proporció de població al·lòctona, com serien els turístics.

En els casos en què hagi de compartir presència amb altres llengües, la qual cosa és lògica en les societats actuals (i especialment en àmbits com el turístic), hi ha d'ocupar una posició prioritària (des del punt de vista visual —en el cas dels textos escrits, de la retolació, etc.— o des del punt de vista d'ordre de prelación —en el cas dels textos orals, en els avisos a través de megafonia i en els usos per defecte, per exemple). Aquesta prioritat, a més de reforçar la seguretat lingüística als catalanoparlants, fa fàcil identificar la seva presència com a llengua territorial.

D'alguna manera es tracta d'aplicar al camp lingüístic el principi de *subsidiarietat*, la qual cosa podríem expressar dient que tot allò que pugui fer la llengua territorial no ho ha de fer una altra llengua més global.¹³

Exemplifiquem-ho en alguns casos concrets.

a) Un primer contacte: l'aeroport

La normalització de l'ús del català en els aeroports dels Països Catalans, a més de necessària per garantir els drets dels catalanoparlants, també

13. Veg. BASTARDAS (2005, p. 23-24).

és important per a la difusió exterior. Hi té contacte bona part de la població allòctona que visita els territoris de parla catalana (especialment a les Illes Balears).¹⁴ A l'aeroport, moltes indicacions, acompanyades de les corresponents icones internacionals, són suficients en català: «arribades», «sortides», «recollida d'equipatges»... Actualment, el castellà és la llengua prioritzada en els principals aeroports de l'àmbit lingüístic;¹⁵ el català, quan hi apareix, té, normalment, una presència secundària, més pròxima a la de les llengües estrangeres.¹⁶

Això mateix passa en els usos a través dels sistemes de megafonia. Quan es donen avisos en català, cosa que no ocorre sempre i que varia segons l'aeroport, en comptes de ser el primer missatge, sovint és el darrer, després del castellà i de l'anglès.

Així les coses, difícilment els visitants identificaran que la llengua pròpia del territori no és el castellà i de poc serveix aquesta presència secundària del català perquè els autòctons incrementin la consideració positiva cap a la seva llengua. Els aeroports, àrees institucionals, esdevenen, per aquestes i altres raons, entorns de minorització del català.

Als aeroports (i a altres portes d'entrada a l'àrea lingüística), un ús del català coherent amb el seu caràcter de llengua pròpia (d'acord amb el principi de subsidiarietat a què ens referíem), seria un eficaç factor de difusió de la nostra realitat lingüística.

b) El comerç, la restauració i l'oferta lúdica

En els àmbits institucionals, com l'aeroport i les retolacions viàries, hi podem trobar, encara que sovint de manera inadequada, la presència del català. Si ens traslladam, però, a entorns relacionats específicament amb el

14. Dels 11.486.683 turistes que l'any 2004 arribaren a les Illes Balears, 10.898.019 ho feren per via aèria (Conselleria de Turisme, 2005).

15. A tots els aeroports, en els rètols multilingües, el castellà apareix com a darrera llengua, de dalt a baix —més pròxima, per tant, als ulls dels usuaris—, de color diferent i cos de lletra més grossa que la resta de llengües. En general, és la llengua perceptible a més distància.

16. I no en tots els aeroports de l'àrea lingüística té la mateixa presència. Vegem-ne dos exemples. A l'aeroport de Barcelona, en els rètols plurilingües, el català sols estar en primer lloc amb un cos de lletra semblant al del castellà i amb el mateix color que l'anglès; per tant es diferencia en part de la llengua estrangera. Al de Palma, en canvi, tot i aparèixer la primera, té el mateix cos i color que l'anglès i l'alemany i no hi ha cap element que la'n diferenciï, tret de la posició, que només actua d'element diacrític per als qui ja saben que és la llengua pròpia.

turisme i vinculats a l'empresa privada (hotels, restaurants, àrees de lleure, establiments comercials de zones turístiques...), aquesta presència es perd totalment, o, en els millors casos, esdevé merament simbòlica. No pot sorprendre, per tant, que la major part de turistes se'n tornin, després d'estar en algun indret de parla catalana, sense adonar-se'n.

Les formes *servils* en la relació amb els turistes per part dels qui controlen aquest sector assoleix cotes tan elevades que en algunes zones, fins i tot, deixa de ser visible l'altra llengua oficial, el castellà (cosa que no es pot atribuir a inèrcies de la minorització).

A les Illes Balears, després d'una campanya de foment de l'ús del català en les relacions comercials¹⁷ (ajuts al canvi de retolació, distribució de materials, oferta de formació lingüística als empleats, convenis amb grans superfícies, accions en mercats municipals...), l'any 2001, aprofitant la redacció d'una nova llei de comerç,¹⁸ s'hi varen recollir obligacions dels establiments amb relació als drets lingüístics dels ciutadans (art. 8), com ara l'obligació de l'ús del català en la retolació i d'atenció als clients que s'hi expressin en qualsevol de les llengües oficials i la disponibilitat d'atenció en català quan els establiments tenen més de tres empleats. Aquesta norma està en vigor però, malauradament, el govern actual sembla ignorar-la, no tant pel que fa a l'absència de sancions en els nombrosos casos d'incompliment, sinó sobretot per la manca d'actuacions per informar sobre l'existència de la llei i incentivar l'adopció de mesures per facilitar-ne el compliment. A Catalunya, les obligacions lingüístiques relatives a l'àmbit comercial són a la Llei de política lingüística (1998) al capítol V (L'activitat socioeconòmica)¹⁹ i han estat sovintejades les actuacions en aquest àmbit i les anàlisis que se n'han fet.²⁰

Sembla que, amb la mateixa base, seria molt convenient fer extensiva, en el cas de les Balears, una normativa i, en general, un programa d'actuacions semblant al sector de l'hostaleria (bars, restaurants, hotels, pensions...), amb els terminis, la preparació prèvia, l'assessorament i els ajuts institucionals pertinents. De fet, l'activitat hotelera és subjecta a normatives de disseny, sanitat, indústria, prevenció d'incendis, defensa del consu-

17. «El comerç obert a la nostra llengua». Veg. DGPL (IB), 2000-2003.

18. Llei 11/2001 de 15 de juny, d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears (BOIB núm. 077, de 28/06/2001).

19. Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística. <<http://www6.gencat.net/llengcat/legis/leipl.htm>>.

20. Veg. la bibliografia selectiva que n'ha elaborat el Centre de Documentació en Sociolingüística: «La llengua catalana al món socioeconòmic (1990-2005)», <<http://www6.gencat.net/llengcat/cds/select.htm>>.

midor..., però no s'ha regulat directament des del punt de vista dels drets lingüístics, la qual cosa seria necessària, no sols per donar cobertura als drets lingüístics reconeguts als estatuts, sinó també per ajudar a la projecció d'una imatge adequada de la nostra realitat lingüística. En el cas de les Illes Balears, actuacions de foment de l'ús del català en l'àmbit de la restauració i, com dèiem abans, del comerç ja se n'han fet a càrrec del govern, dels consells insulars o d'alguns ajuntaments estretament relacionats amb el turisme, però en general han estat esporàdiques i poc intenses.²¹

Museus, discoteques, parcs aquàtics... són una part del considerable nombre d'establiments i llocs que sovint són visitats, de manera més o menys exclusiva, pels turistes i que, exceptuant els museus, sovint ofereixen una nul·la presència del català. Sembla que no hauria de ser gaire complicat, amb la col·laboració d'institucions i propietat, fer-ho possible en la retolació, en els fulls i la publicitat promocionals, tiquets i entrades, etc.

De la mateixa manera, seria coherent amb la voluntat de projectar a l'exterior el coneixement de l'existència de la nostra comunitat lingüística aprofitar els moments de màxima activitat turística per a la realització d'una campanya de publicitat adreçada als visitants amb aquesta finalitat; com si es tractàs d'una campanya de projecció exterior, tot i que evidentment també tendria repercussió positiva sobre la població autòctona i els residents habituals.

5.2. *Els hotels com a difusors de la realitat lingüística*

Els hotels són uns entorns que, si la presència ambiental i determinats usos lingüístics fossin coherents amb el caràcter de llengua pròpia que té el català, servirien per evidenciar-ne l'existència entre els clients. Per fer-ho possible, és necessari modificar la situació actual amb mesures relatives a la retolació i avisos interns, la preparació lingüística del personal i la disponibilitat de materials i recursos que els turistes haurien de tenir a l'abast en els hotels.

Si tenim en compte l'endarreriment de la NL en aquest sector, segurament no tan elevat a Catalunya com a la resta del territori (veg. Casanovas, 2003), i que per iniciativa de la propietat dels hotels, potser exceptuant-ne pocs casos, difícilment s'iniciarà cap procés en aquesta línia, no hi ha dub-

21. A part de l'edició de vocabularis, cartells, etc., es pot esmentar la pàgina web «Menú a la carta», que permet elaborar cartes de restaurant personalitzades en català acompanyat d'altres llengües (fins a cinc): <<http://www.menualacarta.net/>>.

te de la necessitat que s'hi impliquin les administracions públiques, amb la finalitat de incentivar-lo, regular-lo i donar-hi suport material i tècnic (assessorament lingüístic, pel que fa a normativa, traducció, criteris d'ús, recursos, materials de difusió disponibles, etc.).

a) Retolació i avisos interns

La presència del català en la retolació, tant obligatòria com facultativa, dels espais comuns i de l'interior de les habitacions (d'alguna manera podríem dir el paisatge lingüístic intern), en una situació de normalitat ha de correspondre's amb el seu caràcter de llengua pròpia, tal com hem explicat un poc abans (exclusivitat quan és innecessari l'ús d'una altra llengua i posició preminent en aparèixer amb altres). El català també hauria de ser una opció present en la pàgina web de l'hotel i ocupar una posició preferent en les llistes de preus i cartes dels bars i dels restaurants i en els prospectes d'informació de l'hotel —habitualment ja són plurilingües, però sense el català—, i podria aparèixer, sovint en exclusiva, en els productes d'higiene personal a disposició dels clients a les habitacions.

b) Preparació del personal

Una part considerable del personal que treballa en el sector turístic —per l'origen i l'entorn en què viuen—, presenta dèficits importants de coneixements sobre la realitat lingüística catalana i de capacitats d'ús. Esmenar-ho exigeix l'existència d'una oferta formativa específica per a aquest sector, que s'adapti a la diversitat de necessitats, disponibilitat horària i tipus d'activitat laboral, que com a mínim els assegurí una bona comprensió del català.²² A més, el personal que transmet continguts, com els guies o els animadors, a part d'una formació adequada, hauria de tenir a l'abast materials i recursos per poder transmetre a través de la seva activitat coneixements, tan superficials com fos convenient, relacionats amb la qüestió que tractam en aquest article.

22. Un exemple d'una actuació amb aquesta finalitat és l'edició del material d'autoaprenentatge adreçat a treballadors d'hoteleria i restauració *Comunicar-te a la carta, un aperitiu de llengua*, editat primer (1995) a Catalunya pel sindicat UGT en col·laboració amb la Generalitat, i posteriorment (2002) a Balears pels seus equivalents illencs. També cal esmentar l'edició —feta pel TERMCAT amb el suport dels governs d'Andorra, de Catalunya i de les Illes Balears— del *Diccionari d'hoteleria i turisme* (Barcelona, Edicions 62, 2001).

c) Materials i recursos de difusió a disposició dels turistes

Els hotels poden actuar de punts de difusió d'informació específica per a turistes sobre qüestions de cultura i de llengua. Seria suficient que hi hagués, a disposició dels clients, alguns dels materials que s'editen per a la projecció exterior del català.

A més, podria ser d'interès perquè els visitants copsassin la particular vitalitat del català adonar-se de l'existència de diccionaris bilingües català i altres llengües, de materials d'aprenentatge adreçats a parlants de la seva llengua, d'obres literàries que s'hi han traduït, etc. A part de les informacions que hi pogués haver en fulls divulgatius, en determinats casos podrien tenir accés a aquest material mitjançant un espai (prestatge, vitrina...) on hi hagués exposats alguns d'aquests materials i informació de la manera d'adquirir-los. També, els hotels podrien posar a disposició dels clients la possibilitat de visionar breus materials audiovisuals sobre la realitat lingüística i cultural, doblats o subtítulats en diverses llengües, o d'escoltar discografia en català. D'alguna manera, es tractaria d'oferir, a més de recursos per al descans i la diversió, un complement adequat d'informació cultural per a aquells clients que hi poguessin estar interessats.

d) Una experiència preparatòria: *Mallorca, llengua i cultura*

L'any 2003 es va iniciar el projecte *Mallorca, llengua i cultura*,²³ que pretenia involucrar el sector hoteler amb la projecció exterior de la llengua i cultura de les Illes Balears. Des de la Conselleria d'Educació i Cultura es va signar un conveni amb l'Associació d'Hotelers de la Platja de Palma amb la finalitat d'afavorir, a través d'activitats diverses, coneixements elementals de la nostra realitat lingüística i cultural als turistes de llarga durada que durant els mesos de primavera s'allotjaven als hotels d'aquesta emblemàtica zona de Mallorca. A més, el projecte preveia que els hotels havien de rebre assessorament tècnic de la Direcció General de Política Lingüística i, progressivament, materials diferents per poder distribuir o posar a l'abast dels turistes (els materials impresos *Benvinguts a les Illes Balears*, *Cada dia una frase més*, *Primera lliçó de llengua catalana*, *El català, llengua d'Europa*, els DVD i vídeos plurilingües *El català llengua d'Europa*, *Illes Balears, terra de creació*, una col·lecció de diccionaris bilingües, una

23. Veg. *Full informatiu de la Direcció General de Política Lingüística*, núm. 8 (març-abril, 2003), p. 6.

mostra d'obres d'autors catalans traduïdes a altres llengües i, tenint en compte el pes del turisme de procedència alemanya, un exemplar de l'edició facsímil del *Vocabulari Català-Alemanys de l'any 1502*). El català s'havia d'anar incorporant progressivament en el funcionament i organització de l'Associació i dels hotels adherits. L'avaluació de l'experiència havia de determinar la continuïtat i l'ampliació d'aquesta experiència, però amb el canvi de govern del juliol de 2003 el projecte, tot just iniciat, es va esfumar.

5.3. *Materials i propostes adreçats als turistes*

Ja hem dit que el paisatge lingüístic és altament eficaç per a la identificació de la presència d'una llengua i que aquest sempre serà el recurs més efectiu perquè els visitants se n'adonin. Però també es pot complementar, sobretot quan el paisatge no es correspon amb una situació de normalitat, amb materials complementaris adreçats directament a donar aquesta informació. En aquest apartat exposarem alguns dels materials específics elaborats des de les Illes Balears.

a) Producció de materials específics

En aquest aspecte, consideram important, sempre que la situació ho permeti, que la difusió d'informació impresa sobre el català, tenguí el text o part del text en aquesta llengua, perquè és positiu que en parlar d'un idioma es pugui veure escrit i detectar similituds amb la llengua en què es transmet la informació, ja que sovint hi haurà paraules i frases en català que es faran transparents per al lector.²⁴

El primer material elaborat clarament amb aquesta finalitat va ser *Benvinguts a les Illes Balears*, d'on procedeix el text que encapçala l'article.²⁵ Va ser editat, durant l'any 2002, per les conselleries d'Educació i Cultura i de Turisme, i hi col·laboraren diversos ajuntaments de zones turístiques i l'Institut Balear de Turisme. A part d'un breu text d'explicació sobre la llengua catalana, un mapa amb la toponímia oficial i una relació de parau-

24. Sobre aquest aspecte de la transparència de les llengües escrites és interessant A. CLUA (2003).

25. Un material d'objectius semblants, encara que diferent de concepció, és *Vacances a Catalunya: vocabulari en imatges*, 2a ed., Barcelona, Generalitat de Catalunya, 1998. Alguns ajuntaments també han elaborat materials semblants, com, per exemple, els tríptics *Conèixer millor Menorca: la llengua*, editats en diverses llengües, de l'Ajuntament de Ciutadella (2002).

les freqüents en indicadors públics, sobre un suport de vinyetes de còmic, hi ha diversos diàlegs habituals en la pràctica del turisme; tot en català i quatre llengües més. Es va distribuir, amb molt bona acollida, a través de les oficines d'informació turística.

Paral·lelament, a iniciativa de l'associació Joves de Mallorca per la Llengua i amb el suport inicial del Govern i posterior del Consell Insular, es van repartir a partir del 2002 i durant tres estius consecutius una sèrie de postals amb vocabulari en català i amb una llegenda en alemany, anglès, castellà i francès que deia *Primera lliçó de català, la llengua de Mallorca*.²⁶ L'objectiu era molt simple, dir als turistes que la llengua de Mallorca era el català i mostrar-los alguns exemples de vocabulari. La distribució la feien personalment els mateixos joves a diversos indrets de Palma freqüentats per turistes i en repartiren unes cinquanta mil en cada edició.

Les empreses de lloguer de cotxes també poden ser una via de difusió de la situació lingüística mitjançant el material de promoció i orientació que donen als seus clients (plànols, mapes, guies...). En aquest sentit, també hi ha l'experiència de l'empresa Betacar-Europcar que, amb la col·laboració de la Direcció General de Política Lingüística, a les guies de l'any 2002 destinades als turistes de Mallorca i d'Eivissa va incorporar dues pàgines d'informació sobre la llengua catalana.

Per a aquesta difusió també es van aprofitar alguns mitjans de comunicació (televisió, ràdio i premsa) en llengües estrangeres que emeten o s'editen a les Illes Balears, encara que, en aquest cas, els principals destinataris no són els turistes, tot i que hi poden entrar en contacte, sinó més bé els residents establerts permanentment o que hi fan estades llargues.

b) Materials que aporten informació sobre la llengua sense tenir una finalitat estrictament lingüística

Com ja hem dit abans, la presència del català, al costat d'altres llengües, en el material que es fa arribar als turistes, és una via per assabentar-los que existeix. El govern del Pacte de Progrés (1999-2003) va editar bastant de material amb aquest perfil. Podem esmentar per la seva significació dos materials. D'una banda, un tríptic de salutació del President en què, entre altres aspectes relacionats amb les característiques culturals de les Illes Ba-

26. Les Oficines de Promoció del Valencià han editat les targetes bilingües *Les primeres paraules en valencià* (català-francès/castellà/rus/xinès...), les quals són usades prioritàriament per a l'acollida d'immigrants, però també per a la difusió entre els turistes.

lears, se'ls informava que la llengua pròpia era el català. De l'altra, diverses sèries de tríptics plurilingües (català, castellà, anglès, alemany, francès i italià), que contenien informació sobre aspectes de seguretat durant les vacances i estaven dissenyats perquè el català hi ocupàs una posició clara i destacada. La distribució es feia a través dels hotels.

En aquest apartat, convé fer referència a l'oportunitat de l'existència d'objectes de record (*souvenirs*) que, d'una manera o altra, col·laborin a difondre continguts lingüístics i culturals que ajudin a la nostra projecció exterior (imatges, discos editats específicament per a públic turístic, materials audiovisuals plurilingües, edicions bilingües de llegendes i poemes referents a paratges o zones turístiques, amb suport sonor o no...).

c) Materials de difusió de la realitat lingüística catalana no específica per a turistes

Una part dels materials que s'elaboren per a la projecció exterior convencional (fires, mostres, lectorats...) o, fins i tot, per a la integració de persones immigrades, són aprofitables per posar-los a l'abast dels turistes. Les necessitats de difusió en aquests diversos àmbits tenen molts d'aspectes comuns. Com a exemples, podem esmentar l'aprofitament de materials com el DVD *El català, llengua d'Europa*, doblat i subtitulat en diversos idiomes, l'opuscle del mateix títol, elaborat conjuntament amb la Direcció General de Política Lingüística de Catalunya, assequible en versions bilingües (català i un altre idioma) o els reculls bilingües de fraseologia *Cada dia, una frase més*.

d) Centre de difusió per al turisme

Probablement caldria proposar-se des de les diverses institucions que governen els territoris de llengua catalana disposar d'alguns centres en les principals ciutats turístiques que fossin un punt permanent d'informació sobre la llengua catalana, ja fossin directament dependents dels poders públics o fossin d'organitzacions culturals que rebessin un suport institucional per al seu manteniment. La finalitat seria posar a l'abast dels visitants materials informatius de distribució gratuïta, en exposició i de consulta, amb possibilitats de visionar i fer audicions de materials en català o en altres llengües sobre la realitat lingüística, d'oferir informació sobre la presència del català a l'estranger (universitats que n'ensenyen, casals, etc.),

a la manera dels estands de les fires i exposicions, encara que el caràcter permanent possibilitaria una major consistència i completesa. Amb un muntatge adequat podria oferir-se com a punt de visita per als turistes, a part que, evidentment, tendria també un clar aprofitament per part dels autòctons (visites escolars, per exemple). Un de les funcions que havia de tenir la seu a Palma de l'Institut Ramon Llull era, precisament, aquesta.

6. CONCLUSIONS

La confiança en la llengua pròpia es debilita si es percep que les restriccions quant a ús són elevades, la qual cosa genera inseguretat. Per tant, la pèrdua de confiança és especialment elevada quan el parlant de qualsevol llengua, sense sortir de la seva àrea lingüística, xoca amb àmbits en què no pot usar o en què troba moltes dificultats (en el nostre cas, per exemple, l'àmbit judicial, les àrees turístiques, etc.).

La presència de la llengua catalana en el món turístic és, doncs, important també en relació amb el procés d'evolució interna. Que siguem reconeguts per gent de fora de l'àmbit lingüístic català, que sàpiguen que existim, és una manera de creure que la llengua té prestigi. No ser coneguts, ser ignorats, és una marca de desprestigi que se suma a totes les altres. Aquesta manca de seguretat reforça la tendència d'amagar la llengua en les contactes amb els turistes, institucionalment i en usos interpersonals.

La funció informativa que tenen moltes de les actuacions que hem vist també tendria un vessant promocional, de divulgació d'una realitat que no hauria de ser oculta, ja que contribuiria a crear un element de diferenciació cultural de l'oferta turística ubicada als Països Catalans.

Potser part d'aquestes actuacions, sobretot les més concretes, només incidirien en un sector reduït dels turistes i no servirien per gaire cosa més que perquè adquirissin una idea vaga que tenim una altra llengua; però és ben segur que seria molt més elevada que en l'actualitat, ja que, en bona part del territori, si perceben l'existència del català, deuen dur-se'n la idea que es tracta d'un tret simbòlic en extinció, d'interès poc més que antropològic. Per això, en les actuacions a fer en aquest camp, seria necessari posar especial atenció de no causar la impressió que es tracta d'una llengua de les dimensions que tenen moltes de les llengües minoritàries i/o minoritzades d'Europa, sinó que, per moltes característiques, s'acosta més a les llengües amb estat propi.

Les propostes i experiències que hi ha en aquest article, perquè es puguin dur a terme idòniament, necessiten la concurrència de diversos fac-

tors; el tractament preferent de part de les institucions públiques, la complexitat i la col·laboració de les empreses privades i dels organismes de representació diplomàtica dels països de procedència (els consolats, per exemple), la regulació legal d'uns mínims d'ús del català, com ja es fa en altres àrees d'activitat, i actuacions destinades a incentivar i donar suport a la utilització del català en el sector turístic.

És possible que per a llengües de dimensions semblants al català que no estan minoritzades no sigui necessari prestar una atenció tan alta com la que es desprèn de les propostes que hem vist, perquè la solidesa social, el coneixement exterior de l'existència de la comunitat lingüística corresponent, el paisatge lingüístic general i molts altres aspectes, ho fan prescindible. En el cas del català no hi ha aquesta possibilitat de prescindir-ne, d'una banda, perquè l'activitat turística condiciona bona part del funcionament de la societat (i més si ens referim a indrets com les Illes Balears), però també perquè l'actuació sobre el conjunt és tan necessària que no es pot deixar cap sector sense incidir-hi fins allà on sigui possible, perquè els avenços sectorials impulsen la recuperació global de la llengua. Sobretot és important que els entorns i les activitats relacionades amb el turisme que depenen d'institucions públiques siguin exemplars pel que fa a l'aplicació d'un model de plurilingüisme sostenible (veg. Bastardas, 2005), perquè encara estam molt lluny que aquesta sostenibilitat es reflecteixi en les actuacions de l'empresa privada relacionada amb l'activitat turística.

La normalització de l'ús del català en l'entorn i en les activitats relacionades amb el sector turístic, ja ho dèiem al començament, és important per ser reconeguts a l'exterior; però també ho és per fer avançar el procés global de la normalització lingüística, perquè els catalanoparlants puguin exercir els seus drets en un context de major seguretat en l'ús de la llengua pròpia dins els límits de la seva comunitat.

7. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- BARRERA I VIDAL, Albert (1994). «La politique de diffusion du catalan». *International Journal of the Sociology of Language*, núm. 107.
- BASTARDAS, Albert (2005). *Cap a una sostenibilitat lingüística*. Barcelona: Centre d'Estudis de Temes Contemporanis-Angle Editorial.
- BOVER I FONT, August (1992). «Els estudis catalans a Nord-Amèrica i la North American Catalan Society (NACS)». *La North American Catalan Society (de 1978 a 1992)*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.

- (1993) *Manual de Catalanística*. Barcelona: Diputació de Tarragona-Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- CASASNOVAS, Josep Andreu; PEDREÑO, Meritxell (2003). «Usos lingüístics als establiments hotelers de tres, quatre i cinc estrelles». *Llengua i ús*, 27.
- CLUA, Albert i altres (2003). *EuroComRom - Els set sedassos: aprendre a llegir les llengües romàniques simultàniament*. Aachen: Saker.
- COLON I DOMÈNECH, Germà (1983). «L'Associació Internacional de Llengua i Literatura Catalanes (AILLC)». *L'Associació Internacional de Llengua i Literatura Catalanes*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- CONSELLERIA DE TURISME (2005). *El turisme a les Illes Balears. Dades informatives 2004* (publicació electrònica).
<<http://www-2.finestraturistica.org/fintur/documents/servei/document.es.514.pdf>> (consulta feta el 20/09/05).
- DGPL (C) (2000). *Informe sobre política lingüística. Any 1999*. Barcelona: Direcció General de Política Lingüística.
- (2001). *Informe sobre política lingüística. Any 2000*. Barcelona: Direcció General de Política Lingüística.
- (2002). *Informe sobre política lingüística. Any 2001*. Barcelona: Direcció General de Política Lingüística.
- (2004). *Informe sobre política lingüística. Any 2003*. Barcelona: Direcció General de Política Lingüística.
- DGPL (IB) (2001). *Memòria de la Direcció General de Política Lingüística 2000*. Palma, Govern de les Illes Balears.
- (2002). *Memòria de la Direcció General de Política Lingüística 2001*. Palma: Govern de les Illes Balears.
- (2003). *Memòria de la Direcció General de Política Lingüística 2002*. Palma: Govern de les Illes Balears.
- (2002-2003). *Full Informatiu de la Direcció General de Política Lingüística*, núm. 1-8 (gener de 2002 - març-abril de 2003).
- GENERALITAT DE CATALUNYA (1991) *El català reconegut pel Parlament europeu*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- LENGUA I ÚS (2002). «Actuacions amb motiu de l'Any europeu de les llengües». *Llengua i ús*, núm. 23.
- MIRALLES I PLANTALAMOR, Joan (2004). «Impactos socioculturales del turismo residencial en Espanya. Análisis comparativo del fenómeno en las diferentes comunidades autónomas a partir del caso mallorquín». Universitat d'Alacant, 2004. [Tesi doctoral inèdita].
- JOU, Lluís; MELIÀ, Joan (2002). «El català i l'Any europeu de les llengües». *Llengua i ús*, núm. 23.

- MANENT, Albert (1976). *La literatura catalana a l'exili*. Barcelona: Curial.
- MASSANET FLORIT, Neus (2005). «Promoció de l'ús del català en les empreses més freqüentades pels turistes a Menorca». [Estudi inèdit]
- MASSOT I MUNTANER, Josep (coord.) (1982). *El català a Europa i a Amèrica*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- MELIÀ, Joan (2004). «El català a la Unió Europea». *Lluc*, núm. 837.
- PONS I PARERA, Eva; VILA I MORENO, F. Xavier (2005). «Informe sobre la situació de la llengua catalana (2003-2004)». <http://www.observatori-delallengua.org/arxius_documents/informe6_ok.pdf>.

—abstract / resumen—

TOURISM AND THE PROJECTION OF
CATALAN ABROAD

Joan MELIÀ

One of the aspects that constitutes part of the *normalcy* of a language community is that it is identified and recognized beyond its territorial boundaries. The interest in projecting abroad that is often shown by institutions and agencies responsible for language standardization or expansion processes is, therefore, understandable. The degree of priority given this aspect has increased in recent years because of the greater permeability of language community boundaries, which has been favored by the process of globalization. Furthermore, this aspect is especially important in communities that are immersed in a process of language standardization, such as is the case in the Catalan language community.

This article raises the question of the desirability of taking advantages of foreign-born persons either visiting the territory as tourists or living in the terri-

EL TURISMO Y LA PROYECCIÓN EXTE-
RIOR DE LA LENGUA CATALANA

Joan MELIÀ

Uno de los aspectos que forman parte de la *normalidad* de una comunidad lingüística es que sea identificada y reconocida más allá de sus límites territoriales. Es lógico, por tanto, el interés por la proyección exterior que a menudo manifiestan instituciones y organismos responsables de procesos de normalización o de expansión lingüística. El grado de prioridad de este aspecto se ha incrementado durante los últimos tiempos debido a la mayor permeabilidad de las fronteras de las comunidades lingüísticas favorecida por el proceso de globalización; además, este aspecto tiene una especial importancia en el caso de comunidades inmersas en un proceso de normalización, que es la situación de la comunidad lingüística catalana.

El artículo plantea la conveniencia, para la mejora del conocimiento exterior de la realidad lingüística catalana,

tory on a somewhat provisional basis as targets or vehicles for dissemination, with a view towards improving knowledge abroad of the language realities of Catalonia.

More than 26 million tourists visit Catalan-speaking territories each year, but a considerable part of them end up returning to their place of origin without being aware of this unique linguistic reality. The limited presence of Catalan on the language landscape or the behavior of many citizens and organizations, which leads them to «shield» foreign visitors from contact with Catalan, are some of the factors that explain this situation.

The article takes these circumstances into account and argues in favor of the need to change this situation and understand interventions in the tourist sector—very limited heretofore—from a dual perspective: as interventions in favor of both internal standardization and projection abroad.

The article is complemented by general suggestions and concrete action proposals, some of which have already been implemented, mainly in the Balearic Islands.

de aprovechar, como destinatarias y vehículos de la difusión, a las personas alóctonas que visitan el territorio como turistas o se instalan en él de forma más o menos provisional.

Más de veintiséis millones de turistas visitan anualmente los territorios de habla catalana, pero una parte importante de ellos deben retornar a su lugar de procedencia sin darse cuenta de esta realidad lingüística propia. La poca presencia del catalán en el paisaje lingüístico o el comportamiento de muchos ciudadanos y organizaciones, que les lleva a *proteger* a los alóctonos del contacto con el catalán, son, entre otros, factores que explican esta situación.

Teniendo en cuenta estas circunstancias, en el artículo se argumenta sobre la necesidad de cambiar esta situación y de entender las actuaciones en el ámbito turístico—que hasta ahora han sido muy escasas— en un doble sentido: como actuaciones para la normalización interna y para la proyección exterior.

El artículo se complementa con propuestas generales y actuaciones concretas, algunas de las cuales ya se han llevado a la práctica, principalmente en las Islas Baleares.