

Euskaraz hautsi zure marka

Amb l'eslògan *Euskaraz hautsi zure marka* (millora la teua marca en èuscar), el Departament de Cultura de la Diputació Foral de Guipúscoa ha organitzat una campanya publicitària de sensibilització lingüística.

Les més importants figures de l'esport basc participen en aquesta segona campanya de promoció de l'ús de l'èuscar en els diferents àmbits, sectors socials i edats de la vida guipuscoana.

Els entrenadors Clemente, Ormaetxea, Iribar i Txomin Perurena; l'atle-

Vint esportistes bascos han protagonitzat una campanya per l'ús de l'èuscar promocionada per la Diputació de Guipúscoa. Una campanya on la consecució d'una marca en l'esport és equiparada al progrés en l'aprenentatge de l'idioma.

Toni Mollà

—no sectorialitzada— de sensibilització lingüística, cal utilitzar els recursos més massius. I l'esport, tant si es vol com si no es vol, ho és. Podíem afegir, encara, que la doble vessant de pràctica i espectacle el converteix en un fenomen de masses de gran influència social que no es pot desaproveitar, entre altres coses perquè també s'ha utilitzat en el sentit contrari.

Un curt-metratge de 10 minuts que s'exhibeix gratuïtament en totes les sales comercials de cinema és el recurs tècnic principal de la campanya. Hi



Clemente, Ormaetxea, Iribar, Perurena, M. L. Irizar, Ladutxe, Retegi, Garmendia, Olozabal, Lejarreta, Ruiz Cabestany, Erro, Uriarte, Arkonada, Goikoetxea, Larrañaga, Zubizarreta i Zamora...

ta Maria Luisa Irizar; els pelotaris Ladutxe i Retegi; el nadador Harri Garmendia; el jugador de golf Olozabal; els ciclistes Lejarreta i Ruiz Cabestany; els muntanyencs Xabier Erro i Felipe Uriarte, i els futbolistes Arkonada, Goikoetxea, Larranaga, López Ufarte, Urrutikoetxea, Zubizarreta i Zamora són les imatges i les veus d'aquesta campanya que fa de l'associació esport-llengua l'eix de promoció idiomàtica.

El fet d'associar el prestigi de distingits personatges de la vida pública (esportistes, cantants, intel·lectuals...) amb l'aprenentatge i l'ús d'una llengua, com a apel·lació publicitària per elevar-ne l'estatus i per crear actituds, disposicions i pautes de comportament favorables, no és nou en política lingüística. Catalans, gallecs i *tutti quanti*, entre els bilingüitzats, han fet servir el recurs; per bé que, des de certs postulats sociolingüístics, podíem al·legar que el desprestigiament d'un idioma minoritzat

no és la causa única ni darrera del desús. També és cert, però, que n'és un factor important. Cal dir, si més no, que el desprestigi idiomàtic és un símptoma inequívoc de tot procés de substitució lingüística. Com a símptoma, almenys, cal tractar-ho. La febre no és la malaltia, però, en la majoria dels casos, cal abaixar-la.

En qualsevol cas: tota pedra fa palet.

Cal remarcar —i no com a anècdota— que els personatges triats en aquesta campanya hagen estat esportistes coneguts —i no poetes, ni personal de la ploma i de la màquina d'escriure. Massa sovint, entre els minoritzats, hi ha la tendència a *literaturitzar* la imatge de l'idioma, i l'idioma mateix; la qual cosa constitueix, inevitablement, una característica compensatòria del desús en els àmbits més públics i massius.

L'esport, és clar, no abasta tota la societat. Fóra pretencions i injust. Ara bé: en una campanya indiscriminada

intervenien els esportistes esmentats que, fent un paral·lisme entre l'aprenentatge i la pràctica de l'esport i l'aprenentatge i l'ús de l'èuscar, presenten des del bascoparlant natural fins al qui no parla èuscar, però que l'ha introduït en la família a través dels fills, passant per aquells que han fet o estan fent l'esforç d'aprendre'l. Diverses actuacions d'ús lingüístic i la transmissió de missatges positius als *euskalduns* (parlants de l'èuscar) perquè facen servir l'idioma, com també als *erdalduns* (no-parlants d'èuscar), perquè s'esforcen a esdevenir *euskaldun berriak* (nous euskalduns), completen l'espot.

Adhèsius, cartells en tanques exterior, calendaris i publicitat en premsa en són els materials de suport. No cal dir que, atesa la situació sociolingüística basca, tant el castellà com l'èuscar són llengües vehiculars de la campanya.

Davant l'absència d'una política lingüística clara per banda de l'admi-

NOVETATS EN LLIBRES

L'ULLAL

es

Martí Domínguez
La Unitat, 103

Conjunt de narracions que intenten salvar de l'oblit el món llunyà i perdut de la infantesa de l'autor. Pròleg de Biel Sansano.

EDITORIAL TRES I QUATRE

l

mmmmMmÉmmmmm mmmmmMmrrnmwm

MANUEL MILA I FONTANALS
EN LA SEUA ÈPOCA

m

Manuel Jorba

Trajectòria ideològica i professional. Col·lecció Biblioteca de Cultura Catalana, núm. 54. Premi de Recerca Literària, de la Generalitat de Catalunya. 1985.

i

CURIAL EDICIONS
CATALANES, S. A.

ES MOLT SENZILL,
DIGUEU-LI CATALUNYA

í

Josep Guia

L'autor, un català del sud, com ell s'anomena, diu les coses pel seu nom, i ens fa una proposta que trenca amb el vell catalanisme regionalista.

f

EL LLAMP

mmmmmmMBBmimBr

DICCIONARI
CASTELLÀ-CATALÀ

Els diccionaris de l'Enciclopèdia. De venda en llibreries.

i

ENCICLOPÈDIA CATALANA

CASSANDRA

fi

Christa Wolf
Venècies, 4

Cassandra, figura de la mitologia grega que ens fa arribar Christa Wolf, amb el passat, el present i el futur.

EDICIONS DE LA MAGRANA

GEOGRAFIA
EL PAISATGE, ELS CLIMES I
LA POBLACIÓ

Dougal Dixon
Col·lecció: Les Ciències

Llibre clar i entenedor, destinat als infants, vistosament il·lustrat, sobre els diversos aspectes que constitueixen el camp d'estudi de la geografia.

BARCANOVA

L'ARCA DE NOE, S. A.
—FANTASIES—

Martí Ferrando

Edició a cura de Josep Piera. Un suggeridor recull de contes d'un clàssic de la nostra narrativa.

Col·lecció Gregal Juvenil.

GREGAL LLIBRES

'mmmmmmmmmmgm

BEN ESTRET

Maria Mercè Roca

Col·lecció «Originals», 96 pàgs. Aquesta jove i fins ara desconeguda escriptora de Girona, recentment guardonada amb el Víctor Català de narracions, ens n'ofereix unes plenes d'intimitat i bellesa.

EL LLAMP

ü S H i M · i

TOTS ELS CONTES I i II

Llorenç Villalonga

L'Alzina, 9 i 10. 176 i 208 pàgs. Els contes de l'autor de *Bearn*: una mostra insuperable d'enginy i humor.

EDICIONS 62

JUST ABANS DE LA GUERRA
AMB ELS ESQUIMALS

J. D. Salinger
Traducció de Quim Monzó

El clàssic més misteriós del segle XX.

EDITORIAL EMPÚRIES

nistració autònoma, no és la primera vegada que la Diputació Foral de Guipúscoa pren la iniciativa d'organitzar una campanya d'aquestes característiques.

La primera tingué lloc entre maig i juny del 82 quan l'*Euskararako Zebitzua* (Servei d'Euscar) d'aquesta Diputació s'estrenà amb una campanya de promoció de l'ús lingüístic amb l'eslògan *Nunahi eta Noiznahi Euskaraz* (Sempre i a tot arreu, en èuscar) que, evidentment, té alguna diferèn-



«Utilitzar els recursos massius de l'esport».

cia semàntica amb allò tan *nostrat d'A casa, al carrer, al treball, normalment..., parlem valencià*. Alguns deuen haver pensat que és la mateixa diferència —^semàntica?— entre un SÍ i un NO en un referèndum qualsevol.

Fou Gotzon Egia, també coneixedor del fet lingüístic català, el responsable d'aquella campanya, l'eix de la qual el constituïa el reforçament de la lleialtat al propi idioma i el combat de l'ocultació de la llengua per banda dels *euskalduns*.

Hem de dir, amb totes les reserves que calga, que *alguna* administració ha assumit tasques de promoció idiomàtica. Ara, tot s'ha de dir: Guipúscoa té l'índex més alt d'usuaris de l'èuscar, la qual cosa constitueix, en bona mesura, la base d'una major consciència de pertinença al grup lingüístic i, en conseqüència, hi ha una major pressió i iniciativa popular en favor de la normalització lingüística. Una vegada més, Euskadi, tan maltractat en mil i una ocasió, ofereix un exemple. En un mes, dues campanyes i dos èxits: *Euskaraz hautsi zure marka* (millora la teua marca en èuscar) i *Otan Ez* (Otan No).

LLIBRERIA
TRES I QUATRE
Pérez Bayer, 11. Tel. 352 91 10. 46002'València