El català en el món de l'empresa

Miquel Strubell
(Institut de Sociolingüística Catalana)

En absència d'un estudi que permeti una visió de conjunt de la situació de la llengua catalana en el si de les empreses i els establiments comercials a Catalunya —tasca que mereixeria una enquesta de gran abast—, sí que podem avaluar, gràcies a diversos estudis parcials, quina és la situació en ciutats amb situacions sociolingüístiques favorables, algunes de més favorables que d'altres. Ens referim a Barcelona, Olot (Garrotxa) i Torelló (Osona).

Tot i que és evident que aquests estudis no ens donen una visió de conjunt de la situació del català a les empreses, sí que ens marquen els màxims nivells assolits fins ara en el procés de normalització lingüística. Per tant, hem de suposar que les empreses més retardades tendiran a assolir aquests nivells progressivament. A més, els dos estudis poden suggerir accions vàlides per a tot el país. Des d'aquesta perspectiva, doncs, són molt valuosos, i és per això que els resumirem breument.

1. Barcelona

L'estudi de Barcelona parteix de l'anàlisi d'una mostra de 302 establiments comercials (triats a partir de 60 punts aleatoris) feta per l'empresa ECO, per encàrrec de la Direcció General de Política Lingüística a finals de 1986. Les dades més significatives varen ser les següents:

— Retolació. El 19 % d'aquestes botigues tenien el rètol en català i el 52 % en castellà. Els textos ambilingües eren el 22 % i els bilingües el 7 %. Destaca el fet que el 44 % dels qui el tenen en castellà no han pensat en la possibilitat de canviar-lo: un 30 % addicional poden arribar a canviar l'idioma del rètol.

— Targetes. Quant als establiments que tenen targetes, el 31 % les tenen en català i el 62 % en castellà.

— Bosses i paper d'embolicar. El 31 % dels establiments que tenen bosses i paper d'embolicar amb un text escrit, els tenen en català, i el 49 % en castellà. A més, el 18 % els tenen amb textos ambilingües.

— Segells de goma. Finalment, el 28 % dels establiments que tenen segells de goma, els tenen en català, i el 65 % en castellà.

Tot i que aquest informe de l'Institut és un informe sobre els usos i no les actituds, creiem que val la pena de destacar el fet que, entre els botiguers enquestats, una majoria absoluta (el 51 %) considera que retolar productes en català és «una actitud normal de les empreses» i només un 15 % considera que és «una actitud nacionalista o política (el 13 %), o bé una actitud antiquada o tradicionalista (l'1 %) o bé antipàtica o desagradable (l'1 %).

Aquest estudi, i no pas els altres dos que comentarem a continuació, contempla l'ús oral de la llengua als comerços. Els mateixos enquestats, en un 90 % dels casos, afirmen saber parlar el català (tot i que, d'aquests, un 5 % només amb dificultats). L'ítem que més bé reflecteix els hàbits lingüístics dels enquestats és la llengua en què el comerciant es dirigeix a l'enquestador. En conjunt, el 67 % ho fan en català, el 19 % en castellà i en només en 15 % dels casos, la llengua triada és indeterminable. La tria és el català entre el 77 % dels enquestats nascuts a Catalunya i el 28 % dels comerciants d'origen no català (tot i que el marge d'error de la darrera xifra és més alta, atès que es tracta d'una submostra de 66 enquestats).

Interessa també el grau d'acomodació lingüística que hi ha entre els comerciants enquestats. Fins a quin punt són fidels a la llengua emprada d'entrada (que pot ser o no la seva habitual)

i fins a quin punt s'adapten a la llengua del client. Cal dir, abans de donar les xifres concretes, que el criteri d'adaptació a la llengua del client és una norma universal del venedor. Dit això, quant a la continuació de la conversa, entre els botiguers enquestats que diuen que es dirigeixen en català al client d'entrada, el 86 % diu que canvia de llengua si el client respon en castellà. Entre els botiguers enquestats que diuen que es dirigeixen en castellà al client d'entrada, la xifra equivalent és menor: només el 60 % diu que canvia de llengua si el client respon en català. Aquesta darrera dada es deu, segons la gran majoria dels que no canvien de llengua (concretament el 79 %), a la limitada competència lingüística.

2. Torelló

El treball de Torelló, fet els anys 1985 i 1986, fou presentat al II Congrés Internacional de la llengua catalana i va ser publicat per l'Ajuntament de Torelló, amb la col·laboració de la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat, amb el títol *Ús del català a l'àmbit escrit dels comerços i empreses de Torelló*. Es tracta d'una entrevista feta a 513 establiments, (dels quals 258 eren comerços, 142 eren indústries i la resta bancs i caixes, bars i restaurants i activitats diverses), que estudia sobretot el tracte escrit amb els clients.

Quant als resultats concrets, l'ús del català (exclusiu o majoritari) és majoritari en molts aspectes, en aquells casos d'establiments que tenen tots els clients a Catalunya. Entre parèntesis, s'indiquen les xifres respecte a les empreses de les quals la majoria dels clients són a Catalunya.

Són en català els impresos de règim intern del 82 % (i el 83 %) d'aquestes categories d'empreses; i la llengua en què s'omplen és el català en el 76 % (i el 83 %) d'aquestes categories; els impresos destinats a clients de Catalunya (cartes, albarans, catàlegs, etc.), són en català en el 66 % (i el 33 %) de casos; i quant als impresos destinats als proveïdors de Catalunya, són en català al 79 % (i el 29 %) d'empreses, i ho són els accessoris en el 65 % (i el 29 %) de les empreses.

En tots els casos, les xifres corresponents als establiments que tenen la majoria de clients fora de Catalunya baixen moltíssim, i només són altes en els casos de la documentació interna; en aquests casos de relació escrita amb els clients de Catalunya és en català només en comptats establiments.

De les conclusions del treball destaquem la importància de les següents variables:

— La distribució geogràfica dels clients de l'establiment. Aquesta variable «té una importància de primer ordre en la recuperació de l'ús del català escrit» de cada establiment. «D'entre tots els grups estudiats, és al grup de la indústria on es troba una proporció remarcable d'establiments amb clients fora de Catalunya (...) Els establiments amb 'majoria de clients fora de Catalunya' presenten un nivell de catalanització de tots els seus escrits, rètols, etc., més baix —en alguns ítems, molt més baix— que el dels establiments 'amb tots els clients de Catalunya'. A més a més, en els escrits destinats a clients i proveïdors (tant de Catalunya com de fora de Catalunya), hi ha una clara gradació de més a menys utilització del català escrit segons que es tracti d'establiments amb tots els clients a Catalunya, d'establiments amb majoria de clients —però no tots— a Catalunya o bé d'establiments amb majoria de clients fora de Catalunya; n'hi ha prou de tenir una petita proporció de clients fora de Catalunya perquè ja s'hi trobi un ús del català molt baix en els seus impresos destinats als clients i als proveïdors de Catalunya mateix».

— El ritme de recuperació de l'ús del català no és el mateix en tot el conjunt de l'activitat escrita dels establiments. «... La catalanització presenta graus de dificultat i problemàtiques diferents segons els ítems de què es tracti. Dels ítems estudiats, on l'ús del català escrit ha resultat ser més alt és en la propaganda mitjançant la premsa local o comarcal i també en els escrits que s'adrecen a l'Ajuntament o a la Generalitat de Catalunya. L'ítem en el qual l'ús del català escrit ha resultat ser més baix és els «documents notarials.»

«... No hi ha grans diferències entre l'ús que es fa del català a l'àmbit intern de l'establiment i el que se'n fa a l'àmbit extern (amb l'excepció de la llengua en què s'omplen els impresos

que s'adrecen fora de Catalunya). En canvi, quan la residència dels clients no es redueix només a Catalunya, la recuperació de l'ús del català escrit és molt més elevada a l'àmbit intern de l'establiment.»

«No hi sol haver impresos diferents per adreçar-se a Catalunya i per adreçar-se fora de Catalunya.»

— Motius adduïts per utilitzar el castellà escrit. «Dels diversos motius esmentats, els que són compartits per una major proporció d'establiments són:
  — No dominar el català escrit.
  — Tenir relacions comercials fora de Catalunya.
  — Creure que alguns clients de Catalunya no entendrien el català.
  — Es tracta d'escrits (rètols, impresos, etc.) que fa temps que són fets.»

«També es pot assenyalar que el motiu 'Dependència d'altres centres de decisió' és el que han esmentat més els establiments amb seu central fora de Catalunya.»

— Motius adduïts per utilitzar el català escrit. «.. Els motius d'ús del català escrit són pràcticament els mateixos en tots els grups d'activitat. S'han assenyalat gairebé exclusivament aquests dos: 'El català és la llengua materna' i 'El català és la llengua pròpia i oficial de Catalunya'. No s'han esmentat, doncs, motius que indiquin una demanda social d'aquest ús del català ni altres que denotin que els establiments es troben en la ineludible necessitat d'utiltzar-lo.»

— Possibilitat d'escriure en català als clients i als proveïdors. «La majoria dels establiments veuen possible escriure en català als seus clients i als seus proveïdors. Si comparem aquesta dada amb la utilització real del català escrit d'aquests establiments, ens adonem que hi ha molts establiments que veuen possible utilitzar el català escrit en les seves relacions amb clients i amb proveïdors, però que, de moment, encara no ho fan.»

— Contractació de personal. «Una de les maneres d'augmentar el nivell de competència lingüística dels establiments és tenir en compte els coneixements de català a l'hora de la contractació de personal (...) només una tercera part dels establiments que han afirmat contractar personal han manifestat que tenien en compte els coneixements de català a l'hora de la contractació.»

3. Olot

El tercer treball forma part d'un estudi, encara inèdit, sobre l'ús de la llengua catalana en diferents àmbits que elabora actualment la Comissió de Normalització Lingüística de l'Ajuntament d'Olot. Tot i que la situació hi ha avançat molt des de 1975, «en un lloc com Olot, on l'ús del català (...) és molt generalitzat, és perfectament normal veure rètols en castellà, factures en castellà, impresos en castellà, etc... Fins al punt que la Comissió de Normalització ha cregut adient d'endegar la confecció d'un estudi sobre l'ús del català al món laboral per veure quin és l'estat de la situació i quines perspectives hi pot haver de millorar-la.»

El treball consistí en la recollida de 78 enquestes fetes a empreses olotines, que realitzen facturació a través d'una entitat bancària. Se n'han exclòs, doncs, alguns comerços petits. Divideix en tres blocs els tipus de comunicacions.

Les comunicacions de tipus A són 'fixes': capçaleres de factures, llibres amb conceptes impresos, rètols interiors, etc. La mitjana d'ús del català queda una mica per damunt del 50 %, però al costat de les moltes empreses que fan servir el català gairebé per a tots els seus escrits de tipus A, n'hi ha també un considerable nombre que no el fan servir gens, o a tot estirar, molt poc.

Les comunicacions de tipus B són escrites quotidianament a mà o a màquina: els textos de factures, comptabilitat, informes, etc. La mitjana d'ús del català torna a quedar una mica per damunt del 50 %, però la tendència a utilitzar quasi exclusivament una de les dues llengües és encara més accentuada en el cas dels escrits de tipus B.

Les comunicacions de tipus C són les que tenen a veure amb la imatge pública en general

que dóna l'empresa, incloent-hi la publicitat. En aquest cas, l'ús del català és clarament majoritari: globalment, un 74 %.

«... En termes generals, una empresa que utilitzi el català o el castellà a nivell intern durà a terme una política semblant o equivalent al nivell extern, però (...) hi ha un nombre significatiu d'excepcions al costum general.»

De les seves conclusions subratllem la importància de les següents variables:

— La distribució geogràfica dels clients de l'empresa. «... L'àrea de mercat és molt important —difícilment trobarem un fet més determinant— de cara a la dinàmica lingüística de l'empresa, i no influeix solament l'ús del català en les seves relacions externes sinó inclús en les internes, tot i que en una mesura lleugerament menor. Les empreses amb àrea de mercat internacional són les que menys utilitzen la llengua catalana a tots nivells. Seguidament, tindrem les empreses amb àmbit de mercat espanyol, on domina l'ús de la llengua espanyola en tots els àmbits excepte el (...) d'imatge exterior. Aquestes empreses donen, però, un nivell de comunicació externa en català superior al de comunicació interna de l'empresa. (...) Veiem que el mercat català en general presenta uns índexs més alts de catalanització que el mercat local-comarcal.»

— Les diferències segons el tipus de document escrit. Quant a contractes laborals i fulls de nòmina del personal, només el 32 % i el 30 % respectivament es fan totalment o quasi en català, i el 61 % i el 60 % totalment o quasi en castellà o altres llengües. «Hem de tenir en compte que, segons manifesten el 100 % de les empreses, la gestió o realització efectiva d'aquests papers va a càrrec de les gestories o empreses gestores.»

Quant als rètols interiors, els plànols i projectes d'ús intern, el 67 % i el 61 % respectivament es fan totalment o quasi en català, i només un 14 % i un 16 % totalment o quasi en castellà o en altres llengües.

Quant als ordinadors, els programes són totalment o quasi en castellà o en altres llengües en un 59 % de les empreses, i només en un 18 % de les empreses són totalment o quasi en català. La situació és una mica millor pel que fa a les dades entrades: en un 36 % d'empreses són en català, i en un 33 %, en castellà. «Les empreses de venda de material informàtic poden traduir els programes amb relativa facilitat i, segons fonts d'aquestes empreses, hi ha gent que ho demana i se li fa com un servei més.»

A la comptabilitat de les empreses olotines domina el castellà. Els textos impresos són en català en un 20 %, i en castellà en un 66 % de les empreses enquestades. Per altra banda, en els textos escrits augmenta l'ús del català fins a un 44 %, i baixa l'ús exclusiu del castellà fins a un 53 % de les empreses. «(...) Els temes d'hisenda depenen de l'administració central, cosa que, segons fonts del personal de l'oficina d'hisenda d'Olot, motiva la gent a utilitzar la llengua castellana.» A més, «el text imprès dels llibres de comptabilitat sol ser en castellà. Això és degut fonamentalment a la inèrcia i al fet que la gent no s'hi fixa.»

En les factures, l'ús del català és majoritari. Al 62 % de les empreses, els membrets i textos impresos són exclusivament en català, i al 51 % el text escrit també. «El fet que la majoria d'empreses d'Olot tinguin la comarca mateixa o tot Catalunya com a àrea de mercat per força ha d'afavorir que l'ús del català sigui majoritari en aquest tipus de comunicacions.» Ara bé, i pel que fa a la terminologia, «la naturalesa de l'activitat industrial, tradicional transgressora de fronteres i llengües, dificulta en molts aspectes els plantejaments d'una planificació lingüística.»

En altres impresos —albarans, pressupostos, etc.— a més de la meitat de les empreses enquestades el català és gairebé d'ús exclusiu.

Les notificacions diverses indiquen un equilibri o, dit d'una altra manera, una bipolarització notòria entre empreses.

Pel que fa a les comunicacions amb destinataris definits, la Generalitat i l'Ajuntament susciten escrits molt majoritàriament en català (gairebé el 90 % de les empreses s'hi relacionen només en català). La relació amb gestories és, en un 65 % d'empreses, exclusivament en català (les quals «no corresponen pas amb una catalanització dels seus serveis»). En canvi, amb la delegació d'hisenda d'Olot hi ha una bipolarització equilibrada (46 % i 44 % fan servir respectivament el català i el castellà).

La relació amb empreses olotines es fa exclusivament en català en la majoria dels casos, i en un 29 % en castellà en els altres. Pel que fa a la relació amb les empreses de la resta de Catalunya, un 42 % la tenen en català i un 38 % en castellà. Com és potser lògic, la relació amb empreses espanyoles (90 %) i europees (100 %) és en castellà o en altres llengües.

L'estudi conclou que «hauria de ser un fet normal tenir un repertori de llengües per les diverses necessitats comunicatives de l'empresa sense que això comportés una descatalanització en les empreses.»

Com a constatacions generals, l'estudi remarca que dins d'una empresa les opcions intermèdies o parcials d'ús de les dues llengües per a una determinada funció escrita són l'excepció, perquè la majoria d'empreses utilitza quasi exclusivament una o altra llengua.

L'estudi també contempla l'ús oral de les dues llengües, en termes globals. Com era d'esperar, tractant-se d'una zona amb poca immigració, en l'àmbit intern, «el català és la llengua d'ús general, per damunt dels percentatges de població estudiats, als nivells directius i administratius de les empreses.»

A l'estudi es recomana que «qualsevol política lingüística hauria de dissenyar-se en funció (dels) condicionants i en base a una compartimentació de plantejaments que permetés incidir en cada sector concret de la forma apropiada (...) Qualsevol acció puntual concreta (...) estarà forçosament destinada a incidir en un àmbit molt restringit (...) Cal estudiar per què els contractes laborals i fulls de la seguretat social de l'empresa es fan majoritàriament en castellà. (...) L'administració espanyola exerceix també un paper desfavorable a la normalització a l'àmbit laboral».

Dels dos estudis citats es desprèn que, per tal d'impulsar l'ús del català en els àmbits comercial i industrial, cal dissenyar accions en els àmbits específics:

* les *gestories*,
* la *informàtica*,
* la *selecció de personal*,
* l'*administració d'hisenda i de la seguretat social*.

Sembla molt convenient, a més, treballar en la *conscienciació general* del sector (per superar inèrcies), i oferir *serveis lingüístics* acostats als establiments que puguin ajudar a resoldre'ls els problemes lingüístics.