

CARME LÓPEZ
MERCÈ E. ROVIRA

Mossega't la llengua: el català als mercats municipals de Reus

Malgrat la proliferació de supermercats, hipermercats i botigues especialitzades, en convivència amb les botigues de barri, els mercats municipals continuen tenint un protagonisme destacat en l'activitat comercial ciutadana, i ofereixen, alhora, la possibilitat d'adquirir, en un mateix recinte, tota una gamma de productes bàsics. Aquest fet, juntament amb el caràcter municipal d'aquests mercats (recordem que, d'acord amb el Reglament per a l'ús de la llengua catalana vigent, el català és la llengua pròpia de l'Ajuntament i, per tant, de tots els espais municipals), converteix aquest àmbit en un terreny prioritari per aconseguir la plena de normalització lingüística que, alhora, pot actuar com a exemple i motor de normalització en altres camps. Sense ànim d'extreure conclusions definitives o d'aportar dades concloents sobre la qüestió, aquest reportatge té com a objectiu donar una visió, més o menys aprofundida, de la realitat lingüística als mercats municipals de la ciutat a partir d'una sèrie de visites a la plaça i de converses amb alguns dels venedors i compradors.

S'ha deixat de banda, en tractar-se d'un mercat que no abasteix de productes bàsics i pel caràcter ambulat de les parades, el mercat de marxants que té lloc als voltants dels mercats municipals uns determinats dies a la setmana, tot i l'interès que un estudi d'aquest tipus tindria per arrodonir una visió global sobre el nivell de catalanització del

Us oferim tot seguit un reportatge sobre la presència i l'ús de la llengua catalana als mercats municipals de la ciutat, amb l'objectiu d'analitzar els resultats de la tasca de normalització lingüística que s'ha dut a terme en aquest àmbit en els darrers anys.

comerç reusenc, un comerç que, des de Reus, s'ha posat sempre com a exemple del tarannà emprenedor de la ciutat i dels seus habitants.

El Mercat Central

El 1991 l'Ajuntament de Reus, a través de l'empresa Aparcaments i Mercats de Reus Societat Anònima Municipal -AMERSAM-, encarregada de la gestió dels mercats municipals, va remodelar i modernitzar les instal·lacions del Mercat Central de la ciutat. L'avinentsa dels canvis que aquest fet implicava va permetre, en col·laboració amb el Centre de Normalització Lingüística de Reus, normalitzar la retolació exterior de les parades: a més d'observar unes característiques determinades pel que fa a dimensions i tipus de lletres per unificar la imatge de conjunt del mercat, aquests rètols havien de ser escrits en català, per a la qual cosa es va posar a disposició dels venedors el servei d'assessorament lingüístic. Així mateix, la senyalètica a l'interior del mercat, com ara els rètols que indiquen la situació de les diferents dependències i instal·lacions -l'accés al pàrquing, les oficines dels diferents serveis municipals que hi ha instal·lats al primer pis, etc.- també es van catalanitzar totalment.

Avui, i en opinió de Josep M. Adserà, gerent d'AMERSAM, la normalització lingüística del Mercat Central, pel que fa a la retolació exterior de les parades i a la infraestructura en general, arriba gairebé

al 100%. Pel que fa a la retolació interior, s'ha deixat a criteri dels propis venedors la conveniència de retolar també en català els cartells interiors així com les bosses, papers, tiquets i altres elements propis. Des de l'Associació de Venedors del Mercat Central, també es deixa a criteri del propi paradista la conveniència de retolar en català; en aquest sentit, pel seu president, Pere Margalef, el català és present al Mercat en un 99% comptant la retolació interior i exterior de les parades, tot i que reconeix que potser de vegades aquest català és un català col·loquial, espontani, perquè respon a la manera com parla la gent que hi compra i que hi ven.

Des d'aquesta perspectiva, en el nostre recorregut particular pel Mercat Central hem pogut comprovar, efectivament, que la retolació exterior de les parades i la senyalètica del recinte són totalment en català. L'anàlisi minuciosa de cadascuna de les parades, però, ens ofereix una altra realitat ben diferent: si bé veiem encara alguns dels cartells de la Generalitat de Catalunya sobre fruites, verdures, la caça, el peix..., o els cartells que, a les carnisseries, descriuen els diferents tipus de peces de carn que hi podem trobar, de vegades els rètols que apareixen a sobre dels productes per tal d'informar-nos del preu de la peça o del quilo són en espanyol; o bé els rètols no porten cap mena d'informació escrita pel venedor a banda del preu del dia: es clava aquesta peça al producte en qüestió i el client ja té la informació servida.

En molts casos, els venedors que usen l'espanyol per escriure els noms dels productes o de les ofertes són catalanoparlants d'entre 40 i 50 anys que segurament escriuen en espanyol, de manera inconscient, perquè van ser alfabetitzants en aquesta llengua. De vegades, manifesten que voldrien fer-ho en català, però que hi escriuen amb vacil·lacions ja que no hi estan acostumats i sovint no recorden, o no saben, que al Centre de Normalització Lingüística hi ha unes persones a qui poden consultar (per telèfon, per fax o en persona) els seus dubtes.

Quan ens disposem a comprar, el cas més general és l'acomodació de la llengua del botiguer a la llengua del client: qui paga mana. En la majoria dels casos, si el comprador s'adreça en català el venedor utilitza també aquesta llengua, però ho fa en espanyol si així s'hi adreça el client. Esporàdicament, ens trobem amb casos de monoligüisme espanyol, si bé aquests corresponen a persones que tenen un coneixement passiu de la llengua catalana. En aquests casos, cal destacar l'actitud del comprador que, amb freqüència, canvia de llengua i parla en espanyol al venedor encara que, de vegades, empra el nom català per demanar els productes que vol comprar perquè per a ell és el nom familiar i la majoria de vegades no coneix, no recorda o no reconeix el nom en espanyol.

El Mercat del Carrilet

Si es fa una passejada pel Mercat del Carrilet es pot observar i, alhora, comprovar, que d'una seixantena de parades que es troben en funcionament, unes quaranta tenen el rètol genèric -el que indica el tipus de comerç- en català, i la resta, una vintena de parades, en espanyol. Però de la quarantena de parades aparentment catalanitzades, ens trobem que 27 parades són, en realitat, el que podríem anomenar diglòssiques, és a dir, que tenen el rètol genèric en català però les bosses, paperets, indicadors d'aliment i de preu, etc., en llengua espanyola. Només tretze parades, doncs, són exclusivament catalanes. La resta, una vintena, són exclusivament en espanyol, tret (cas excepcional i rar) d'alguna que dóna al client la bossa retolada en català. També es pot observar que alguns rètols presenten ambigüitat a l'hora de determinar si estan escrits en català o espanyol, com en el cas de polleria (la prova determinant és l'accent, *polleria*) o pesca salada.

Els enquestats, tant compradors com botiguers, afirmen, amb certa rotunditat, que, als rètols, no hi ha d'haver faltes d'ortografia ja siguin escrits en català o en espanyol. La majoria de venedors sap que hi ha centres (Centre de Normalització Lingüística de Reus) que poden aportar l'ajuda necessària perquè no hi hagi cap tipus d'error ortogràfic. Tot i així, ens trobem amb barbarismes com ara *tocineria* en lloc de *cansaladeria* o *xarcuteria* o, fins i tot, híbrids del tipus *cansaladeria*.

Vaig a la carn, al tocino, al peix, a la Lola, a la Rosa Mari..., serien altres vies de sortida dels clients a l'hora de dir on van a comprar. De la mateixa manera, designen el producte pel nom de la casa (és a dir, el *fuet* per *Tarradellas*), usen paraules importades com ara *salami*, *bolonya* o *chopped*, o simplement senyalen amb el dit el que volen: *un quart d'això*.

Per sectors, la polleria és potser el que presenta menys variació pel que fa al nom dels productes; a l'altre extrem trobaríem la peixateria, on hi ha més variació, no tant per la influència del castellà sinó per la presència de termes dialectals, tot i que hi ha un cert domini del nom genèric de l'espècie.

Així mateix, sovint es manifesta un cert prejudici per part d'alguns venedors davant un client que demostra tenir un cert *nivell intel·lectual*, és a dir, una bona competència lingüística, i no és estrany que, a propòsit d'un barbarisme flagrant, algun venedor s'excusi tot dient que és conscient que *parla malament* però que si ho diu correctament el client no l'entén. Hi ha, fins i tot, casos en què el venedor pensa que alguns termes (com ara *corder*), molts d'ells dialectals, són incorreccions (el nom correcte seria, segons ell, *xai*) o en què bandeja alguna solució perquè sona malament (per exemple, utilitza el barbarisme *lechal*, tot i que sap que és incorrecte, perquè els equivalents catalans no el convencen: *lletó* li sembla massa acadèmic i *cabrit* troba que pot ser objecte de confusions).

Pechugues, boquerons i un os de tocino pel caldo

La llengua catalana, com totes les llengües del món, compta amb tot un ventall de registres diferents que els parlants utilitzen segons l'ocasió. Així, per comunicar-se per realitzar una acció tan lligada a la vida quotidiana com comprar els ali-

l'estat de la qüestió

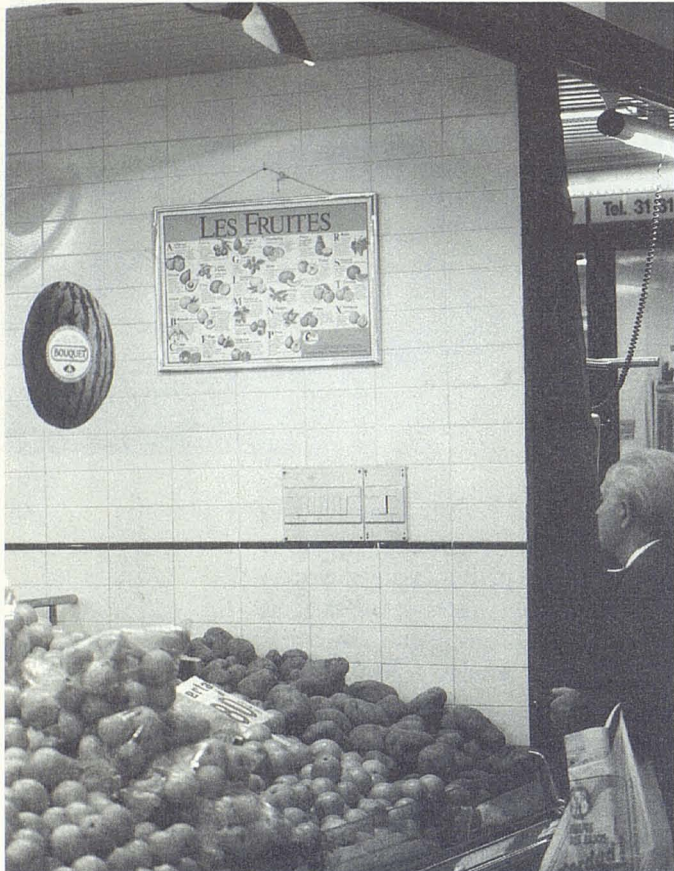


ments bàsics, el registre lingüístic més apropiat és la llengua col·loquial, la mateixa que es parla a casa i en els cercles més propers i distesos, que en el cas del català, és el registre que sovint presenta un major nombre de barbarismes i d'incorreccions, tant si el parlant té una bona competència lingüística en la seva pròpia llengua com si aquesta competència presenta deficiències derivades del desconeixement.

Així, a l'hora de demanar als nostres enquestats quins productes han comprat al mercat, barbarismes com ara *solomillo*, *tocino*, *pavo*, *pechuga*, *almejes*, *atún*, *boquerons* o *pepino* són habituals entre les respostes. Evidentment, també trobem els equivalents catalans a aquestes paraules, tot i que en menys quantitat, com ara *filet*, *tonyina* o *seitó* (més rars i aïllats són els casos de *gall dindi*, *os de porc* o *cogombre*). Apareixen també dialectalismes com ara *petxines*, *llonganissa*, *tomaca*, *bajoca*, *aubergínia* o *llicacames*, alguns dels quals conviuen amb formes equivalents com ara *tomàquet* o *mongeta verda*. Pel que fa als dialectalismes, però, hi ha un aspecte a destacar: mentre per a la gent de la ciutat i del conjunt de la comarca la utilització de dialectalismes és una actitud habitual (abans de canviar de terme prefereixen assenyalar el producte que volen), en el cas de persones d'origen dialectal occidental, sembla que hi ha un cert prejudici en la utilitza-

8

l'estat de la qüestió



ció de termes propis (que, malgrat tot, confessen que, de vegades, *se'ls escapen*) com ara *maçanes*, *gentilles* o *sagí*, paraules que utilitzen habitualment a casa però que, a l'hora de comprar, canvien per *pomes*, *llenties* i *llard*. Finalment, hi ha també un aspecte interessant que apareix entre els enquestats castellanoparlants: la presència de calcs del català com ara *pernil dulce y salado*, o d'apropiació, tot castellanitzant-ne la pronúncia, de paraules catalanes com ara *bajoca*.

En demanar als nostres enquestats quina llengua utilitzen habitualment per adreçar-se als venedors, la majoria responen que la seva pròpia llengua. En el cas del català, perquè ho consideren normal, sobretot en un àmbit tan tradicional com el mercat, ja que aquesta és la llengua pròpia del país on viuen, perquè quan parlen en castellà s'ho han de pensar, o, encara, perquè d'expressar-se

en castellà en saben ben poc (la qual cosa no treu que, en demanar-li què ha comprat al mercat, l'enquestat en qüestió afirmi, per exemple, amb tota la naturalitat del món, que ha comprat *solomillo*, llom de *tocino* o una mica d'*atún*). En el cas de parlants castellanoparlants, n'hi ha que s'expressen en aquesta llengua perquè consideren que és la seva pròpia, tot i que molts tenen prou competència passiva en català; hi ha algun cas en què, tot i expressar-se en castellà, l'enquestat afirma que no vol que el venedor, si és català, canviï de llengua, perquè l'entén perfectament. Finalment, en altres casos, ja es tracti de catalanoparlants o de castellanoparlants, s'aprecia una certa disposició a canviar de llengua segons com s'adreça el venedor al client.

Self-service

Sembla, doncs, que la presència i l'ús del català a la plaça no es troba en una situació tan bona com podria semblar. Ni tampoc caldria esperar després de més d'onze anys de procés de normalització.

Avui, als mercats municipals de Reus, el català és majoritari a les retolacions exteriors de les parades i en la senyalètica, o sigui, en la imatge i com a llengua oficial, però comença a perdre pes específic a mesura que ens endinsem en l'intercanvi comercial entre venedors i consumidors. És a dir, que la normalització que s'hi ha realitzat ha tingut en compte més els aspectes de façana que no pas la normalització real i profunda del que és el mercat.

D'altra banda, sembla que la informació que els paradistes dels mercats tenen dels recursos que l'Administració posa al seu abast per catalanitzar les seves parades no és suficient, ja sigui per manca d'interès del paradista o per manca d'una acció més intensa de conscienciació per part dels responsables de l'aplicació de les accions normalitzadores.

Sigui com sigui, és evident que, en l'àmbit dels mercats, hi ha encara molta feina a fer. Una feina imprescindible tant per aconseguir la plena normalització de la llengua en els àmbits de la vida quotidiana com per promoure la integració, en català, del col·lectiu de castellanoparlants, que, comprant o venent als mercats, tenen l'oportunitat de millorar i enfortir la seva competència en català d'una manera natural i progressiva.

És cert que existeixen, de fa anys, iniciatives en aquest sentit. El Departament

de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat, per mitjà de la Direcció General de Comerç Interior i Serveis, té establerta una línia de subvencions a fons perdut per normalitzar en català els rètols dels establiments comercials amb l'objectiu que "els rètols dels nostres establiments siguin un element identificador i representatiu del país", subvencions que, a Reus i la seva àrea, atorga el Centre de Normalització Lingüística "Miquel Ventura". Així mateix, entre aquest Centre i el Departament de Dinamització Sòcio-econòmica de l'Ajuntament de Reus existeix un acord per tal que l'ens municipal faciliti informació sobre les sol·licituds d'obertura d'establiments a la ciutat, establiments als quals el Centre de Normalització fa arribar una carta informant-los dels avantatges que la retolació en català pot suposar als seus propietaris i, alhora, els ofereix el seu assessorament per catalanitzar "tot allò que dona bona imatge al vostre establiment: el rètol exterior on figura el nom, la retolació interior, les bosses i el paper d'embolicar, la publicitat o la documentació administrativa". Però les dades dels darrers anys no semblen gaire encoratjadores: el nombre de subvencions concedides per als rètols comercials en català va ser de 12 el 1992, 17 el 1993 (més 3 a la comarca del Baix Camp, 1 al Priorat i 8 a la Ribera d'Ebre), i 14 en el que va d'any (més 1 al Baix Camp, 1 al Priorat i 2 a la Ribera d'Ebre). Alhora, el Centre de Normalització Lingüística de Reus, que va enviar l'any passat una carta als paradistes del Mercat Central recordant-los el servei d'assessorament i els cursos que posa a la seva disposició, durant el 1994, procedents d'establiments comercials, només ha traduït 64 fulls i n'ha corregit 44.

Cal, doncs, forçar tots els mecanismes necessaris per tal de fer efectiva, no només en la forma sinó també en el fons, la plena normalització dels mercats i del comerç en general. La política actual de deixar en mans del propi venedor la decisió d'emprar el català en els seus intercanvis (una política de *self-service* que permet eludir problemes i responsabilitats amb el pretext d'una falsa llibertat idiomàtica) no és pas la solució al problema si venedors i consumidors no són conscients de la importància del seu gest personal en la tasca comuna i compartida -però que ha de ser liderada per aquells que disposen dels recursos i de les competències necessàries per impulsar-la- d'aconseguir la plena normalització de la llengua.