

# Precisiones sobre el caso «Oriflama»

A raíz de la publicación de mi artículo sobre el conflicto entre los empresarios y los redactores de la revista catalana «Oriflama», se han producido una serie de reacciones que me han alarmado, hasta el punto de suponer que podría darse una interpretación errónea a los objetivos de mi escrito. Es indudable que al hablar de «empresarios» en cuestiones de productos culturales en lengua catalana, rara vez este término quiere decir lo que quiere decir en castellano. Un empresario de industria cultural en lengua catalana suele ser un empresario sin beneficios, y cuantas excepciones puedan señalarse no hacen otra cosa que confirmar la regla. No quisiera, pues, que una toma de posición por mi parte al lado del equipo profesional saliente pudiera ser interpretada como una condena de los objetivos de la «empresa».

¿Por qué no es una condena de los objetivos de la «empresa»? Porque la empresa «Oriflama» quiere hacer una revista en lengua catalana, dirigida a la juventud y basada en una temática de actualidad. Son tres ingredientes de difícil complementación, sobre todo por la competencia desleal del mercado. Desleal porque la circulación de publicaciones en lengua catalana no está apoyada sobre los pontones de los medios de comunicación de masas, ni siquiera de una escolaridad normalizada del idioma. Desleal porque la mayor parte de revistas «para jóvenes» tratan de mercantilizar la «evasión», mientras que «Oriflama», en el pasado, en el presente y en el futuro, tratará de propiciar la concienciación.

Estaba, pues, fuera de discusión y de interpretación, o eso creía yo, que la toma de partido por mis compañeros de profesión no implicaba una condena de unos objetivos empre-

sariales. Por encima del conflicto actual, y eso está igualmente en el ánimo de los profesionales salientes, está la necesitada supervivencia de una de las escasas publicaciones en lengua catalana que han conseguido sobrevivir y audiencia pública. A esta revista hay que brindarle el apoyo sin reservas de todos los que consideramos que en el desierto hay que proteger la poca flora y fauna supervivientes. Y ya prescindiendo de imagerías geográficas, de todos los que consideramos que hay que evitar la destrucción de los escasos espejos que ayudan a que los catalanes conserven las señas de identidad.

Queda en pie, no obstante, el problema de los derechos adquiridos por unos profesionales en la realización de un «comunicado». No se sostiene, en cambio, el que este problema pueda interpretarse según la clásica relación empresario-asalariado, porque el objeto de la empresa no es el lucro, sino la supervivencia de una cultura y una colectiva razón de existir.

Me parece que en el peor de los casos, la tormenta «Oriflama» habrá servido para plantear una vez más el problema del «poder» de informar en la relación empresa-profesional (sea la empresa lucrativa o no), para sentar una vez más la vergonzosa y programada precariedad en que se debaten la cultura y la expresión en Cataluña; para evidenciar la necesidad de que los escritores no sólo firmemos, sino que además pongamos el auténtico carnet de identidad al final de lo que hemos escrito.

Y a manera de carnet de identidad, ahí va mi propuesta de que el debate «Oriflama» sirva para que la revista sea más conocida y más leída, como magnífico y empecinado ejemplo que es de una indestructible voluntad de supervivencia. ■  
M. VAZQUEZ MONTALBAN.

