

Llengua, comerç i mercats

11

...altres àmbits

JORDI GINEBRA

DOCTOR EN FILOLOGIA CATALANA.

PROFESSOR TITULAR DE LINGÜÍSTICA CATALANA A LA URV

A l'octubre de 1880 Antoni de Bofarull va publicar, a la revista La Lluçanera, de Nova York, un conte que explicava l'origen -inventat- de la famosa expressió que donava títol a la narració: Lo mercat de Calaf. El text relatava que, fa molts anys, a Calaf, hi va haver un dia d'hivern tan fred que les paraules que s'intercanviaven compradors i venedors es van glaçar i van quedar, així, suspeses a l'aire. Van haver de plegar. Quan es va tornar a fer mercat, un dia ja més clement, es van descongelar les paraules i es van barrejar amb les de les converses del moment. L'embolic i la cridòria que això provocà va ser tan gran que es va haver de plegar de nou. L'esdeveniment que el conte de Bofarull explica, si es pogués reproduir, faria les delícies dels sociolingüistes d'avui. Només caldria congelar de tant en tant les converses d'un mercat, desar-les en una nevera i descongelar-les per estudiar-les i poder saber amb precisió, per exemple, quin percentatge d'interaccions verbals es produeixen en català. La informació tindria molt interès perquè el mercat és un bon termòmetre de la vitalitat d'una llengua. N'és, a més, un escenari emblemàtic (i això ha servit perquè algú digui que la llengua és, justament, un mercat). Ara per ara, però, no tenim gaires dades precises sobre ús oral de la llengua catalana als mercats -i al comerç en general-, tot i que la suma d'impressions personals no és gaire afalagadora. [Un estudi recent sobre ús oral de la llengua catalana en una gran superfície comercial de Lleida -que no és ben bé, lògicament, un mercat-, elaborat amb el mètode de l'observació directa sobre una mostra de 567 interaccions lingüístiques, dona com a resultat que el 54% d'aquestes interaccions es van produir en català. Vegeu Anna Serrabou i Mònica Gutiérrez, Aportació a l'estudi de l'ús espontani de la llengua, treball inèdit, Lleida, 1994.]

De moment, el que sembla que ha interessat des del punt de vista de la normalització lingüística és demostrar que l'ús de la llengua catalana en les transaccions comercials -orals i escrites- no incideix negativament en el comportament dels consumidors. S'han fet alguns estudis que conclouen, per exemple, que la retolació dels establiments i l'etiquetatge dels productes en català crea efectes positius. Però també hi ha dades no tan encoratjadores. Sembla que hi ha un segment de població del 19% per al qual la incidència comercial del català és desfavoridora del consum (vegeu Resum estudi sobre la incidència de la llengua catalana en el comportament dels consumidors, Barcelona, Institut de Sociolingüística Catalana, 1992, p. 11). D'altra banda, per exemple, només un 38,7% dels tarragonins declarava el 1992 que comprava habitualment en català (vegeu CNL de Tarragona, Hàbits lingüístics dels consumidors tarragonins, treball multicopiat, Tarragona, 1992; i també Carme Miró, "El comerç tarragoní i la llengua", dins Actes de les Jornades sobre Llengua a Tarragona, Tarragona, Ajuntament de Tarragona/Consorti per

a la Normalització Lingüística, 1993, p. 101). A més, mentre un 32,4% dels habitants de Catalunya sigui incapaç de llegir en català (dades del cens de 1991; vegeu Institut de Sociolingüística Catalana, Dades bàsiques sobre el coneixement i l'ús de la llengua catalana a Catalunya, treball multicopiat, s.d. [1994]) és molt difícil que els comerciants es decideixin a fer un ús massiu de la llengua del país en anuncis, prospectes, catàlegs, instruccions d'ús, etc. (Cal afegir que els estudis sociolingüístics realitzats, encara que elaborats amb professionalitat i rigor, no impedeixen de vegades algunes sorpreses. Així, l'any 1986, segons l'anomenat "informe ECO", La llengua en el món del comerç, Barcelona, DGPL, 1988, pp. 37-39, un 65% de la població llegia íntegrament en català la carta de presentació de l'enquestador, però segons les dades del cens el mateix 1986 només un 60,5% de la població sabia llegir el català: un 4,5% era capaç de fer la lectura d'una carta en un idioma que no sabia llegir.)

Dels estudis elaborats hom obté, en definitiva, dues conclusions. Primer, esdevé clar que si la llengua catalana no té una especial incidència negativa en les relacions comercials, la castellana tampoc. Segon, sembla que la població actuaria amb normalitat si la llengua catalana fos llengua normalitzada. Aquesta segona conclusió és tautològica i d'una circularitat evident, però té també cert interès. Fent una adaptació d'una reflexió d'A. Bastardas (Fer el futur, BCN, Empíries, 1991), podem dir que els comerciants no canviaran de llengua -sobretot en els catàlegs, prospectes, etc.- mentre els consumidors no usin més el català. Però els consumidors no usaran més el català si els béns i serveis que adquireixen no els són oferts en català. A l'Administració pública li és més fàcil incidir en el venedor que en el comprador. Sembla, doncs, que aquest és el camí més adequat. Potser -com han assenyalat experts per a les relacions comercials- no és la demanda lingüística la que crea l'oferta, sinó l'oferta lingüística la que crea la demanda. •

**l'Administració li és més fàcil
incidir en el venedor**