

El català en el món socioeconòmic

**P L A T A
F O R M A
P E R L A
L L E N G U A**

Situació general del català en el món socioeconòmic pel
que fa a la legislació, presència en alguns sectors i
relació amb les persones consumidores i usuàries

Barcelona, febrer 2009

Índex

1	El català és una llengua minoritària?	2
2	Quin és el coneixement social del català?	5
3	El català és una llengua rendible en el negoci?	10
4	Què en pensen els consumidors?	11
4.1	Preferències dels consumidors catalans	11
4.2	Preferències dels consumidors a la resta de l'Estat espanyol	17
4.3	Consum responsable	19
5	Com actuen les empreses?	20
5.1	Opinió i intencions de les empreses	23
5.2	El multilingüisme en l'estratègia empresarial	24
5.3	Responsabilitat Social Empresarial	26
6	El català s'imposa per llei?	27
6.1	Legislació i drets lingüístics pel que fa al català a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya)	28
7	Presència del català en alguns àmbits socioeconòmics	37
7.1	Etiquetatge	37
7.1.1	Les principals empreses de begudes amb seu a Catalunya	40
7.1.2	Aigües envasades	42
7.1.3	Cerveses	44
7.1.4	Vins i caves	46
7.1.5	Arrossos	47
7.2	Grans establiments, hipermercats i supermercats	50
7.3	Mitjans de comunicació	54
7.3.1	Premsa i altres publicacions	54
7.3.2	Televisió	58
7.3.3	Ràdio	59
7.4	Indústries culturals	61
7.4.1	Llibres	61
7.4.2	Cinema	63
7.4.3	Espectacles i altres consums culturals	68
7.5	Joguines	69
7.6	Noves tecnologies	71
7.6.1	Internet	73
7.6.2	Webs de grans empreses i sectors empresarials	78
7.6.3	Telefonia mòbil	81
7.6.4	Sistemes operatius i programari	82

1. El català és una llengua minoritària?

No. El català és una llengua mitjana, té 9'1 milions de parlants, l'entenen 11 milions de persones i se situa al lloc 88 entre les 6800 llengües que es parlen arreu del món.¹

A la Unió Europea, el català és la novena llengua segons població on és oficial (vegeu taula 1). Entre les 23 llengües oficials de la UE, el català seria la catorzena pel que fa al nombre absolut de parlants, per sobre de llengües com el maltès, l'estonià, el letó, el lituà, el finès, el danès, l'eslovè o l'eslovac. El català és comparable en nombre de parlants a Europa, amb llengües com el portuguès, el suec, el grec, el noruec, l'hongarès o el búlgar.

Taula 1. El català i les 23 llengües oficials de la Unió Europea segons població on és oficial.

Llengua	Total Població
Alemanys	91.090.016
Francès	68.335.421
Anglès	65.167.462
Italià	59.131.287
Espanyol	44.474.631
Polonès	38.125.479
Neerlandès	23.506.647
Romanès	21.565.199
Català	13.716.059
Grec	11.950.424
Portuguès	10.599.095
Txec	10.287.189
Hongarès	10.066.158
Suec	9.404.028
Búlgar	7.679.290
Gaèlic irlandès	6.056.234
Danès	5.447.084
Eslovac	5.393.637
Finès	5.276.955
Lituà	3.384.879
Letó	2.281.305
Eslovè	2.010.377

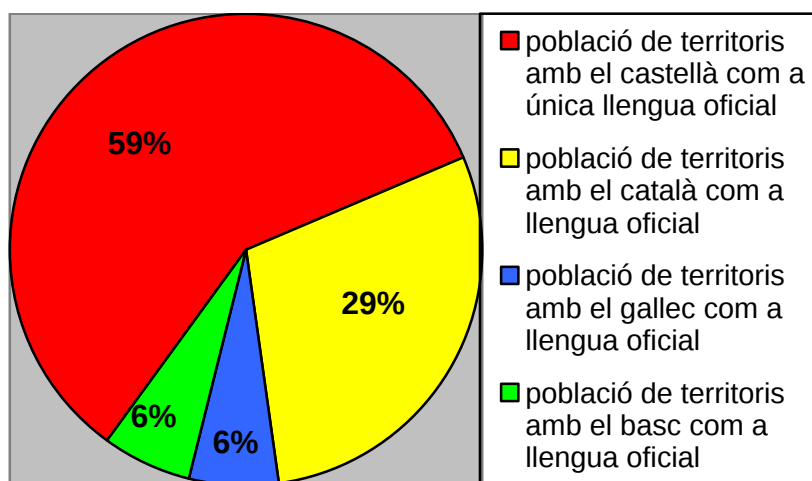
¹ Estimacions fetes per la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya, a partir de les dades de les enquestes sobre usos i coneixements lingüístics realitzades als set territoris de parla catalana, durant els anys 2003 i 2004.

Estonià	1.342.409
Maltès	407.810

Font: versió francesa del llibret *El català, llengua d'Europa*, 2008, Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya.

El nombre d'habitants dels territoris de llengua catalana representa el 29% de la població de l'Estat espanyol. Un de cada tres espanyols viu en un territori on el català és llengua oficial² (vegeu gràfic 1). El català és la segona llengua de l'Estat espanyol amb més parlants, a molta distància de la tercera i quarta.

Gràfic 1. Població de l'Estat Espanyol segons les llengües oficials de llurs territoris.³



Font: dades pròpies, a partir de les dades de població del 2007 del Instituto Nacional de Estadística.

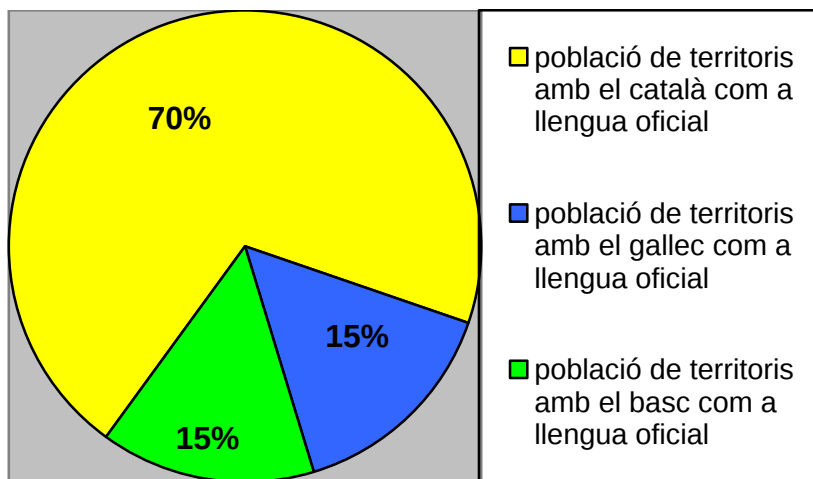
Un 70% de la població que viu en regions autònomes de l'Estat espanyol amb més d'una llengua oficial, viu en regions amb el català com a llengua oficial⁴ (vegeu gràfic 2).

² Font: dades pròpies a partir de les dades de població del 2007 del Instituto Nacional de Estadística.

³ El castellà és oficial a tot l'Estat Espanyol. Català, basc i gallec són cooficials amb el castellà en les administracions autonòmiques de llurs dominis lingüístics.

⁴ Font: dades pròpies, a partir de les dades de població del 2007 del Instituto Nacional de Estadística.

Gràfic 2. Població de comunitats Autònomes de l'Estat espanyol amb més d'una llengua oficial.



Font: dades pròpies, a partir de les dades de població del 2007 del Instituto Nacional de Estadística.

2. Quin és el coneixement social del català?

El català és **majoritàriament conegut** en tots els territoris de parla catalana i àmpliament utilitzat en la seva majoria (vegeu taula 2 i imatge 1).

Taula 2. Coneixement del català en els territoris on és llengua pròpia.

	L'entén	El sap parlar	El sap llegir	El sap escriure
Catalunya (1)	97,4%	84,7%	90,5%	62,3%
Illes Balears (2)	93,1%	74,6%	79,6%	46,9%
Catalunya Nord (3)	65,3%	37,1%	31,4%	10,6%
Andorra (4)	96,0%	78,9%	89,7%	61,1%
L'Alguer (5)	90,1%	61,3%	46,5%	13,6%
País Valencià *(6)	75,9%	75,9%	47,3%	25,2%
La Franja d'Aragó (7)	98,5%	88,8%	72,9%	30,3%

(1) Font: *Estadística d'usos lingüístics a Catalunya 2003*.

(2) Font: *Enquesta d'usos lingüístics a les Illes Balears 2004*.

(3) Font: *Enquesta d'usos lingüístics a la Catalunya Nord 2004*.

(4) Font: *Enquesta d'usos lingüístics a Andorra 2004*.

(5) Font: *Enquesta d'usos lingüístics a l'Alguer 2004*.

(6) Font: *Enquesta sobre la situació social del valencià 2004*.

* S'han sumat el percentatges de les variables *Bastant bé* i *Perfectament*.

(7) Font: *Estadística d'usos lingüístics a la Franja d'Aragó 2004*.

Imatge 1: territoris de parla catalana.



Pel que fa a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya), el català és la llengua pròpia del 54% de la població⁵, és a dir, la llengua amb la qual la persona s'identifica (vegeu taula 3). El català és també la llengua habitual del 54,8% de la població⁶, és a dir, la llengua que hom utilitza més sovint (vegeu taula 4).

Taula 3. Població segons llengua pròpia a Catalunya (Comunitat Autònoma). 2003. Llengües més freqüents.

	Milers de persones	%
Català	2 670,1	48,8
Castellà	2 424,7	44,3
Ambdues	283,2	5,2
Aranès	2,2	0,0
Gallec	21,0	0,4
Francès	13,9	0,3
Anglès	14,7	0,3
Alemanys	10,8	0,2
Altres	30,7	0,6
Total	5 471,2	100,0

Font: *Estadística d'usos lingüístics a Catalunya 2003*.

Taula 4. Població segons llengua habitual a Catalunya (Comunitat Autònoma). 2003. Llengües més freqüents.

	Milers de persones	%
Català	2 742,6	50,1
Castellà	2 410,3	44,1
Ambdues	255,7	4,7
Aranès	2,1	0,0
Gallec	11,3	0,2
Francès	10,0	0,2
Anglès	11,6	0,2
Alemanys	6,1	0,1
Altres	21,5	0,4
Total	5 471,2	100,0

Font: *Estadística d'usos lingüístics a Catalunya 2003*.

Segons les dades sociolingüístiques de què disposem, el català és una llengua que augmenta en nombre de parlants i persones que la utilitzen. A més, la transmissió lingüística intergeneracional és positiva pel català tant a Catalunya com a les Illes, Andorra i en menor mesura al País Valencià. Segons l'estudi *La*

⁵ sumant els que la comparteixen com a pròpia amb el castellà

⁶ sumant els que la comparteixen com a habitual amb el castellà

situació sociolingüística als territoris de parla catalana a l'inici del segle XXI, elaborat per l'Associació de Sociolingüistes de Llengua Catalana i referent al període 2003-2005, "en el conjunt de les 5 zones [de parla catalana], els fills de les parelles lingüísticament mixtes parlen majoritàriament en català als seus propis fills. Globalment, la situació del català en aquest principi de segle és la d'una llengua viva, àmpliament parlada a la llar en la major part dels seus territoris històrics, que, en general, no retrocedeix sinó que, més aviat, avança en la transmissió intergeneracional." En la taula 5 s'observa com el 2003, entre la població jove el coneixement de català és superior al del total de la població:

Taula 5. Comparació del coneixement de català de la població jove (15-29 anys) i del total de la població (%) de Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya).

	L'entén	El sap parlar	El sap llegir	El sap escriure
Total població	97,4	84,7	90,5	62,3
Població de 15 a 29 anys	98,9	95,4	97,7	94,1

Font: Generalitat de Catalunya, Estadística d'usos lingüístics a Catalunya 2003.

Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya) compta amb 2 llengües pròpies, el català i l'occità a la Vall d'Aran, i té tres llengües oficials, el català, l'occità i el castellà. El País Valencià té el català com a llengua pròpia de la majoria de les comarques a excepció de les comarques de l'interior, amb el castellà com a llengua pròpia; les dues llengües són oficials. La llengua pròpia de les comarques del la Franja de ponent, Catalunya Nord, Andorra i l'Alguer és el català. A Andorra és l'única llengua oficial de l'Estat i a la Catalunya Nord hi té un reconeixement oficial per part del Consell General dels Pirineus Orientals.

Sobre la realitat multilingüe de Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya), cal afegir que l'any 2003 i segons l'*Estadística d'usos lingüístics a Catalunya*, unes 93.300 persones (un 1,8% de la població) tenia altres llengües com a pròpies. Amb l'arribada d'immigració dels darrers anys, aquest percentatge ha augmentat considerablement, tal com es desprèn de les dades de població estrangera segons nacionalitat del 2008 de l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat), recollides en la taula 6.

A Catalunya s'hi parlen més de 200 llengües⁷ i hi viuen persones provinents d'unes 300 comunitats lingüístiques d'arreu del món, segons el Grup d'Estudi de Llengües Amençades del Departament de Lingüística General de la Facultat de Filologia de la Universitat de Barcelona.

Taula 6. Població estrangera a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya), segons continents d'origen i el país d'origen més significatiu de cada continent.

Lloc d'origen	Número de persones
Població estrangera africana	275.746
Marroc	207.194
Població estrangera europea	331.347
Romania	87.899
Població estrangera americana	390.923
Equador	80.350
Població estrangera asiàtica i d'Oceania	99.950
Xina	39.367
Total població estrangera	1.097.966

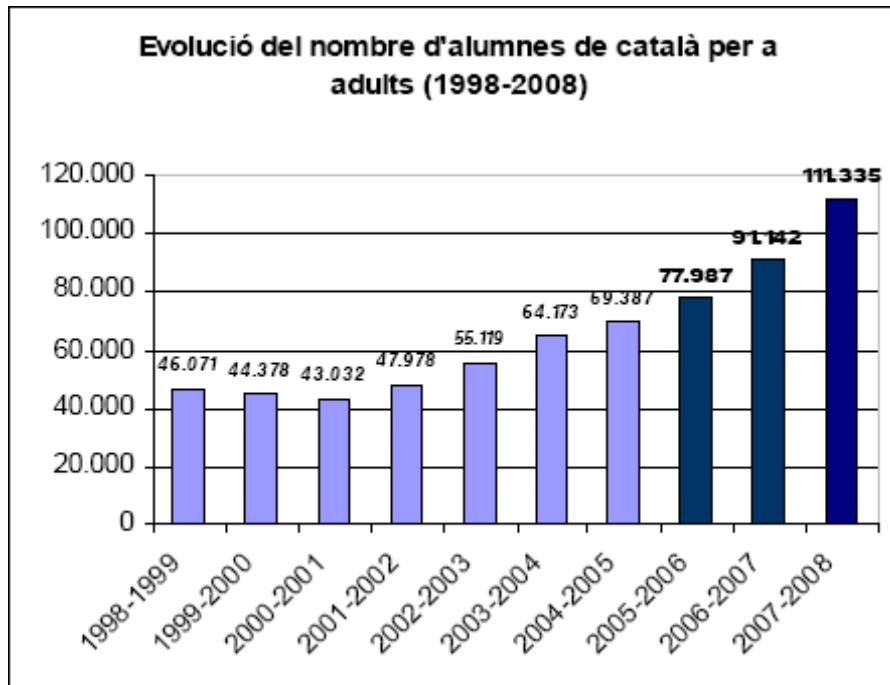
Font: exposició "La immigració ara i aquí. Catalunya 2008. Dades estadístiques", de l'Institut d'Estadística de Catalunya.

Les dades ens indiquen que el català és una llengua d'adopció per part dels nouvinguts i que, per tant, és una eina important d'integració a la societat per part de la població estrangera. Les inscripcions als cursos de català del Consorci Per la Normalització Lingüística (CPNL) han tingut un creixement global del 22% respecte de l'any 2007, en què hi va haver un augment del 17%. L'increment acumulat en el trienni ha estat d'un 43%, amb un total de més de 280.000 inscripcions (vegeu gràfic 3). La major part dels cursos són del nivell inicial i bàsic, els alumnes dels quals procedeixen en un 85'7% de fora l'Estat espanyol. El col·lectiu llatinoamericà representa prop del 50% del total de l'alumnat estranger. En el seu 20è aniversari, que se celebra l'any 2009, el CPNL assolirà la fita de 1.000.000 d'inscripcions als cursos de català per a

⁷ Exposició *Les llengües a Catalunya*, consultable a <http://www.ub.es/ling/expollengues/quantas.html>

adults. L'altre gran programa d'acollida lingüística del Consorci, el Voluntariat per la Llengua (VxL), ha arribat a un total de més de 30.000 parelles lingüístiques en els sis anys de programa. Més de 20.000 parelles de VxL en el trienni 2006-2008.⁸

Gràfic 3. Evolució del nombre d'alumnes als cursos de català del Consorci Per la Normalització Lingüística (CPNL).



Font: Balanç de l'activitat del CPNL 2006-2008.

⁸ Balanç de l'activitat del CPNL 2006-2008 <http://www20.gencat.cat>

3. El català és una llengua rendible en el negoci?

Sí. La llengua catalana, com a llengua parlada per més de 9 milions de persones i pròpia d'un territori de més de 13 milions d'habitants, és una llengua amb un important potencial comercial. Tant per la seva vitalitat, el nombre de parlants, com per l'estatus de llengua oficial, és comparable a llengües com el suec, el danès, el finès o el grec. Els estudis realitzats fins al moment evidencien que el català és un element afavoridor del consum, que existeix una demanda no satisfeta per consumir productes i serveis en català i que per tant el català és una oportunitat de negoci.

La tendència actual de les empreses i grans multinacionals d'incloure cada cop més el català en els seus productes i serveis, demostren que el català és un element de rendibilitat i d'oportunitat de negoci.

Segons dades del 2006 de l'INE i Eurostat, el Producte Interior Brut (PIB) de les principals regions de parla catalana és superior a la de Suècia, Irlanda, Finlàndia, la República Txeca i Hongria. El 2006, el PIB de Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya) era un punt i mig superior al de la mitjana de la Unió Europea.⁹

⁹ Font: opuscle *Catalan, a business opportunity*, de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació. Consultable per internet a <http://www.gencat.net/societatdelainformacio/cbo/>

4. Què en pensen els consumidors?

Els estudis realitzats determinen que els consumidors valoren positivament l'ús del català en els tractes comercials i en la informació de serveis i béns. També, els consumidors creuen que hi ha pocs productes etiquetats en català i que n'hi hauria d'haver més, és a dir, que existeix una demanda real no satisfeta per les empreses.

Per altra banda, quan s'ha consultat al consumidor de la resta de l'Estat espanyol com veuria que el català també fos present en l'etiquetatge dels productes, el resultat sempre ha estat favorable a l'ús del català.

En general, els consumidors que prefereixen l'ús del català en els tractes comercials i en la informació de serveis i béns creix cada any, com també creix l'ús del català en l'àmbit socioeconòmic.

4.1 Preferències dels consumidors catalans

No comptem amb estudis de referència actuals sobre l'opinió dels consumidors, però les dades dels estudis elaborats els anys 1992 i 1999 són àmpliament favorables a l'ús del català en les relacions comercials i serveis públics en general (vegeu taula 7), en la publicitat d'empreses i productes (vegeu gràfics 4 i 5) i en l'etiquetatge dels productes (vegeu gràfics 6 i 7).

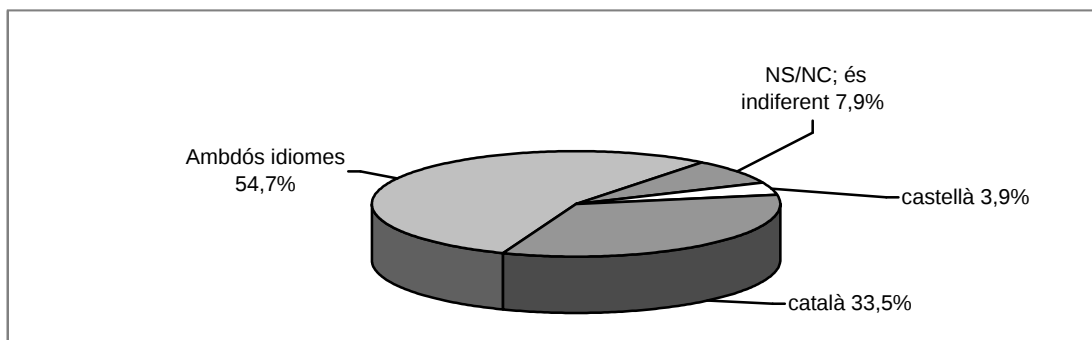
Taula 7. Percentatges de les respostes dels enquestats, a la pregunta sobre la presència o pràctica del català en els serveis preguntats.

	Molt insuficient	Insuficient	Suficient	Excessiva	Molt excessiva	No ho sap, no contesta
Centre d'atenció sanit. i hospitals	2,9	16,7	71,4	6,0	1,1	2,0
Administració Hisenda	6,6	22,4	46,9	4,0	1,0	19,2
Notaries	6,4	22,1	45,3	2,6	0,6	23,0
Jutjats	9,1	25,9	35,6	3,5	0,6	25,2
Caixes estalvi i ent. bancàries	0,7	6,2	85,1	5,9	1,0	1,1
Companyies assegurances	2,8	17,7	61,5	2,1	0,5	15,3
Restaurants i cafès	4,2	27,5	63,6	2,0	0,4	2,4

Etiquetatge de productes	15,3	40,0	38,2	3,2	0,9	2,5
Retolació comerços	4,8	33,8	54,9	4,1	0,9	1,5
Publicitat al carrer	4,8	31,3	55,9	4,7	1,0	2,3

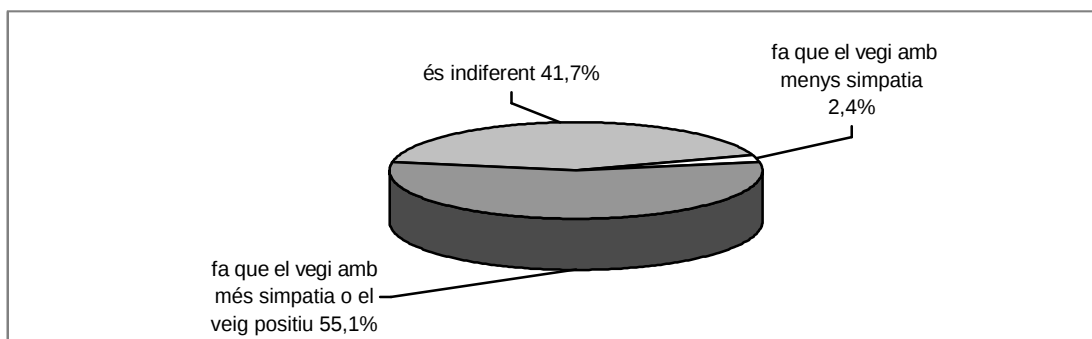
Font: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya (1999).

Gràfic 4. Percentatges de les respostes dels enquestats, a la pregunta sobre quin idioma haurien de fer servir les empreses que ofereixen serveis públics a Catalunya en la seva publicitat.



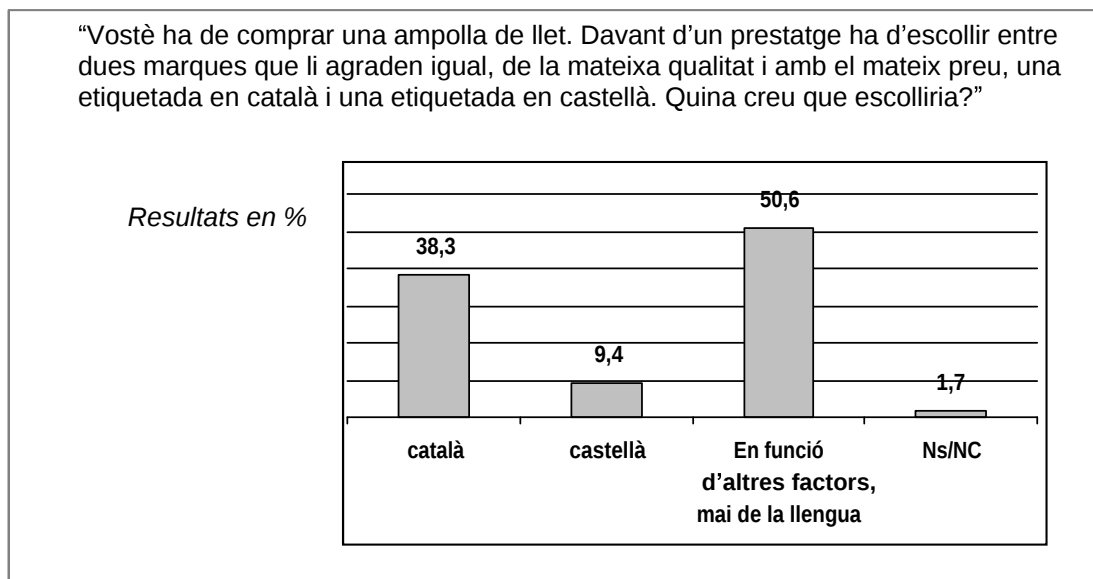
Font: Institut de Sociolingüística 1992

Gràfic 5. Percentatges de les respostes dels enquestats, a la pregunta sobre l'opinió que es té al fet que l'anunci d'un producte sigui en català.



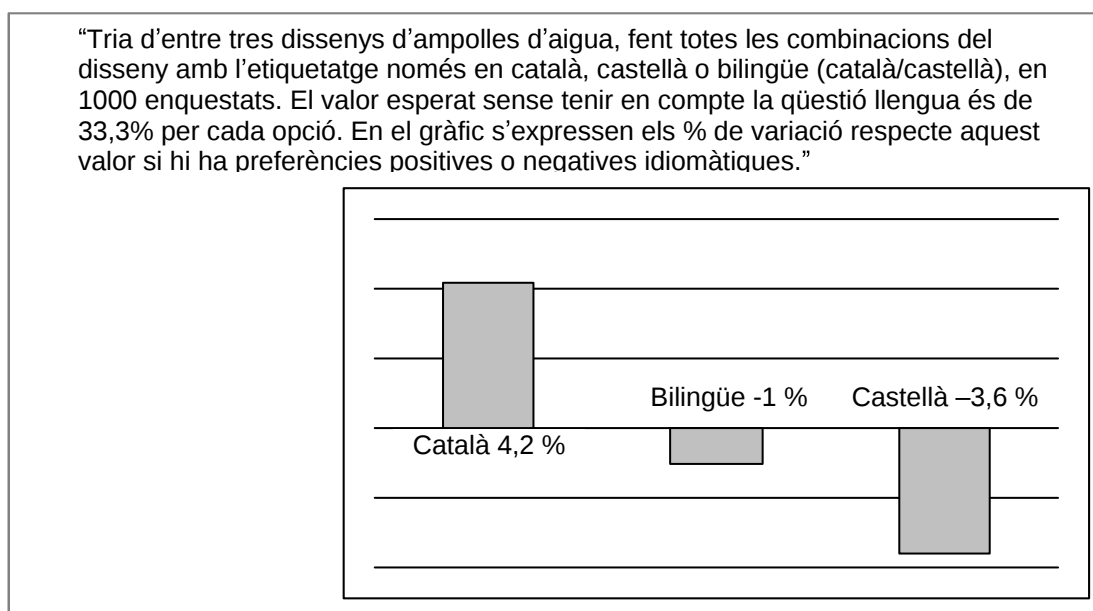
Font: Institut de Sociolingüística 1992.

Gràfic 6. Percentatges de les respostes dels enquestats, sobre la preferència a l'hora d'escollir un producte segons la llengua de l'etiquetatge.



Font: *Estudi sobre la llengua catalana en el comportament dels consumidors 1992*. Elaborat per Line Sataff Consulting, per encàrrec de la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya.

Gràfic 7. Resultats sobre les preferències lingüístiques en la tria d'un producte. La tria no està condicionada per cap tipus d'informació sobre l'objectiu de mesurar la tria segons la variable lingüística.



Font: *Estudi sobre la llengua catalana en el comportament dels consumidors 1992*. Elaborat per Line Sataff Consulting, per encàrrec de la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya.

En el gràfic 7, l'opció d'etiquetatge només en català és l'única que mostra una discriminació positiva per part del consumidor, mentre que l'opció d'etiquetatge només en castellà rep uns valors força negatius.

Segons la taula 8, extreta de l'*Estudi sobre la llengua catalana en el comportament dels consumidors* del 1992, la situació era clarament favorable a l'ús comercial del català, ja que afavoria el consum en el 49% de les respostes (la incidència era neutra en el 32%). Això permetia dir que des del punt de vista comercial i de mercat, l'ús del català era un clar factor de rendibilitat comercial en el context de Catalunya.

Taula 8. Percentatges sobre la incidència del català en el consum en la població.

Incidència del català en el consum	Distribució de la població (en %)
Incidència molt afavoridora del consum	14%
Incidència afavoridora del consum	35%
Incidència neutra	32%
Incidència desafavoridora del consum	14%
Incidència molt desafavoridora del consum	5%

Font: *Estudi sobre la llengua catalana en el comportament dels consumidors 1992*. Elaborat per Line Sataff Consulting, per encàrrec de la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya.

Les conclusions finals de l'*Estudi sobre la llengua catalana en el comportament dels consumidors 1992*, elaborat per Line Sataff Consulting per la Direcció General de Política Lingüística, destaquen que:

“La conclusió més rellevant que es desprèn de les actituds cap a l'ús comercial del català, manifestades en base a les diferents qüestions plantejades, és que malgrat que hi ha una alta proporció de la població sobre el qual no s'exerceix influència, **el català actua sempre molt més com a afavoridor del consum que no pas com a desfavoridor**, en qualsevol dels nivells d'utilització, ja sigui oral, en l'etiquetatge, en les comunicacions escrites, en la publicitat o en les retolacions exteriors.”

“El mapa actual [1992] és clarament favorable a la utilització comercial de la llengua catalana, atès que els grups on la incidència és positiva són quantitativament molt importants, i fa que des d'una òptica de mercat **l'ús del**

català és un factor d'indiscutible rendibilitat comercial en el context de Catalunya."

L'any 1999 la majoria dels enquestats creia que la presència del català en l'etiquetatge de productes era molt escassa i el 71,4% creia que hauria d'augmentar (vegeu taules 9 i 10). Una de les conclusions més destacables a les que arribava l'estudi *Llengua i activitat econòmica a Catalunya, 1999* és que existia una demanda molt important de productes etiquetats en català, que no es corresponia amb l'escassa oferta.

Taula 9. Percentatges de les respostes dels enquestats, a la pregunta sobre la presència del català en les etiquetes dels productes de consum, el 1999.

"Quina és la presència del català en les etiquetes dels productes de consum?"	
Molt escassa	50,5
Bastant escassa	31,1
Bastant àmplia	11,6
Molt àmplia	1,1
NS/NC	5,5

Font: estudi *Llengua i activitat econòmica a Catalunya*, elaborat per Gabise per a la Direcció General de Política Lingüística 1999.

Taula 10. Percentatges de les respostes dels enquestats, sobre quina hauria de ser la presència del català en l'etiquetatge dels productes.

"Quina hauria de ser la presència del català en les etiquetes dels productes de consum?"	
Hauria d'augmentar	71,4
S'hauria de quedar igual	22,8
Hauria de disminuir	1,3
NS/NC	4,5

Font: estudi *Llengua i activitat econòmica a Catalunya*, elaborat per Gabise per a la Direcció General de Política Lingüística 1999.

L'any 2006 dos estudis arriben a conclusions similars als estudis del 1992 i 1999, sobre l'opinió favorable dels enquestats sobre la presència del català en l'etiquetatge dels productes i les relacions comercials en general, en el segon cas també entre la població immigrada:

1) Estudi *El paper de la llengua entre els consumidors*, realitzat per Time Consultants per la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya, el novembre del 2006, amb les següents conclusions:

“Posicionaments en relació a la llengua de l'etiquetatge.”

“En general, predomina l'actitud favorable a la presència del català en l'etiquetatge dels productes comercialitzats a Catalunya.”

“D'una banda, el fet de trobar als comerços cada vegada més productes etiquetats en català i també més presència d'aquesta llengua en la senyalització i cartells dels establiments és, per a la majoria dels catalanoparlants i bilingües, un motiu de satisfacció, que es valora positivament i s'interpreta com un esforç dels productors i distribuïdors per acostar-se al consumidor del país en què s'ha instal·lat.”

2) Conclusió referent a la llengua de Estudi del 2006 *Hàbits de compra de la població immigrant*, de la Delegació de Comerç de la Diputació de Barcelona:

“Al voltant del 80 per cent dels immigrants no té cap problema amb l'ús del català en el comerç, tant en la retolació general, com en l'atenció personal, com en l'etiquetatge dels productes o la publicitat i promocions. És més, per a la meitat dels enquestats l'ús del català en aquests àmbits li sembla força bé o molt bé i a la resta, fins al vuitanta per cent, els és indiferent. No hi ha cap comportament diferencial significatiu segons l'origen de l'enquestat.”

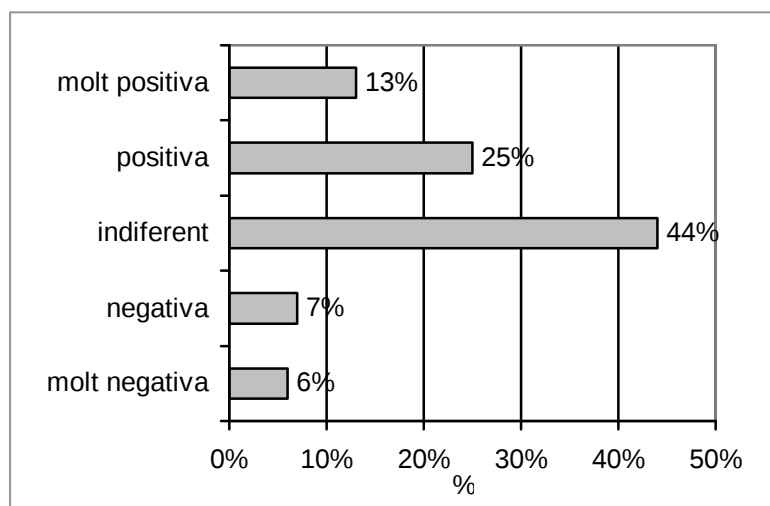
4.2 Preferències dels consumidors de la resta de l'Estat espanyol

Les següents dades fan referència només a l'opinió dels consumidors respecte l'etiquetatge dels productes. Una enquesta del 1990 determinava que la gran majoria dels consumidors de la resta de l'Estat espanyol no trobaven negatiu que els productes fossin etiquetats també en gallec, català i basc, ans al contrari, predominava una majoria favorable a aquest fet sobre una minoria desfavorable (vegeu gràfic 8 i taula 11). Aquesta opinió favorable era més gran entre la població jove de 16 a 30 anys.

Aquest estudi va desmentir l'argument utilitzat per alguns empresaris, de no etiquetar en català a causa de la suposada desaprovació del consumidor de la resta de l'Estat espanyol.

Gràfic 8. Percentatges de les respostes dels enquestats de la resta de l'Estat espanyol, sobre la valoració davant de productes etiquetats en castellà més gallec, català i basc.

“Quan vostè observa en un supermercat que un producte dels que consumeix està etiquetat no solament en castellà, sinó també en gallec, català i basc, quina és la seva valoració?”



Font: estudi *Enquesta etiquetatge plurilingüe*, realitzat per l'Agència DYM (1990).

Taula 11. Percentatges de les respostes dels enquestats de la resta de l'Estat espanyol, en funció de tres grups d'edat, sobre la valoració davant de productes etiquetats en castellà més gallec, català i basc.

“Quan vostè observa en un supermercat que un producte dels que consumeix està etiquetat no solament en castellà, sinó també en gallec, català i basc, quina és la seva valoració?”

	Total %	16-30 anys	31-45 anys	46-65 anys
Molt positiu	13	16	14	10
Positiu	25	28	24	22
Indiferent	49	45	49	52
Negatiu	7	5	7	8
Molt negatiu	6	6	6	8
Base:100	100	36	28	36

Estudi *Enquesta etiquetatge plurilingüe*, realitzat per l'Agència DYM (1990)

Font: Albertí, X. i Vicens, J. *El català a l'empresa: L'empresa a normalitzar*, Federació d'Organitzacions Empresarials de Girona.

4.3 Consum responsable

El consum responsable és un consum conscient i crític, basat en criteris ètics, principis morals i en valors com la solidaritat, la justícia, el respecte al medi i a la natura i el desenvolupament sostenible. Un consum responsable implica un tracte just vers el consumidor en el darrer graó de la cadena. I és aquí on afecta al consumidor català i la llengua pròpia d'aquest entorn d'actuació, ja que el consumidor té el dret de rebre un tracte respectuós i no discriminatori per raons de pertinença cultural o lingüística. El consumidor que opta per un consum responsable té en compte que el català sigui present en aspectes com l'atenció oral i escrita, la publicitat del producte o servei, els catàlegs o prospectes, l'etiquetatge i les instruccions d'ús dels productes, la retolació i cartells de l'establiment, la megafonia, les pàgines web i serveis electrònics, els contractes i factures, etc.

A més, el dret del consumidor a rebre la informació dels productes en català i a ésser atès en català és un dret reconegut per les Lleis de l'Estatut del Consumidor i de Política Lingüística del Parlament de Catalunya (vegeu punt 6.1 Legislació lingüística catalana, pàgina 27), de manera que cap empresa responsable no pot infringir uns drets del ciutadà reconeguts per llei.

Cada cop més consumidors adopten els criteris del consum responsable. N'és un exemple la campanya "A Taula, en català", que compta amb més de 200 ajuntaments i unes 50 entitats que s'han compromès a consumir productes alimentaris etiquetats en català per al seu consum intern. En són exemples els ajuntaments de Tarragona, Lleida, Girona, L'Hospitalet de Llobregat, el FC Barcelona, l'UAB, Òmnium Cultural, l'Ateneu Barcelonès, etc.

+ info: desplegable *Consum responsable en català*:

http://www.plataforma-llengua.cat/doc/desplegable_consum.pdf

Campanya "A Taula en Català":

<http://www.plataforma-llengua.cat/campanyes/index.php?campanya=31>

5. Com actuen les empreses?

Des de la fi del règim franquista, que prohibia l'ús del català en molts àmbits, aquest idioma s'ha anat normalitzant en els sectors socioeconòmics, aconseguint una presència generalitzada en àmbits com els supermercats i hipermercats, vins i caves, establiments bancaris i caixes d'estalvi, etc. En d'altres àmbits aquesta normalització només és parcial, però en augment. Això es deu a la tendència de les empreses de valorar l'ús de la llengua segons criteris comercials i econòmics i d'eficiència en la qualitat vers les persones consumidores, deixant a banda les raons ideològiques o les pors personals que bloquegen aquest procés de normalització del català i innovació empresarial.

Segons els estudis realitzats, **les empreses són favorables a incrementar l'ús del català** en els seus productes i relacions comercials. Així ho confirmen els diferents indicadors existents sobre l'augment de la presència del català en el món socioeconòmic, tot i que en cada territori de parla catalana aquesta realitat és diferent.

Segons les dades recollides a l'*Estadística d'usos lingüístics a petites i mitjanes empreses 2006*, la comunicació exterior de les empreses enquestades és majoritàriament en català, excepte en alguns suports electrònics i factures (vegeu taula 12). Tot i això, l'ús del català en webs i butlletins electrònics ha augmentat molt els darrers anys i cada cop és més generalitzat, com també en els tiquets de compra i factures, ja que aquests darrers elements estan legislats per la Llei de Política Lingüística. Segons aquesta estadística del 2006, en les comunicacions orals internes el català també és majoritari.

Taula 12. Percentatges dels usos lingüístics en les comunicacions exteriors de les empreses.

Usos lingüístics: comunicacions amb l'exterior					
		Català	Castellà	Altres	Base
Llengua del nom de l'organització	Declaració	42,7	31,6	25,7	729
Llengua del rètol principal	Declaració	45,1	25,4	29,5	681
	Observació	46,7	23,1	30,2	500
Llengua del rètol d'horari	Declaració	68,0	29,4	2,6	299
	Observació	65,1	30,6	4,3	194
Llengua dels rètols interiors	Declaració	61,6	32,1	6,3	517
	Observació	57,3	33,6	9,1	329
Llengua de la publicitat	Declaració	50,9	45,0	4,1	533
	Documental	36,8	30,3	32,9	333
Llengua dels elements de marxandatge	Declaració	50,7	36,4	12,9	649
	Documental	25,0	15,8	59,2	572
Llengua de la pàgina inicial del web	Declaració	35,5	53,7	10,8	480
	Documental	28,9	36,5	4,6	208
Llengua del paper de carta o fax	Declaració	49,8	39,2	11,0	714
	Documental	27,2	19,6	53,2	559
Llengua dels segells propis o estàndards	Declaració	45,7	34,7	19,6	736
	Documental	28,5	15,5	56,0	357
Llengua de la documentació de difusió externa	Declaració	47,5	47,9	4,6	634
	Documental	51,7	34,1	14,2	289
Llengua de les factures, rebuts o tiquets de caixa	Declaració	44,7	52,0	3,3	722
	Documental	34,5	39,8	26,0	346
Llengua dels textos predeterminats del correu electrònic	Declaració	47,3	39,5	13,2	396
	Documental	31,8	37,7	30,5	100
Llengua dels formularis electrònics	Declaració	34,1	55,0	10,9	293
	Documental	63,6	29,8	6,6	30
Llengua de l'activitat oral més habitual amb usuaris	Declaració	58,6	37,0	4,4	729
Llengua d'atenció personalitzada telefònica i oral	Declaració	75,0	22,2	2,8	652
Llengua del contestador automàtic	Declaració	53,4	46,4	0,2	371
Llengua en l'atenció oral en els nous entorns comunicatius	Declaració	54,8	40,1	5,1	528
Llengua de les comunicacions escrites a institucions públiques	Declaració	85,3	14,6	0,1	660
	Documental	73,9	15,5	10,6	56
Llengua de les comunicacions escrites a altres empreses que són clients de la seva organització	Declaració	62,7	36,4	0,9	626
Llengua de les comunicacions escrites a clients o usuaris particulars	Declaració	64,6	34,4	1,0	558
	Documental	59,8	24,3	15,9	160
Llengua de les comunicacions escrites a proveïdors	Declaració	60,9	38,0	1,1	671
	Documental	51,8	32,7	15,5	30
Llengua de les publicacions periòdiques i no periòdiques	Declaració	50,4	44,7	4,9	272
	Documental	43,4	32,0	24,6	139

Font: *Estadística d'usos lingüístics a petites i mitjanes empreses 2006*. Realitzada per la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya amb la col·laboració de l'Idescat.

Segons la mateixa enquesta (2006), l'ús del català en l'actitud lingüística dels treballadors de petites i mitjanes empreses també ha augmentat, en relació als darrers tres o quatre anys (vegeu taula 13).

Taula 13. Percentatge de les respostes d'empresaris enquestats, sobre l'ús del català dins la seva empresa en relació als darrers tres o quatre anys.

“A la seva empresa, l'ús de la llengua catalana en relació amb fa tres o quatre anys...”

	Ha augmentat	S'ha mantingut igual	Ha disminuït	No ho sap	Base
Serveis empresarials i finances	40,5	49,6	5,8	4,1	363
De 10 a 19 treballadors	39,8	48,7	6,3	5,2	191
De 20 a 99 treballadors	41,3	50,6	5,2	2,9	172
Altres serveis	36,1	53,2	7,4	3,3	391
De 10 a 19 treballadors	35,0	54,1	6,4	4,5	220
De 20 a 99 treballadors	37,4	52,0	8,8	1,8	171
Total	38,2	51,5	6,6	3,7	754

Font: *Estadística d'usos lingüístics a petites i mitjanes empreses 2006*. Realitzada per la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya amb la col·laboració de l'Idescat.

També segons aquestes dades (2006), la majoria d'empreses enquestades (un 57,7%) atenen el client per defecte en català (vegeu taula 14).

Taula 14. Percentatge de les respostes d'empresaris enquestats, sobre els criteris d'atenció oral en el primer contacte amb l'interlocutor.

	S'atén per defecte en català	S'atén per defecte en castellà	S'atén per defecte en una altra llengua	No s'ha adoptat cap criteri	No ho sap	Base
Serveis empresarials i finances	53,4	17,1	0,8	26,7	2,0	363
De 10 a 19 treballadors	52,9	15,7	1,6	28,8	1,0	191
De 20 a 99 treballadors	54,1	18,6	0,0	24,4	2,9	172
Altres serveis	61,6	10,0	0,3	27,4	0,7	391
De 10 a 19 treballadors	60,0	10,5	0,0	28,6	0,9	220
De 20 a 99 treballadors	63,7	9,4	0,6	25,7	0,6	171
Total	57,7	13,4	0,5	27,1	1,3	754

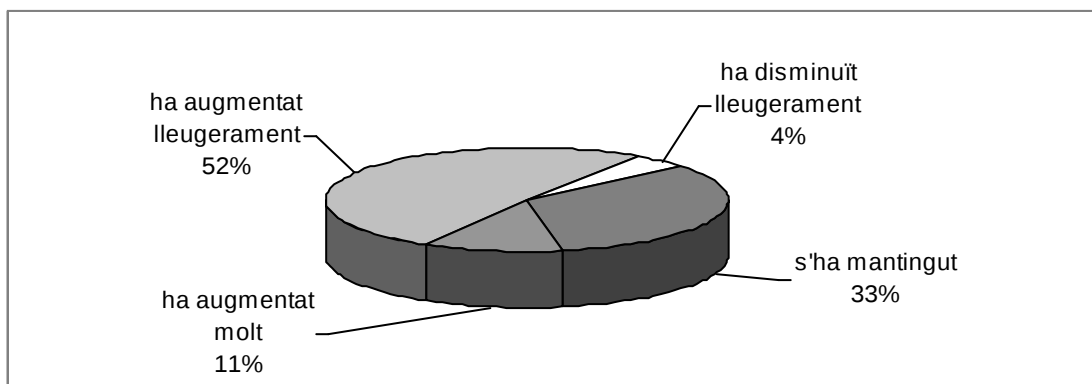
Font: *Estadística d'usos lingüístics a petites i mitjanes empreses 2006*. Realitzada per la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya amb la col·laboració de l'Idescat.

5.1 Opinió i intencions de les empreses

L'estudi *Usos i actituds lingüístiques en les empreses associades a l'Institut de l'Empresa Familiar*, elaborat per la Generalitat de Catalunya l'any 2000, va preguntar a empresaris sobre l'evolució del català en la seva empresa i si tenien la intenció d'augmentar el català en el futur. En els dos casos, la majoria d'empreses asseguraven haver augmentat el català, en un 63%, i tenir la intenció d'augmentar-lo en el futur immediat, en un 52% (vegeu gràfics 9 i 10).

Gràfic 9. Percentatge de les respostes d'empresaris enquestats, sobre l'evolució del català en la seva empresa els últims tres o quatre anys.

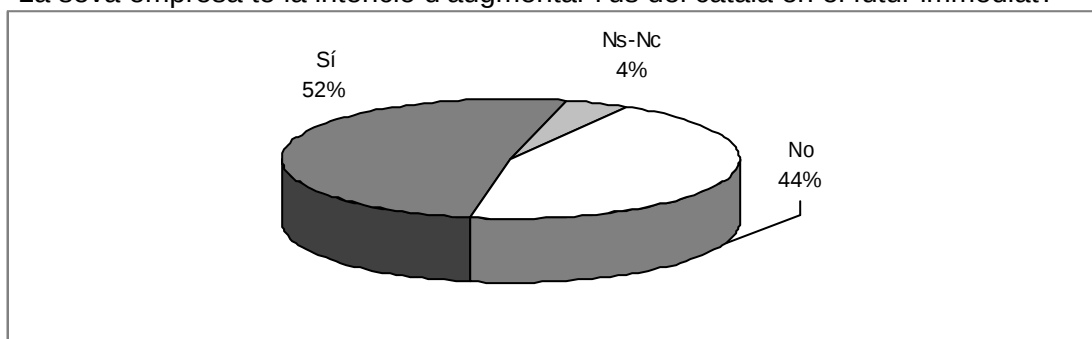
“En relació amb fa tres o quatre anys, creu que l'ús del català en la seva empresa ha augmentat o ha disminuït?”



Font: *Usos i actituds lingüístics en les Empreses associades a l'Institut de l'Empresa Familiar. 2000*, Generalitat de Catalunya.

Gràfic 10. Percentatge de les respostes d'empresaris enquestats, sobre la intenció d'augmentar el català en la seva empresa en el futur immediat.

“La seva empresa té la intenció d'augmentar l'ús del català en el futur immediat?”



Font: *Usos i actituds lingüístics en les Empreses associades a l'Institut de l'Empresa Familiar. 2000*, Generalitat de Catalunya.

5.2 El multilingüisme en l'estratègia empresarial

El multilingüisme i, per tant, el català, ja són importants estratègies comercials i de màrqueting per a les empreses modernes. Tant estudis fets des de Catalunya com de la Unió Europea ho avalen. A la pràctica, ho demostra la proliferació de màsters, cursos i seminaris universitaris sobre el multilingüisme i el català en l'estratègia comercial.

L'informe ELAN de la Comissió Europea *Incidències de la manca de competències lingüístiques de les empreses en l'economia europea*¹⁰, ha posat sobre la taula la necessitat de desenvolupar les capacitats multilingües de les empreses en el mercat internacional. L'informe ELAN conclou que les empreses que no han adoptat una estratègia multilingüe resulten menys competitives en el mercat internacional, perquè la simple intercomprensió no és suficient per guanyar la confiança dels clients, proveïdors o aliats potencials. L'estudi dona dades sobre el pes actual del multilingüisme en les empreses europees: almenys el 50% dels empresaris enquestats afirmen que tenen una estratègia de comunicació multilingüe –entesa com l'adopció planificada d'una gamma de tècniques que permeten una comunicació efectiva amb els clients i els proveïdors de l'estranger– i aboquen molts recursos a tenir una pàgina web en diversos idiomes.

Així mateix, el comissari pel Multilingüisme de la UE va assegurar que “l'Europa dels 27 que avui coneixem és una empresa multicultural i diversa, fruit de l'engrandiment del mercat únic, d'una circulació més fàcil entre països, de les migracions i de la globalització. I les nostres llengües il·lustren aquesta diversitat, on el fet de tenir 23 llengües oficials i una seixantena de llengües regionals o minoritàries no és pas cap obstacle per al mercat intern”. Al contrari, el portaveu del Comissariat per al Multilingüisme de la UE, Pietro Petrucci, aconsella a les empreses europees que facin els negocis “en la llengua dels mercats on vulguin anar els empresaris, perquè en el comerç, la millor llengua

¹⁰ Títol en versió original: *Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*

és la de qui compra”. Segons Petrucci, que va fer aquestes declaracions a la conferència *Llengües signifiquen negoci*, pronunciada a Brussel·les el 2007, “tenim estudis que demostren que la falta de coneixement lingüístic costa cada dia a les empreses europees la pèrdua d’oportunitats de negoci, és a dir, de diners”.

La necessitat de les empreses d’una estratègia multilingüe per als seus mercats també s’ha traslladat en l’àmbit formatiu universitari i editorial, com per exemple el seminari “Mercat Global i Mercat Local: implicacions per al multilingüisme de l’empresa”¹¹, organitzat per la Càtedra de Multilingüisme Linguamón – Universitat Oberta de Catalunya (UOC), en el curs de tardor 2008 del Consorci Universitari Internacional Menéndez Pelayo de Barcelona (CUIMPB- Centre Ernest Lluch). O bé el llibre *Màrqueting lingüístic i consum*, d’Ester Franquesa i Joan Sabaté, editat per la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramón Llull, el 2006.

¹¹ <http://www.cuimpb.es/frameset.html?lang=cat&accio=webCurso&p1=id&v1=2>

5.3 Responsabilitat Social Empresarial (RSE)

Cada cop més empreses adopten compromisos ètics amb els clients i les societats, que fan públics com una garantia d'actuació davant del consumidor. Aquests codis de conducta contenen referències al respecte per l'entorn cultural del consumidor, de manera que, tant en el procés d'elaboració, distribució i venda del producte, l'empresa es compromet a mantenir actituds socialment acceptables i no discriminatòries, siguin per raó de sexe, raça, religió o també culturals o lingüístiques.

El consumidor català té els mateixos drets que qualsevol altre consumidor. No en té més ni menys. Per tant, tot allò que les empreses fan per a les comunitats lingüístiques que tenen un pes econòmic similar o inferior a la catalana, ho haurien de fer també per al consumidor dels territoris de parla catalana, com ara oferir productes i serveis en la llengua pròpia. Així, l'empresa socialment responsable hauria de tenir en compte el català en aspectes com l'atenció oral i escrita, la publicitat del producte o servei, els catàlegs o prospectes, l'etiquetatge i les instruccions d'ús dels productes, la retolació i cartells de l'establiment, la megafonia, les pàgines web i serveis electrònics, els contractes i factures, etc.

+ info: article *Llengua i Responsabilitat Social de les empreses*, revista *Llengua i ús* (Generalitat de Catalunya). Consultable per internet a:

http://www6.gencat.cat/llengcat/liu/39_607.pdf

Opinió del portal de referència en RSE *Responsabilitat Global*, sobre RSE i llengua. Consultable per internet a

<http://www.collaboratio.net/newsletter/?id=2008/02/21/01>

Document de la Plataforma per la Llengua: *A l'empresa, sigues responsable, utilitza el català. 10 preceptes de mínims que cal tenir en compte davant del consumidor català* (2008) Consultable per internet a:

<http://www.plataforma-llengua.cat/estudis/index.php?est=53>

6. El català s'imposa per llei?

No precisament. El català és la llengua de la Unió Europea més desprotegida legalment de totes les llengües comparables. Per esdevenir una llengua normal en el context internacional, amb la mateixa situació que la resta de llengües comparables, el català hauria d'esdevenir llengua oficial de l'Estat espanyol en els mateixos termes que ara ho és el castellà i s'hauria de legislar en molts àmbits on ara no ho està, com l'etiquetatge o el cinema.

En tots els estats de la Unió Europea i dins el context dels països desenvolupats de tradició democràtica amb llengües comparables al català, es legisla per assegurar la presència i l'ús de llurs llengües oficials en tots els àmbits, encara que aquestes llengües o comunitats lingüístiques siguin relativament petites, en la majoria dels casos inferiors al català. Així es garanteix un tracte just i de qualitat vers els propis consumidors. En són exemples: Suïssa, Suècia, Bèlgica, Finlàndia, Dinamarca, Canadà, etc. En aquests casos, quan l'ús o presència d'una llengua oficial és molt baix o pateix dèficits importants en certs àmbits, l'Estat legisla al seu favor.

A diferència dels altres casos comparables amb llengües tan significativament parlades, l'Estat espanyol constitueix una excepció a nivell mundial. En lloc d'assumir el multilingüisme d'estat i garantir el ple ús de les llengües de cada territori on en són pròpies, tal com funciona en aquests casos, hi ha un monolingüisme de l'estat amb uns privilegis i reconeixement especial per una de les llengües, que en tot cas permet l'oficialitat d'altres llengües en llurs territoris sempre que es garanteixi el caràcter exclusiu i oficial de la llengua de l'estat. És l'únic estat del món desenvolupat i de tradició democràtica que no oficialitza d'estat o anomena a la Constitució llengües amb un nombre tan elevat de parlants com el català. Això té repercussió en tota la legislació que elabora l'estat. Per exemple, en el cas de l'etiquetatge de productes, l'Estat espanyol ha legislat més de 150 disposicions legals d'aplicació a Catalunya que obliguen a utilitzar únicament el castellà. En cap cas ha elaborat una obligació semblant per al català.

+ **info:** Document de la Plataforma per la Llengua *En l'etiquetatge, la Llei ens discrimina*. Castellà 149 – català 1. *Obligació per golejada*, 2008. Consultable a: http://www.plataforma-llengua.cat/doc/lleis_etiquetatge.pdf
Versió resumida: http://www.plataforma-llengua.cat/doc/lleis_etiquetatge_resum.pdf

6.1 Legislació i drets lingüístics pel que fa al català a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya)

La legislació lingüística catalana compta bàsicament amb dues lleis que regulen l'ús de l'idioma català en alguns aspectes de l'activitat socioeconòmica: la *Llei 1/1998 de Política Lingüística* i la *Llei 3/1993 de l'Estatut del Consumidor*. Aquestes lleis estableixen l'ús de com a mínim el català en els documents d'oferta de serveis (com catàlegs, fullets, etc.) i la retolació de caràcter fix dels establiments. Les empreses també han d'estar en condicions d'atendre els clients quan s'expressin en qualsevol de les llengües oficials a Catalunya, qüestió que implica només el fet d'entendre el client, però no l'obligació de parlar amb la llengua del client.

Les empreses de servei públic (com les de transport, telefonia, aigua o llum) també han d'emprar, almenys, el català, en les comunicacions megafòniques, les factures i els altres documents de tràfic, les comunicacions i les notificacions escrites adreçades a persones residents a Catalunya.

A més, la *Llei de l'Estatut del Consumidor* estableix el dret a rebre la informació (com l'etiquetatge i les instruccions) dels productes en català i considera infracció el fet que una empresa vulneri aquest dret, tot i que la Generalitat de Catalunya encara no ha desenvolupat el reglament que ha de donar compliment d'aquest dret i, per tant, ara com ara, a diferència de la legislació pel que fa al castellà, no hi ha sancions. Només s'estableix l'obligatorietat per als productes catalans amb segells de qualitat o de denominació d'origen (vegeu més endavant).

La *Llei de Política Lingüística* també garanteix quotes de presència del català en les emissions de radiodifusió i de televisió de concessió. A més hi ha desenvolupaments molt puntuals i sectorials d'aquestes lleis.

1) La **Llei 1/1998 de Política Lingüística**

“Capítol IV. Els mitjans de comunicació i les indústries culturals”.

Article 26

“Els mitjans de radiodifusió i televisió de concessió.

1. Sens perjudici de l'aplicació de la Llei 8/1996, del 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable, les entitats a què fa referència la Llei esmentada han de garantir que com a mínim el cinquanta per cent del temps d'emissió de programes de producció pròpia de qualsevol mena i dels altres teleserveis que ofereixin sigui en llengua catalana.

2. El que disposa l'apartat 1 s'aplica també als concessionaris de televisions de gestió privada d'àmbit territorial de Catalunya.

3. Les emissores de radiodifusió de concessió atorgada per la Generalitat han de garantir que com a mínim el cinquanta per cent del temps d'emissió sigui en llengua catalana, bé que el Govern de la Generalitat, atenent les característiques de llur audiència, pot modificar per reglament aquest percentatge.

4. El Govern de la Generalitat ha d'incloure l'ús de la llengua catalana en percentatges superiors als mínims establerts com un dels criteris en l'adjudicació de concessions d'emissores de televisió per ones terrestres, de canals de televisió distribuïda per cable i de les emissores de radiodifusió.

5. Les emissores de radiodifusió i de televisió han de garantir que en la programació de música cantada hi hagi una presència adequada de cançons produïdes per artistes catalans i que com a mínim el vint-i-cinc per cent siguin cançons interpretades en llengua catalana o en aranès.

6. Les emissores a què fa referència aquest article que emeten o distribueixen per a la Vall d'Aran han de garantir una presència significativa de l'aranès en llur programació.”

“Capítol V. L'activitat socioeconòmica”.

Article 30

“Les empreses públiques.

1. Les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, i també les seves empreses concessionàries quan gestionen o exploten el servei concedit, han d'emprar normalment el català en llurs actuacions i documentació internes i en

la retolació, en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'embalatge dels productes o els serveis que produeixin o ofereixin.

2. Les empreses a què fa referència l'apartat 1 han d'emprar normalment el català en les comunicacions i les notificacions, incloses les factures i els altres documents de tràfic, adreçades a persones residents en l'àmbit lingüístic català, sens perjudici del dret dels ciutadans i ciutadanes a rebre-les en castellà o, si és el cas, en català, si ho demanen.”

Article 31

“Les empreses de servei públic.

1. Les empreses i les entitats públiques o privades que ofereixen serveis públics, com ara les de transport, de subministraments, de comunicacions i d'altres, han d'emprar, almenys, el català en la retolació i en les comunicacions megafòniques.

2. Les comunicacions i les notificacions escrites adreçades a persones residents a Catalunya per les empreses i les entitats a què fa referència l'apartat 1, incloses les factures i els altres documents de tràfic, s'han de fer almenys en català, sens perjudici del dret dels ciutadans i ciutadanes a rebre-les en castellà si ho demanen.

3. El que disposa l'apartat 2 en relació amb les factures i els altres documents de tràfic s'entén sens perjudici de la competència de l'Estat per a organitzar els serveis esmentats quan els presta directament o per mitjà de les seves empreses i entitats.”

Article 32

“L'atenció al públic.

1. Les empreses i els establiments dedicats a la venda de productes o a la prestació de serveis que desenvolupen llur activitat a Catalunya han d'estar en condicions de poder atendre els consumidors i consumidores quan s'expressin en qualsevol de les llengües oficials a Catalunya.

2. El Govern de la Generalitat ha de promoure, amb mesures adequades, l'increment de l'ús del català en l'àmbit a què es refereix l'apartat 1.

3. La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuàries i consumidores dels establiments oberts al públic han d'ésser redactats, almenys, en català. Aquesta norma no s'aplica a les marques, als noms comercials i als rètols emparats per la legislació de la propietat industrial.”

Article 33

“Les empreses concertades o subvencionades.

Les empreses que han subscrit un concert o un conveni de col·laboració amb la Generalitat o amb les corporacions locals de Catalunya, o són beneficiàries d'ajuts o subvencions d'aquestes, han d'utilitzar, almenys, el català en la retolació, en els avisos i en la documentació adreçats al públic, com a mínim quan estiguin vinculats a l'objecte de l'ajut o el conveni.”

Article 34

“La informació a les persones consumidores i usuàries.

1. Les dades que figuren en l'etiquetatge i en l'embalatge i les instruccions d'ús dels productes que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya poden figurar en català, en castellà o en qualsevol altra llengua de la Unió Europea.
2. Les dades obligatòries i les informacions voluntàries addicionals que figuren en l'etiquetatge de productes catalans que gaudeixen de denominació d'origen, de denominació comarcal o de denominació de qualitat i dels productes artesanals que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya han d'ésser necessàriament, com a mínim, en català.
3. El Govern de la Generalitat ha de regular per reglament la informació a les persones consumidores i usuàries de sectors determinats, i l'etiquetatge i les instruccions d'ús dels productes industrials o comercials que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, d'una manera especial els dels productes alimentaris envasats, els peril·losos i els tòxics, i també el tabac, per a garantir-hi la presència progressiva del català, seguint els principis d'aquesta Llei, de les normes de la Unió Europea i de la resta de l'ordenament jurídic.”

Article 35

“La publicitat.

1. En la publicitat institucional de la Generalitat i de les administracions locals, de llurs empreses públiques o concessionàries i de les altres institucions i corporacions catalanes de dret públic feta en l'àmbit territorial de Catalunya, s'ha d'utilitzar de manera general el català.
2. El Govern de la Generalitat i els ens locals han d'afavorir, estimular i fomentar amb mesures adequades l'ús del català en la publicitat, especialment la de la via pública, amb l'objectiu que sigui la llengua d'ús normal del sector.”

Disposicions addicionals

“Cinquena. Garanties de compliment.

Aquesta Llei no estableix sancions per als ciutadans i ciutadanes. Tanmateix:

- a) L'incompliment dels preceptes de l'article 26 es considera incompliment de les condicions essencials de la concessió, al qual s'ha d'aplicar el règim sancionador que estableix la Llei 8/1996, del 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable, i per les lleis de l'Estat 31/1987, del 18 de desembre, d'ordenació de les telecomunicacions, i 25/1994, del 12 de juliol, per la qual s'incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directriu 89/552/CEE.
- b) L'incompliment dels preceptes dels articles 15, 30, 31 i 32.3 imputable a les empreses i les entitats concernides es considera una negativa injustificada a satisfer les demandes de les persones usuàries i consumidores, a la qual s'ha d'aplicar el règim sancionador que estableix la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.”

Disposicions transitòries.

“Segona. L'adaptació empresarial.

- 1. Les empreses i les entitats afectades per aquesta Llei tenen un termini de dos anys per a adaptar-se al que disposen l'article 15 i les disposicions del capítol V. Aquest termini és de cinc anys per als empresaris i empresàries autònoms.
- 2. En un termini de cinc anys o, si és superior, el que resulti de la data de caducitat, poden continuar en el mercat els productes i els serveis a què fa referència l'article 34 sense complir les normes lingüístiques relatives a l'etiquetatge.”

2) La *Llei 3/1993 de l'Estatut del Consumidor*.

Capítol IV. Drets lingüístics dels consumidors

Article 26

“Ús del català en la informació i en la contractació.

D'acord amb el que estableix l'article 3.3 de l'Estatut d'autonomia de Catalunya:

- a) Els consumidors tenen dret a rebre en català les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis, i especialment les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de llur salut i seguretat.
- b) Qualsevol part interessada té dret a rebre en català els contractes d'adhesió, els contractes amb clàusules-tipus, els contractes normats, les condicions generals i la

documentació que hi faci referència o que es desprengui de la realització d'algun dels contractes esmentats.”

Article 27

“Dret a ésser atès de qui s'expressa en qualsevol de les llengües oficials.

Les empreses i els establiments dedicats a la venda de productes o a la prestació de serveis que desenvolupen llur activitat a Catalunya han de trobar-se en condicions de poder atendre els consumidors quan s'expressin en qualsevol de les llengües oficials de Catalunya.”

Article 28

“Protecció i foment de l'ús de l'aranès.

La Generalitat ha de prendre mesures per protegir i fomentar l'ús de l'aranès, dins l'àmbit territorial corresponent, en relació amb els drets d'informació al consumidor reconeguts per aquesta Llei.”

Capítol V. Infraccions i sancions

Infraccions

“Es consideren infraccions en matèria de defensa dels consumidors:

f) Vulnerar els drets lingüístics que són reconeguts per aquesta Llei als consumidors o impedir-ne l'exercici.”

L'**Estatut de Catalunya** és la Llei que estableix els principis legals generals de les llengües oficials de Catalunya, en el seu article 6:

Article 6. La llengua pròpia i les llengües oficials.

1. “La llengua pròpia de Catalunya és el català. Com a tal, el català és la llengua d'ús normal i preferent de les administracions públiques i dels mitjans de comunicació públics de Catalunya, i és també la llengua normalment emprada com a vehicular i d'aprenentatge en l'ensenyament.
2. El català és la llengua oficial de Catalunya. També ho és el castellà, que és la llengua oficial de l'Estat espanyol. Totes les persones tenen el dret d'utilitzar les dues llengües oficials i els ciutadans de Catalunya tenen el dret i el deure de conèixer-les. Els poders públics de Catalunya han d'establir les mesures

necessàries per a facilitar l'exercici d'aquests drets i el compliment d'aquest deure. D'acord amb el que disposa l'article 32, no hi pot haver discriminació per l'ús de qualsevol de les dues llengües.

3. La Generalitat i l'Estat han d'emprendre les accions necessàries per al reconeixement de l'oficialitat del català a la Unió Europea i la presència i la utilització del català en els organismes internacionals i en els tractats internacionals de contingut cultural o lingüístic.
4. La Generalitat ha de promoure la comunicació i la cooperació amb les altres comunitats i els altres territoris que comparteixen patrimoni lingüístic amb Catalunya. A aquests efectes, la Generalitat i l'Estat, segons que correspongui, poden subscriure convenis, tractats i altres mecanismes de col·laboració per a la promoció i la difusió exterior del català.
5. La llengua occitana, denominada aranès a l'Aran, és la llengua pròpia d'aquest territori i és oficial a Catalunya, d'acord amb el que estableixen aquest Estatut i les lleis de normalització lingüística.”

La **Declaració Universal de drets lingüístics** del 1996 també inclou el dret d'una comunitat lingüística a rebre la informació sobre l'ús i consum dels productes en la llengua pròpia, en el propi territori, en el següent article:

Article 50 de la Declaració Universal de drets lingüístics. 1996

“En el territori de la pròpia comunitat lingüística, tothom té dret a gaudir en la seva llengua d'una informació completa, tant oral com escrita, sobre els productes i serveis que proposen els establiments comercials ubicats en el territori, com ara les instruccions d'ús, les etiquetes, els llistats d'ingredients, la publicitat, les garanties i altres.”

Les **Denominacions d'Origen i de Qualitat**. Segons l'article 34.2 de la *Llei de Política Lingüística*, tots els productes catalans amb denominació d'origen, denominació comarcal, denominació de qualitat o productes artesanals que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, han d'estar etiquetats necessàriament, com a mínim, en català. Bona part d'aquests productes estan contemplats en la *Llei 14/2003*, de 13 de juny, de qualitat agroalimentària, i en el *Decret 285/2006*, de 4 de juliol, pel qual es desenvolupa la *Llei 14/2003*, de

13 de juny, de qualitat agroalimentària. La *Llei 14/2003* versa sobre tots els productes amb denominacions de qualitat exceptuant els vins i caves, tal com es descriu en el punt a) sobre l'objecte de la Llei:

- a) “Regular els distintius d'origen i qualitat dels productes agroalimentaris, exceptuant-ne els productes regulats per la Llei 15/2002, del 27 de juny, d'ordenació vitivinícola del 14/2003, de 13 de juny, de qualitat agroalimentària”

Així mateix tipifica com a infracció la incorrecció de l'etiquetatge obligatori. Atès que la plena presència de la llengua catalana en totes les informacions forma part d'aquest etiquetatge obligatori, és objecte doncs de sanció. L'article 40 sobre identificació dels productes ho deixa ben clar:

1. “Els productes agroalimentaris o les matèries i els elements per a la producció i la comercialització agroalimentàries acabats que són susceptibles d'ésser comercialitzats amb destinació als receptors o els consumidors finals han d'anar identificats convenientment mitjançant l'etiquetatge reglamentari”

L'article 53 tipifica les infraccions en lleus, greus i molt greus. En el cas de la llengua de l'etiquetatge, es consideraria com a omissió d'unes dades obligatòries si la informació no és en català:

“2. Són infraccions lleus:

- g) Cometre inexactituds, errades o omissions en les dades o les informacions en l'etiquetatge, els documents d'acompanyament, els documents comercials, els registres, la retolació, la presentació i l'embalatge dels productes agroalimentaris o de les matèries i els elements per a la producció i la comercialització agroalimentàries si aquestes inexactituds, errades o omissions no es refereixen a indicacions obligatòries o no afecten la naturalesa, la identitat, la qualitat, les característiques, la composició, la procedència o l'origen”

“3. Són infraccions greus:

- o) Cometre inexactituds, errades o omissions de dades o d'informacions en l'etiquetatge, els documents d'acompanyament, els documents comercials, els

registres, la retolació, la presentació i els embalatges, si aquestes inexactituds, errades o omissions es refereixen a indicacions obligatòries”

El règim sancionador està recolzat així mateix per la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris. En l'article 5, sobre les infraccions en matèria de normalització, documentació i condicions de venda i en matèria de subministrament o de prestació de serveis s'especifica en el punt d)

d) “L'incompliment de les disposicions que regulen el mercat, l'etiquetatge i l'envasament de productes, la publicitat sobre béns i serveis i els preus d'aquests.”

Pel que fa al tipus de producte sotmesos a la Llei, i per tant a l'etiquetatge obligatori de totes les informacions, s'inclouen les següents denominacions de qualitat, esmentades justament en la legislació anterior (en la Llei 14/2003, de 13 de juny, de qualitat agroalimentària, i en el Decret 285/2006, de 4 de juliol, pel qual es desenvolupa la Llei 14/2003, de 13 de juny, de qualitat agroalimentària): denominacions d'origen protegides i indicacions geogràfiques protegides, denominacions geogràfiques i especialitats tradicionals garantides, la marca de qualitat alimentària (Marca Q), artesanía alimentària i producció agroalimentària ecològica (PAE).

+ info: Llei de l'Estatut del Consumidor:

http://www.consum.cat/legislacio/LL_3_1993_estatut_consumidor.pdf

Legislació i drets lingüístics a Catalunya: <http://www20.gencat.cat/portal/site/Llengcat>

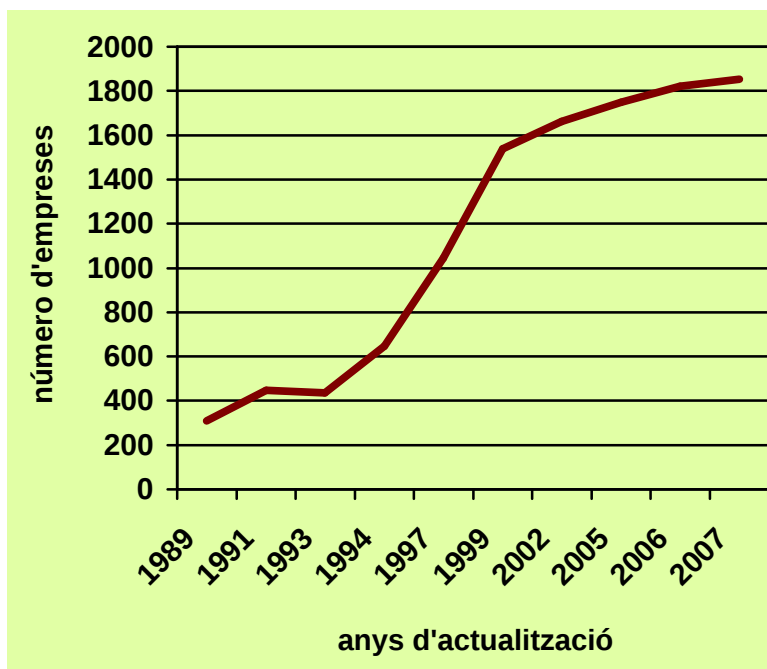
Declaració Universal de drets lingüístics: <http://www.linguistic-declaration.org/>

7. Presència del català en alguns àmbits socioeconòmics.

7.1 Etiquetatge

El català, que havia estat present abans de la dictadura franquista en l'etiquetatge de productes, es troba, a partir d'aquest moment, en una situació de nul·la presència. Durant els anys 80 i 90, l'etiquetatge en català es va fer present bàsicament en productes artesanals i amb segells d'origen o qualitat. A finals dels anys 90, el català va començar a ser una realitat en productes industrials, mantenint un creixement sostingut, de manera pronunciada en els darrers anys, quan grans empreses i multinacionals han començat a etiquetar en català productes de gran consum (vegeu gràfic 11).

Gràfic 11. Evolució del número d'empreses que etiqueten en català.



Font: catàleg *Llistat d'industrials i productors que etiqueten en català*, elaborat per l'ADEC (Associació en Defensa de l'Etiquetatge en Català), consultable en format electrònic a: <http://www.adec-cat.org/>

Malgrat la situació d'excepcionalitat del català a nivell internacional, pel que fa a la manca de legislació en l'etiquetatge dels productes, podem dir que ara com ara podem trobar pràcticament qualsevol tipus de producte etiquetat en català. De tota manera encara té una situació clarament desfavorable.

Existeixen molts exemples al món d'etiquetatge multilingüe i d'etiquetatge en llengües o per a comunitats lingüístiques amb menys nombre de parlants que el català. Sovint, però, empreses multinacionals que es comporten d'aquesta manera a la Unió Europea i en països democràtics desenvolupats, no ho fan així per al mercat català, on no etiqueten en català. L'exposició de la Plataforma per la Llengua "La llengua en l'etiquetatge de les grans marques"¹², demostra com el consumidor català rep un tracte únic i diferenciat a nivell internacional, per part de les empreses Danone, Coca-Cola, Nestlé, Durex, Heineken, Schweppes, Pepsico, Kellogg's i Bayer, com a exemples representatius.

Aquesta situació no s'adiu al mercat si tenim en compte l'opinió dels consumidors, molt favorable a la presència del català en l'etiquetatge. En l'estudi *Llengua i activitat econòmica a Catalunya*¹³, de 1999, el 71,4% dels ciutadans creuen que l'ús del català hauria d'augmentar en les etiquetes de productes de consum. Aquesta dada es tradueix en una important oportunitat de negoci, no tinguda en compte per molts empresaris.

És més car etiquetar en català? No. El cost d'etiquetar en català es pot considerar ínfim o pràcticament nul. Els productes renoven els dissenys i informació de les etiquetes en períodes molt curts de temps i de manera periòdica. La llengua catalana no presenta en aquest sentit cap complexitat afegida i existeixen totes les facilitats per fer-ne una traducció correcta. Etiquetar en català tampoc significa un cost afegit a la distribució i logística, atesa la possibilitat del multilingüisme en l'etiquetatge, és a dir, que la mateixa etiqueta inclou la informació en diverses llengües. L'etiqueta multilingüe permet distribuir un mateix producte pels diferents àmbits lingüístics de l'Estat espanyol, sense fer diferenciació d'estocs. El multilingüisme en l'etiquetatge és una pràctica molt estesa i normal arreu del món i permet reduir els costos de distribució. D'aquesta manera es fa servir un mateix etiquetatge per a diversos estats i comunitats lingüístiques. Això és possible fins i tot per a embalatges

¹² Vegeu l'exposició virtual a: <http://www.plataforma-llengua.cat/exposicio2/exposicio/expo.html>

¹³ Estudi *Llengua i activitat econòmica a Catalunya*, elaborat per Gabise per a la Direcció General de Política Lingüística 1999.

petits, com els iogurts o preservatius. Per exemple, la marca Danone a Finlàndia etiqueta els iogurts en finès, suec i anglès, o bé la marca Durex a Bèlgica etiqueta els preservatius en neerlandès, francès i alemany.

Per altra banda, la responsabilitat social de les empreses obliga a respectar les comunitats culturals i en especial la legislació sobre consum de cada país, que en el cas de Catalunya inclou el dret a rebre la informació d'ús i consum dels productes en català. Aquest dret també està reconegut en la Declaració Universal de drets lingüístics del 1996¹⁴.

Sovint s'ha parlat de la por dels empresaris a etiquetar en català per no baixar les vendes a la resta de l'Estat espanyol, ja que aquest client no accepta el català en l'etiquetatge. Aquest supòsit, mai demostrat, ignora la realitat creixent a Catalunya d'elecció per part del consumidor de productes segons criteris de responsabilitat social i qualitat en el servei, i per tant de les repercussions d'aquesta actitud en les vendes. Tanmateix, els estudis realitzats mai han demostrat que existeixi una actitud contrària cap a la presència del català en l'etiquetatge per part del consumidor de la resta de l'Estat. Els boicots que en certs moments s'han donat a la resta de l'Estat cap a productes catalans, han penalitzat l'origen del producte, però no l'ús de l'idioma català en l'etiquetatge. Els mateixos empresaris s'adonen que etiquetar un producte també en català no té repercussions negatives en les vendes de la resta de l'Estat. Un exemple d'això és l'experiència de Bodegas Torres, expressada pel seu president Miguel A. Torres, President també de la Unió Vinícola del Penedès (UVIPE), en una entrevista al suplement sobre vins *Benvinguts al Penedès* de la revista *El Temps*¹⁵, d'octubre del 2007. La resposta a la pregunta sobre la posició de Torres pel que fa a l'etiquetatge en català, fou:

“Nosaltres ja tenim gairebé tots els productes etiquetats en català i castellà, i afortunadament **no hem tingut cap queixa de la resta de l'Estat**. Som una empresa gran i no podem fer dues línies de producte, una per Catalunya i una altra per a la resta de l'Estat. Això ho pot fer un elaborador artesà, però nosaltres, que estem a El Corte Inglés, a Carrefour o a Mercadona, no els

¹⁴ Consultable a l'enllaç <http://www.linguistic-declaration.org/>

¹⁵ Suplement publicat l'octubre del 2007 i distribuït amb el número 1220 de la revista *El Temps*.

podem dir: miri, aquest Viña Sol me'l separa, que és només per a Catalunya. Ells volen un sol producte i aleshores l'has d'etiquetar bilingüe. La nostra por era que a la resta de l'Estat això portés conseqüències negatives. Ja sabem que hi ha una extrema dreta espanyola sempre preparada per agafar-se a aquestes coses. Però això no s'ha produït. El que sí que vam notar va ser el boicot als productes catalans. Fa un any i escaig, molts restaurants espanyols i alguns de valencians ens van treure els vins de la carta. I mentre això passava, una part de la premsa catalana criticava la casa Torres per no etiquetar en català. (...)"

+info: estudi i tríptic de la Plataforma per la Llengua *Ja etiquetes en català? L'etiquetatge en català, una necessitat clau per a l'empresa moderna. Orientacions per etiquetar en català i conèixer les raons i importància per fer-ho. Dirigit a empresaris i persones implicades del sector.* Consultable per Internet a:
<http://www.plataforma-llengua.cat/estudis/index.php?est=38>

7.1.1 Les principals empreses de begudes amb seu a Catalunya

El 2006, la Plataforma per la Llengua va realitzar l'informe *La presència del català en l'etiquetatge de les principals empreses de begudes amb seu a Catalunya (2006)*¹⁶. Segons l'informe, 5 de les 8 principals empreses de begudes amb seu a Catalunya, és a dir un 62%, ja estava etiquetant en català. Només COBEGA, Bacardi España i el Grupo Font Vella no tenen ni un sol producte etiquetat en català. La resta tenen tots els seus productes etiquetats en català i parcialment en el cas de Damm, que en té els principals, com ara l'Estrella o la Xibeca (vegeu taula 15).

¹⁶ Consultable a l'enllaç: <http://www.plataforma-llengua.cat/doc/begudesietiquetatgeencatala.pdf>

Taula 15. Etiquetatge en català de les 8 principals empreses de begudes amb seu a Catalunya

Empreses segons si empren el català en l'etiquetatge o no	
Etiqueten en català (tots o alguns productes)	No etiqueten en català cap producte
Grup DAMM S.A. Grup FREIXENET Grup CODORNÍU M. TORRES VICHY CATALAN	COBEGA, S.A. BACARDI ESPAÑA, S.A. Grup FONT VELLA S.A.

Font: estudi de la Plataforma per la Llengua *La presència del català en l'etiquetatge de les principals empreses de begudes amb seu a Catalunya (2006)*

Fins l'any 2000 cap d'aquestes empreses tenien productes etiquetats en català (en tot cas eren productes de poca distribució i no pas de gran consum). La implantació del català s'ha produït doncs en els darrers anys de forma ascendent i progressiva, sense haver-hi cap mena de retrocés i en molts dels productes més venuts.

Les empreses que no etiqueten en català estan incorrent en una sèrie de contradiccions importants i greuges comparatius amb el consumidor català:

- 1) COBEGA /Coca-Cola i Font Vella tenen codis de conducta que aparentment els obligarien d'etiquetar en català, però tanmateix en el cas del consumidor català, es fa una excepció.
- 2) no respecten el dret del consumidor a rebre la informació en català, dret reconegut per la Llei de l'Estatut del Consumidor del Parlament de Catalunya.
- 3) no etiqueten en català però sí que ho fan en llengües molt menys parlades que el català i amb etiquetes multilingües en estats amb més d'una llengua pròpia (en el cas de Fontvella cal recordar que pertany al grup Danone).

Totes les 8 principals empreses de begudes de Catalunya tenen els seus webs en català, a excepció de Bacardi i Font Vella, tot i que aquesta darrera empresa pertany al grup Danone, que té els seus 8 webs corporatius en català.

7.1.2 Aigües envasades

Segons l'estudi *La llengua en l'etiquetatge de les aigües envasades*¹⁷, realitzat el 2005 per la Plataforma per la Llengua, 4 de les 6 principals empreses d'aigües envasades que capten l'aigua en el territori del Principat etiqueten majoritàriament en català els seus productes de gran consum. Aquestes són: Aigua del Montseny, Aigües de Sant Aniol, Grup Ribes i Grup Vichy Catalán. Només el Grup Font Vella (Font Vella, Fonter) i Nestlé Waters (Viladrau, Aquarel, San Narciso) no han adaptat l'etiquetatge a la llengua pròpia dels consumidors catalans. Segons la taula 16, el 55% dels productes de les 6 principals empreses d'aigües envasades que capten aigua a Catalunya, estaven etiquetats en català el 2005.

Taula 16. Percentatge de productes en cada llengua, de les principals empreses d'aigua envasada amb algunes o la totalitat de les seves aigües captades al Principat de Catalunya.

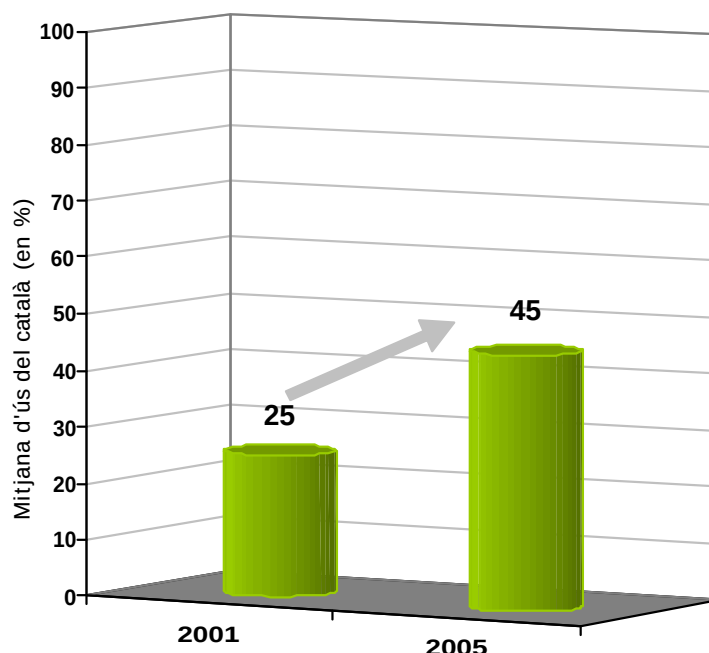
EMPRESSES	PRODUCTES (52 en total)	IDIOMES DE L'ETIQUETATGE			
		català	castellà	anglès	portuguès
Agua del Montseny	3	100%	100%	0%	0%
Aigües de Sant Aniol	2	100%	50%	0%	0%
Danone	15	0%	100%	0%	70%
Grup Ribes	8	50%	50%	0%	0%
Grup Vichy Catalán	10	80%	100%	80%	0%
Nestlé	14	0%	100%	0%	57%
Mitjana entre empreses:		55%	83%	13%	21%

Font: estudi *La llengua en l'etiquetatge de les aigües envasades de gran consum* del 2005, elaborat per la Plataforma per la Llengua.

¹⁷ Anàlisi dels usos lingüístics en l'etiquetatge de les aigües envasades presents a les grans superfícies de venda de Catalunya. Estudi consultable en format electrònic a http://www.plataforma-llengua.cat/doc/aigues_envasades.pdf

Segons l'estudi, de les 4 empreses d'aigües envasades amb seu a Catalunya que facturen més de 10 M. d'€ anuals, dues etiqueten en català quasi la totalitat dels seus productes: Grupo Vichy Catalán i Fontaga. En canvi, no etiqueten cap producte en català les empreses Font Vella i Nestlé Waters. En el període 2001-2005, el percentatge de productes etiquetats en català en aquestes 4 empreses ha passat d'un 25% a un 45% (vegeu gràfic 12).

Gràfic 12. Increment d'aigües envasades etiquetades en català durant el període 2001-2005, en les 4 empreses de més facturació a Catalunya l'any 2005.



Font: estudi *La llengua en l'etiquetatge de les aigües envasades de gran consum* del 2005, elaborat per la Plataforma per la Llengua.

Entre d'altres, l'estudi fa les següents conclusions:

“La tendència d'augment de l'etiquetatge en català en les aigües envasades està protagonitzada per les empreses i marques més grans i de major distribució. També els formats que tenen més vendes a Catalunya (33 cl. i 8 l.) són els que incorporen uns valors més alts de català. El català té en aquest sentit una vinculació amb els formats que aporten més beneficis a les empreses del sector a Catalunya”

“La situació del català en l'etiquetatge és més bona quan es tracta de les empreses propietàries d'aigües captades en brolladors i fonts del Principat: les dades observades situen l'ús del català en el 55% dels productes. En aquest cas, l'ús del català és un element que confereix autenticitat al producte i el vincula amb el lloc d'origen i les seves qualitats”.

7.1.3 Cerveses

Segons l'*Informe anual de la indústria i el consum agroalimentaris a Catalunya* del 2004, elaborat pel Departament d'Agricultura, Ramaderia i Pesca (DARP), el sector cerveser a Catalunya és el que mostra un volum de vendes més important en relació a les xifres mostrades per comunitats autònomes de l'Estat espanyol. Així, un 21,8% de les vendes es produeixen a Catalunya i, a continuació, més allunyades d'aquest percentatge, hi hauria Andalusia (16,6%) i Madrid (un 15,5%). La publicació també assenyala el creixement sostingut d'aquest sector, que en el cas del Principat és dels més alts, amb un 17,5% (per sobre hi ha Castella-Lleó i Múrcia). Per tant, la indústria cervesera no només és un sector en creixement continu, sinó que a Catalunya s'erigeix com un sector capdavanter en el conjunt de l'Estat espanyol.

Segons les dades del mateix l'informe del DARP, les 3 empreses amb més concentració d'establiments industrials a Catalunya i que més facturen a l'Estat espanyol són: Heineken España, el grup Mahou-San Miguel i el grup Damm. D'aquestes, només Heineken no etiqueta en català.

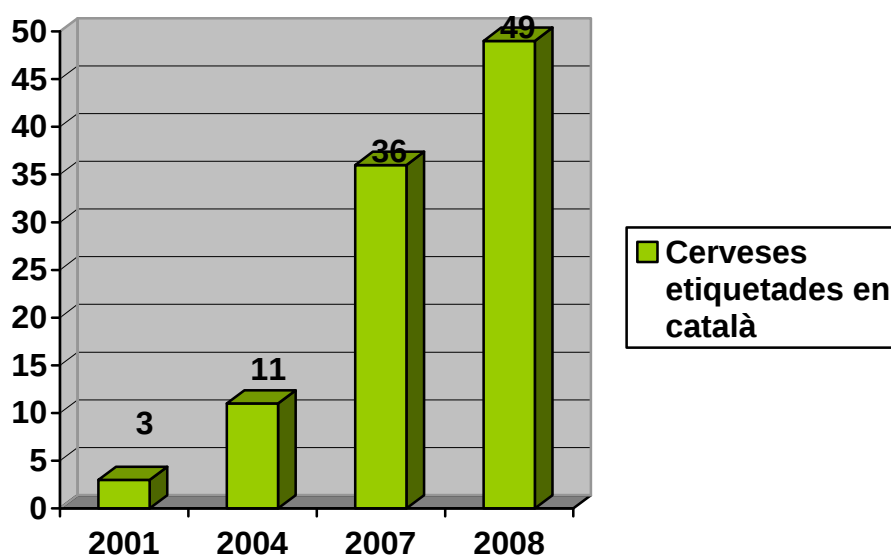
Segons l'*Informe sobre la situació del català a les cerveses*¹⁸ elaborat per la Plataforma per la Llengua el 2007, totes les empreses catalanes productores de cervesa etiqueten en català, de forma parcial o total. Les més importants són: Damm (etiqueta plenament en català marques com la Xibeca i l'Estrella Damm i les dades obligatòries de la majoria de la resta de productes), San Miguel (el 2008 ha començat a etiquetar en català les dades obligatòries) i Moritz (etiqueta en català tota la informació dels seus productes). També existeixen 3 cerveses de gran distribució etiquetades en català, de la marca blanca dels supermercats i hipermercats Condis i Bon Preu.

Els darrers anys s'han multiplicat el nombre de petites o mitjanes empreses que elaboren cervesa i etiqueten plenament els seus productes en català,

¹⁸ *Informe sobre la situació del català a les cerveses. Anàlisi de la presència de les llengües en l'etiquetatge de les cerveses venudes a l'àrea metropolitana de Barcelona. Juny 2007*
Consultable en versió digital a
http://www.plataforma-llengua.cat/doc/informe_cerveses_2007.pdf

majoritàriament d'elaboració artesanal i/o ecològica però també industrial, com també ha augmentat el nombre de productes disponibles al mercat (vegeu gràfic 13). En són exemples: Brasserie Artisanale des Albères, amb 10 productes de la marca Cap D'Ona; Cerveses La Gardènia, 1 producte de la marca Rossita; Companyia Cervesera del Montseny, 5 productes; La Pubilla, 1 producte; Les Clandestines, 4 productes; Llúpols i Llevats, 6 productes de la marca Glops; Opcinatura, 1 producte.

Gràfic 13. Evolució del nombre de cerveses etiquetades en català durant el període 2001-2008



Font: *Informe sobre la situació del català a les cerveses del 2007* elaborat per la Plataforma per la Llengua i actualitzacions del novembre del 2008.

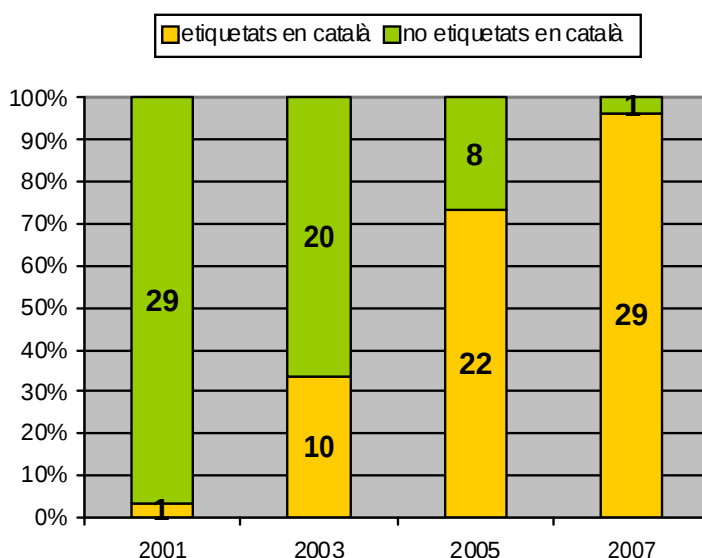
El 2001 només les empreses Condis i Damm etiquetaven en català, amb un total de 3 productes. En 7 anys, el nombre d'empreses cerveseres que etiqueten en català ha passat, com a mínim, de 2 a 12 (segons les empreses observades) i el nombre total de productes cervesers diferents observats, ha passat de 3 a 49 (segons els productes observats). Aquest augment tan gran no només afecta a petites empreses i productes de distribució limitada, sinó que afecta també a les grans empreses i marques més populars i amb més distribució, com poden ser l'Estrella Damm i San Miguel.

7.1.4 Vins i caves

Els vins i caves catalans amb Denominació d'Origen catalana estan subjectes a l'article 34.5 de la Llei de Política Lingüística, que estableix l'ús de com a mínim el català en l'etiquetatge d'aquests productes. Tot i que aquesta obligació va entrar en vigor el 2000, encara hi ha empreses que no la compleixen, com per exemple alguns productes de les bodegues Jaume Serra o la totalitat de Marqués de Monistrol. La Generalitat de Catalunya mai ha sancionat cap empresa per aquest fet.

El 2001 només s'etiquetaven en català 1 dels 30 vins i 4 dels 30 caves amb DO catalanes més venuts a Catalunya, segons un estudi de la Plataforma per la Llengua¹⁹. Així mateix, moltes empreses d'aquest sector no utilitzava el català en l'etiquetatge. L'evolució d'aquest sector, però, ha estat molt positiu i actualment la pràctica totalitat dels vins i caves catalans més presents en grans superfícies ja estan etiquetats en català (vegeu gràfic 14) i la major part de les empreses del sector utilitzen el català en tots o gran part dels seus productes, entre les quals les tres multinacionals més grans: Torres, Freixenet i Codorniu.

Gràfic 14. L'ús del català en els 30 vins i caves catalans de denominació d'origen amb més presència en superfícies de lliure servei per als anys 2001, 2003, 2005 i 2007.



¹⁹ L'acompliment de l'article 34.2 de la Llei 1/1998 de política lingüística en vins i caves (1998-2005), Plataforma per la Llengua. <http://www.plataforma-llengua.cat/estudis/index.php?est=32>

Font: Estudi *L'acompliment de l'article 34.2 de la Llei 1/1998 de política lingüística en vins i caves (1998-2005)*, elaborat per la Plataforma per la Llengua, amb actualitzacions del 2007.

+ info: estudis dels anys 2002, 2003 i 2005 de la Plataforma per la Llengua sobre el català en l'etiquetatge de vins i caves amb denominació d'origen catalana i presentacions en PPT: <http://www.plataforma-llengua.cat/estudis/index.php?est=32>
Notícia de la Plataforma per la Llengua "Un 90% dels vins i caves amb denominació d'origen catalana ja etiqueten en català":
<http://www.plataforma-llengua.cat/noticies/noticia.php?n=296>

7.1.5 Arrossos

Els arrossos amb segells de Denominació d'Origen o de Qualitat catalans estan subjectes a l'article 34.5 de la Llei de Política Lingüística, que estableix l'ús de com a mínim el català en l'etiquetatge d'aquests productes. Tot i que aquesta obligació va entrar en vigor el 2000, les productores arrosseres catalanes més emblemàtiques, Càmara Arrossera del Montsià i Arrossaires del Delta de l'Ebre pràcticament no compleixen la Llei. La Generalitat de Catalunya mai ha sancionat cap empresa per aquest fet.

L'estudi *La llengua catalana en l'etiquetatge dels arrossos catalans. Desembre 2006*²⁰, elaborat per la Plataforma per la Llengua, analitza els arrossos produïts a Catalunya. La meitat de marques d'arrossos catalans etiqueten els productes en català, 12 de 24 marques (vegeu taula 17). Pel que fa als productors/distribuïdors, 11 empreses ja etiqueten en català una o totes les seves marques i 9 empreses encara no han etiquetat mai cap producte en català. Finalment, pel que fa al compliment de la Llei de Política Lingüística en les denominacions d'origen o de qualitat, només 7 marques la compleixen, 10 la incompleixen i una en part dels seus productes (vegeu taula 17). Tanmateix posteriorment a l'estudi (2008) arròs Montsià va introduir plenament el català en el producte de més venda (Arròs Montsià Extra).

²⁰ Estudi consultable a <http://www.plataforma-llengua.cat/estudis/index.php?est=43>

Taula 17. L'etiquetatge en català en marques d'arrossos catalans i en marques blanques de grups distribuïdors.

Productors	marques	Etiquetatge en català	Segells de qualitat	Compliment de la Llei
Càmara Arrossera del Montsià	Montsià	Sí (parcial)	DOP ²¹ Arròs Delta de l'Ebre	Parcial
Arrossaires del Delta de l'Ebre	Bayo	No	DOP Arròs Delta de l'Ebre	No
Nomen (Ebro Puleva)	Deltebro-Bayo	No		No
Grup d'Alimentació Ecològica	Nomen	No	No	-
Riet Vell	Odinea	No	CCPAE ²²	No
	RietVell	Sí	DOP Arròs del Delta de l'Ebre CCPAE	Sí
PDR Sorribas	Biocop	No	CCPAE	No
	Biogra	No	CCPAE	No
Bio Spirit SL	Luz de Vida	No	CCPAE	No
Santiveri	Naturalia	No	CCPAE	No
	Vigor	No	CCPAE	No
Arròs Molí de Pals	Arròs Molí de Pals	Sí	Local i comarcal	-
Arròs l'Estany de Pals	Arròs l'Estany de Pals	Sí	Local i comarcal	-
Grups distribuïdors	Marques blanques	Etiquetatge en català	Segells de qualitat	Compliment de la Llei
Caprabo	Caprabo	Sí	DOP Arròs Delta de l'Ebre	Sí
Alcampo	Auchan	No	DOP Arròs Delta de l'Ebre	No
Suma (Grup Magsa)	Gourmet	No	-	-
Bonpreu	Bonpreu	Sí	DOP Arròs Delta de l'Ebre	Sí
Superfícies de Alimentación	Sorlidiscau	Sí	-	-
Grupo El Corte Inglés	El Corte Inglés	Sí	DOP Arròs Delta de l'Ebre	Sí
	Hipercor	Sí		Sí
Lidl Supermercados	Lidl	No	-	-
Condis	Condis	Sí	DOP Arròs Delta de l'Ebre	Sí
Eroski	Consumer	Sí	-	-
	Arròs Ecològic	Sí	CCPAE	Sí
Consum	Consum	Sí	-	-
Totals	24	12	18	7/8

Font: elaboració pròpia a partir de l'estudi *La llengua catalana en l'etiquetatge dels arrossos catalans*, elaborat per la Plataforma per la Llengua el desembre 2006, amb actualitzacions del 2008.

Cal dir que Bayo i Nomen tenen algun producte amb el nom del producte ("arròs") en català. En molts casos, les empreses introdueixen el català en l'etiquetatge començant pel nom del producte i/o les dades obligatòries i

²¹ Denominació d'Origen Protegida

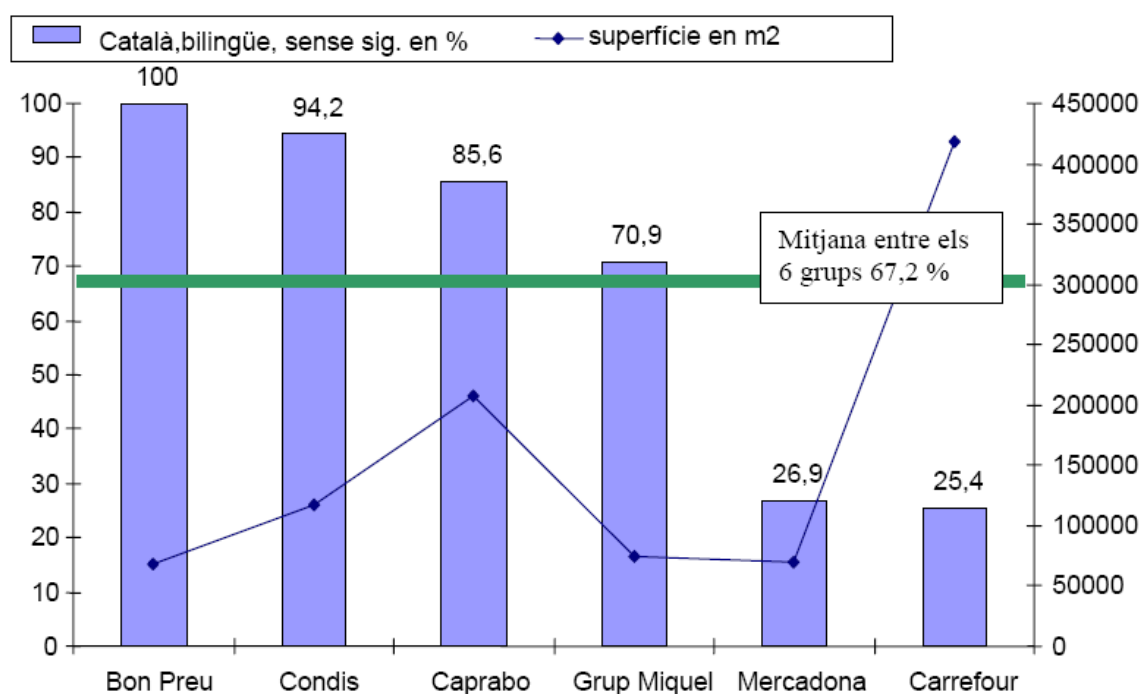
²² Consell Català de la Producció Agrària Ecològica

finalment amb la informació publicitària. En el període 2006-2008 l'evolució de l'etiquetatge en els arrossos catalans ha avançat positivament, ja que Montsià, Bayo i Nomen, que són les tres grans marques d'arrossos catalans, han començat a introduir parcialment l'etiquetatge en català en alguns dels seus productes.

7.2 Grans establiments, hipermercats i supermercats

L'estudi *El català en els supermercats i hipermercats d'alimentació a Catalunya*²³, elaborat per la Plataforma per la Llengua el 2001, analitzava l'ús del català en els 6 primers grups de supermercats i hipermercats a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya) i en els següents elements: retolació, cartells, pàgina web, catàlegs i fulletons i etiquetatge de productes propis. L'estudi conclouia que l'índex global d'ús lingüístic, a partir de la mitjana d'aquests 5 elements observats en els principals 6 grups empresarials a Catalunya, era del 67'2%. Aquest percentatge representa la suma dels elements comunicatius on el català no hi era exclòs (vegeu gràfic 15).

Gràfic 15. Índex global d'ús lingüístic a partir de la mitjana dels 5 ítems (retolació, cartells, pàgina web, etiquetatge de marques pròpies, catàlegs i fulletons) del valor català+bilingüe+sense significat lingüístic respecte només en castellà en %.



Font: estudi *El català en els supermercats i hipermercats d'alimentació a Catalunya*, 2001, Plataforma per la Llengua.

²³ Estudi comparatiu entre els diferents grups empresarials, consultable a l'enllaç:
<http://www.plataforma-llengua.cat/doc/supermercats.pdf>

L'estudi *Els usos lingüístics als supermercats i hipermercats de Catalunya*²⁴, elaborat el 2004 per l'empresa IPSOS per a la Generalitat de Catalunya, va observar 346 establiments entre supermercats i hipermercats a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya) i va analitzar quatre categories de comunicació (adequació oral dels dependents, retolació, cartells i comunicació i etiquetatge de productes propis). L'estudi conclouia que la presència del català en el sector, sol o compartit amb el castellà, era del 60,3%. Per categories de comunicació, la presència més notable del català era en l'adequació oral dels empleats (67,9%), seguit dels cartells (60,1%) i la retolació (51,2%). En canvi pel que fa la comunicació i l'etiquetatge aquest percentatge descendia fins al 31%, a causa de la poca presència del català en les pàgines web i els missatges per megafonia.

L'estudi *El català en els catàlegs dels grans establiments comercials i supermercats, a Catalunya*²⁵, realitzat per la Plataforma per la Llengua el 2007, analitzava el català en 5 elements de comunicació amb els clients dels grans establiments comercials i les majors cadenes de supermercats i hipermercats de Catalunya, tot i que l'estudi se centrava bàsicament en l'ús del català als catàlegs. La taula 18 mostra el grau d'ús del català en cada element de comunicació i en cada cadena d'establiments observades.

Taula 18. El català en la comunicació de Grans Superfícies Comercials, Hipermercats i Supermercats de Catalunya.

	Catàlegs de productes	Rètols dels productes	Retolació establiments	Etiquetatge marca blanca	Pàgina WEB
Supermercats/ Hipermercats					
Grup Carrefour:					
Carrefour	General	Parcial	General	Nul	Parcial
Carrefour Exprés	General	Parcial	General	Nul	
Dia/ Maxi Dia	General	General	General	Nul	Nul
Caprabo	General	General	General	Parcial	General

²⁴ Estudi promogut pel Departament de Comerç, Turisme i Consum amb la col·laboració de la Secretaria de Política Lingüística del Departament de la Presidència. Barcelona: Ipsos-Eco Consulting, 2004.

²⁵ Estudi realitzat per la Plataforma per la Llengua amb el suport del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya. Desembre 2007. Consultable a l'enllaç: <http://www.plataforma-llengua.cat/estudis/index.php?est=49>

Condis	-	General	General	Parcial	General
Mercadona	-	General	General	Testimonial	General
G. Miquel Alimentació: Suma	General	General	General	Testimonial	General
Grup Bon Preu: Esclat Bon Preu Orangutan	General General -	General General General	General General General	General General General	General
Consum	General	Parcial	General	Parcial	General
Lidl	Nul	Parcial	General	Nul	Nul
Sorli Discau	General	General	General	General	General
Grup Auchan: Alcampo Sabeco	Testimonia Testimonia	Nul Nul	General No observat	Testimonial	Nul Nul
Grup El Corte Inglés	General	Parcial	General	Testimonial	Nul
Grup Facsa: Supermercats Jespac Supermercats Keisy Supermercats Del Rio Supermercats JR	General General General General	General General General Parcial	general general parcial parcial	-	General General
Superfícies especialitzades					
Esports					
Decathlon	Parcial	Nul	Parcial	Nul	General
Bricolatge					
Leroy Merlin	Nul	Nul	Parcial	No observat	Nul
AKI Bricolatge	General	Nul	General	No observat	Nul
Bauhaus	General	Nul	Parcial ²⁶	No observat	Nul
Bricoking	General	Parcial	General	No observat	Nul
Equipament per la llar					
Ikea Iberica	Parcial	Parcial	General	Nul	Parcial
Hipopotamo	Parcial	Parcial	Parcial	No observat	Parcial
Conforama España	Nul	Parcial	Parcial	No observat	Nul
Rocamora Farré	-	General	General	No observat	General
Mobles Balti	-	General	General	No observat	General
Almacenes Serra	-	-	General	No observat	General
Joguines					
Toys "R" us Iberia	General	Parcial	No observat	Nul	Nul
Cultura i lleure					
FNAC	Nul	Nul	Parcial	No observat	Nul
Centres comercials					
El Corte Inglés	Parcial	Parcial	General	Nul	
Hiperacor	General	Parcial	General	Nul	Nul
Eroski	Parcial	Nul	Parcial	General	general
Empreses que utilitzen el català	18 de 23 (78%)	20 de 26 (76'9%)	27 de 27 (100%)	6 de 17 (35'2%)	18 de 27 (66'6%)

Font: elaboració pròpia a partir de l'estudi *El català en els catàlegs dels grans establiments comercials i supermercats, a Catalunya*, del 2007, amb actualitzacions del 2008 de la Plataforma per la Llengua.

²⁶ En l'establiment de la Zona Franca l'ús del català en la retolació és nul, però en l'establiment de Girona, l'ús del català és generalitzat. S'ha optat, doncs, per considerar un ús global del català parcial.

Segons les dades que disposem del 2008, la majoria dels grans establiments comercials i dels hipermercats i supermercats més importants de Catalunya, utilitzen el català amb normalitat en la seva comunicació amb els clients. Així, el 78% d'aquests establiments utilitza el català, de forma total o parcial, en els seus catàlegs de productes; el 76'9% ho fa en els rètols dels productes; totes les empreses observades utilitza el català, de forma total o parcial, en la retolació dels establiments. El 66'6% de les empreses utilitza el català, de forma total o parcial, en els webs corporatius.

L'únic element amb una presència dèbil del català és l'etiquetatge dels productes propis, utilitzat per un 35'2% de les empreses; tot i això, representa una dada positiva si tenim en compte la situació global del català en l'etiquetatge dels productes i també perquè aquest percentatge afecta a les grans empreses, que són les que marquen tendències i fan de model.

Segons l'estudi *Les llengües d'ús en l'etiquetatge dels productes de marca blanca de supermercats i hipermercats a Catalunya*²⁷, elaborat per la Plataforma per la Llengua el 2004, el català era present en el 20'2% dels productes de marca blanca dels supermercats i hipermercats a Catalunya. En la mitjana ponderada segons la superfície de venda dels establiments on es troba cada marca blanca, els productes de marca blanca etiquetats en català eren presents en el 27'6% del total de superfície de venda a Catalunya.

²⁷ "Estudi sobre l'ús de les diferents llengües i, especialment, pel que fa al català com a llengua oficial i pròpia de Catalunya, en els productes de marques pròpies de les grans empreses de distribució minorista en aquest territori". Consultable a l'enllaç:
http://www.plataforma-llengua.cat/doc/estudi_marcablanca.pdf

7.3 Mitjans de comunicació

7.3.1 Premsa i altres publicacions

Les conclusions de la tesi doctoral *L'ús del català a la premsa diària a Catalunya*²⁸, elaborada el 2006 per Elena Sintès Pascual (Universitat de Barcelona), indiquen que tot i la davallada general del sector, el català va augmentant la seva presència en la premsa escrita, però continua sent minoritari:

“Els trenta anys de democràcia han transcorregut amb un estancament de la premsa tradicional, afectada pels canvis accelerats a escala internacional i al mateix espai comunicatiu. Amb tot, la presència del català a la premsa ha crescut, per bé que segueix essent minoritària. Tot i així, es constata que les iniciatives periodístiques més recents tendeixen a fer un major ús del català que anys enrere. Però aquest creixement de l'oferta en llengua catalana a la premsa se situa molt per sota de les capacitats de lectura de la població, que ha incrementat considerablement el seu coneixement del català en els últims trenta anys.”

La mateixa tesi doctoral explica que un dels trets més rellevants en la configuració del sistema periodístic català és que és hereu de l'estructura comunicativa construïda durant els anys de la dictadura de Franco, en què es va exercir una repressió total sobre la llibertat de premsa i sobre l'ús del català que va trencar la trajectòria històrica de la premsa catalana. Durant els 3 decennis posteriors, el català ha anat fent-se present a la premsa, sobretot local i comarcal, però amb un gran dèficit en la premsa diària especialitzada, on no existeix cap publicació en català a excepció d'El 9 Esportiu, que es difon de forma majoritària encartat en altres diaris i no està sotmès al control de l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD)²⁹. Per exemple, cap dels dos diaris de referència del sector de la premsa esportiva, l'Sport i El Mundo Deportivo, són en català, tot i les múltiples peticions de lectors i societat civil que n'han demanat una edició en català.

²⁸ Tesi doctoral *L'ús del català a la premsa diària a Catalunya. Opinions, actituds i pràctiques d'empreses i professionals del sector envers l'ús del català* (2006). Autora: Elena Sintès Pascual, dirigida per la Dra. Ana Collado, Departament de Teoria Sociològica, Filosofia del Dret i Metodologia de les Ciències Socials, Universitat de Barcelona.

²⁹ <http://www.ojd.es>

Segons dades de l'Estudi General de Mitjans³⁰, el 2006 consumien premsa en català un 23,8% dels lectors de diaris d'informació general d'àmbit nacional i estatal; un 64,4% dels lectors de diaris locals i comarcals; un 31,7% de lectors del conjunt de premsa d'informació general i un 22,8% de lectors del conjunt de la premsa diària de pagament. Aquestes dades, però, només són indicatives perquè no es disposa de xifres per a tots els diaris difosos a Catalunya. Segons les dades de la segona onada 2008 del Baròmetre de la comunicació i la cultura³¹, el 27,5% dels lectors de premsa diària a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya) llegeixen diaris en català; aquesta xifra és del 17% en el conjunt de Catalunya, País Valencià i Illes.

Per altra banda, hi ha hagut una ràpida implantació a Catalunya de la premsa gratuïta d'abast estatal i internacional. Segons dades de l'OJD i tal com recull l'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2005-2006*³², només un 10,1% dels diaris gratuïts són íntegrament en català, tot i que els principals diaris gratuïts han anat incloent continguts en català en proporcions variables, com ara l'ADN, Metro o 20minutos. Els darrers anys també han aparegut diaris gratuïts de referència en moltes comarques, editats íntegrament en català, com els gratuïts Més, del Grup 100%, distribuïts en edicions separades per diverses ciutats catalanes i Andorra; el diari Bondia de Lleida, i l'edició de Lleida de l'ADN; el rotatiu Aquí, que es va difondre al Camp de Tarragona des de mitjans de 2006 fins el febrer 2009.

En l'important sector dels setmanaris i bisetmanaris de pagament i d'àmbit local i comarcal, també tal com recull l'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2005-2006*, les 14 publicacions d'aquest tipus que s'editen a Catalunya i que controla l'OJD estan íntegrament redactades en català. La seva difusió s'ha mantingut relativament estable en xifres absolutes entre 1998 i 2005, amb un increment d'un 2,9% en aquest interval. En el sector de les revistes de pagament, el 2005 un 44,8% dels exemplars de setmanaris eren en català, mentre només ho eren un 21,5% de revistes d'altra periodicitat. Precisament la presència als quioscos

³⁰ <http://www.aimc.es>

³¹ <http://www.fundacc.org>

³² Informe biennal elaborat per l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) <http://www.portalcomunicacion.com/informe/cat/index.asp>

és un dels punts febles de les revistes en català. Segons l'aleshores president de l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC), Francesc de Dalmasas, només un 20% de les capçaleres que formen part d'aquesta associació es difonen a través dels quioscos.

Segons les dades de la segona onada 2008 del *Baròmetre de la comunicació i la cultura*³³, el 35,4% dels lectors de revistes i publicacions periòdiques llegeixen aquests mitjans en català. Aquesta xifra és del 24,4% en el conjunt de Catalunya, País Valencià i Illes.

Durant els anys 80 i 90 han aparegut multitud de mitjans escrits, locals, comarcals, nacionals i de tots els àmbits informatius, escrits en català i majoritàriament vinculats a associacions de premsa catalanes, que representen un indicador de la presència i vitalitat de la llengua catalana al sector de la premsa en diversos territoris de parla catalana:

1) L'Associació de Publicacions Periòdiques en Català d'Abast Nacional (APPEC)³⁴, va néixer el 1983 i compta amb publicacions de tots els territoris de parla catalana. Segons informació del web de l'APPEC (2008), actualment aplega més de 140 publicacions escrites en llengua catalana, de subscripció no gratuïta i de venda al públic, de periodicitats diverses i temàtiques molt variades, amb una mitjana de difusió conjunta de 700.000 exemplars mensuals i amb una audiència estimada de més de 2,5 milions de lectors.

2) L'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (ACPC)³⁵, constituïda el 1982, aglutina la pràctica totalitat de les empreses i entitats editores de premsa local i comarcal, d'informació general, existent a Catalunya, sempre i quan estigui escrita íntegrament en català i la seva difusió sigui de pagament. Segons informació del web de l'ACPC (2008), s'hi apleguen periòdics de difusió diària, setmanal, quinzenal, mensual, bimestral i trimestral, amb una audiència conjunta de 700.000 lectors i una tirada conjunta de 215.000 exemplars.

³³ www.fundacc.org

³⁴ <http://www.appec.cat>

³⁵ <http://www.premsa.comarcal.cat>

3) L'Associació Catalana de la Premsa Gratuïta (ACPG)³⁶ va constituir-se l'any 1997. Segons la informació del seu web (2008), compta amb 108 publicacions associades amb els continguts majoritàriament en català i 7 publicacions amb la meitat de continguts en català. Les capçaleres de l'Associació, inclosos els mitjans majoritàriament en castellà (*20Minutos*, *Que!*, *Metro* i *Latino Barcelona*), tenen un tiratge total per edició de més de tres milions cinc-cents mil exemplars distribuïts periòdicament per tot Catalunya, Andorra i Mallorca, amb una difusió de més de 5,5 milions de lectors.

En l'evolució de la progressiva implantació del català en la premsa, cal destacar els exemples de mitjans escrits en castellà que han optat per treure una edició en català, com a estratègia per adaptar-se al mercat i millorar el servei als seus lectors. *El Periódico de Catalunya*, líder de vendes a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya), va comptar només amb una edició en castellà del 1978 al 1997, moment en el qual va treure una edició en català. Segons dades del Baròmetre de la comunicació i la cultura del 2008 (segona onada), les edicions en castellà i en català es parteixen un 55% i un 45% dels lectors, respectivament. Un cas similar és el del diari *El Segre*, amb distribució a la demarcació de Lleida i edició en català des del 1997. Segons dades del Baròmetre de la comunicació i la cultura del 2008 (segona onada), les edicions en castellà i en català es parteixen un 41% i 55% dels lectors, respectivament.

En base a la tesi doctoral *L'ús del català a la premsa diària a Catalunya*³⁷, i a partir d'entrevistes a vuit diaris que representaven el 78,5 % de la difusió total a Catalunya l'any 2004, existeix una estratègia lingüística d'ús del català sustentada en criteris bàsicament comercials. Aquesta estratègia té en compte els següents elements:

³⁶ <http://www.premssagratuita.com>

³⁷ Tesi doctoral *L'ús del català a la premsa diària a Catalunya. Opinions, actituds i pràctiques d'empreses i professionals del sector envers l'ús del català* (2006). Autora: Elena Sintès Pascual, dirigida per la Dra. Ana Collado, Departament de Teoria Sociològica, Filosofia del Dret i Metodologia de les Ciències Socials, Universitat de Barcelona.

- 1) L'increment del nivell de coneixement del català, a partir de les franges d'edat escolaritzades en català, que es tradueix principalment en l'interès per utilitzar el català en nous productes.
- 2) L'augment de la presència del català en altres mitjans de comunicació, així com el fet que la competència directa l'utilitzi.
- 3) L'accés a tecnologies de traducció que faciliten la publicació de dobles edicions i la traducció de les fonts en castellà.
- 4) La competència en l'espai simbòlic, ja que els rèdits econòmics d'editar en català s'acompanyen amb l'interès per millorar posicions en la imatge pública i de prestigi del diari.

7.3.2 Televisió

Segons l'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2005-2006*³⁸, el 2005 les cadenes hertzianes generalistes van difondre a Catalunya conjuntament una mitjana setmanal de 354,2 hores de programació en català, fet que va suposar un 30,1% del total de la programació. Els fets més remarcables del període 2000-2006 pel que fa a la presència del català a les emissions hertzianes que es reben a Catalunya, ha estat, per un cantó, que Telecinco i Antena 3 van deixar d'emetre entre el 2003 i el 2004 la seva desconnexió en català (Telecinco ho va fer el desembre de 2003 i Antena 3 l'estiu de 2004). Per altra banda, també ha fet disminuir el percentatge del català a la televisió l'aparició dels canals La Sexta (el 2006) i Quatro (el 2005, substituint el Canal+), que emeten íntegrament en castellà, però l'han augmentar l'aparició dels nous canals de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) Canal 3/24 i Canal 300.

Segons la taula 19, el 44,6% de la població deia veure el 2006 més del 50% de les hores de televisió en català. D'aquests, el 29,9% veien més del 90% de les hores de televisió en català. Segons les dades de la segona onada 2008 del

³⁸ Informe biennal elaborat per l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) <http://www.portalcomunicacion.com/informe/cat/index.asp>

*Baròmetre de la comunicació i la cultura*³⁹, el 46,1% dels telespectadors veuen televisió en català, i el 35,1% en el conjunt de Catalunya, País Valencià i Illes.

Taula 19. Audiència habitual de televisió. Catalunya 2006. Hores de televisió en català. Milers de persones.

	Població	Distribució percentual	Taxes
Hores de televisió en català			
Fins al 25%	1 447,7	25,1	24,1
Del 26 al 50%	1 750,2	30,3	29,2
Del 51 al 75%	626,8	10,9	10,4
Del 76% al 90%	181,7	3,1	3,0
Més del 90%	1 723,9	29,9	28,7
No consta	42,2	0,7	0,7
Total	5 772,5	100,0	96,2

Font: Anuari Estadístic de Catalunya 2007.

7.3.3 Ràdio

L'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2005-2006*⁴⁰ afirma que "la ràdio és el mitjà amb un grau més elevat de normalització lingüística pel que fa a l'ús del català en l'expressió parlada". L'evolució de l'audiència mitjana diària a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya) de les emissores de ràdio generalista d'abast català o espanyol, va del 34,5% dels oients el 1999 al 46,7% el 2006 (vegeu taula 20).

Taula 20. Audiència mitjana diària de ràdio generalista a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya), segons llengua d'emissió (1999-2006).

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Variació 1999-2006
% català	34,4	35,6	40,2	42,7	45,4	43,4	44,4	46,7	+27,6%
% castellà	65,6	64,4	59,8	57,3	54,6	56,6	55,6	53,3	-24%

Font: Informe de la Comunicació a Catalunya 2005-2006. Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB).

En l'àmbit de la ràdio municipal, segons dades de la Secretaria de Política Lingüística (2005), a finals de 2004 el 75% de les emissores declarants afirmaven que emetien només en català, mentre que el 25% deien que ho feien

³⁹ <http://www.fundacc.org>

⁴⁰ Informe biennal elaborat per l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona (InCom-UAB) <http://www.portalcomunicacion.com/informe/cat/index.asp>

en una proporció variable entre el 51% i el 99%. Entre 1998 i 2004 s'ha produït una millora en la presència del català a les ràdios municipals, ja que el percentatge d'emissores que emetien totalment en aquesta llengua sobre el total de les que van declarar dades va passar del 64,8% el 1998 al 75% el 2004.

7.4 Indústries culturals

7.4.1 Llibres

El número de títols editats en català a l'Estat espanyol ha crescut un 46,5% entre els anys 1996 (primer any del qual disposem de dades) i 2007. El 1996 es van publicar a l'Estat 7.140⁴¹ títols en català i el 2007 se'n van publicar 10.464⁴². El número d'exemplars editats del 2007 fou de 24.620.000. Segons un estudi de la UNESCO, el 1994 el català era la desena llengua més traduïda del món.

Pel que fa als lectors, segons l'*Anuari Estadístic de Catalunya 2007*, el nombre absolut de persones a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya) que han llegit el darrer llibre en català, passa d'1.056.000 individus l'any 2001 a 1.531.600 l'any 2006, gairebé 500.000 persones més. Això vol dir que ha incrementat un 45%. Pel que fa al castellà, i en el mateix període, l'augment ha estat del 34%, sensiblement inferior. El percentatge de lectors (de la darrera lectura) en castellà respecte el total de lectors baixa 2,4 punts del 2001 al 2006, mentre que pel que fa al català augmenta més d'un punt (vegeu taula 19).

Taula 19. Llengua de la darrera lectura a Catalunya, en el període 2001-2006. En milers de persones.

	Població		Distribució percentual	
	2001	2006	2001	2006
Llengua de la darrera lectura				
Català	1 056,0	1 531,6	33,2	34,5
Castellà	2 023,9	2 718,4	63,6	61,2
Anglès	63,8	115,3	2,0	2,6
Altres	37,8	71,0	1,2	1,6
No consta		..		..
Total	3 181,5	4 442,5	100,0	100,0

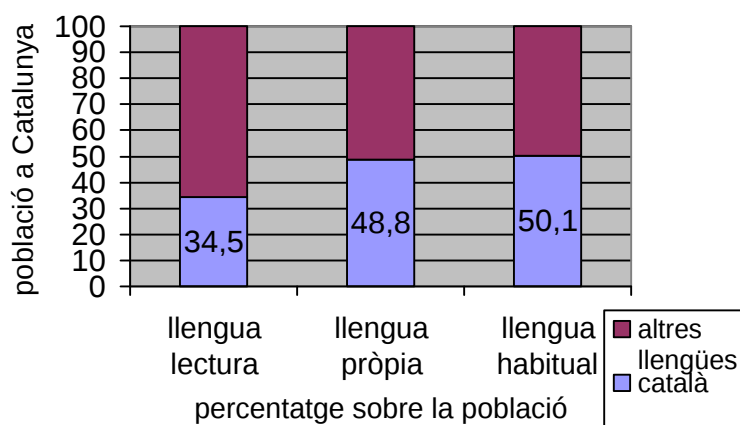
Font: Anuari Estadístic de Catalunya 2007.

⁴¹ XIII Estudio de Comercio Interior del Libro en España 2000. Federación de Gremios de Editores de España. Enllaç a l'estudi: http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/ComercioInteriordelLibroenEspana2000.zip

⁴² Comercio Interior del Libro en España 2007. Federación de Gremios de Editores de España. http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/Comercio_Interior_2007.pdf

La diferència entre el percentatge de lectors en català (l'última lectura) a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya), amb el percentatge de la població que té com a llengua pròpia o llengua habitual el català, mostra que hi ha un camp important a recórrer en el mercat i l'oferta de llibres en català. Tot i que les dades de què disposem no han estat recollides al mateix any, observem com en general el percentatge de població que té el català com a llengua pròpia o habitual és superior al percentatge de lectors en català (l'última lectura), amb una diferència del 14'3% i el 15'6% (vegeu gràfic 16).

Gràfic 16. Llengua de la darrera lectura i llengua pròpia i habitual a Catalunya. Percentatge sobre la població a Catalunya sota administració de la Generalitat de Catalunya.



Font: Llengua de la darrera lectura, segons l'Anuari Estadístic de Catalunya 2007 i llengua pròpia i habitual, segons l'Estadística d'usos lingüístics a Catalunya 2003.

Un motiu important d'aquesta diferència entre llengua de lectura i llengua pròpia i habitual, pot ser la desigualtat que el llibre en català pateix en els punts de venda. El 2006 l'Associació d'Editors en Llengua Catalana va presentar l'estudi *La presència del llibre en català al comerç minorista de llibres de Catalunya*, on s'evidencia que el llibre en català tendeix a rebre un tractament comercial menys intensiu que el que rep el llibre en castellà, excepte en el gènere infantil i juvenil, on un 60% dels títols disponibles als punts de venda són en llengua catalana.

L'estudi constata que a les llibreries tradicionals un de cada tres llibres exposats és en català, mentre que a les superfícies només és exposat en

català un de cada sis llibres. Aquesta xifra baixa fins a un de cada deu als hipermercats i a les llibreries d'estacions i aeroports.

La invisibilització del llibre en català en els establiments és més evident si tenim en compte el percentatge de llibres en català exposats i el percentatge de llibres en català dels fons dels establiments: el 2006, entre un 30% i un 40% dels llibres exposats eren en llengua catalana a les llibreries tradicionals, mentre que el seu fons en aquesta llengua se situava entre el 40% i el 50%; en les superfícies especialitzades i gran magatzems els llibres catalans representaven poc més del 16% dels exemplars exposats i només l'11% en els hipermercats, mentre que els llibres en aquesta llengua representaven, respectivament, el 26% i el 21% del fons.

Així doncs, tenint en compte que el percentatge de lectors en català és inferior al percentatge de població amb el català com a llengua pròpia o habitual, la invisibilització del llibre català en els establiments pot ser un motiu important que afecti les vendes i la lectura de llibres en català; alhora, aquesta invisibilització es pot traduir en una pèrdua d'oportunitat de negoci per part dels establiments i editorials.

7.4.2 Cinema

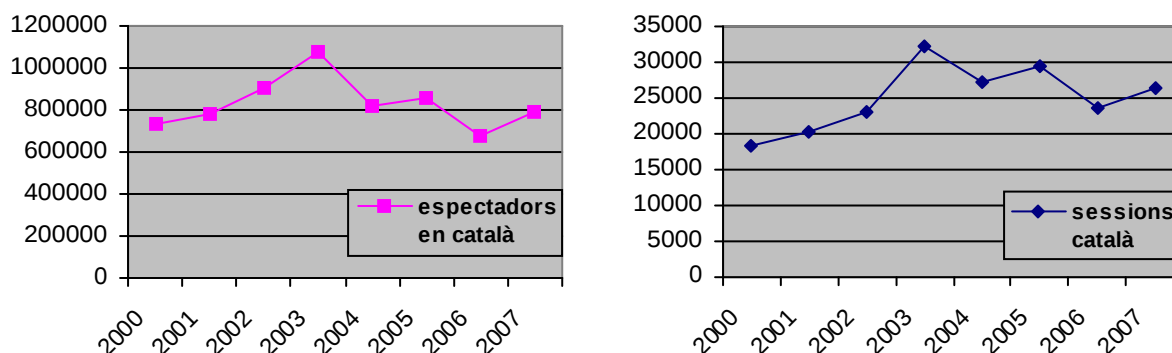
Situació actual del cinema en català. Segons dades del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, el cinema en català va obtenir el 2007 una assistència de 792.503 espectadors, xifra que suposa un increment del 17,20% respecte l'any 2006. Durant el 2007 els cinemes catalans han ofert el major nombre de títols en català dels darrers anys, 146 títols enfront dels 107 títols exhibits l'any anterior. Aquest increment va relacionat amb l'increment del nombre de projeccions, que ha passat de 23.746 sessions l'any 2006 a 26.362 l'any 2007 i l'increment de recaptació, de 3.617,9 milers d'euros el 2006 a 4.233,8 milers d'euros el 2007. Segons l'*Enquesta de consum i pràctiques culturals 2006*, de la Generalitat de Catalunya i pel territori sota aquesta administració, la llengua de la darrera pel·lícula era el català en el 10,6% dels espectadors de cinema.

Pel que fa al global de dades d'exhibició a Catalunya, l'any 2007 les sales de cinema varen rebre 23.927.465 espectadors, un 6% menys que l'any 2006. Al global del territori espanyol, la disminució ha estat més significativa, amb una davallada de gairebé 9,5 milions d'espectadors, un 7,7% menys que al 2006, segons l'informe del Instituto de Cinematografia y de las Artes Audiovisuales (ICAA).

Evolució d'espectadors i sessions. Els informes *Estadístiques Culturals de Catalunya 2007* i *Indicadors i Estadístiques Culturals de Catalunya. 2006*, de la Generalitat de Catalunya, ens donen les sèries anuals d'espectadors i sessions de cinema a Catalunya del 2000 al 2007.

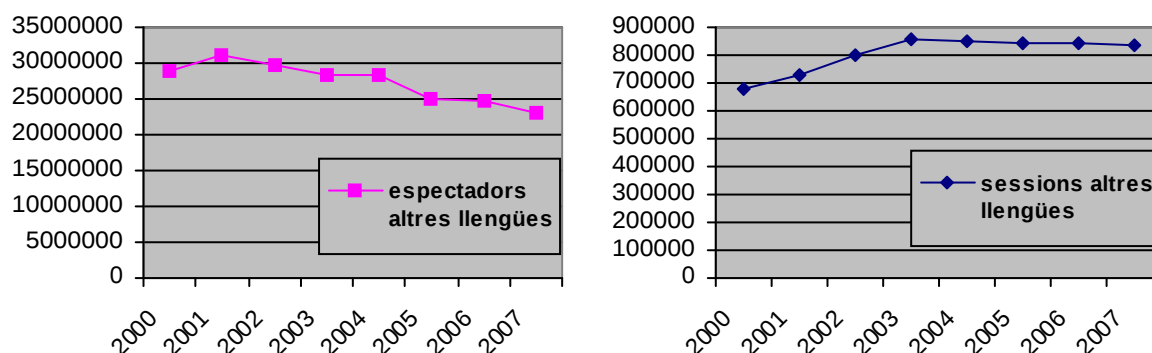
Mentre que la tendència general d'espectadors tant a Catalunya com a Espanya i a Europa és de descens continu, l'índex d'espectadors de cinema en català no segueix aquesta tendència, sinó que està clarament marcat per l'oferta, és a dir, els anys amb major oferta de cinema en català també hi ha un major nombre d'espectadors en català. En els gràfics 17 i 18 veiem com la corba interanual d'espectadors en català és paral·lela a la de sessions de cinema en català: a major nombre de sessions, major nombre d'espectadors. En canvi, en els gràfics 19 i 20 els espectadors en altres llengües descendeixen cada any, mentre que les sessions en altres llengües pugen fins el 2003 i baixen després a un ritme suau, sense una correlació tan clara amb el nombre d'espectadors. Per tant, sembla que el negoci del cinema en català és lluny d'assolir el seu sostre, perquè la demanda és limitada per l'oferta.

Gràfic 17 i 18. Nombre d'espectadors i sessions de cinema en català a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya) del 2001 al 2007.



Font: elaboració pròpia a partir dels informes *Estadístiques Culturals de Catalunya 2007* i *Indicadors i Estadístiques Culturals de Catalunya. 2006*.

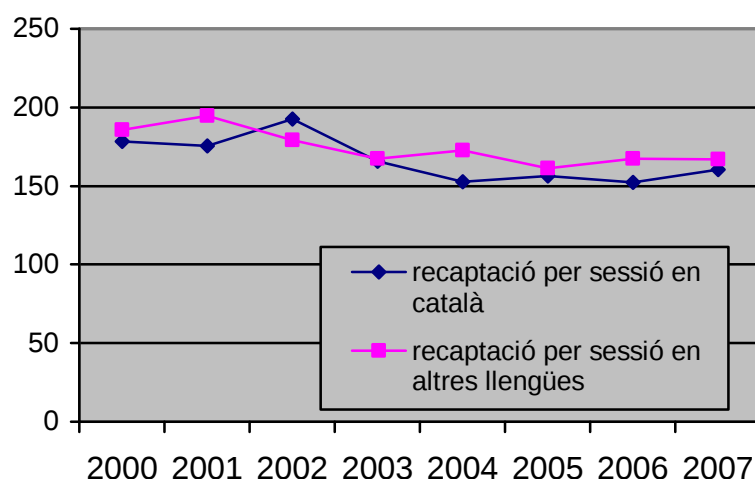
Gràfic 19 i 20. Número d'espectadors i sessions de cinema en altres llengües a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya), del 2001 al 2007.



Font: elaboració pròpia a partir dels informes *Estadístiques Culturals de Catalunya 2007* i *Indicadors i Estadístiques Culturals de Catalunya. 2006*.

Rendibilitat. Creuant les dades dels informes *Estadístiques Culturals de Catalunya 2007* i *Indicadors i Estadístiques Culturals de Catalunya. 2006*, sobre recaptació, sessions i llengua, veiem en el gràfic 21 com la recaptació per sessió de cinema en català i la recaptació per sessió de cinema en altres llengües és quasi la mateixa al llarg dels anys. Segons les dades, doncs, el cinema en català és tan rendible com el cinema en altres llengües.

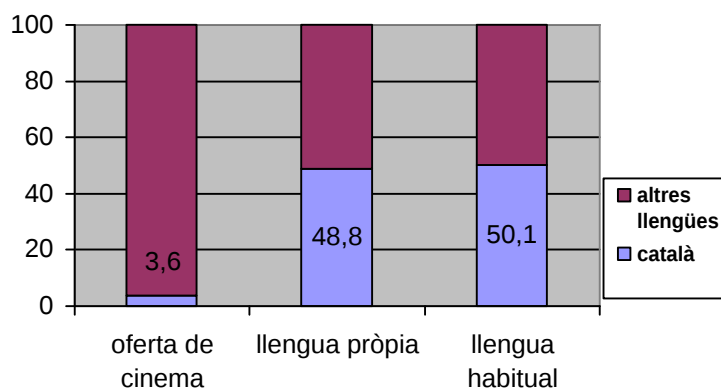
Gràfic 21. Mitjana de la recaptació en euros de la sessió de cinema en català i en altres llengües a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya), del 2000 al 2007.



Font: elaboració pròpia a partir dels informes *Estadístiques Culturals de Catalunya 2007* i *Indicadors i Estadístiques Culturals de Catalunya. 2006*.

Oferta i demanda. Si comparem el percentatge de cinema ofert en català i el percentatge de població que té el català com a llengua d'identificació o d'ús habitual, deduïm que hi ha un desajustament molt gran entre l'oferta i la demanda (veure gràfic 22).

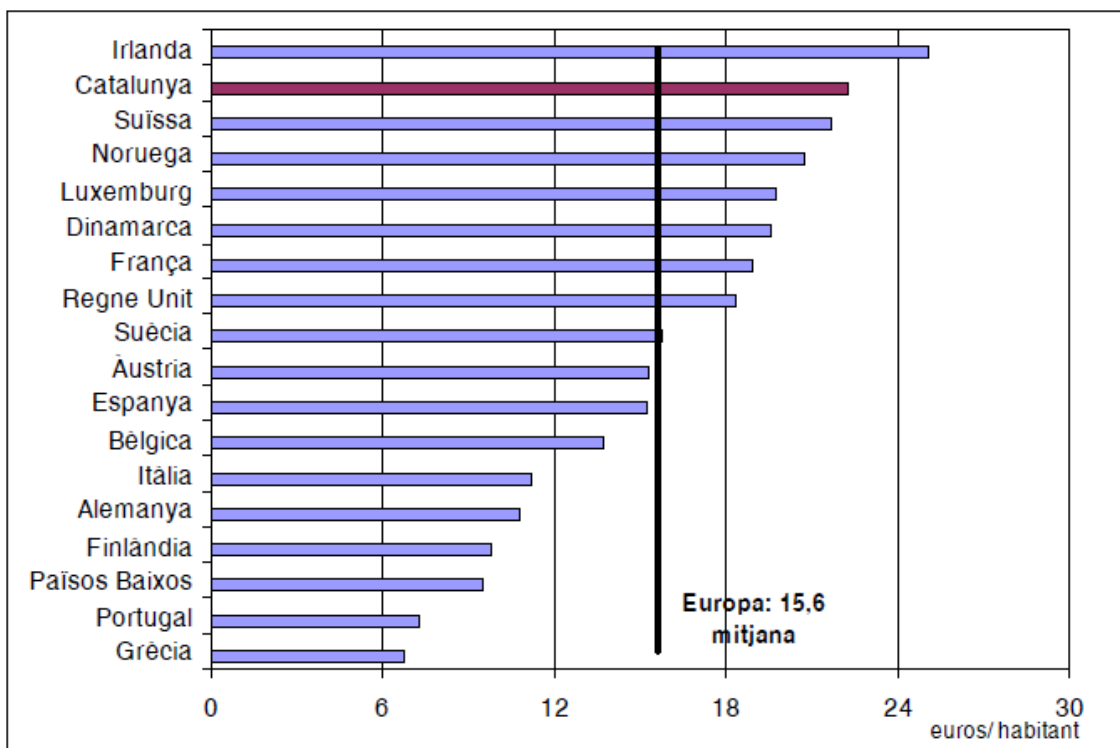
Gràfic 22. Oferta de cinema en català sobre el total i llengua pròpia i llengua habitual sobre el total de població a Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya).



Font: oferta de cinema en català, segons l'Anuari Estadístic de Catalunya 2007 i llengua pròpia i habitual, segons l'Estadística d'usos lingüístics a Catalunya 2003.

Importància del mercat català. Segons l'informe *10 anys de cinema. Cinema a Catalunya i Europa. 1994-2004*, elaborat el 2007 pel departament de cultura de la Generalitat de Catalunya, dins el mercat cinematogràfic europeu, Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya) ocupava el 2004 la segona posició en freqüència d'assistència al cinema per habitant i any, per darrere d'Irlanda (Espanya n'ocupava la 4a posició), i la sisena posició com a mercat en l'exhibició cinematogràfica, per davant de països com Bèlgica, Holanda o Portugal. Catalunya ocupava també la segona posició en la recaptació de cinema per habitant a Europa, darrere d'Irlanda, mentre Espanya n'ocupava l'11a posició (vegeu gràfic 23).

Gràfic 23. Recaptació de cinema per habitant a Europa, el 2004.



Font: l'informe *10 anys de cinema. Cinema a Catalunya i Europa. 1994-2004*, elaborat el 2007 pel departament de cultura de la Generalitat de Catalunya.

Oportunitat de negoci. Les següents conclusions fan pensar que les sales i productores de cinema actualment estan perdent una important oportunitat de negoci pel fet de no oferir més productes en català:

- 1) la rendibilitat de les sessions de cinema en català és la mateixa que en altres idiomes,
- 2) el número d'espectadors de cinema en català depèn de l'oferta de sessions de cinema en català i no està subjecte al descens general;
- 3) hi ha un gran desajustament entre oferta de cinema en català i demanda segons la llengua d'identificació dels espectadors;
- 4) el mercat cinematogràfic català és dels més importants d'Europa.

Així doncs, segons criteris empresarials i de negoci, les productores i sales de cinema haurien d'oferir més productes en català. El fet que no sigui així pot ser causa del desconeixement de la realitat del mercat i societat catalana per part d'alguns empresaris del sector, de posicionaments ideològics o bé de tendències i comportaments psicològics predemocràtics, que res tenen a veure

amb criteris econòmics, empresarials i de responsabilitat davant els espectadors.

7.4.3 Espectacles i altres consums culturals

Segons les dades referents a l'any 2007 del Baròmetre de la comunicació i la cultura⁴³, la llengua de l'últim espectacle vist era d'un 46,8% en català en els espectadors de Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya). La llengua de l'última exposició era d'un 57% en català en els visitants de Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya). També segons les mateixes dades, el consumidor cultural de Catalunya té el català com a llengua habitual en un 48,5% en els concerts, en un 52,7% en els espectacles i en un 50,1% en les exposicions.

Segons dades de l'*Anuari Estadístic de Catalunya 2007*, la llengua de la darrera obra de teatre vista era el català en el 62,5% dels espectadors (vegeu taula 20).

Taula 20. Assistència al teatre en els darrers 12 mesos. Catalunya 2001-2006. Llengua de la darrera obra vista. Milers de persones.

	Població		Distribució percentual	
	2001	2006	2001	2006
Llengües				
Català	1 052,8	1 513,8	69,0	62,5
Castellà	440,7	759,5	28,9	31,4
Anglès	13,7	59,4	0,9	2,5
Altres	18,1	130,2	1,2	5,4
No consta		..		..
Total	1 525,3	2 486,2	100,0	100,0

Font: *Anuari Estadístic de Catalunya 2007*.

⁴³ <http://www.fundacc.org>

7.5 Joguines

Malauradament, tot i la creixent presència de joguines en català, aquest idioma és minoritari en l'oferta d'aquests productes infantils i juvenils, situació que s'ha convertit en excepcional a nivell internacional. Dins la Unió Europea no hi ha cap altre cas d'una llengua parlada per més de 7 milions d'habitants que no sigui plenament present en les joguines de gran consum. Per molts productes, el català encara n'és l'excepció. En molts casos de països amb llengües comparables (Bèlgica, Dinamarca, Països Baixos, Suïssa, etc.) els parlants també tenen ple coneixement d'altres llengües molt més parlades en l'àmbit internacional o dins el mateix país, així que el plurilingüisme o el bilingüisme pel que fa al coneixement de llengües entre els seus parlants també és un fet. Però això no impedeix que la llengua pròpia sigui sempre present en l'etiquetatge i el funcionament de les joguines.

Després de més de 20 anys d'escolarització en català als sistemes educatius dels territoris de parla catalana i de normalització social del català, el sector empresarial de la joguina no s'ha adaptat a la realitat social dels territoris de parla catalana. Tot i això, la immersió lingüística a l'ensenyament primari i secundari, la creixent catalanització del món infantil i juvenil, la creixent conscienciació i demanda de la societat i la valoració del català com a oportunitat de negoci per part d'alguns empresaris, ha fet créixer l'oferta i la demanda de joguines en català.

Són exemples de demanda i mobilització social, diversos grups a la xarxa social Facebook, la campanya "En català, jugues?" de la Plataforma per la Llengua⁴⁴ i la Festa pel joc i la joguina en català, celebrada en diversos municipis de parla catalana⁴⁵.

A banda d'empreses artesanals, cada cop hi ha més empreses que fabriquen joguines en català, com per exemple Diset, Barcanova, Juguetes Falomir, JAC, etc. Segons un recull de la Plataforma per la Llengua del 2008, hi ha, com a

⁴⁴ <http://www.plataforma-llengua.cat/campanyes/index.php?campanya=67>

⁴⁵ <http://www.plataforma-llengua.cat/noticies/noticia.php?n=625>

mínim, 26 fabricants de joguines en català, 13 fabricants de jocs multimèdia i 29 autors de jocs d'internet. Hi ha empreses que alhora són distribuïdores i venedores i que tenen la seva pròpia cadena de botigues, com les joguines JAC. També hi ha multinacionals i empreses de gran facturació que han començat a incorporar o que incorporen sempre la llengua catalana en algunes de les joguines, com per exemple Mattel, Educa-Borras, Cercle de Lectors, Enciclopèdia Catalana, Editorial Planeta o Barça Toons (les joguines amb la marca registrada del club de futbol). També trobem importants cadenes de botigues que fabriquen i distribueixen els seus productes i que inclouen el català en l'embalatge, instruccions, etc. com la cooperativa Abacus o les botigues Drim, o bé grans superfícies que distribueixen joguines en català, com els Hipermercats Esclat, Alcampo i El Corte Inglés, com a mínim.

+ info: el Consorci Per la Normalització Lingüística compta amb un portal de jocs en català <http://www.cpnl.cat/jocs>

Llibret *I les teves joguines, ja incorporen el català?* de La Plataforma per la Llengua, adreçat als empresaris del sector:

http://www.plataforma-llengua.cat/doc/guia_joguines.pdf

7.6 Noves tecnologies

Existeix una demanda de productes tecnològics en català molt més alta que l'oferta i, per tant, una oportunitat de negoci per part d'aquestes empreses. Moltes empreses de noves tecnologies ja han incorporat el català en els seus productes i cada any més productes tecnològics incorporen el català.

El potencial econòmic del català en les noves tecnologies queda reflectit en l'estudi *TIC-Llengua 2007. Usos lingüístics i tecnologia*⁴⁶ de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació. En aquest estudi, s'evidencia que la demanda de productes de Tecnologies de la Informació i Comunicació (TIC) en català és molt més alta que l'oferta, en els següents termes:

- només quatre de cada deu persones que vol el telèfon mòbil en català, el pot aconseguir;
- només una de cada deu persones que vol la consola de jocs en català, la pot aconseguir;
- només una de cada deu persones que vol el reproductor d'MP3 en català, el pot aconseguir.

Aquesta distància és igual o més gran si comparem, entre tots els usuaris enquestats de cada dispositiu analitzat, els que tenen el dispositiu en català amb els usuaris que tenen com a llengua d'identificació el català:

- només tres de cada deu persones usuàries de telèfon mòbil amb el català com a llengua d'identificació, tenen el mòbil en català;
- només tres de cada deu persones usuàries d'ordinadors amb el català com a llengua d'identificació, tenen l'ordinador en català;
- només una de cada deu persones usuàries de reproductor d'MP3 amb el català com a llengua d'identificació, tenen l'MP3 en català;
- només una de cada deu persones usuàries de consola de jocs amb el català com a llengua d'identificació, tenen la consola en català;

⁴⁶ Investigació realitzada per la Fundació Observatori per a la Societat de la Informació de Catalunya amb el recolzament estadístic d'Institut Apolda, per iniciativa de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació i amb el suport de la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya.

Sobre aquest darrer fet, l'estudi *TIC-Llengua 2007. Usos lingüístics i tecnologia* conclou el següent:

“La proporció de persones usuàries de cada dispositiu que tenen el català com a llengua d'identificació és superior al de les persones que diuen desitjar expressament disposar del menú del dispositiu en català. Pensem però, que aquestes dades mostren que la població susceptible d'utilitzar tecnologia en català és superior a la que declara expressament aquest desig, doncs l'opció “li és indiferent” no pressuposa una no acceptació del català sinó al contrari, una acceptació de les dues llengües.”

El mateix estudi arriba a altres conclusions reveladores del potencial econòmic del català en les TIC, reproduïdes a continuació:

“En tots els dispositius s'observa una clara preferència per tenir el menú del dispositiu en la llengua d'identificació de la persona. Així, per exemple, entre les persones que realitzen compres per Internet, el 75,8% de les persones amb llengua d'identificació català prefereix realitzar-les en català, i el 72% dels compradors amb el castellà com a llengua d'identificació prefereix realitzar-les en castellà.”

“Les persones joves i adultes (15 a 59 anys) són les que més declaren voler l'ús de tecnologia en català (també són els que més usen les tecnologies), i les persones grans (60 o més anys) les que menys necessitat expressen.”

L'estudi *TIC-Llengua 2007. Usos lingüístics i tecnologia*, també explica com l'ús del català a les TIC és preferit també per una part d'usuaris amb el castellà com a llengua d'identificació, existint així un traspàs d'usuaris de castellà a català:

“Es comprova una voluntat de passar de tenir el menú dels dispositius en castellà a disposar-ne en català. Novament, en tots els segments d'identificació lingüística. Existeix una proporció no desestimable de població que s'identifica per igual amb les dues llengües o bé s'identifica amb el castellà que també declara que voldria utilitzar les TIC en català.”

En motiu de la 21a edició del Congrés Mundial 3GSM, la fira de més important de la indústria de la telefonia mòbil a nivell internacional, celebrada a Barcelona el febrer del 2008, la Generalitat de Catalunya va editar i distribuir entre els empresaris participants la publicació *Catalan, a business opportunity*⁴⁷. Aquesta publicació explica com la societat catalana fa un ús important de les noves tecnologies i fins a quin punt introduir el català en els aparells tecnològics pot suposar una important oportunitat de negoci.

La campanya “Catalan, a business opportunity”, de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació, consta també d'un vídeo⁴⁸ promocional amb testimonis d'empresaris que expliquen experiències d'èxit en la introducció del català en productes tecnològics. Per exemple, el Sr. Carles Grau, President de Microsoft Catalunya, declara que “Microsoft ha doblat els seus ingressos a Catalunya i estem tenint un creixement espectacular. Part d'aquest creixement es deu a la incorporació del català en els nostres productes.”

7.6.1 Internet

La generació de continguts a Internet en una llengua depèn, en primer lloc, de les condicions d'accés a Internet dels parlants d'aquesta llengua. Als territoris de parla catalana, les condicions són favorables i possibiliten la creació de continguts en català. El percentatge de noves tecnologies a les llars de Catalunya és superior a la mitjana de la Unió Europea i de l'Estat Espanyol (vegeu taula 21).

Taula 21. Percentatge de la presència d'ordinadors personals i d'Internet a les llars de Catalunya.

2008	Catalunya	Estat espanyol	Mitjana UE
PC	71,0	63,6	60% (2006)
Internet	60,1	51,0	60

Font: Instituto Nacional de Estadística i Eurostat.

⁴⁷ <http://www.gencat.cat/societatdelainformacio/cbo/>

⁴⁸ <http://es.youtube.com/watch?v=HgDbVwhDNEY>

Els següents indicadors parlen d'una important presència i ús del català a Internet i com a llengua de negoci en aquest àmbit:

1) Segons el darrer informe de l'octubre del 2005 elaborat per Softcatalà sobre la presència del català a Internet (a partir de la base de dades del cercador Google)⁴⁹, **el català és la 26a llengua més present a Internet**, amb 7.140.000 pàgines en aquest idioma. Si tenim en compte el nombre relatiu de pàgines web indexades per nombre de parlants, el català ocupa la dinovena posició, per davant del castellà (24a posició), el portuguès (31a), el xinès (33a) i d'altres llengües com el turc, el rus o l'àrab (vegeu taula 22)

Taula 22: Nombre relatiu de webs per llengua.

	Llengua	Pàgines Web (mostra)	Parlants	Pàgines per parlant
1	Anglès	9.200.000.000	341.000.000	26,98
2	Islandès	5.250.000	250.000	21,00
3	Estonià	6.510.000	1.100.000	5,92
4	Noruec	28.700.000	5.000.000	5,74
5	Suec	42.100.000	9.000.000	4,68
6	Finès	26.200.000	6.000.000	4,37
7	Danès	22.200.000	5.326.000	4,17
8	Letó	5.750.000	1.543.844	3,72
9	Eslovè	6.950.000	2.000.000	3,48
10	Francès	202.000.000	72.000.000	2,81
11	Holandès	54.300.000	20.000.000	2,72
12	Txec	26.700.000	12.000.000	2,23
13	Hebreu	10.100.000	5.150.000	1,96
14	Alemanys	184.000.000	100.000.000	1,84
15	Lituà	572.0000	3.125.281	1,83
16	Japonès	150.000.000	126.000.000	1,19
17	Italià	68.400.000	62.000.000	1,10
18	Eslovac	6.130.000	5.606.000	1,09
19	Català	7.140.000	6.565.000	1,09
20	Hongarès	15.100.000	145.00.000	1,04

⁴⁹ Informe de Softcatalà "La salut del català a internet", 2005. www.softcatala.org

21	Grec	9.230.000	12.000.000	0,77
22	Polonès	23.800.000	44.000.000	0,54
23	Búlgar	3.810.000	8.954.811	0,43
24	Castellà	133.000.000	322.000.000	0,41
25	Croat	7.950.000	21.000.000	0,38
26	Indonesi	8.660.000	23.143.354	0,37
27	Coreà	24.400.000	78.000.000	0,31
28	Serbi	3.340.000	11.144.758	0,30
29	Romanès	7.250.000	26.000.000	0,28
30	Rus	43.200.000	167.000.000	0,26
31	Portuguès	44.000.000	176.000.000	0,25
32	Turc	11.200.000	61.000.000	0,18
33	Xinès	74.700.000	885.000.000	0,08
34	Àrab	12.600.000	213.223.637	0,06

Font: informe de Softcatalà “La salut del català a internet”, 2005. Nota: Les dades del nombre de parlants provenen d’Ethnologue. Segons estimacions fetes per la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya, a partir de les dades de les enquestes sobre usos i coneixements lingüístics realitzades als set territoris de parla catalana durant els anys 2003 i 2004, el nombre de parlants en català és de 9.118.882.

El nombre relatiu de webs per llengua indica quines són les llengües més actives a Internet, en proporció al nombre de parlants. Les llengües que encapçalen la classificació representen un mercat, menor o major en nombre de parlants, però que viu més abocat a Internet. Dit d’una altra manera, el català viu més intensament el fenomen de la societat xarxa que d’altres col·lectius lingüístics i, per tant, és més procliu a la visita de llocs web comercials i a l’ús del comerç electrònic.

2) Segons un estudi del 2006 de l’organització nord-americana de recerca tecnològica **Nitle**, el català és la segona llengua més utilitzada als blocs després de l’anglès. L’estudi NITLE Blog Census (blocs que contenen, com a mínim, 500 bytes de text) constata que dels tres milions de blocs de tot el món que Nitle tenia registrats el 2006, prop de dos milions eren en anglès i 123.000 en català. En francès i en espanyol n’existien 80.000 i, en alemany, 35.000. Aquest estudi, que pot ser discutible, ens indica si més no una excel·lent presència del català al món dels blocs. Una bona referència és que

l'administrador principal de blocs (**Blogger**), ja tenia el català entre les 36 llengües operatives el juny del 2007 (al desembre del 2008 n'hi ha 48).

3) Com a dada significativa del català dins la xarxa, destaquem que el català va ésser la segona llengua en incorporar-se a l'enciclopèdia electrònica **Wikipedia** després de l'anglès. A data de desembre del 2008, el català ocupa el 15è lloc en nombre d'articles (més de 150.000), d'un total de 262 llengües presents a Wikipedia. Cal dir que el català es troba per sobre de llengües com el turc, l'hongarès, el danès, l'hebreu, l'àrab, el búlgar, el coreà, el servi, el txec o el grec.

4) El principal cercador, **Google**, no només ofereix aquest servei en català, amb recerques específiques, sinó que tota la resta d'aplicacions també existeixen en la nostra llengua. El gener del 2007 **Google Books** va signar un acord amb 5 biblioteques catalanes, de digitalització i publicació a internet de centenars de milers de llibres lliures de drets d'autor. Aquest acord és el segon de Google amb una institució de llengua no anglesa i el tercer amb una institució europea. Les declaracions de Jens Redner, director de Google Cercallibres a Europa, l'Orient Mitjà i l'Àfrica, davant aquest acord, evidencien la importància del mercat català en les TIC: "Segons Redner, la digitalització de llibres és una inversió estratègica de Google per a retenir clients: creuen que digitalitzant milers de llibres afavoreixen que els qui fan servir el cercador hi trobin més informació útil i el facin servir més sovint"⁵⁰. Així doncs, tot i l'elevat cost de l'operació, que la Biblioteca de Catalunya havia calculat en 60 milions d'euros, Google veu aquesta operació com una inversió de futur, apostant clarament pel mercat català. El 2008 Google ha incorporat el català també en el seu traductor.

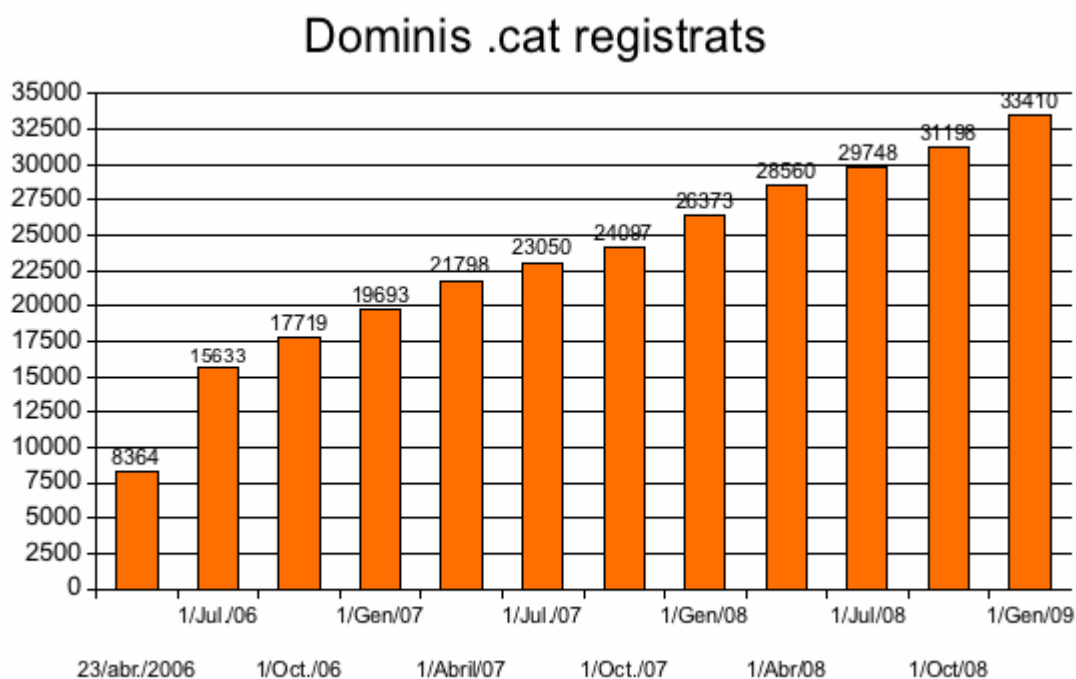
5) Cal esmentar també que el **domini.cat**, gestionat per la Fundació puntCAT⁵¹, que agrupa els webs de la comunitat catalanoparlant, ha estat tot un èxit. El domini.cat és el primer i únic domini de caire lingüístic i cultural del món, i ha esdevingut un referent i model a seguir arreu del planeta; en paraules

⁵⁰ Vilaweb, 10/01/07, http://www.vilaweb.cat/www/noticia?p_idcmp=2225890

⁵¹ <http://www.puntcat.cat/>

de l'influent expert d'Internet i enginyer, Eric Brunner-Williams, participant en el desenvolupament de protocols per Internet, "el creixement del .cat és la història d'un èxit i un exemple a imitar". El domini.cat va superar en només pocs mesos a la meitat dels dominis genèrics (el domini.cat també és un domini genèric, com el .com, .org, .aero, .museum, .travel etc) i a molts dominis territorials que porten més anys en funcionament que el domini.cat. Des de l'abril del 2006 i amb data de gener del 2009, el domini.cat compta ja amb més de 33.000 dominis registrats (vegeu gràfic 24). També en poc temps, el domini.cat s'ha situat com un dels primers dominis al món pel que fa al nombre de documents indexats per a cada domini.cat registrat.

Gràfic 24. Evolució trimestral del registre de dominis.cat, segons la Fundació puntCAT



6) Javier Oliván, director internacional de **Facebook**, va manifestar l'octubre del 2008 en una roda de premsa a Madrid en la presentació d'aquesta xarxa social, que la versió en català del Facebook està anant molt bé. El català està entre les 30 primeres llengües que han tingut versió al Facebook. Una altra popular xarxa social a internet, el **Fotolog**, té versió en català a partir del febrer del 2009.

7) Els principals serveis de correu electrònic **hotmail** i **gmail** són en català, com també molts d'altres oferts per portals d'Internet (mesvilaweb.cat), xarxes socials (titnet.cat), ajuntaments, empreses i organitzacions, etc. Els principals navegadors d'Internet també són en català (vegeu punt 7.6.4 Sistemes operatius i programari).

8) Segons el **Baròmetre de l'ús del català a Internet**, elaborat pel WICCAC (Webmàsters Independents en Català, de Cultura i d'Àmbits Cívics)⁵², el grup de portals d'Internet de Catalunya, compta amb un 77'42% dels webs en català. Alguns d'aquests portals en català destaquen en els rànquings dels més visitats a nivell estatal, com per exemple Vilaweb, que és el 7è diari electrònic més visitat a l'Estat espanyol, segons l'11a edició de l'estudi anual de l'Asociación para la investigación de Medios de Comunicación⁵³ (AMIC), publicat el 2009.

7.6.2 Webs de grans empreses i sectors empresarials

D'acord amb el *Baròmetre de l'ús del català a Internet* que elabora WICCAC (Webmàsters Independents en Català, de Cultura i d'Àmbits Cívics)⁵⁴, sobre l'ús del català als webs d'empreses, institucions i organitzacions radicades a Catalunya o que hi ofereixen els seus productes i serveis, el català presenta un creixement sostingut a la xarxa (vegeu taula 23).

Taula 23. Evolució de l'ús del català a Internet, segons el Baròmetre de l'ús del català a Internet elaborat pel WICCAC.

Evolució percentual dels Resums de Situació del Baròmetre de l'ús del català a Internet												
Any/Mes	gener	febrer	març	abril	maig	juny	juliol	agost	set.	oct.	nov.	des.
2009	56,41%	56,63%										
2008	54,58	54,73	54,89	54,98	55,04	55,13	55,23	55,48	55,64	55,82	55,95	56,16
2007	52,52	52,87	53,09	53,15	53,34	53,39	53,53	53,57	53,70	53,92	54,19	54,31
2006	50,48	50,56	50,72	50,78	50,85	50,95	51,08	51,09	51,45	51,57	52,03	52,23

⁵² <http://wiccac.cat/>

⁵³ <http://www.aimc.es>

⁵⁴ <http://wiccac.cat/>

2005	46,51	46,79	47,13	47,47	47,70	48,10	48,06	48,59	48,97	49,42	50,02	50,48
2004	42,72	43,50	44,04	44,07	44,73	44,87	44,74	45,43	45,77	46,44	46,84	46,96
2003	40,48	40,75	41,43	41,48	40,96	41,48	41,84	41,90	41,86	41,88	41,67	42,08
2002								40,71	38,75	38,75	39,22	40,20

Font: elaboració pròpia a partir de les dades del WICCAC

El grup de les grans empreses i multinacionals, tot i que partia d'una nul·la presència del català els seus webs i que és un dels sectors econòmics menys normalitats, ha seguit aquests darrers anys una evolució molt favorable i és el segment de la xarxa que ha enregistrat un augment més ràpid del català els darrers tres anys: el 2006-2007 va pujar 8 punts i el 2008, 8 punts més (vegeu taula 19). En destaquem justament el període 2006-08 com a claus per la incorporació de la versió catalana en els webs de grans empreses, multinacionals i d'importants marques de productes d'abast internacional, com ara Nestlé, Microsoft, COBEGA, Mac Donald's, Damm, Danone, Decathlon, Eismann, Zara, etc.

Taula 24. Evolució del català en els webs de grans empreses, segons el Baròmetre de l'ús del català a Internet elaborat pel WICCAC.

Evolució percentual de l'ús del català als webs de les grans empreses i multinacionals												
Any/Mes	gener	febrer	març	abril	maig	juny	juliol	agost	set.	oct.	nov.	des.
2008	29,17	29,17	30,14	30,14	30,14	30,14	28,38	28,38	29,33	30,67	30,67	30,67
2007	22,22	23,61	25,35	25,00	25,35	26,76	28,17	27,78	27,78	27,78	27,78	27,78
2006	19,72	19,72	19,44	19,44	19,44	19,44	19,44	19,44	19,44	19,44	20,83	20,83
2005	15,94	15,94	15,94	15,71	15,49	15,49	15,49	15,49	16,90	16,90	17,14	19,72
2004	13,33	13,33	15,00	15,63	15,63	16,92	17,91	17,91	17,91	17,39	17,39	17,39
2003	9,80	9,80	9,80	11,54	11,32	11,32	12,96	14,81	14,55	14,04	13,56	13,56
2002								11,11	10,20	10,00	9,80	9,80

Font: elaboració pròpia a partir de les dades del WICCAC.

Altres grans empreses o multinacionals amb web en català són: Repsol YPF, Abertis, Gas Natural, IKEA (parcialment), Caprabo, Mercadona, Eroski, Roca, Saba grup, Agbar, Acesa, Petrocat, Endesa, Correos, AENA, Codorniu, Freixenet, Torres, etc.

Altres sectors econòmics analitzats pel WICCAC, que també inclouen grans empreses multinacionals però no només i que ofereixen serveis a Catalunya, tenen un major ús del català a llurs pàgines web (vegeu taula 25).

Taula 25. Percentatges de webs en català en diversos sectors econòmics que ofereixen serveis a Catalunya, el febrer del 2009.

Sector econòmic	% webs en català
Teatre i dansa	96,77%
Música	78,13%
Vins i caves	88,48%
Ràdio, televisió, grups de comunicació i productores	71,70%
Editorials i llibreries	71,67%
Diaris, revistes, agències i diaris digitals	69,66%
Jocs, videojocs, oci i còmic	65,91%
Informàtica i Internet	56,93%
Assegurances i mútues	56,52%
Alimentació i begudes	55,34%
Immobiliàries i construcció	53,96%
Viatges, turisme, transports i hotels	51,42%
Caixes, bancs i entitats financeres	47,95%
Òptiques	47,83%
Empreses de treball temporal	39,13%
Telecomunicacions, electrònica, telefonia mòbil i tecnologia	38,30%
Moda, roba i perruqueria	32,97%

Font: elaboració pròpia a partir de les dades del WICCAC.

Cal fer especial atenció amb les empreses que tenen Internet com l'únic o principal mitjà de venda dels seus serveis, especialment les aerolínies de baix cost o altres serveis turístics. Moltes d'aquestes empreses tenen el web en català, cosa que també demostra la importància de les TIC en el mercat català: Vueling, Airlines, Spanair, EasyJet, Ryanair, Bookings (reserves hoteleres online), Clickair, Baleària, Elipsos Internacional (participada per RENFE i SNCF), Trasmediterrànea, Grup Serhs, VisitBritain España (web oficial de l'autoritat britànica de turisme), VisitScotland.com (web oficial de l'oficina nacional de turisme d'Escòcia), etc.

7.6.3 Telefonía mòbil

La Generalitat de Catalunya, a través de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació del Departament de Governació i Administracions Públiques, va impulsar durant el 2007 un acord amb les principals empreses de telefonía mòbil. L'acord fou signat pels subministradors de telèfons mòbils Nokia, Motorola, Sony Ericsson, Alcatel, Samsung i els operadors Movistar, Vodafone, Orange, Yoigo i Eroski Móvil. BlackBerry, que ja té tots els terminals en català, també participa de la campanya i HTC va signar un altre acord juntament amb Microsoft, per introduir el Windows Mobile en català. L'acord té l'objectiu d'assolir la plena presència del català en el sector de la telefonía mòbil abans del 31 de desembre de 2008. Per una banda, les empreses subministradores de productes de telefonía mòbil es comprometen a implantar progressivament el català com a opció idiomàtica en els menús i aplicacions dels nous terminals que es comercialitzin a Catalunya i, també, a tenir en català els manuals d'usuaris i guies ràpides en suport paper i electrònic, si s'escau. Per l'altra, les empreses operadores es comprometen a establir com a requisit d'homologació dels terminals la inclusió del català en els menús i aplicacions, a realitzar campanyes específiques per als seus abonats, per tal d'informar-los de l'opció d'adquirir terminals en català, i a garantir que totes les comunicacions amb els abonats es puguin fer en català, d'acord amb el que estableix la Llei de política lingüística i l'Estatut del consumidor. Per la seva part, la Generalitat de Catalunya es compromet a donar suport institucional a qualsevol iniciativa dels operadors o fabricants que tinguin com a finalitat la promoció de la llengua catalana, i facilitar l'assessorament lingüístic en la revisió terminològica de les traduccions a les empreses i operadores que ho sol·licitin.

En data desembre del 2008, el web www.elteumobil.cat de la Generalitat de Catalunya, que informa dels terminals de telefonía mòbil en català que es troben al mercat, en registra 74.

En alguns casos, el català ha jugat un paper molt important en les campanyes publicitàries, com a principal valor afegit del producte. Un exemple és la campanya del Nokia 5200 durant la campanya de Nadal del 2006-2007 (vegeu imatge 2).

Imatge 2. Campanya publicitària del terminal Nokia 5200, durant el Nadal del 2006.



Segons les dades del 2007 del Baròmetre de la comunicació i la cultura, la llengua d'ús en els missatges SMS era d'un 57,2% en català en els usuaris de telèfons mòbils de Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya).

7.6.4 Sistemes operatius i programari

El català compta amb una notable presència en aquest àmbit i és utilitzat en populars programes i grans empreses:

1) en els navegadors web Mozilla Firefox, Google Chrome, Internet Explorer, Opera, Epiphany, Flock, Konqueror, SeaMonkey;

2) en els programes ofimàtics Microsoft Office, OpenOffice, la majoria de programes agrupats a GNOME Office (Abiword, Gnumeric, Evince, Evolution, etc.), KOffice, NeoOffice (adaptació de l'OpenOffice.org per a Mac);

3) en els sistemes operatius Microsoft Windows i GNU/Linux. D'aquest darrer, són en català els entorns GNOME i el KDE, i les distribucions⁵⁵ Ubuntu i Fedora. Les distribucions de la Generalitat Valenciana, Lliurex, i de la Generalitat de Catalunya, Linkat, són en català.

4) el català s'utilitza de forma cada cop més generalitzada en els productes i serveis de grans empreses: Microsoft ofereix des del 2007 als fabricants d'ordinadors els seus sistemes operatius en català; actualment el Windows XP ja es pot trobar a les botigues preinstal·lat de fàbrica en els ordinadors Dell, HP, Toshiba i Sony. Recentment (començaments del 2009), Microsoft ha estrenat tots els serveis del paquet Windows Live en català, inclòs el Live Messenger i el servei de correu electrònic Hotmail.

En aquest àmbit cal destacar l'activitat de l'associació Softcatalà, l'objectiu de la qual és fomentar l'ús del català a la informàtica, Internet i les noves tecnologies. Durant els seus deu anys d'història, Softcatalà ha desenvolupat, traduït i difós programari en català, que es distribueix des del seu web www.softcatala.cat, permetent l'accés a milers d'usuaris als programes més populars en català. Actualment Softcatalà treballa amb 150 programes, tot i que existeixen més d'un miler de programes en català.

Altres noves tecnologies també incorporen el català en els seus programes informàtics, com per exemple principals empreses de **GPS** com Garmim i Tomtom, que ofereixen els seus productes en català.

⁵⁵ S'entén per a distribució la instal·lació, l'escriptori i opcions d'escriptori específiques de la distribució.

PLATAFORMA PER LA LLENGUA

C/ Diputació, 276. Planta baixa

08009 Barcelona

Tel. 93.321.18.03

Fax 93.321.12.71

info@plataforma-llengua.cat

**P L A T A
F O R M A
P E R L A
L L E N G U A**

www.plataforma-llengua.cat