

# Informacionalisme, globalització i trilingüisme. Una anàlisi de l'estadística sobre Usos lingüístics a Petites i Mitjanes Empreses de Catalunya

per Amado Alarcón

## Resum

A partir de les dades de dues enquestes promogudes per la Secretaria de Política Lingüística del Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya,<sup>1</sup> aquest article fa una anàlisi dels efectes de la globalització i de l'informacionalisme sobre el comportament lingüístic de les petites i mitjanes empreses de serveis de Catalunya. Concloem sobre els ambivalents efectes de la creixent importància de l'anglès sobre l'ús de castellà i català en aquestes empreses.

## Sumari

1. Introducció
2. Informacionalisme i intensitat lingüística
3. Metodologia i grups d'anàlisi
4. Resultats
  - 4.1. Intensitat lingüística del treball i usos lingüístics
  - 4.2. Origen del capital
  - 4.3. Distribució internacional dels clients
5. Conclusions

## 1. Introducció

Aquest article analitza el comportament lingüístic de les petites i mitjanes empreses de serveis de Catalunya.<sup>2</sup> Expliquem aquest comportament a partir del processos de globalització i informacionalització de l'economia. Per aquest motiu triem tres variables independents principals: a) el grau de intensitat lingüística en el desenvolupament del treball, com a indicador del grau d'importància de la gestió d'informació i producció de coneixement en l'activitat productiva; b) l'origen nacional del capital i c) el grau d'internacionalització dels clients, com a indicadors de la internacionalització de l'activitat econòmica.

Respecte al comportament lingüístic, ens centrem en l'ús diferenciat de català, castellà i anglès en diferents funcions comunicatives de les empreses. Català i anglès representen millor que cap altra llengua a Catalunya la nova relació dialògica entre allò local i allò global en detriment de la relació tradicional centre-perifèria i que s'ha articulada a l'entorn de la llengua castellana i la llengua catalana. En el context de la globalització cada llengua té una utilitat diferenciada en cada activitat, moment i lloc (Coulmas, 2005). D'acord amb les dades obtingudes, defenem que en l'àmbit socioeconòmic de Catalunya català i anglès guanyen utilitat i funcions en detriment de la llengua castellana. De fet, aquesta afirmació s'adequa a l'anomenada *crisi de les llengües de la modernitat* (Graddol, 2004), on el monolingüisme i la llengua dels estats nació cada cop tenen més dificultats per satisfer les necessitats comunicatives dels ciutadans.

## 2. Informacionalisme i intensitat lingüística

Les societats industrials estan donant pas a un nou ordre postindustrial basat en la producció i distribució global, flexible i adaptada als clients. Els elements centrals de la competitivitat es troben en l'aplicació de la ciència, la tecnologia i la gestió del coneixement. Les activitats de caire industrial perden importància enfront d'activitats que produeixen serveis, sovint en forma d'informació. En aquest context augmenten les necessitats de produir i gestionar símbols. La informació i el coneixement es troben codificats lingüísticament, de manera que augmenta el component lingüístic necessari per a la producció. Així, un nombre creixent de treballadors es

<sup>1</sup> Aquest article ha estat possible gràcies a la cessió per part de la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya dels resultats desagregats de dos enquestes realitzades entre 2005 i 2006 sobre els usos lingüístics a petites i mitjanes empreses de serveis.

<sup>2</sup> Per a una revisió de les darreres recerques sobre comportament lingüístic en l'àmbit empresarial de Catalunya consulteu Romani (2005), Solé, Castaño i Díaz (2005) i Riera (2005).

dedica a la manipulació de símbols a fi d'assegurar els millors serveis, mantenir el ritme d'innovació, i resoldre nous problemes complexos (Reich, 1993).

Aquesta orientació produeix noves divisòries socials vinculades a la intensitat del coneixement. Concretament, s'està produint una creixent desigualtat entre aquells que posseeixen el control tecnològic i els recursos mediàtics i aquells que no (Carnoy, Castells, Cohen, & Cardoso, 1993). La creixent importància del coneixement i en particular de la manipulació de símbols en l'activitat econòmica ha repercutit, d'acord amb Reich (1991), sobre la inoperància de la classificació tradicional en treballadors de coll blanc (treballadors administratius d'oficina) i treballadors de coll blau (operaris fabrils).

Segons Reich (1991), en l'actualitat es configuren tres grups de treballadors: 1) serveis rutinaris a la producció (*routine-production service workers*), categoria que inclou operaris industrials, però també treballadors del sector de la informació amb unes funcions molt rutinàries, repetitives i procedimentals, com ara processadors de dades; 2) serveis personals (*in-person service workers*), referent a treballadors que tot i que el seu treball pot ser rutinari i procedimental estan en contacte directe amb el seu client final. S'inclou en aquest grup oficis com ara porters, assistents d'hospital, xofers, i 3) analistes de símbols (*symbolic analysts*), treballadors que destinen molt del seu temps a analitzar informació continguda en símbols numèrics i textuais; aquest grup inclou enginyers, consultors, planificadors, advocats, científics. Les competències necessàries o crucials d'un grup de treballadors inclouen anàlisi, avaluació, experimentació, col·laboració, abstracció, pensament sistemàtic i comunicació. L'ingrés, l'estatus i les oportunitats per als analistes de símbols estan creixent mentre que l'ingrés, l'estatus i les oportunitats professionals de les altres dues categories estan minvant.

El nombre de treballadors afectats per la diversitat lingüística en el desenvolupament de les seves funcions laborals ha augmentat significativament durant el segon quart del segle XX. L'evolució dels mètodes de treball i de la natura dels béns produïts, la informatització i la importància dels serveis en l'economia han transformat la natura del treball, fent de la llengua un instrument de treball a tots els nivells de les companyies. Heller (2005) indica que el que és nou en la nova economia globalitzada des d'una perspectiva sociolingüística no és tant la globalització sinó les condicions econòmiques de la nova economia, on si abans veníem el nostre treball físic, ara venem el nostre treball intel·lectual i comunicatiu, tant com a habilitat com a artefacte cultural. Aquest procés suposa una mercantilització de l'idioma i el desenvolupament creixent del rol del treballador lingüístic en diferents àmbits empresarials.

L'efecte de la internacionalització dels mercats i de l'origen del capital són altres aspectes clau que influeixen sobre la diversitat lingüística. A mesura que les companyies desenvolupen operacions en múltiples localitzacions foranes, la seva força de treball esdevé més diversa lingüísticament. Les companyies han de gestionar la comunicació interna verticalment (entre matrius i filials) i horitzontalment (entre grups de treball de diferents filials), així com la comunicació externa. Tanmateix, les noves formes d'organització, més planes, amb noves formes de jerarquia, impliquen una major comunicació entre tots els membres de les organitzacions. Així, les noves pràctiques i formes d'organització com les estructures en xarxa han estès les necessitats lingüístiques a diferents nivells de l'estructura jeràrquica. No només els alts directius es comuniquen freqüentment en múltiples llengües, sinó que també ho fa personal de diversos nivells de l'organització, com secretàries o tècnics (Charles i Marschan-Piekkari, 2002).

Estructures organitzatives més descentralitzades i més autònomes són estructures més intensives des del punt de vista lingüístic ja que impliquen més volum i complexitat d'intercanvis lingüístics que, a més, involucran un major percentatge de treballadors de diferents nivells jeràrquics. Janssens, Lambert i Steyaert (2004) assenyalen que la comunicació internacional ja no és patrimoni exclusiu d'un grup de directius expatriats des de la empresa matriu cap a les empreses filials. En definitiva, recolzats en les noves tecnologies i l'augment de la mobilitat, un nombre més gran de persones en la plantilla interactuen de forma habitual amb col·legues i clients que parlen llengües diferents a la seva (O'Hara-Devereaux i Johansen, 1994; Harris, 1998).

La creixent necessitat de comunicació i manipulació de símbols ens porten a definir el concepte d'intensitat lingüística<sup>3</sup> del treball. Aquesta és el component de comunicació precís per a la producció i comercialització dels productes que determina els costos lingüístics de transacció

<sup>3</sup> Vegeu Harris (1998)

interns (en la gestió de la producció) i externs (en la relació amb proveïdors i mercats). La intensitat lingüística en el context de l'activitat econòmica es pot definir a través de tres elements: 1) la quantitat de llengües necessàries per al desenvolupament del treball (intensitat per diversitat), 2) la necessitat de la llengua o llengües com a instrument de treball en l'activitat empresarial (intensitat per extensió) i 3) l'excel·lència en l'ús entesa com l'evolució dels requeriments quant al coneixement de la llengua (intensitat per qualitat).

### 3. Metodologia i grups d'anàlisi

La base empírica de la nostra anàlisi i conclusions està constituïda per l'enquesta sobre els usos lingüístics a petites i mitjanes empreses a Catalunya (2003), cedida per a la seva explotació estadística per la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya. El qüestionari és una adaptació multilingüe per a empreses dels indicadors Indexplà.<sup>4</sup> En la nostra anàlisi, tot i que les dades proporcionades per l'enquesta són més riques, considerem, tal com s'indicava en la introducció, només tres idiomes: català, castellà i anglès. D'altra banda, l'ús excepcionalment baix de la resta d'idiomes en les empreses analitzades fa que les dades relatives a aquest idiomes tinguin poca representativitat estadística.

L'anàlisi empírica és un tractament original a partir de les fonts secundàries elaborades per la Secretaria de Política Lingüística (Generalitat de Catalunya). Es tracta de l'enquesta sobre usos lingüístics a petites i mitjanes empreses a Catalunya (10 a 99 empleats), feta el 2003 a empreses de serveis ubicades a Catalunya. L'enquesta es va dur a terme en dues fases. La primera adreçada a empreses de "serveis a d'altres empreses" (363). La segona adreçada a empreses de "la resta de serveis" (391 empreses). Comptem d'una mostra de 754 empreses.

Taula 1. Fitxa tècnica.				
Sector	Població	Mostra	Error (%) n.c=95'5% p=q=0,5%	Període de realització
Serveis empresarials i financers	3.762	363	4,98	Octubre de 2005 a febrer de 2006
Resta de serveis	5.221	391	4,86	Febrer a juny de 2005
Total	8.983	754	3,48	

Font: adaptat a partir d'informació facilitada per la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya

<sup>4</sup> Vegeu, en referència a Indexplà, Castells (2003).

Per examinar l'efecte de la intensitat lingüística del treball sobre els comportaments lingüístics de les empreses, partim de la tipologia de la següent taula.

Taula 2. Tipologies de perfil lingüístic			
<b>Perfil</b>	<b>Etiqueta</b>	<b>Descripció</b>	<b>Exemples professionals</b> <b>Categories</b>
Perfil 1.	Serveis rutinaris a la producció <i>Routine-production service workers</i>	- Personal que no té contacte amb l'exterior, ni oral ni escrit. - Comprendre comunicacions molt bàsiques de l'organització o de l'exterior relacionada amb el seu treball concret.	Peons; operaris de producció; operaris de taller; Mossos de magatzem; personal de manteniment.
Perfil 2. A	Serveis personals de perfil baix <i>(low) in-person service workers</i>	- Personal que té contacte amb el públic per a informacions de primera atenció - Produir missatges orals breus i senzills - No produeix textos escrits.	Personal de porteria; majordomia; conserges recepcionista; caixer/a.
Perfil 2. B	Serveis personals de perfil alt <i>(high) in-person service workers</i>	- Personal que ha de donar informacions orals d'atenció bàsica en un lloc de treball considerat important per a la imatge de l'organització - Produir missatges orals i fluids	Personal d'atenció al públic; telefonista; venedor; promoció comercial; comercial extern.
Perfil 3.A	Analistes de símbols de perfil tècnic <i>(low) symbolic analysts</i>	-Personal que produeix textos escrits breus o pautats Produir missatges orals de poca complexitat Pot tenir contactes orals amb el públic	Secretàries; personal administratiu; auxiliar administratiu; personal tècnic que escriu formularis i textos pautats.
Perfil 3.B	Analistes de símbols de perfil alt <i>(high) symbolic analysts</i>	-Personal que produeix textos escrits de diferent complexitat -Expressar-se oralment de manera correcta i fluida, amb un cert grau d'improvisació -Pot tenir contactes formals amb l'exterior	Personal directiu; alts càrrecs; personal que escriu informes complexos; personal tècnic superior; personal de gestió; secretaria de direcció.

Font: adaptat a partir de qüestionari multilingüe per a petites i mitjanes empreses a Catalunya. Adaptació del qüestionari que s'utilitza a l'Estadística sobre usos lingüístics a institucions públiques, 2003 EULIP-2003 i Reich (1991).

Hem agrupat les empreses de la mostra segons la seva similitud amb cadascun dels perfils. El qüestionari interrogava els directius sobre la proporció de treballadors de cada perfil. En 718 de les 754 empreses teníem dades suficients per assignar un perfil principal a cada empresa, tot i que percentatges inferiors de treballadors. Es tractava, doncs, d'obtenir unes tipologies d'empresa que reflectissin els perfils majoritaris de treballadors en cada una d'elles. Obtenim cinc perfils d'empreses, cadascuna amb un perfil lingüístic majoritari. En cada perfil d'empresa s'ha de considerar que entre el 20 i 35% de les plantilles posseeixen un perfil lingüístic diferent del majoritari. Els perfils d'empresa reflecteixen, doncs, l'especialització en la producció de coneixement de cada grup d'empreses.

## 4. Resultats

### 4.1. Intensitat lingüística del treball i usos lingüístics

En la següent comparació de mitjanes observem que com més intensitat lingüística del continguts del treball, major ús de anglès i català i menor ús de castellà. Si ens fixem en la primera fila, la síntesi dels 29 indicadors principals, l'ús de català augmenta del 51,4% (perfil 1) al 55,2% (perfil 3.B). El retrocés del castellà és notable, del 42,6% al 36,9%. En canvi, la presència de l'anglès quasi es duplica entre el perfil menys intensiu i el més intensiu, des del 2,2 al 4,1%, encara que es manté en nivells molt baixos. Aquestes tendències són especialment evidents en el que fa referència a la formació, i el desenvolupament del treball, fonamentalment, documents de treball i reunions de treball.

**Informacionalisme, globalització i trilingüisme. Una anàlisi de l'estadística sobre Usos lingüístics a Petites i Mitjanes Empreses de Catalunya, per Amado Alarcón**

Taula 3. Distribució del comportament lingüístic segons intensitat lingüística (\*).

		Perfil 1. Serveis rutinaris a la producció	Perfil 2.A. Serveis personals de perfil baix	Perfil 2.B. Serveis personals de perfil alt	Perfil 3.A. Analistes de símbols de perfil tècnic	Perfil 3.B. Analistes de símbols de perfil alt	Total
Total: 29 indicadors <sup>5</sup>	Català	51,4	33,4	52,0	54,2	55,2	52,8
	Castellà	42,7	60,2	41,6	39,5	36,9	40,5
	Anglès	2,2	2,5	2,5	3,2	4,1	3,1
Nom de l'empresa (v11)	Català	44,3	23,0	40,9	45,4	41,1	42,3
	Castellà	33,0	51,1	25,5	33,2	28,7	31,4
	Anglès	2,8	11,1	8,7	6,5	11,4	7,7
Retolació <sup>6</sup> (v12, v13, v14)	Català	51,5	27,2	61,0	59,9	64,2	58,3
	Castellà	35,2	59,9	25,0	29,5	21,2	28,8
	Anglès	3,5	2,6	3,1	2,6	5,1	3,6
Publicitat (v15, v16)	Català	53,5	31,0	48,7	51,9	51,0	50,6
	Castellà	38,7	57,7	43,8	38,2	41,6	41,0
	Anglès	2,0	3,7	2,0	3,9	3,2	3,0
Formació (v33a, v33b)	Català	52,2	36,8	45,7	52,2	51,9	50,4
	Castellà	45,4	63,3	51,0	42,7	42,8	45,5
	Anglès	1,9	0,0	2,9	4,9	5,1	3,9
Comunicacions amb clients i proveïdors (v53a, v55a, v55b, v56).	Català	59,8	39,1	61,6	61,4	67,1	61,8
	Castellà	37,8	57,3	37,4	37,0	31,1	36,3
	Anglès	1,3	2,7	0,7	1,3	1,2	1,2
Paper de carta, segells i factures: (v41, v42, v44).	Català	47,3	23,6	48,1	47,7	47,6	46,7
	Castellà	42,3	61,0	42,4	41,0	40,0	42,0
	Anglès	2,4	2,4	2,1	3,0	3,4	2,8
Documents de treball. (v61, v62, v63)	Català	46,6	40,2	53,7	54,5	58,1	53,3
	Castellà	53,1	59,8	45,4	44,5	39,8	45,5
	Anglès	0,3	0,0	0,6	1,0	1,8	1,0
Reunions de treball (v64_1;v64_2)	Català	55,5	50,9	67,9	71,0	73,4	67,2
	Castellà	43,4	49,1	30,2	26,3	23,9	30,6
	Anglès	0,2	0,0	0,0	1,1	1,3	0,8
Publicacions: (v57, v65)	Català	53,8	58,3	42,9	51,4	48,2	48,5
	Castellà	44,5	70,8	53,2	44,8	48,4	48,2
	Anglès	0,9	0,0	2,6	3,4	3,4	2,8
<b>Total (n)</b>		<b>153</b>	<b>28</b>	<b>111</b>	<b>214</b>	<b>212</b>	<b>718</b>

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta sobre usos lingüístics a petites i mitjanes empreses a Catalunya.

(\*) Cada dada correspon al percentatge mig d'ús d'una llengua entre un perfil d'empreses segons la seva intensitat lingüística. Se demanava als entrevistats que la suma de les diferents llengües per a una funció o indicador havia de ser el 100%. La suma català+castellà+anglès no és 100% en la taula donat que es podien indicar d'altres llengües. També hi havia la possibilitat de que l'indicador observat no tingués significat lingüístic.

En referència al perfil 1, on trobem plantilles majoritàriament formades per personal que desenvolupa serveis rutinaris a la producció, observem la menor presència d'anglès de tots els perfils i una de les taxes més altes d'ús de castellà. Són significativament alts els percentatges de

<sup>5</sup> A més dels indicadors que apareixen a la taula, la síntesi d'indicadors inclou també: comunicacions a institucions públiques (v54); contestador automàtic (v52a) i nous entorns comunicatius: programari tractament textos (v66); pàgina web inicial (v18); formularis electrònics (v46); textos predeterminats de correu electrònic (v45); nous entorns comunicatius (messenger, xat, correu electrònic...) (v53\_b).

<sup>6</sup> La composició dels indicadors agregats és la següent: retolació: retolació principal (v12), interior (v13) i d'horari (v14); publicitat: publicitat (v15) i marxandatge (v16); formació: material de formació (v33a) i llengua vehicular de la formació (v33b); Comunicacions amb clients i proveïdors: comunicacions orals a clients (v53a); a d'altres empreses a Catalunya (v55a); a clients o usuaris a Catalunya (v55b); a proveïdors a Catalunya (v56); paper de carta, segells i factures: paper de carta (v41); segells propis o estàndards (v42); factures, rebuts o tiquets (v44); documents de treball: circulars, directives (v61); ordre del dia (v62); formularis i impresos interns (v63); reunions de treball: darreres dues reunions internes (v64\_1;v64\_2); publicacions: publicacions periòdiques (v57); memòria anual (v65).

documents de treball en castellà (53,1%) i de les reunions de treball (43,4%). L'anglès no és present pràcticament en cap document ni reunió de treball (0,2% i 0,3%).

Les tendències a l'augment de l'ús de català i anglès són pràcticament lineals des del perfil 1 fins al perfil 3.b. amb l'excepció del perfil 2.A. En aquest perfil, trobem poques empreses (28) en comparació amb la resta de perfils, i els casos poden ser poc representatius. Si considerem en detall les dades de l'enquesta i les característiques del treball desenvolupat en aquestes empreses trobem un elevat nombre d'hotels (8), serveis de neteja (2) així com serveis de comunicacions (2) amb ubicació a Barcelona i que donen cobertura a grans empreses que operen al conjunt de l'Estat. Destaca, doncs, en aquestes empreses el baix ús de català i un ús de l'anglès per sota de la mitjana. Hem de considerar que els directius en sectors com l'hostaleria i, fins i tot en serveis de comunicacions com ara els *call centers* o els serveis privats de correus, que tenen un contacte molt pautat amb els clients, poden haver classificat els seus treballadors sota aquest perfil. De fet aquests sectors són freqüentment considerats des de la sociologia del treball com sectors on el reclutament de població catalana és difícil i, sobretot en els darrers anys, proclius a la contractació de població al·lòctona, especialment procedent d'Amèrica Llatina.

En el perfil 2.B, tot i tractar-se d'un grup d'empreses que per definició tenen un elevat tracte amb el públic (personal d'atenció al públic, telefonista, venedor, promoció comercial, comercial extern), les taxes d'ús de català són només lleugerament superiors al perfil 1. Només en les reunions (67,9%) i documentació de treball (59,8%) trobem un ús de català notablement que superior que als perfils anteriors. Tanmateix, l'ús de català en les comunicacions amb l'entorn (61,6%) no té una diferència significativa respecte als perfils. L'ús de l'anglès és molt modest (2,5% a nivell agregat) i mai es fa servir aquest idioma en les reunions de treball. Els perfils 1 i 2.B, per tant, tenen un comportament lingüístic molt similar. El més significatiu és el progressiu transvasament de treballadors de serveis de producció cap a serveis personals i en el context de la terciarització de l'activitat econòmica, però, com veiem, sense que això afecti significativament els comportaments lingüístic.

Els canvis més notables es produeixen quan comparem els perfils 3.A i 3.B. amb els anteriors. Aquests perfils, relatius als analistes de símbols o empreses més intensives en capital humà, són els que, d'acord amb el marc teòric, més estan augmentant en el context de l'informacionalisme. Observem que en aquests perfils s'introdueix significativament l'anglès com a idioma de la formació (4,9% i 5,1%, respectivament) i de la retolació (2,6% i 5,1%). Destaca especialment l'apartat de nous entorns comunicatius on l'ús de l'anglès per a aquests dos perfils se situa en el 6,1% i el 8,3%. D'altra banda, aquest augment en l'ús de l'anglès no va en detriment de l'ús del català. En aquests dos perfils l'ús del català es especialment alt en el desenvolupament del treball, tant en els documents de treball (54,5% i 58,1%), com en les reunions de treball (71% i 73,4%). El castellà arriba a les taxes més baixes en aquests dos darrers indicadors i se situa al voltant del 25% en les reunions de treball.

Quan considerem les noves tecnologies de la informació i la comunicació i les posem en relació amb la intensitat lingüística del treball, observem una relació desfavorable per al català, neutra per al castellà i molt positiva per a l'anglès. L'ús de l'anglès avança des del 4,5% (perfil 1) fins al 8,3% (perfil 3.B) en els nous entorns comunicatius que propicien les noves tecnologies. Com més qualificada és la feina a desenvolupar més dificultat per desenvolupar-la normalment en català. Aquesta tendència general es fa especialment visible en el programari informàtic, àmbit en què l'ús del català minva notablement en favor del castellà i de l'anglès

Taula 4. Distribució del comportament lingüístic segons intensitat lingüística. Nous entorns comunicatius.

		Perfil 1. Serveis rutinaris a la producció	Perfil 2.A. Serveis personals de perfil baix	Perfil 2.B. Serveis personals de perfil alt	Perfil 3.A. Analistes de símbols de perfil tècnic	Perfil 3.B. Analistes de símbols de perfil alt	Total
Agregat nous entorns comunicatius (v66, v18, v46, v45, v53_b)	Català	42,5	22,8	37,9	41,6	38,9	39,8
	Castellà	50,4	69,8	54,5	50,8	49,2	51,3
	Anglès	4,5	5,6	5,1	6,1	8,3	6,3
Programari tractament textos (v66)	Català	30,1	10,6	25,9	29,7	24,2	26,8
	Castellà	66,4	89,4	69,4	66,3	70,2	68,8

**Informacionalisme, globalització i trilingüisme. Una anàlisi de l'estadística sobre Usos lingüístics a Petites i Mitjanes Empreses de Catalunya, per Amado Alarcón**

	Anglès	2,9	0,0	4,8	4,0	5,6	4,2
Pàgina web inicial (v18)	Català	40,9	22,2	26,8	37,0	36,7	35,6
	Castellà	50,9	68,1	59,9	56,7	48,5	53,7
	Anglès	5,5	9,7	6,2	4,9	9,2	6,8
Formularis electrònics (v46)	Català	40,5	12,8	33,7	36,3	30,7	34,1
	Castellà	53,0	76,1	57,6	52,3	55,1	54,7
	Anglès	5,9	11,1	7,6	8,6	10,8	8,8
Textos predeterminats de correu electrònic (v45)	Català	47,8	27,3	49,1	49,3	46,5	47,5
	Castellà	40,5	59,1	44,4	39,3	34,7	39,5
	Anglès	4,7	4,5	4,9	8,6	11,4	8,0
Nous entorns comunicatius (messenger, xat, correu electrònic...) (v53_b)	Català	53,4	41,1	54,2	55,6	56,5	54,9
	Castellà	41,4	56,1	41,3	39,6	37,4	39,9
	Anglès	3,7	2,9	2,2	4,2	4,3	3,8
Total (n)		153	28	111	214	212	718

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta sobre usos lingüístics a petites i mitjanes empreses a Catalunya.

Finalment, en aquest apartat cal indicar que les empreses de perfil 3 (tant A com B) són les que més avantatges i inconvenients troben per a usar català, fet que no és impediment perquè el català sigui la llengua més emprada. La centralitat del llenguatge per a aquestes empreses fa que l'ús dels diferents idiomes tingui un component més raonat en funció de variables competitives i no una simple adaptació irreflexiva a l'entorn.

	El català té avantatges					El català té inconvenients				
	Sí	No	No ho sap	No contesta	Total	Sí	No	No ho sap	No contesta	Total
Perfil 1.	13,7 %	83,7 %	2,6%		100,0%(153)	39,9%	54,9%	4,6%	,7%	100,0 % (153)
Perfil 2. A	14,3 %	82,1 %	3,6%		100,0%(28)	32,1%	53,6%	14,3%	-	100,0 % (28)
Perfil 2. B	19,8 %	79,3 %		,9%	100,0%(111)	54,1%	43,2%	2,7%	-	100,0 % (111)
Perfil 3.A	19,2 %	79,0 %	,9%	,9%	100,0%(214)	48,1%	46,3%	4,7%	,9%	100,0 % (214)
Perfil 3.B	20,8 %	77,8 %	,5%	,9%	100,0%(212)	49,1%	46,7%	3,8%	,5%	100,0 % (212)
Total	18,4 %	79,8 %	1,1%	,7%	100,0%(718)	46,9%	48,1%	4,5%	,6%	100,0 % (718)

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta sobre usos lingüístics a petites i mitjanes empreses a Catalunya.

#### 4.2. Origen del capital

En la següent taula s'observa que els usos més elevats de català es donen quan els propietaris de l'empresa són catalans (57,7%). En aquest cas el castellà (36,8%) té un ús relativament baix, i l'ús de l'anglès (2%) és molt baix. Fins i tot, en els nous entorns comunicatius, l'ús de l'anglès no supera el 4%. El fet que el capital de l'empresa sigui majoritàriament de la resta d'Espanya produeix un notable augment en l'ús del castellà, en detriment, fonamentalment, del català. En aquesta categoria l'ús del castellà es redueix fins al 40,1%. L'augment del castellà és notable: del 36,8% al 53%. La variació en anglès és poc significativa, amb un augment de l'1,3%.



Quan ens situem més a la dreta de la taula observem que la internacionalització del capital té un efecte moderat sobre el castellà, que arriba a representar el 57,3% del comportament lingüístic, encara que continua augmentant respecte a la tipologia anterior, és a dir, les empreses de capital espanyol. Els efectes més evidents de la internacionalització del capital tenen a veure amb la significativa reducció del català (26,3%) i l'elevat augment de l'anglès (fins a l'11,1%). En aquestes empreses, doncs, les dades indiquen que l'ús agregat de català només duplica l'ús d'anglès.

Aquest tipus d'empreses amb capital internacional són, doncs, on el concepte de trilingüisme descriu millor les pràctiques lingüístiques. L'anglès en les empreses de capital estranger està especialment present per qüestions més aviat simbòliques, com el nom de l'empresa o la retolació. Però en àmbits molt instrumentals com la formació (18,1%), les publicacions (14,1%) o els entorns de treball basats en les noves tecnologies de la informació i de la comunicació (19,9%), mostren un notable retrocés del català en favor de l'anglès. En aquest últim indicador, l'anglès supera el català (14%).

Taula 6 . Distribució del comportament lingüístic segons origen del capital					
		Origen principal del capital a Catalunya	Origen principal del capital a Espanya	Origen principal del capital a la resta del mon.	Total.
Total: 29 indicadors (*)	Català	57,7	40,1	26,3	54,0
	Castellà	36,8	53,0	57,3	39,8
	Anglès	2,0	3,3	11,1	2,7
Nom de l'empresa (v11)	Català	47,5	37,1	9,9	44,3
	Castellà	29,5	38,8	40,0	31,1
	Anglès	5,9	5,6	22,6	6,9
Retolació: (v12, v13, v14)	Català	62,8	47,8	31,0	59,7
	Castellà	26,5	35,2	39,8	28,1
	Anglès	2,4	4,1	17,5	3,4
Publicitat (v15, v16)	Català	56,9	35,8	17,7	52,3
	Castellà	35,2	55,6	67,9	39,3
	Anglès	2,5	4,2	6,1	2,9
Formació (v33a, v33b)	Català	56,6	42,5	27,2	53,1
	Castellà	40,6	54,9	53,6	42,9
	Anglès	2,5	2,6	18,1	3,6
Comunicacions amb clients i proveïdors (v53a, v55a, v55b, v56).	Català	65,6	50,6	42,1	62,9
	Castellà	32,9	47,9	52,5	35,4
	Anglès	0,9	1,3	4,4	1,1
Paper de carta, segells i factures: (v41, v42, v44).	Català	51,0	34,7	14,8	47,3
	Castellà	38,7	54,8	64,8	41,7
	Anglès	2,0	3,4	8,7	2,6
Documents de treball. (v61, v62 , v63)	Català	58,4	37,2	26,8	54,1
	Castellà	41,2	61,4	66,8	45,0
	Anglès	0,3	1,5	6,1	0,8
Reunions de treball (v64_1;v64_2)	Català	71,0	50,7	48,0	67,6
	Castellà	27,4	48,5	45,5	30,6
	Anglès	0,2	0,8	2,1	0,4
Publicacions: (v57, v65)	Català	55,5	29,9	10,0	49,9
	Castellà	43,0	66,9	76,3	47,7
	Anglès	1,0	2,7	11,5	1,8
Nous entorns comunicatius (v66, v18, v46, v45, v53_b)	Català	45,5	26,5	14,0	41,2
	Castellà	47,7	63,8	63,3	50,7
	Anglès	4,0	7,0	19,9	5,3
Total (n)		546	62	36	644

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta sobre usos lingüístics a petites i mitjanes empreses a Catalunya.



#### 4.3. Distribució internacional dels clients

No existeixen pràcticament diferències lingüístiques a agragadament entre les empreses que tenen clients només a Catalunya i les empreses amb clients a Catalunya i la resta d'Espanya. No obstant, si ens fixem en les diferents agrupacions d'indicadors, trobem diferències significatives en la llengua de treball. En les empreses amb mercat a tot el territori espanyol, quan ens referim a llengua de treball de les reunions o de les relacions amb clients i proveïdors, existeix una elevada percepció d'ús de català, fins i tot per sobre d'aquelles empreses que només tenen clients a Catalunya.

Les diferències més significatives quant a les pràctiques lingüístiques s'observen en les diferents vies d'internacionalització de les empreses ubicades a Catalunya. Les empreses on s'observa un major ús agregat de català és en les empreses que només tenen clients a Catalunya i en la resta del món (sense clients a la resta de l'Estat espanyol). En aquestes empreses s'arriba a un 76,4% d'ús de català per només un 18,9% de castellà.

En aquelles empreses, vinculades a serveis deslocalitzats per a grans companyies internacionals, que indiquen no tenir clients a Catalunya, l'ús de català (19,6%) és inferior al de l'anglès (21,6%). Es tracta d'un cas interessant des de la perspectiva de l'organització internacional del treball que aprofita les noves tecnologies i els preus relativament baixos del personal a Catalunya per oferir serveis intensius en coneixement a centres productius d'altres països (Solé et al., 2005)

Amb l'excepció abans esmentada, l'ús del català no es veu perjudicat per la internacionalització dels mercats de clients de les empreses i, en canvi, l'ús de castellà disminueix quan les empreses tenen clients a la resta del món.

Taula 7. Distribució del comportament lingüístic segons distribució internacional dels clients

		Clients només a Catalunya. n. 159	Clients a Catalunya i Espanya n.309	Clients només a Catalunya i resta del món. n. 219	Clients a Catalunya, Espanya, i resta del món. n. 18	Sense clients a Catalunya. n. 11	Total. n. 716
Total: 29 indicadors (*)	Català	54,5	53,4	74,8	50,6	19,6	52,8
	Castellà	41,7	41,6	18,9	39,9	53,6	40,6
	Anglès	0,7	1,7	4,0	5,4	21,6	3,1
Nom de l'empresa (v11)	Català	45,7	41,2	62,8	42,5	9,1	42,6
	Castellà	34,1	34,6	6,7	27,3	50,0	31,7
	Anglès	2,8	4,5	16,7	13,5	27,3	7,6
Retolació: (v12, v13, v14)	Català	62,0	56,7	75,3	58,6	7,3	58,4
	Castellà	28,4	30,8	10,7	28,4	53,1	29,1
	Anglès	1,1	2,1	8,0	5,6	16,3	3,4
Publicitat (v15, v16)	Català	57,4	51,6	73,0	44,6	9,8	50,5
	Castellà	37,5	43,7	21,0	40,6	66,9	41,2
	Anglès	0,6	1,0	2,4	6,8	12,8	3,0
Formació (v33a, v33b)	Català	55,0	50,9	87,4	45,4	29,2	50,6
	Castellà	44,4	45,0	5,0	48,9	44,2	45,1
	Anglès	0,6	3,8	7,7	5,1	25,8	4,0
Comunicacions amb clients i proveïdors (v53a, v55a, v55b, v56).	Català	60,0	63,6	76,3	60,5	27,5	61,7
	Castellà	39,5	35,8	21,7	35,9	49,5	36,4
	Anglès	0,1	0,5	1,9	2,1	20,4	1,2
Paper de carta, segells i factures: (v41, v42, v44).	Català	50,7	46,0	74,0	44,7	7,7	46,8
	Castellà	41,4	45,1	18,5	39,8	64,5	42,3
	Anglès	0,6	0,9	3,1	5,7	15,6	2,6
Documents de treball. (v61, v62, v63)	Català	55,5	53,9	72,6	51,4	23,9	53,4
	Castellà	44,2	45,9	22,1	46,6	63,3	45,4
	Anglès	0,1	0,1	4,4	1,9	12,8	1,0
Reunions de treball (v64_1;v64_2)	Català	56,7	70,3	91,0	67,8	43,1	66,8
	Castellà	41,4	28,5	6,4	28,9	46,8	31,1

	Anglès	0,2	0,3	2,1	1,3	10,1	0,8
Publicacions: (v57, v65)	Català	53,3	48,3	80,4	46,0	0,0	48,6
	Castellà	45,8	50,1	17,1	48,6	68,3	48,1
	Anglès	0,8	1,2	2,5	4,5	31,7	2,8
Nous entorns comunicatius (v66, v18, v46, v45, v53_b)	Català	41,9	41,2	61,0	36,3	20,1	39,8
	Castellà	54,8	52,6	34,6	49,7	42,8	51,4
	Anglès	1,7	3,8	2,4	10,5	37,1	6,2

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta sobre usos lingüístics a petites i mitjanes empreses a Catalunya.

## 5. Conclusions

En el conjunt de la mostra s'observa, agregadament, un predomini de l'ús del català per sobre de castellà i a molta distància de l'anglès. L'ús de llengües estrangeres és, en general, molt baix i sens dubte remet al fet que existeix una marcada divisió lingüística del treball entre els treballadors, de forma que aquells que han de portar a terme comunicacions internacionals encara són una minoria i que aquestes comunicacions ocupen una part molt reduïda del temps total de treball. Només en les empreses de capital estranger, l'anglès arriba a taxes d'ús que fan que aquest idioma es converteixi en un important nou competidor en pràcticament totes les funcions comunicatives per a la llengua catalana, sense que, en aquestes empreses, segons els resultats, resulti afectada la llengua castellana.

L'informacionalisme com a procés que designa les noves formes de treball i organització no té, en general un efecte negatiu sobre la llengua catalana, sinó més aviat positiu. Hem observat com en els perfils amb major intensitat lingüística, és a dir en les empreses on la gestió d'informació i producció de coneixement és més important, augmenta l'ús de català i anglès en detriment de la llengua castellana. L'extensió i reforçament del català en el sistema universitari, que aquesta llengua sigui a Catalunya la llengua de prestigi institucional i que les institucions públiques catalanes siguin un referent en la promoció de les activitats de l'anomenada societat del coneixement haurien de reforçar aquesta tendència en el futur.

Tanmateix, un dels components del procés de globalització econòmica analitzat, l'obertura dels mercats cap a la resta món i la menor dependència del mercat de la resta d'Espanya, han mostrat també efectes positius sobre l'ús del català. El creixement de les exportacions des de Catalunya cap a Europa i el menor pes relatiu del mercat espanyol té també, doncs, efectes positius per al català.

Al contrari, els efectes negatius sobre l'ús del català els hem trobat en dos factors vinculats a la globalització i l'informacionalisme: a) els nous espais comunicatius propiciats per les noves tecnologies de la informació i la comunicació i b) l'origen internacional del capital, i en el primer àmbit castellà i anglès són idiomes molt ben situats, el primer en tant que gran mercat i el segon en tant que principal idioma de desenvolupament tecnològic. L'augment d'intensitat d'aquestes variables mostra, doncs, efectes negatius sobre el català com a llengua local. D'altra banda, l'origen estranger del capital implica noves llengües de coordinació i de prestigi a l'interior de les empreses.

El cas particular del castellà és molt interessant a tenor de les variables observades. És la segona llengua en l'activitat de les empreses analitzades i la creixent intensitat lingüística dels processos així com la internacionalització dels mercats de les empreses catalanes mostren efectes negatius sobre el seu ús. En canvi, la situació positiva respecte a l'origen del capital i les noves tecnologies suposa un comportament ambivalent respecte a la globalització i l'informacionalisme.

De fet, la situació de la llengua castellana no acaba de correspondre perfectament a l'anomenada crisi de les llengües de la modernitat (Graddol, 2004). Perd funcions davant de l'anglès a causa de la regionalització de l'economia europea i per tractar-se de la llengua de referència en la gestió de coneixement a nivell mundial. També perd funcions en el marc de les creixents reivindicacions locals que se situen en el marc del ressorgiment dels nacionalismes a escala global. Però es configura com una de les grans llengües de l'activitat econòmica regional a nivell mundial a Amèrica Central i del Sud i amb grans mercats també a Espanya i els EUA. Precisament, el procés de globalització s'acompanya per la regionalització de l'economia (Unió Econòmica Europea,

Mercosur, NAFTA...), fet que proporciona al castellà una situació de privilegi tant perquè és la llengua d'un d'aquests grans mercats, com perquè opera com a pont comercial i cultural entre la Unió Europea i l'Amèrica llatina.

Finalment, la representació que hem fet de les pràctiques lingüístiques a de les petites i mitjanes empreses es podria enriquir notablement distingint de forma analítica les diferents funcions instrumentals de les llengües en el món de l'empresa. Aquestes es poden agrupar de la següent manera: a) llengua corporativa o dels propietaris; b) llengües de coordinació internacional de la producció; c) llengües dels mercats locals de treball, i d) llengües dels mercats de consum i de proveïdors. Aquesta classificació remet a un món socioeconòmic progressivament quadrilingüe, tot i que la divisió lingüística del treball pot ser compatible amb plantilles majoritàriament monolingües o bilingües a causa de l'existència d'una notable divisió lingüística del treball. Monolingüisme que genera el risc de segmentació de les plantilles basant-se en el prestigi de cadascuna de les llengües.

## **6. Bibliografia.**

- Carnoy, Castells, Cohen, Cardoso, (1993) *The New Global Economy in the Information Age. Reflections on our Changing World*. Pennsylvania: The Pennsylvania State University
- Castells, A. (2003): "Indexplà. Programa d'avaluació de les organitzacions", *Noves SL*, estiu.
- Charles, M. and Marschan-Piekkari, R. (2002) "Language Training for Enhanced Horizontal Communication: A Challenge for MNCs", *Business Communication Quarterly*, 65, 2, 9-29.
- Coulmas, F. (2005): "Changing language regimes in globalizing environments", *International Journal of the Sociology of Language*, 175/176: 3-15.
- Graddol, D. (2004): "The Future of Language", *Science*, 303: 1329-1331.
- Harris, R. (1998): "The Economics of Language in a Virtually Integrated Economy", *New Canadian Perspectives. Changing the Language Landscape. Official Languages in Canada*. Quebec: Departament of Public Works and Government Services Canada: 35-88.
- Heller, M. (2005): "Language, skill and authenticity in the globalized new economy". *Noves SL*, Hivern.
- Janssens M, Lambert J, Steyaert C. (2004): "Developing language strategies for international companies: the contribution of translation studies", *Journal of World Business*, 39: 414-430.
- O'Hara-Devereaux, M - Johansen, R: (1994): *Globalwork - Bridging Distance, Culture and Time*. Jossey-Bass.
- Reich, R. (1991): *The Work of Nations*. New York: Alfred A. Knopf.
- Riera, A. (2005): "Els usos lingüístics a les grans empreses de la distribució alimentària a Catalunya". Generalitat de Catalunya-Secretaria de Política Lingüística. *Els usos lingüístics a les empreses amb vocació internacional. Actes del Col.loqui Internacional Quebec, 9 i 10 de juny de 2003*. Barcelona: Departament de la Presidència
- Romaní, J.M. (2005): "La variabilitat en els usos lingüístics a les empreses catalanes: factors i tendències". Generalitat de Catalunya-Secretaria de Política Lingüística. *Els usos lingüístics a les empreses amb vocació internacional. Actes del Col.loqui Internacional Quebec, 9 i 10 de juny de 2003*. Barcelona: Departament de la Presidència
- Solé, C. y Alarcón, A. Garzón, L. y Terrones, A. (2005): *Llengua, empresa i integració econòmica: L'intercanvi econòmic com a font de canvi lingüístic*. Treballs de la Secció de Filosofia i Ciències Socials; 32. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.
- Solé, J. Castaño i Díaz, J. (2005): "Política lingüística a les empreses multinacionals i empreses de serveis públics a Catalunya", *Noves SL*, hivern

Amado Alarcón  
Universitat Rovira i Virgili  
[amado.alarcon@urv.net](mailto:amado.alarcon@urv.net)

**Annex 1. Distribució general dels usos lingüístics a les petites i mitjanes empreses de Catalunya**

	Català	Castellà	Anglès	Francès	Alemany	Altres llengües	No distingible / Sense significat
<b>IMATGE I RETOLACIÓ</b>	<b>47,3</b>	<b>32,4</b>	<b>5,1</b>	<b>0,3</b>	<b>0,2</b>	<b>1,1</b>	<b>13,7</b>
Nom de l'empresa	42,34	31,38	7,7	0,27	0,3	0,19	17,82
Rètol principal	45,04	25,27	8,32	0,31	0,15	0,36	20,63
Recollida per observació: Rètol principal	47,07	23,29	8,05	0,68	0,49	8,39	12,26
Rètol horari	68,66	28,95	0,98	0	0	1,63	2,17
Marxandatge	50,84	36,35	3,14	0,02	0,16	0	9,5
Recollida per observació: Papereria i marxandatge	24,78	16,05	6,6	0,27	0,06	0,84	51,3
Pàgina web d'inici	35,58	<b>53,72</b>	6,82	0,57	0,15	0,3	0,2
Prospecte publicitari o tríptic d'activitat de més difusió (observació)	36,86	30,28	7,81	0,63	0,1	0,45	23,86
Percentatge de rètols interiors	61,17	32,29	1,39	0	0	0,2	4,95
Recollida per observació: Percentatge de rètols interiors	57,32	33,47	2,42	0,11	0,32	0,13	6,23
Publicitat	50,46	45,6	2,86	0,38	0,2	0	1,41
<b>FORMACION</b>	<b>50,4</b>	<b>45,5</b>	<b>3,9</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Material de la formació	45,46	<b>49,7</b>	4,39	0,23	0,22	0	0
Llengua vehicular de la formació	55,25	41,26	3,33	0	0,16	0	0
<b>DOCUMENTACIO D'US EXTERN</b>	<b>42,0</b>	<b>37,1</b>	<b>5,3</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,2</b>	<b>15,1</b>
Paper de carta	49,95	39,07	3,04	0,12	0,15	0,15	7,52
Recollida documental: Paper de carta, model de fax	27,03	19,65	6,94	0,21	0,02	0,47	45,59
Segells propis o estàndards	45,41	34,76	3,01	0	0	0,19	16,62
Recollida documental: Segells propis o estàndards	28,21	15,34	6,72	0,23	0,45	0	49,15
Percentatge de documents difusió externa	47,54	<b>47,86</b>	3,8	0,3	0,19	0,15	0,17
Recollida documental: Documentació d'ús extern	51,4	34,09	2,94	0,07	0,01	0,32	11,16
Percentatge de factures, rebuts o tiquets de caixa	44,69	<b>52,08</b>	2,36	0,23	0,13	0,04	0,47
Recollida documental: Factures, rebuts o tiquets de caixa	34,35	<b>39,66</b>	3,72	0,26	0,07	0	21,77
Percentatge de textos predeterminats del correu electrònic	47,49	39,49	8,02	0,12	0,11	0,26	4,56
Recollida documental: Missatge electrònic	31,59	<b>37,41</b>	<b>11,24</b>	0	0	0,1	19,65
Formularis electrònics	34,1	<b>54,72</b>	8,83	0,93	0,48	0,57	0,36
Recollida documental: Formulari electrònic	62,74	30,86	2,45	0	0	0	3,95
<b>COMUNICACIONS D'US EXTERN</b>	<b>61,0</b>	<b>32,2</b>	<b>1,8</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>4,4</b>
Llengua atenció personalitzada telefònica i oral	76,01	21,1	0	0	0	2,9	0
Llengua contestador automàtic	52,81	46,91	0	0	0	0,28	0
Activitat oral més habitual o quotidiana amb clients o usuaris	58,59	37,07	2,99	0,41	0,13	0,26	0,57
Us del català en nous entorns comunicatius	54,87	39,88	3,77	0,32	0,2	0,17	0,59
Comunicacions escrites a institucions públiques adreçades a territori	85,27	14,57	0	0	0	0	0,16
Recollida documental: Models de documentació escrita a institucions	73,91	14,81	0,07	0	0	0	11,24
Comunicacions escrites a altres empreses clients a Catalunya	62,53	36,57	0,56	0,01	0,01	0,15	0,17
Comunicacions escrites a clients particulars adreçades a territori català	65,16	33,83	0,48	0,05	0,05	0,25	0,19
Recollida documental: Models de documentació escrita a clients	59,72	24,02	1,98	0,22	0,06	0,22	13,77
Comunicacions als proveïdors adreçades a territori català	61,08	37,77	0,92	0	0,08	0	0,16
Recollida documental: Models de comunicació als proveïdors	50,17	33,83	2,83	0	1,03	0	12,14
Publicacions periòdiques i no periòdiques adreçades a territori català	49,61	45,35	4,08	0,64	0,19	0,25	0

**Informacionalisme, globalització i trilingüisme. Una anàlisi de l'estadística sobre Usos lingüístics a Petites i Mitjanes Empreses de Catalunya, per Amado Alarcón**

Percentatge de publicacions periòdiques	42,78	32,37	5,36	1,52	0	0	17,67
<b>DOCUMENTACIÓ I COMUNICACIÓ INTERNES</b>	<b>52,4</b>	<b>41,6</b>	<b>1,8</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,4</b>	<b>3,5</b>
Circulars, directrius o notes escrites	58,51	39,69	1,46	0,04	0,05	0,08	0,17
Recollida documental: Model de circular al personal	53,42	35,47	0,63	0,4	0	0	10,08
Recollida declaració: Ordres del dia o actes de reunió	59,11	39,57	1,29	0,02	0,02	0	0
Recollida documental: Ordre del dia o acta de reunió	59,69	27,73	2,47	0,25	0,06	4,59	5,21
Recollida per declaració: Formularis i impresos interns	42,41	<b>57,24</b>	0,35	0	0	0	0
Recollida documental: Formulari intern més habitual	49,16	40,97	1,48	0	0	0	8,15
Llengües de les dues darreres reunions internes: Reunió 1	66,97	30,48	0,98	0,3	0,24	0,12	0,9
Llengües de les dues darreres reunions internes: Reunió 2	67,5	30,73	0,55	0,32	0,01	0	0,88
Recollida per declaració: Llengües projecte o memòria anual	47,33	<b>51,09</b>	1,58	0	0	0	0
Recollida documental: Memòria, informe o projecte anual	45,52	36,11	4,91	0,51	0,03	0,12	12,8
Llengües programa de tractament de textos o aplicatiu més usual	26,83	<b>68,81</b>	4,21	0	0	0	0
<b>Índex agregat (no ponderat, 49 indicadors)</b>	<b>50,90</b>	<b>36,09</b>	<b>3,47</b>	<b>0,22</b>	<b>0,12</b>	<b>0,49</b>	<b>8,70</b>

Enquesta sobre Usos Lingüístics a Petites i Mitjanes empreses, 2003. n= 754