

# DE LA PLUMA A LA FIBRA ÓPTICA



© ELOI BONJOCH

PRIMERO EN LOS PERIÓDICOS Y EN LOS LIBROS, DESPUÉS EN LA RADIO Y MÁS TARDE EN LA TELEVISIÓN Y EN LOS SUCESIVOS DESCUBRIMIENTOS TÉCNICOS CONTEMPORÁNEOS, EL CATALÁN SIEMPRE HA ESTADO PRESENTE —O LO HA INTENTADO— EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MODERNOS Y EN SUS INNOVACIONES, EXCEPTUANDO, NATURALMENTE, EL LARGO PARÉNTESIS DE LA REPRESIÓN FRANQUISTA, ESPECIALMENTE ENTRE 1939 Y 1960.

FRANCESC VALLVERDÚ ASESOR LINGÜÍSTICO DE LA CORPORACIÓN CATALANA DE RADIO Y TELEVISIÓN,  
Y PRESIDENTE DEL GRUPO CATALÁN DE SOCIOLINGÜÍSTICA

**E**n general, puede decirse que el proceso de normalización del catalán moderno ha coincidido con un desigual desarrollo de los medios de comunicación en catalán desde que, en 1879 —el año en que Valentí Almirall fundaba el primer cotidiano en lengua catalana—, se empieza a romper el monopolio del castellano como única lengua de uso público, que se había ido consolidando a lo largo del siglo XIX en Cataluña. Así, primero en

los periódicos y en los libros, después en la radio, y más tarde en la televisión y en los sucesivos descubrimientos técnicos contemporáneos, el catalán siempre ha estado presente —o lo ha intentado— en los medios de comunicación modernos y en sus innovaciones, exceptuando, naturalmente, el largo paréntesis de la represión franquista, especialmente entre 1939 y 1960.

El libro es un sector tradicionalmente propicio al uso del catalán, y segura-

mente no es ajeno a esta tradición el hecho de que la imprenta, en el siglo XV, empezara a funcionar en catalán antes que en otras lenguas peninsulares. En la actualidad, Barcelona, que sigue siendo el principal centro editor hispanoamericano (15.000 títulos anuales), alberga la mayor parte de la producción de libros en catalán. El número de títulos que se publican anualmente en catalán gira entorno a los 5.000, y el abani-

co de temas y géneros es absolutamente variado.

En cuanto a la prensa, la situación es algo más compleja. Por un lado está la prensa diaria, donde la presencia de la lengua catalana es reducida porque, a pesar de haber ocho periódicos en esta lengua, sus tiradas son muy bajas y representan tan sólo el 14% de la difusión de la prensa cotidiana en Cataluña, donde desde el siglo pasado predominan los diarios en lengua castellana. Más precaria todavía es la situación de los magazines, todos ellos en castellano salvo el semanario "El Temps", con domicilio central en Valencia: éste es un espectáculo muy positivo, ya que hasta el momento nunca había existido un semanario que se difundiera regularmente por todas las tierras de habla catalana. Por otra parte está la prensa local y comarcal, casi toda redactada en catalán: se trata de un sector poco importante económicamente, y de difusión reducida, pero con un elevado peso específico a nivel local, y de gran influencia. Por último, están las revistas especializadas, que cubren sectores muy reducidos, pero con frecuencia importantes socialmente (boletines de abogados, médicos, ingenieros, etc., revistas asociativas, culturales, científicas, etc.), donde en los últimos años el catalán ha ido recuperando posiciones, hasta llegar a ser la lengua predominante.

Quizás el ejemplo más claro de que el uso del catalán nunca ha sido incompatible con los avances técnicos sea la radio: en el año 1924, cuando se creó la primera emisora radiofónica de toda la península, Radio Barcelona, la lengua habitual de la programación era el catalán. En la actualidad la situación es la siguiente: en OM no hay ninguna emisora que funcione exclusivamente en catalán, pero hay bastantes programas en los que se utiliza esta lengua; en cambio en FM, la situación está más repartida y existen numerosas emisoras en catalán (la principal es Catalunya Ràdio, emisora pública de la Generalitat, que ocupa el primer puesto en la clasificación de audiencia). En este sector cabe destacar también las emisoras municipales y comarcales, que emiten en catalán o son bilingües.

Si la radio era un ejemplo de precocidad en el uso del catalán, la televisión es el reverso de la moneda, ya que su implantación en España se produjo a partir de 1956 (en Barcelona a partir de 1959), es decir en plena regresión de las libertades nacionales y culturales de Cataluña. A pesar de que los profesionales catalanes



de Televisión Española consiguieron lentamente algunos espacios en catalán, en 1977, con la Generalitat restaurada, el total de horas semanales de programación en catalán entre ambas cadenas de TVE era de unas 20. Después de 1983, con la creación de TV3, el panorama de la televisión en Cataluña cambió gradualmente, y a partir de 1988, con la creación del Canal 33, la oferta de la televisión pública se equilibró (dos cadenas del Estado, dos cadenas de la Generalitat). Ahora, desde 1990, con el establecimiento de tres cadenas privadas, la lengua catalana ha vuelto a perder posiciones. Aun cuando no es raro el día en que el telespectador puede escoger entre tres programaciones en catalán (TVE sigue emitiendo bastantes espacios en esa lengua), lo cierto es que durante la mayor parte de la jornada la oferta televisiva se reparte así: dos programaciones en catalán por cinco en castellano.

Respecto al cine, hay que señalar dos etapas: en un primer momento, a partir de 1896, la lengua era un elemento muy poco significativo y marginal en el nuevo invento, y por consiguiente no había ningún "inconveniente" para el uso del catalán; pero después de 1910, cuando los productores catalanes empiezan a pensar en él en términos comerciales (rótulos explicativos o diálogos), ya se plantea el problema del mercado castellanohablante, mucho más amplio. Esta tendencia poco propicia al uso del catalán se agudiza a raíz de la aparición del cine sonoro: durante los años 30 sólo se doblarán al catalán algunas películas extranjeras. En realidad, esta situación ha perdurado hasta hoy, a pesar de que en los últimos años, gracias a TV3 y al impulso institucional, son cada vez más las películas dobladas o subtítuladas en catalán. En cuanto al vídeo, la situación

es también bastante deficitaria, si bien últimamente se realizan esfuerzos para que los usuarios de vídeos puedan disponer de versiones catalanas de las películas.

El mercado discográfico, en sus distintos soportes, es muy sensible a los gustos del público: después de un período de gran atonía discográfica en catalán, el éxito de los grupos y cantantes de rock ha generado una cierta expansión de los discos y cintas en esa lengua.

La publicidad, antes de la guerra, se adaptaba siempre al medio: así, los anuncios en la prensa solían ser en la lengua del rotativo, y la publicidad radiofónica solía ser en catalán, porque las emisoras eran en catalán o bilingües. Posteriormente, después de 1939, la publicidad fue siempre en castellano, prácticamente hasta el final del franquismo. La publicidad "importante" en catalán recibió un impulso decisivo merced a la aparición de TV3, pero la situación actual sigue siendo deficitaria, especialmente en ciertos sectores (vallas publicitarias, folletos, etc.).

Finalmente, en el campo de la informática, el catalán no ha entrado con la rapidez que cabía esperar. Aun así, en estos momentos empieza a haber procesadores de textos, diccionarios y correctores en catalán, y se fomentan los productos informáticos en catalán (programas, juegos de ordenador, etc.).

Como conclusión, podemos observar que los medios de comunicación que más se han desarrollado en catalán son aquéllos en los que se requiere un menor conocimiento de la lengua: por esta razón, los medios audiovisuales tienen una considerable audiencia (los casos del cine y del vídeo son una excepción, debida a problemas de rentabilidad inmediata). En cambio, los medios escritos presentan un déficit "demográfico" evidente: pensemos que el 32% de los ciudadanos de Cataluña todavía no sabe leer catalán, y que un sector de la población potencialmente muy lector —la gente de 30 a 50 años— figura como el más analfabeto en catalán (sólo un 30% de este grupo sabe escribir en catalán, y la experiencia nos muestra que la persona que no sabe escribir una lengua raramente la lee habitualmente). La esperanza para los medios escritos en catalán estriba, obviamente, en los jóvenes que hoy tienen más de 20 años, entre quienes un 90% sabe leer el catalán y un 80% lo sabe escribir. La Cataluña del siglo XXI puede ser, pues, sociolingüísticamente muy distinta de la actual, en lo que se refiere al uso del catalán en los medios de comunicación. ■