

PRESENCIA I ÚS DE LA LLENGUA CATALANA A LES GRANS SUPERFÍCIES COMERCIALS DE MENORCA

Autora: Francina Janer Olives

Beques d'estiu 2008

Índex

- 1. Introducció**
- 2. Metodologia del treball**
- 3. Anàlisi de les dades**
 - 3.1. Anàlisi general**
 - 3.2. Anàlisi de la percepció dels agents implicats**
- 4. Suggestiments**
- 5. Conclusions**
- 6. Annex: Drets dels consumidors**

1. INTRODUCCIÓ

El treball que a continuació present és “L’ús del català en les grans superfícies comercials de Menorca” i s’ha dut a terme durant els mesos de juliol, agost, setembre i octubre de 2008. És un estudi proposat pel Departament de Cultura, Patrimoni, Educació i Joventut dintre de les beques formatives d’estiu que atorga el Consell Insular de Menorca. Pilar Vinent Barceló, cap del Servei d’Assessorament Lingüístic del CIM n’ha estat la tutora i supervisora.

El tema del treball és l’ús del català en les grans superfícies comercials de Menorca. Amb l’estudi es vol donar una visió global dels diferents problemes que hi poden haver a l’hora d’usar el català en aquests establiments comercials. És per això que s’ha enfocat des de tots els punts de vista possibles, per no perdre’n cap detall.

El que s’intenta aconseguir amb aquest treball és demostrar que s’ha d’impulsar més l’ús del català en aquests establiments, conscienciar els treballadors o els empresaris que és important que s’usi el català perquè és una llengua minoritària i està en perill. A més, també serà un punt de partida per al departament de política lingüística del Consell Insular de Menorca, ja que es podran centrar en aquest estudi per identificar l’origen del problema i saber en quin aspecte s’ha d’insistir més a l’hora de fer propostes o donar subvencions dirigides a aquests establiments

L’objectiu principal d’aquest estudi és demostrar que fa falta conscienciar més els empresaris perquè s’acullin a les subvencions que dona el Consell Insular de Menorca per promoure l’ús del català, o si més no aconseguir que els empresaris s’interessin més per canviar la situació del català, conscienciar-los i donar-los a conèixer una mica el tema. També servirà per poder trobar on s’ha de posar més atenció i insistir més a l’hora de parlar amb els empresaris. Com que és un estudi detallat que conté les diferents seccions que podem trobar dins un supermercat (propaganda, seccions, rètols) i els punts de vista

de tots els implicats (empresaris, treballadors i clients) servirà per identificar el punt feble, quin és l'element que fa trontollar l'ús del català.

Sabem que l'estat de la llengua catalana és complicat, ja que a Menorca no hi ha una conscienciació prou forta de la necessitat d'utilitzar la nostra llengua a fi d'ajudar-la a sobreviure; sinó que, com que estam acostumats a donar-ho tot pels turistes, tant si són de la península com si són de l'estranger, deixam de banda el que en certa manera és nostre i ho donam tot per ells, perquè ho entenguin, perquè no tinguin problemes, perquè no es queixin i tornin a comprar. Això és el que volen els empresaris. Però ho hem de donar tot? O hem d'intentar adaptar-ho? Si ens centram en el cas del castellà i el català, deixant de banda l'anglès, podem aconseguir que les dues llengües convisquin amb igualtat. És necessari conscienciar els empresaris que és possible que convisquin les dues llengües.

2. METODOLOGIA DEL TREBALL

2.1. Recopilació d'informació

El primer pas per començar a treballar en el projecte ha estat fer una llista amb tots els supermercats que podem trobar a l'illa, i llavors fer una tria dels més grans i importants, ja que són els que mouen més diners, més personal i més clients; i, per tant, tenen més influència. També s'ha d'intentar equilibrar la llista i tenir representació de tots els pobles de Menorca i fins i tot d'algunes de les urbanitzacions més grans. En principi només pensàvem centrar-nos en els nuclis urbans, però vam pensar que incloure-hi algunes urbanitzacions ajudaria a donar una visió més global i, alhora, s'obtidrien respostes o visions diferents a les dels supermercats dels nuclis urbans. Per això, a la llista final dels supermercats que han entrat dins aquest estudi s'hi inclouen quatre urbanitzacions. Seguidament adjunt la llista:

Alaior:

Nucli urbà

1. *Hiper Alaior SL San Crispín Cooperativa (EROSKI)*
2. *Hiper Manacor S.A. Hiper Centro*
3. *Binipreu Pol Ind*
4. *Super Plaça Nova SL (SPAR)*

Urbanitzacions

5. *Spar Express SL (Cala en Porter)*
6. *Supermercado Central Cala'n Porter CB*
7. *Es Forn Son Bou (Eroski)*

Ciutadella de Menorca

Nucli urbà:

8. *Algaiarens SA (SPAR)*
9. *Antonia Llorens Salord SL (SPAR)*
10. *Distribucions Mercat SA (EROSKI)*
11. *Cash Menorca S.L. (SPAR)*
12. *Expedito (SUMA)*
13. *Hiper Ciutadella SL (NouMercat)*
14. *Hiper Ciutadella S.L. (Diskont)*
15. *Hnos. Salord Sintes (Suma)*
16. *SUMA c/ Mallorca*
17. *Hiper Ciutadella SL (DISKONT)*
18. *Super S'Auba (SPAR)*

Polígon industrial

19. *Dia Polígon industrial*
20. *Distribuciones Mercat SA (EROSKI)*
21. *LIDL Polígon Industrial*

Urbanitzacions

22. *Supermarket Cala en Bosc*

23. *Spar Lago*
24. *Hiper Centro Menorca SL – urb. Cales Piques (SPAR)*
25. *Illes Sol – Cala en Blanes (TOP MARKETS)*
26. *Top Marquets (Son Xoriguer)*

Ferrerries

27. *Onofre Janer S.L. (Spar)*
28. *Super Proxim*
29. *Supermercat Pons Martí SL*
30. *SYP*

Es Mercadal

31. *Super Mercadal SL (Spar)*
32. *Supermercado Can Lito (Pròxim)*
33. *Eroski*

Es Castell

34. *Bellavista Supermercat SA*
35. *Can Bepis SL*
36. *Ramon Orfila F.*
37. *Supermercado Son Vilar*

Sant Lluís

38. *Distribuciones Mercat SA (EROSKI)*
39. *Supermercado Tandy*
40. *Super Sant Lluís SL (Spar)*

Maó

Nucli urbà:

41. *BiniPreu*
42. *Bellavista Supermercat SA (Spar)*
43. *Bellavista Supermercat SA (Spar)*
44. *Comestibles Vilma SL (SUMA)*
45. *Eroski (c/ F. Femenies)*

46. *Eroski c/ Vasallo*
47. *Hiper Manacor (av. J.A. Clavé)*
48. *Hiper Manacor (camí Rodees)*
49. *Super Avda Menorca SL (Spar)*
50. *Super sa plaça del Carme SL (Spar)*
51. *Supermercat Carrer de Gracia SL (Suma)*
52. *Supermercado Loan (Spar)*

POIMA

53. *Eroski*
54. *Gros Mercat Menorca*
55. *Hiper Climent*
56. *Hiper Centro (Hiper Manacor)*

S'ha de destacar que aquesta llista inclou tots els supermercats que han estat visitats i on s'ha pres nota de les variables que es tenen en compte per analitzar l'ús del català. Tot i que he tingut problemes en alguns supermercats en els quals no m'han volgut contestar les enquestes, hi he pogut observar les variables següents, que són les que he tingut en compte per poder fer les estadístiques i els gràfics posteriorment. Les variables són tots els materials utilitzats en els supermercats on el català és susceptible d'aparèixer.

Llengua del rètol exterior

Llengua de la retolació interior (productes/preu)

Llengua de les bosses

Llengua de les etiquetes dels productes

Llengua de les seccions

Llengua de la publicitat al diari

Llengua de les ofertes

Llengua de la megafonia

Llengua de l'atenció telefònica

Llengua d'atenció al públic

L'observació d'aquestes variables ha estat molt útil per poder tenir una visió de l'ús que es fa del català en els materials del supermercat.

2.2. Enquestes

Pel que fa les enquestes, s'han passat tres enquestes diferents: les que van dirigides als empresaris, les que van dirigides als treballadors i les que van dirigides als clients. Les dues darreres estan compostes per preguntes senzilles, curtes i fàcils de contestar, perquè es demana per l'opinió de cada persona, són anònimes i no comporten cap tipus de compromís. Pel que fa el model d'enquesta dels empresaris és una mica més complex, ja inclou un parell de preguntes sobre la Llei del comerç i els drets lingüístics dels consumidors. Així mateix, se'ls ha informat a grans trets de les diferents subvencions per promoure l'ús del català que dona el Consell Insular de Menorca, per tal de fer-los veure que no és tan difícil canviar una mica la realitat del català.

Models d'enquestes:

a. Empresaris

Enquesta empresaris

Càrrec dins l'empresa: _____	Sexe: _____
Edat: _____	Supermercat: _____
Data: __ - __ - ____	

- 1. En quina/es llengua/llengües etiqueten els productes propis del supermercat?**
- 2. Perquè han escollit aquestes llengües? O perquè n'han exclòs d'altres?**
- 3. En quina llengua o llengües s'escriu la propaganda o el material imprès del supermercat (bosses, retolació externa, interna, publicitat, productes, etc.)?**
- 4. En cas que no usin el català en els materials del supermercat, ens podria explicar perquè?**
- 5. En quina llengua vol que s'adrecin els seus treballadors als clients?**
- 6. Exigeixen el coneixement d'alguna llengua en concret als aspirant a entrar a treballar a la seva empresa? Quines?**

7. Coneix el contingut de l'article 8 (Drets Lingüístics dels consumidors) de la Llei 11/2001, de 15 de juny, d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears?

Si
No

8. Quins dels punts d'aquest article diria vostè que compleix el seu supermercat?

Punt 1
Punt 2
Punt 3

9. La seva empresa promou cursos de formació lingüística per als seus treballadors? (en cas afirmatiu, especifiqueu per a quines llengües)

Si
No

10. En cas que tinguin sucursals en alguna urbanització, segueixen la mateixa política lingüística? Quins són els criteris que canvien?

11. Coneix la convocatòria d'ajuts pel foment de l'ús del català en els comerços que promouen el Consell Insular de Menorca i els ajuntaments de l'illa?

Si
No

12. Què pensa que hauria de fer l'Administració per promoure l'ús progressiu del català en les activitats comercials?

13. En cas que tinguin sucursals a alguna urbanització, fan servir la mateixa política lingüística? Ens la podria explicar una mica?

b. Treballadors

Lloc de feina: _____	Sexe: _____
Edat: _____	Supermercat: _____
Data: __ - __ - ____	

1. En quina llengua s'adreça als clients?

- Català
- Castellà
- Altra:

2. **Quina llengua utilitza amb els companys de feina?**
 - Català
 - Castellà
 - Altra:

3. **Li han dit alguna vegada que s'hagi d'adreçar als clients en alguna llengua en particular?**
 - Si
 - No

4. **Li han exigit el coneixement d'alguna llengua en particular a l'hora d'accedir al seu lloc de feina? Quina?**

5. **Quina llengua empren normalment els clients quan s'adrecen a vostè?**
 - Català
 - Castellà
 - Altra:

6. **Sap quina llengua o llengües s'usen en la informació del supermercat? Quina?**

7. **Ha tingut algun problema per comunicar-se amb un client pel fet que aquest vulgui que se li respectin els seus drets lingüístics?**

c. **Clients**

Lloc d'origen: _____	
Edat: _____	Sexe: _____
Data: __ - __ - ____	Supermercat: _____

1. **A quin supermercat compra habitualment?**

2. **En quina llengua parla habitualment?**
 - Català
 - Castellà
 - Altres:

3. **En quina llengua l'atenen al supermercat?**
 - Català
 - Castellà
 - Altres

4. **En quina llengua li agrada ser atès/a?**
 - Català
 - Castellà
 - Altres

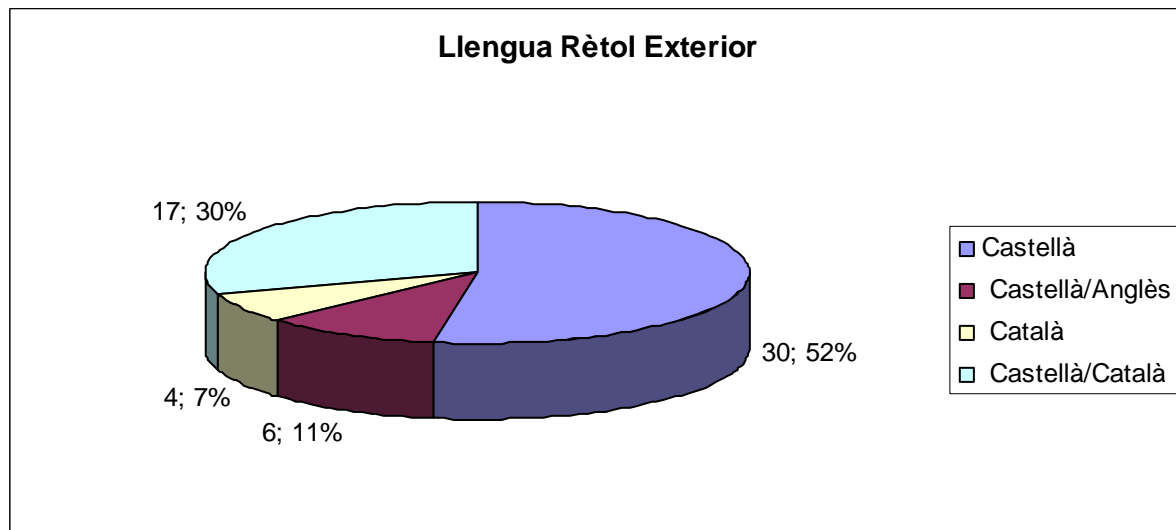
- 5. Estan etiquetats en català els productes de la marca del supermercat?**
- Si
 - No
- 6. A l'hora d'escollir un producte, es fixa si aquest està etiquetat en català?**
- Si
 - No
- 7. La publicitat que els arriba dels supermercats, en quina llengua està escrita?**
- Català
 - Castellà
 - Altres:
- 8. És rellevant per vostè que els productes estiguin etiquetats en català?**
- Si
 - No
- 9. Creu que la llengua utilitzada en la retolació del supermercat és l'adequada?**

3. ANÀLISI DE LES DADES

3.1. Anàlisi general

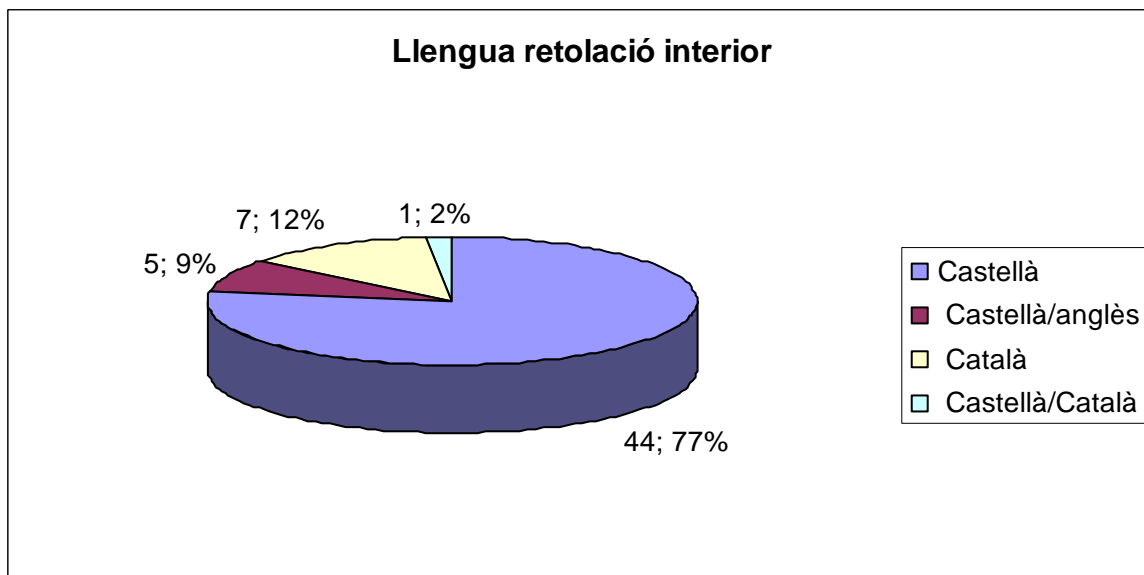
Seguidament, presentam els gràfics que hem extret a través de les variables recollides a tots els supermercats visitats durant l'estiu. Els gràfics són generals i inclouen tots els supermercats, que són cinquanta-quatre. Per tant, els resultats dels gràfics són les proporcions generals d'ús del català que trobam a Menorca, sense distingir, en aquest cas, entre les diferents cadenes.

Gràfic 1 : Rètol exterior



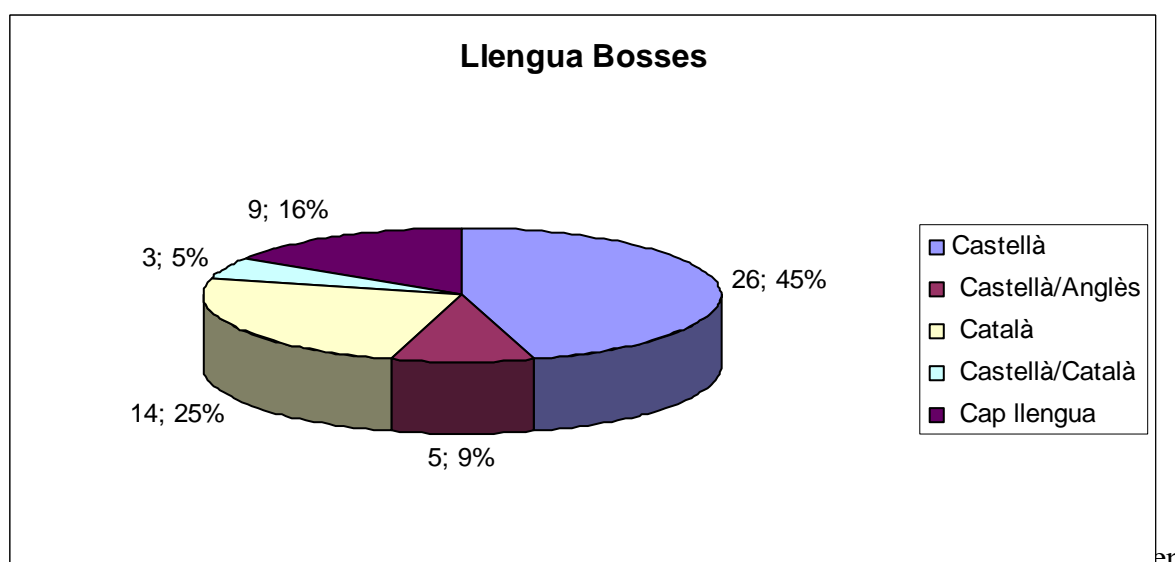
Per començar, aquest primer gràfic mostra la presència tant del català com del castellà, com de l'anglès, pel que fa els rètols exteriors dels supermercats, ja siguin els horaris, qualsevol comunicat posat pel propietari del supermercat o els noms dels supermercats en si. El que podem veure és que hi ha una presència dominant clara del castellà, ja que apareix a més de la meitat dels supermercats, ja sigui de forma individual o acompanyat d'una altra llengua. És a dir, de castellà sol n'hi ha un 52%, que ja és molt; però si hi sumam els rètols de castellà amb una altra llengua, obtenim un resultat del 93%. De català, en canvi, hi ha un 7% de presència de la llengua individualment, i un 37% si tenim en compte la combinació castellà/català. De l'ús de l'anglès en tenim poques dades, ja que hem visitat pocs supermercats a les urbanitzacions. Però podríem dir que gairebé tots els que hem visitat utilitzaven l'anglès en els seus materials; per tant, si s'hagués fet un estudi més exhaustiu de les urbanitzacions, l'anglès predominaria molt més, en tots els casos.

Gràfic 2 : Retolació interior



Pel que fa la retolació interior, com pot ser la retolació dels productes o les seccions, trobam encara una diferència més gran que en el cas anterior. En aquest gràfic, tenim una presència més gran de català utilitzat individualment, un 12%; però, en canvi, el castellà en té un 77%. Per tant, en aquest cas la diferència és abismal. La majoria dels propietaris donen l'explicació següent: les factures que els arriben dels productes són en castellà, per tant, a l'hora de posar l'etiqueta amb el nom del producte no es molesten a traduir-ho al català. En canvi a les urbanitzacions m'he trobat casos en què s'havien traduït algunes etiquetes a l'anglès.

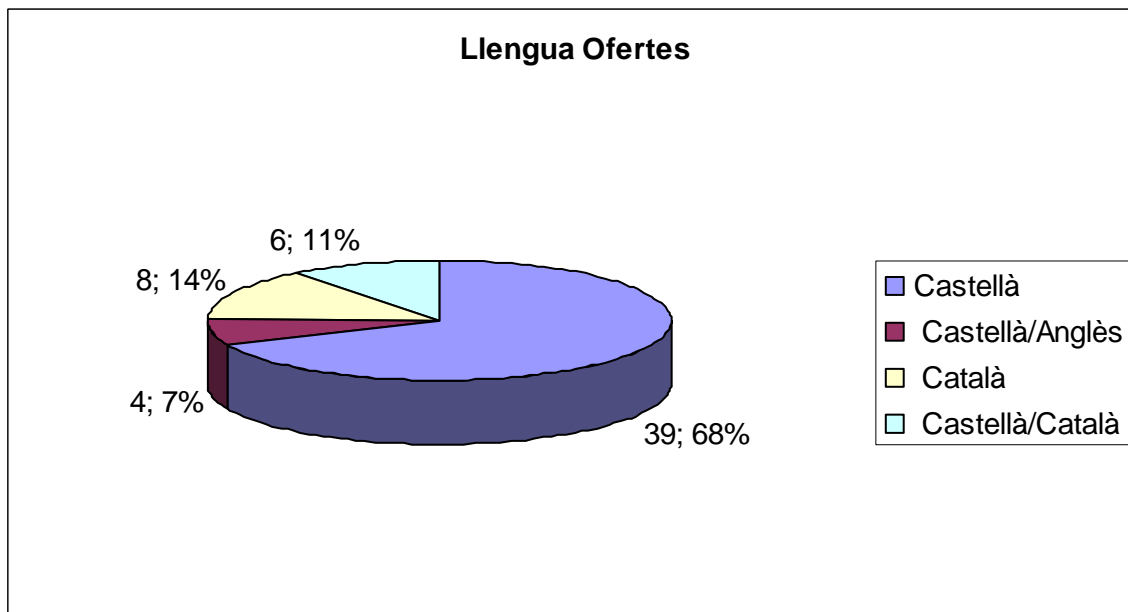
Gràfic 3 : Llengua de les bosses



en què els propietaris han fet les seves pròpies bosses, amb el nom del supermercat, i han deixat de banda les bosses de les cadenes. Tot i que n'he trobat pocs, en tots aquests casos, la llengua era la catalana. Per tant, podria ser una opció donar subvencions per aquest

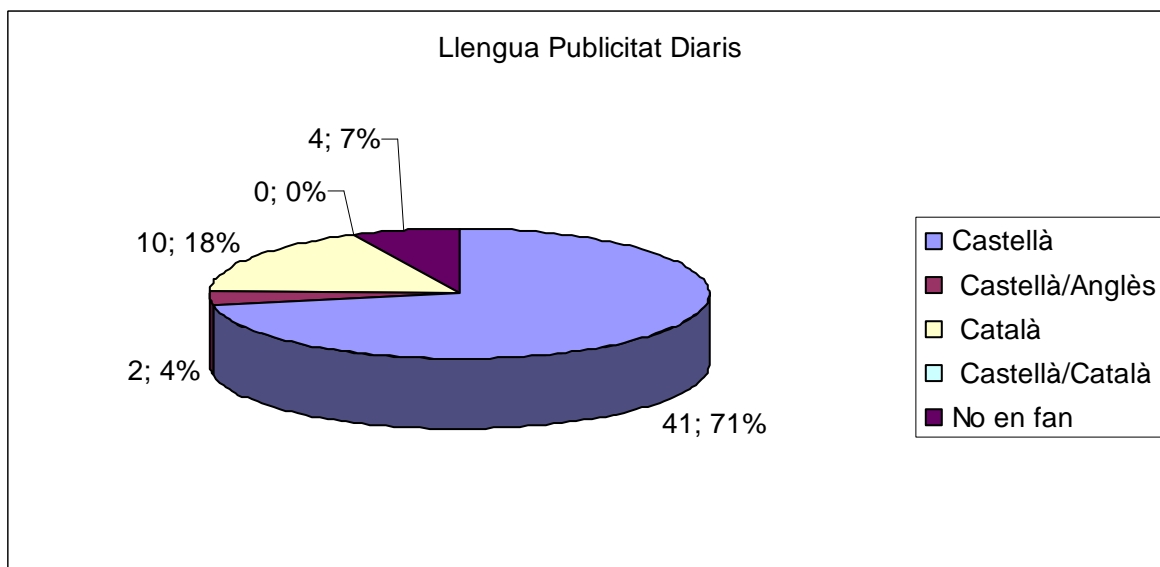
tipus de material, tot i que ara es vulgui limitar l'ús de les bosses de plàstic. Potser es podrien fer d'un altre material reutilitzable. En altres casos les bosses no tenien més que el nom de la cadena escrit,;per tant, no hi havia llengua ni conflicte sobre quina llengua posar-hi.

Gràfic 4: Llengua Ofertes



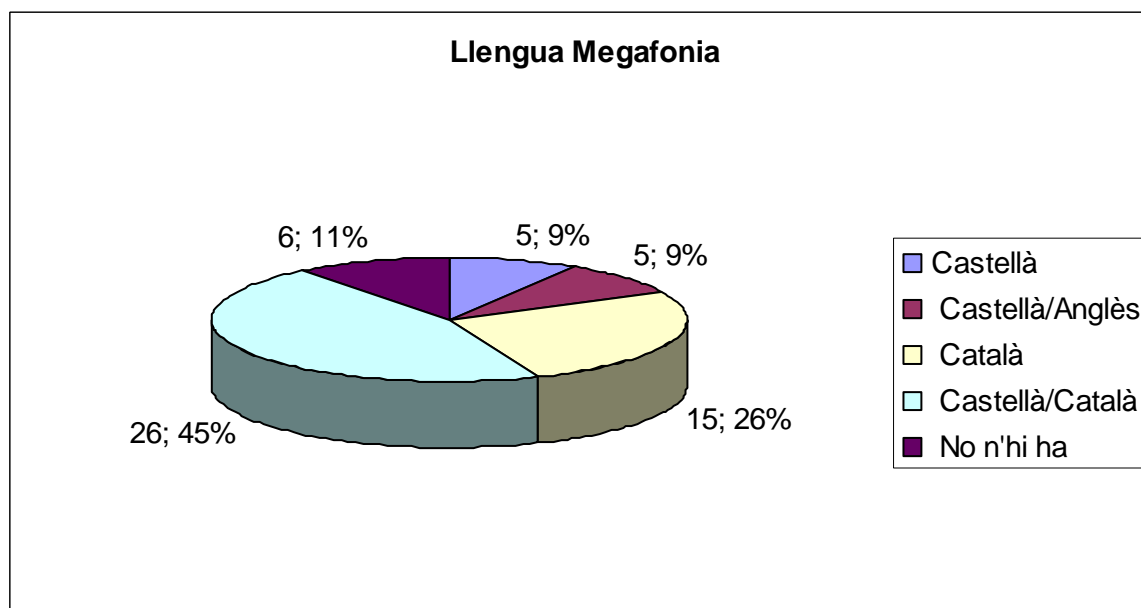
Aquest gràfic demostra que, pel que fa el material escrit i la informació que interessa vendre, el castellà és la llengua predominant, amb un 68% del total. Si tenim en compte que hem visitat 54 supermercats, 39 d'aquests utilitzen només el castellà per posar les ofertes, com està indicat en el gràfic. Tot i això, aquestes ofertes moltes vegades vénen donades directament per la cadena, i depenent de la cadena, la llengua utilitzada és una o una altra. Aquest és un tema que comentarem més endavant, ja que podrem comprovar que la cadena que té més supermercats a Menorca utilitza gairebé només el castellà; per tant, fa decantar la balança cap aquest costat. Del català tenim vuit supermercats, amb un 14%.

Gràfic 5: Llengua de la publicitat als diaris



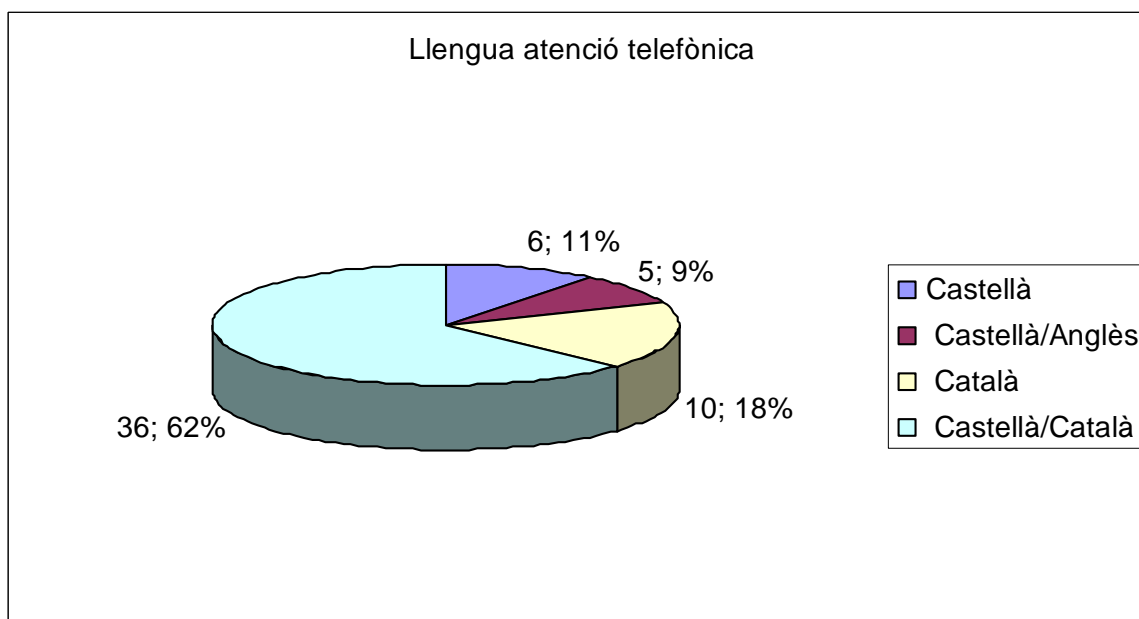
Pel que fa la publicitat als diaris, la llengua més utilitzada també és el castellà, amb un 71%, per poder arribar a tota la població, i el català es troba amb un 18%; encara no ha superat el 20%, però s'hi acostava. Tot i això, en aquest cas també hi ha uns quants supermercats que no en posen, sobretot les botigues més petites.

Gràfic 6: Llengua de la megafonia



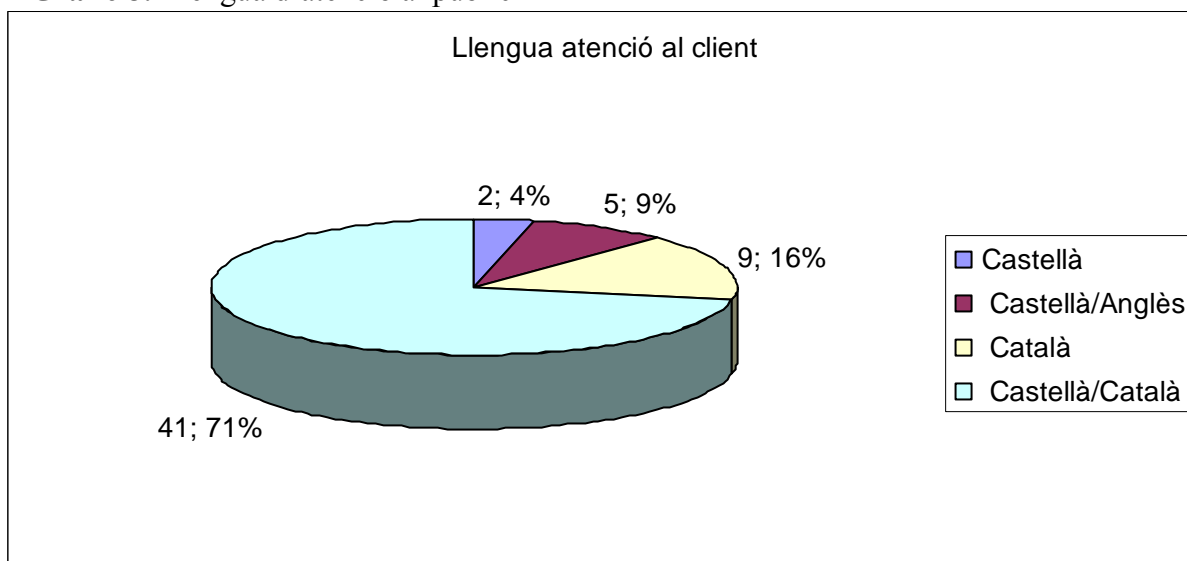
Per fi trobam un canvi en el lideratge de la llengua més utilitzada. En aquest gràfic observam que, l'alternança castellà/català és la que s'emporta el percentatge més gran, amb un 45%. Com que ens trobam en una illa on tots els illencs parlem català, és obvi pensar que a l'hora d'utilitzar la llengua oralment el català cobri més protagonisme. A més, l'ús del català de manera individual és d'un 26%, en canvi el castellà només és d'un 9%.

Gràfic 7: Llengua de l'atenció telefònica



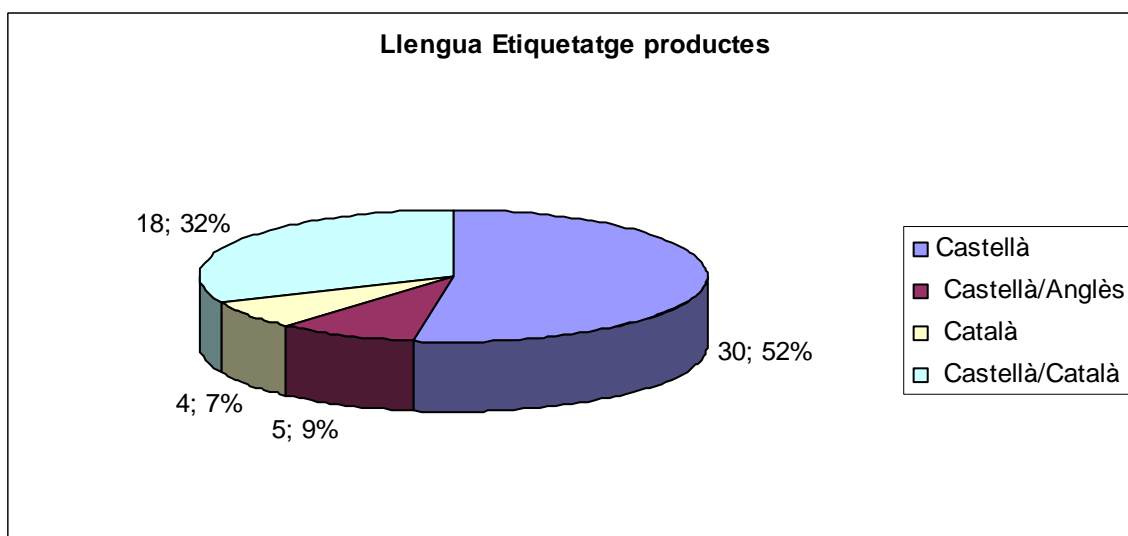
Pel que fa l'atenció telefònica, trobam una situació bastant similar a la del gràfic anterior. Torna a dominar l'ús d'ambdues llengües en aquest àmbit amb un 62%, el català sol amb un 18% i el castellà amb un 11%. Per ara, podríem deduir que el problema no es troba en el fet que la gent no parli català, sinó que per als materials del supermercat en general es tendeix a utilitzar més el castellà, suposam que per una raó merament comercial, tot i que no són conscients de les conseqüències que açò pot tenir.

Gràfic 8: Llengua d'atenció al públic



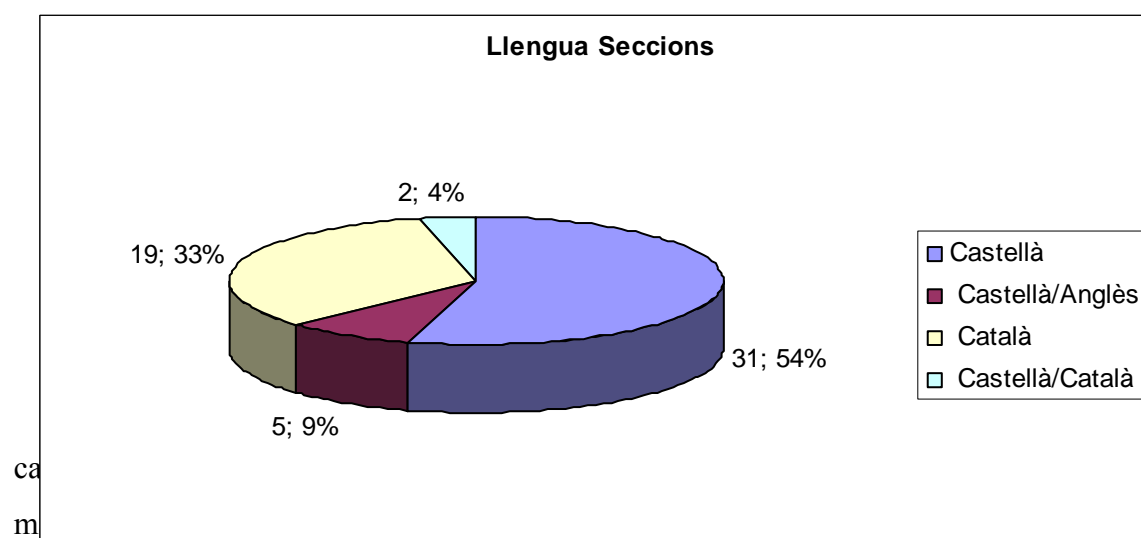
asseguren utilitzar per igual tant el castellà com el català, ja que adapten l'idioma depenent de l'idioma del client. Això passa sobretot en el cas dels autòctons, ja que coneixen les dues llengües.

Gràfic 9: Llengua etiquetatge dels productes



Pel que fa la informació de les etiquetes dels productes, hi ha clarament una tendència a l'ús del castellà per part de les cadenes, amb un 52%. Això es deu al fet que aquestes cadenes operen a tot Espanya i per això, els és més rendible fer-ho tot en castellà i no canviar-ho depenent de la regió. Tot i això, hi ha supermercats, com per exemple el SUMA, que té tota la informació en català o l'EROSKI, que utilitza totes les llengües reconegudes de l'Estat (castellà, català, basc i gallec) per etiquetar els seus productes.

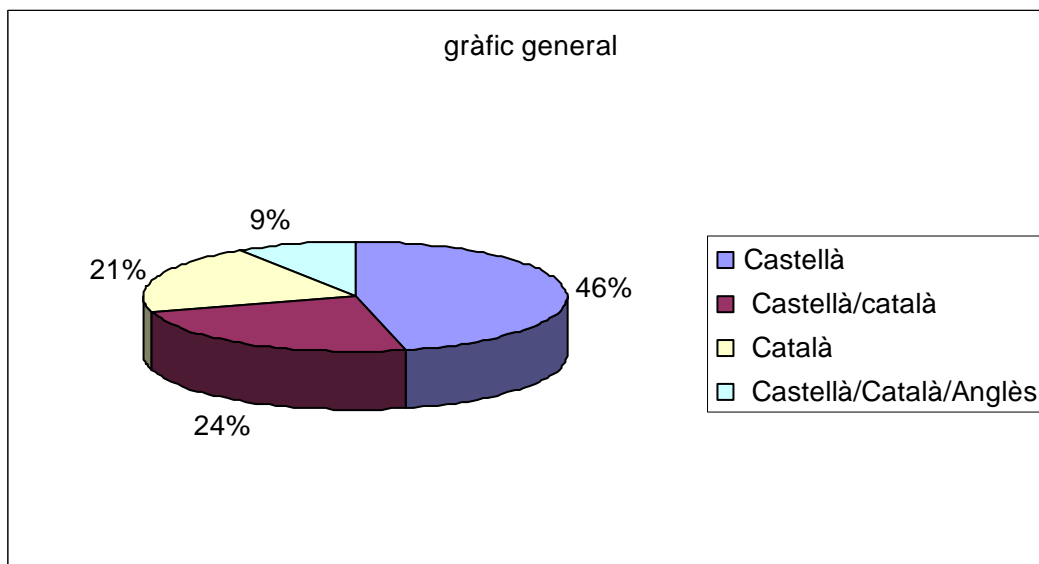
Gràfic 10: Llengua de les seccions



adquireix els que creu necessaris. Per tant, hi ha casos en què tots els materials del supermercat són en castellà, i en canvi els rètols de les seccions estan en català. El gràfic

mostra un 33% de l'ús del català en els cartells de les seccions; un ús bastant alt, encara que el superi el castellà amb un 54%. Potser seria convenient potenciar l'ús del català en les seccions a través de subvencions.

Gràfic 11: General



Després d'haver vist les variables per separat, i haver comprovat en quins aspectes s'usa menys el català, analitzarem el gràfic general. És un gràfic en què s'han recollit els resultats de totes les variables juntes, i s'ha creat el percentatge d'ús general.. Com podem veure, el castellà s'usa un 46% i el català un 21%, però, a més, en les combinacions de llengües (castellà o català i anglès) també sempre hi apareix el castellà. Per tant, si ho sumam tot, podríem dir que la presència del castellà als supermercats és d'un 79% ($46\%+24\%+9\%$), en combinació amb altres llengües en un 33% ($24\%+9\%$). La presència del català, en canvi, és d'un 21%, que sumat al 24% i el 9% de català/anglès, tenim un 53%, en combinació també amb un 33%. Per tant, el que predomina és el castellà sol, sense combinació de llengües.

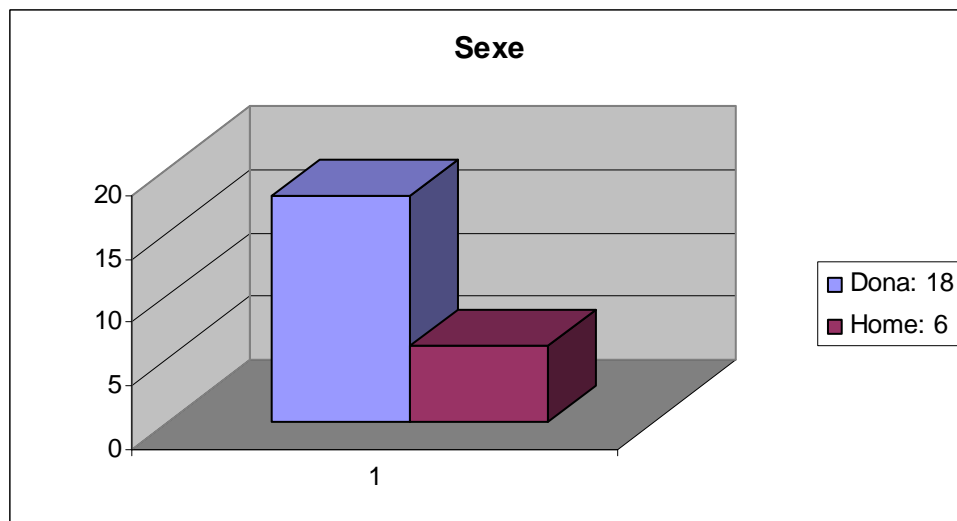
3.2 Anàlisi de la percepció dels agents implicats

a. Els treballadors

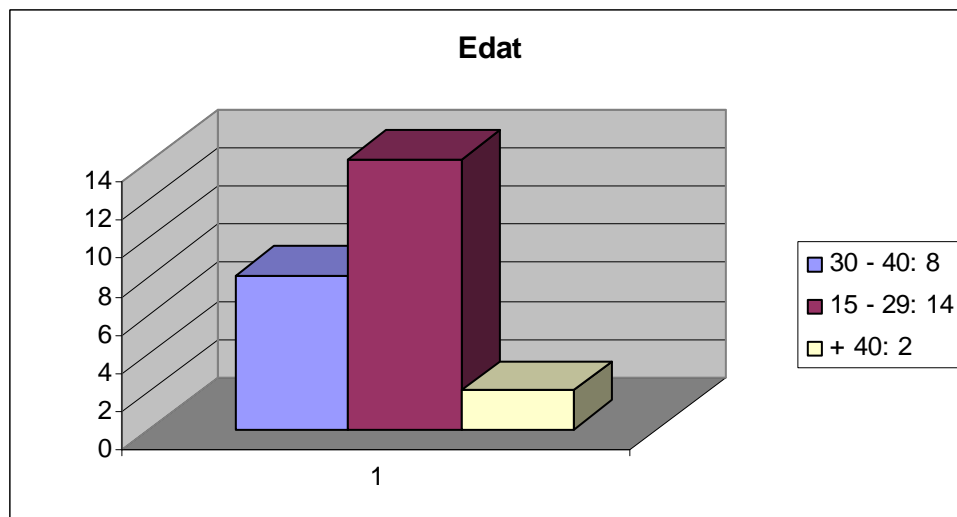
Deixant de banda els gràfics de les variables obtingudes, parlarem dels agents implicats. En primer lloc parlarem dels treballadors, en concret d'un total de 24

treballadors que van accedir a fer les entrevistes. He de dir que durant el mes d'agost en vaig poder fer molt poques perquè els caps em denegaven la petició al·legant que tenien molta feina i no podien perdre el temps. Tot i això, amb aquest petit recull podrem tenir una idea general de les característiques dels treballadors, majoritàriament dones, que treballen en aquest sector. El perfil, en aquest cas, se centra en dones majoritàriament d'entre 16 i 29 anys, per tant és un sector que contracta personal bastant jove.

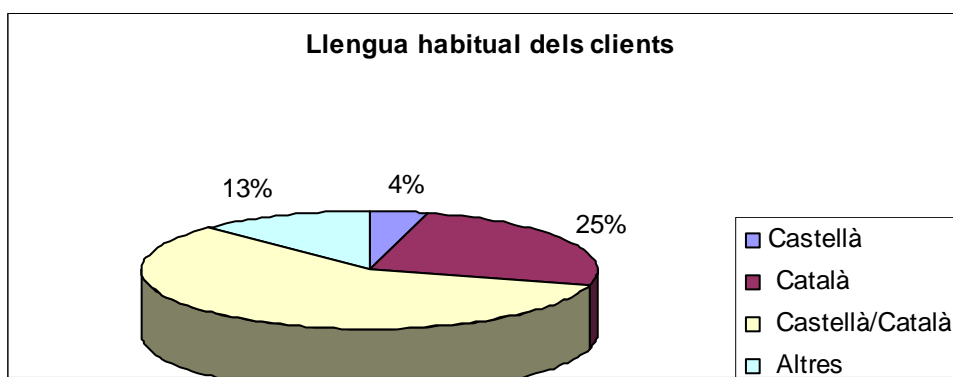
Gràfic 12: Sexe dels treballadors



Gràfic 13: Edat dels treballadors

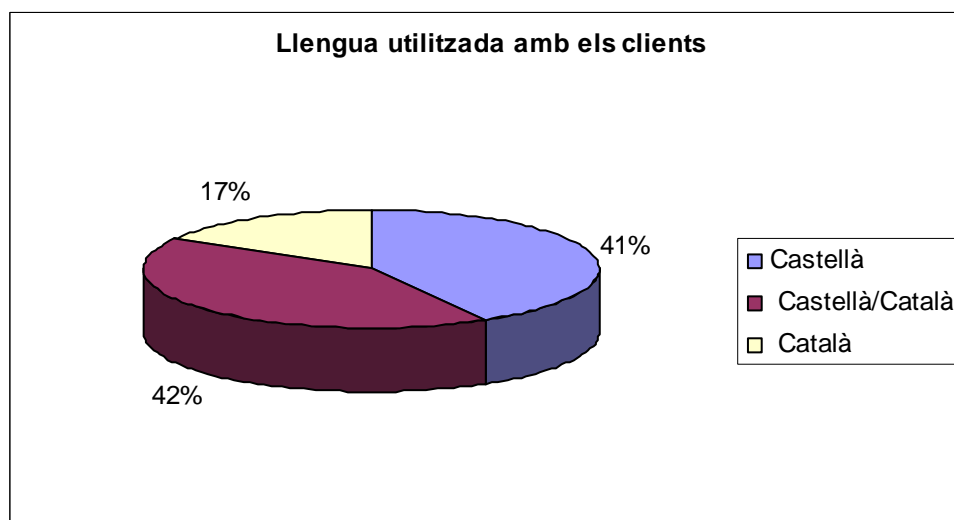


Gràfic 14: Llengua habitual dels clients



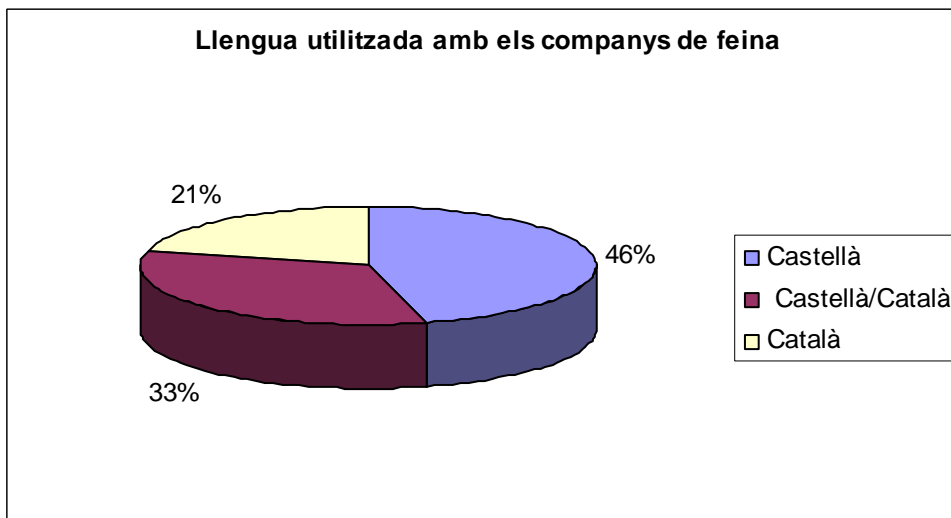
Si preguntam als treballadors per la llengua dels clients, la resposta majoritària és castellà i català per igual, tot i que amb un 25% trobam el català de manera individual i amb un 4% només el castellà. Per tant, veim que el client majoritàriament és català, i si pensam en termes d'empresa, diríem que el servei donat al client hauria de satisfer les necessitats de la majoria; però en aquest cas sembla que no passa, i que la informació es dóna en un idioma menys emprat pels clients.

Gràfic 15: Llengua utilitzada amb els clients



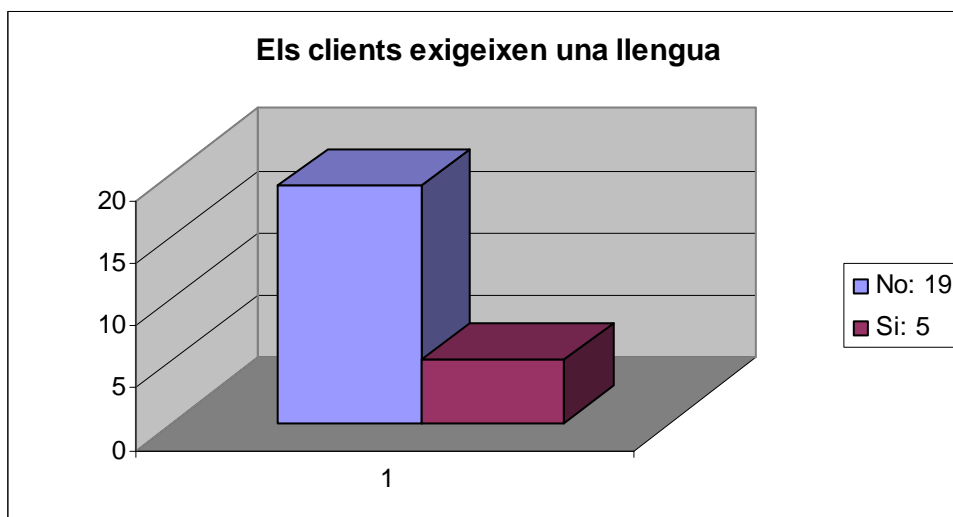
Tot i que la majoria dels clients assegura ser atès en la llengua preferida, i que aquesta llengua és el català, en aquest gràfic veim que el català s'usa molt més poc que el castellà, i que l'alternança de llengües és la solució més eficaç trobada pels treballadors per tenir tots els clients contents.

Gràfic 16: Llengua utilitzada amb els companys de feina



La dada que més em sorprèn és la següent: la majoria de les persones que treballen en els supermercats utilitza el castellà per comunicar-se amb els altres companys de feina, quan amb els clients són capaços d'alternar segons la llengua que utilitzin els clients. És lògic pensar que, en el moment en què un treballador és de parla castellana, se li ha de parlar sempre en castellà, independentment de si entén el català o no. S'ha d'intentar canviar el xip.

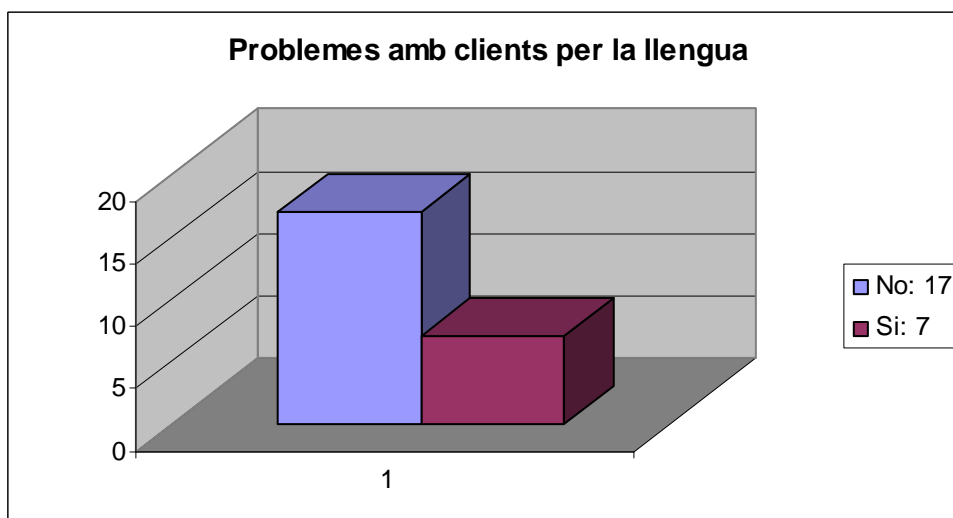
Gràfic 17: Exigències dels clients per parlar castellà/català



Tot i que la majoria dels entrevistats ha respost que no a la pregunta, els mateixos treballadors m'han dit que el propietari o el cap els diu que parlin amb l'idioma que parli el client, o que li demani el client, sense saber primer si el pot entendre en català o no. Els que han rebut exigències, ha estat sempre per part dels clients, mai per part del cap.

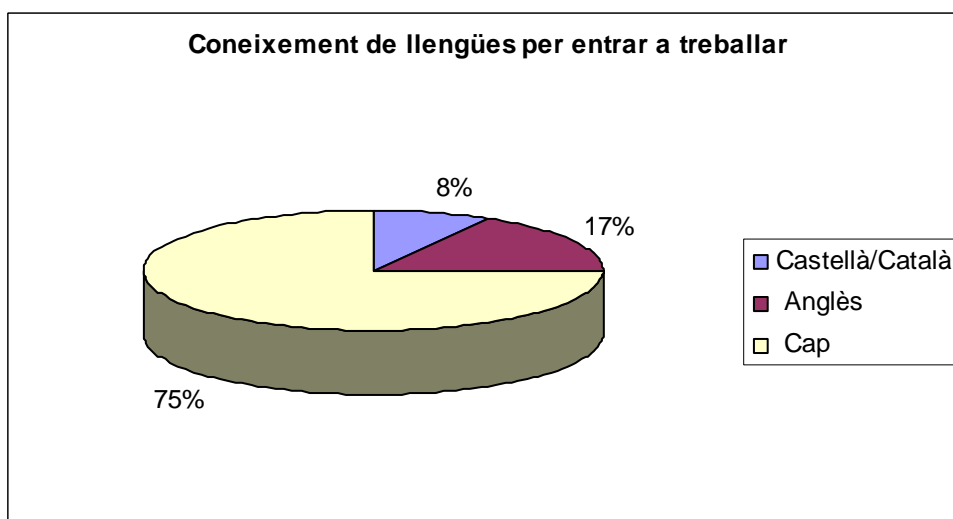
Llengua habitual dels clients

Gràfic 18: Problemes amb els clients per la llengua



En aquest cas, molts no s'han volgut mullar, i han preferit respondre que no, abans d'explicar que sí, que algun cop els clients han demanat amb mala educació que se'ls parlés en castellà o català i, fins i tot, algun cop demostrant menyspreu pel català. Perquè molts han considerat que això no és un problema, sinó un malentès.

Gràfic 19: Coneixement de llengües per entrar a treballar



ostes dels treballadors i les dels empresaris. Els treballadors asseguren, amb un 75% que no se'ls ha demanat cap coneixement d'una llengua concreta per entrar a treballar al supermercat corresponent. A més, per damunt del català i el castellà, hi ha l'anglès, amb un 17%.

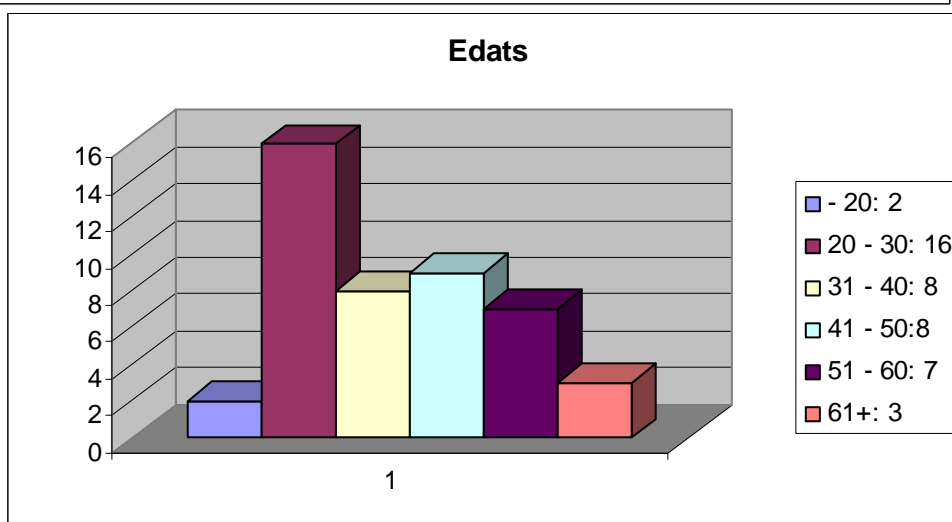
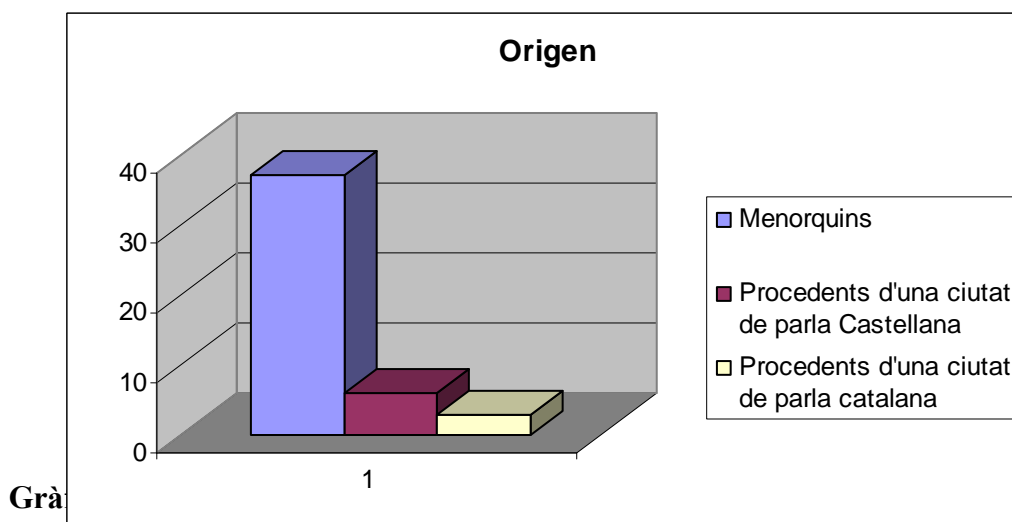
b. Els clients

Llengua habitual dels clients

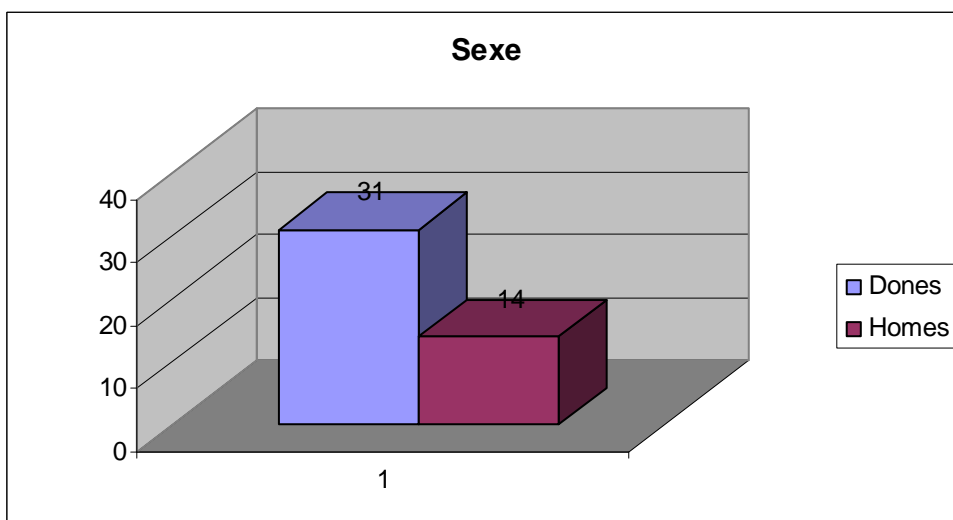
Ens centrarem ara amb els resultats de les enquestes dels clients, ja que ens donen un punt de vista bastant interessant sobre la percepció que tenen ells d'aquesta situació del català. És cert que, en alguns casos, es mostren totalment indiferents, ja que no ho troben un problema i no estan sensibilitzats amb el català. Tot i això, és interessant veure'n les respostes i les conclusions que podem treure'n a partir dels gràfics.

Dels gràfics 20, 21 i 22 podem extreure una visió del perfil general dels clients del supermercat. Per exemple, veim que la majoria són dones (69% de dones i 31% d'homes), menorquines i que tenen entre 20 i 30 anys, tot i que també n'hi ha un gran nombre de dones d'entre 30 i 50 anys. Això vol dir que si es fes una campanya de conscienciació de l'ús del català als supermercats, per exemple que es pengessin cartells als supermercats amb alguna informació sobre l'estat del català, l'objectiu principal serien els ciutadans amb aquest perfil. Estaria bé comentar un tema que ha sorgit al llarg de l'estiu amb els clients que he anat entrevistant: molts d'ells fan la distinció entre català i menorquí, i no volen que es posi dins el mateix sac ambdues denominacions. Tot i que només és un problema de prejudicis i nom, potser seria una bona idea utilitzar "menorquí" enlloc de "català" en les campanyes d'ajuts per l'augment de l'ús de la llengua, o bé incloure-hi les dues denominacions o explicar-ne les diferències.

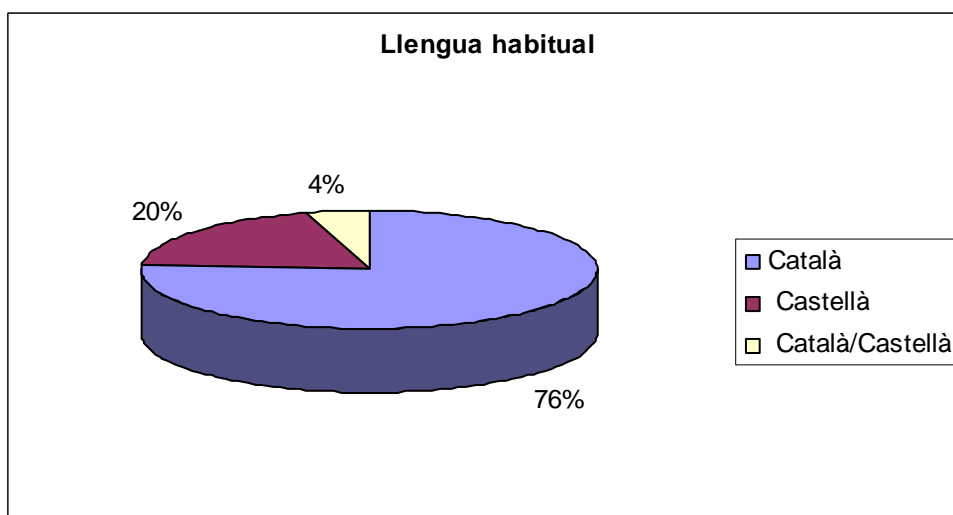
Gràfic 20: Origen dels clients



Gràfic 22: Sexe dels clients

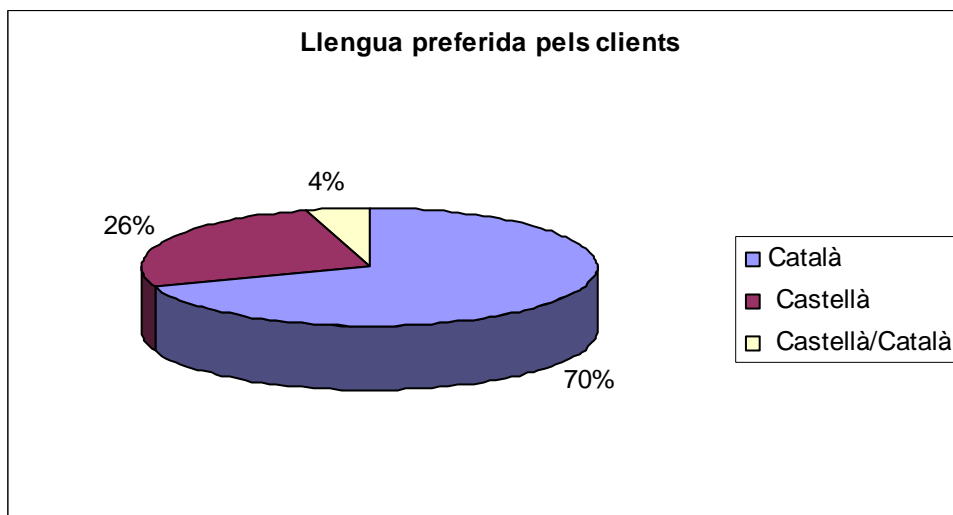


Gràfic 23: Llengua habitual



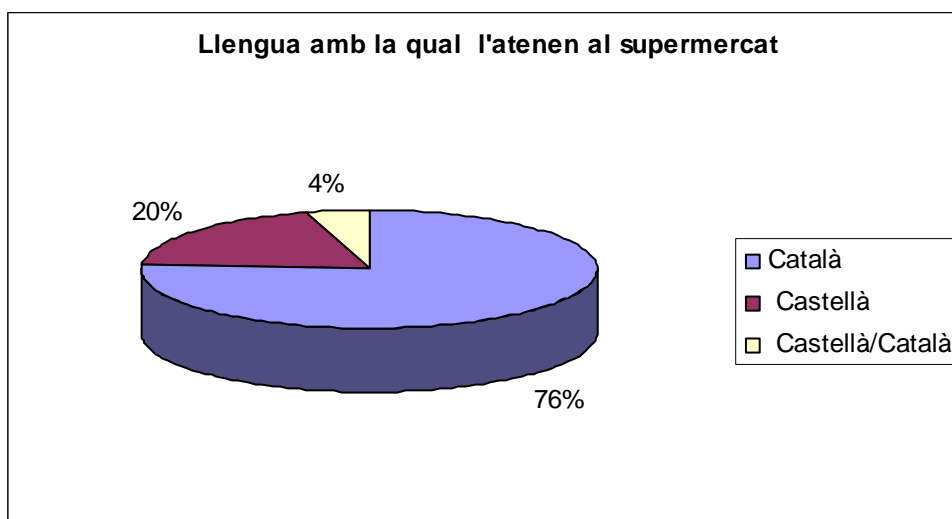
stats eren menorquins, es normal que la majoria tenguin com a llengua habitual el menorquí. Tot i que també hi ha un 4%, tots menorquins, que asseguren utilitzar per igual ambdues llengües, pel fet de tenir la parella, la família, els amics, etc. de parla castellana.

Gràfic 24: Llengua preferida



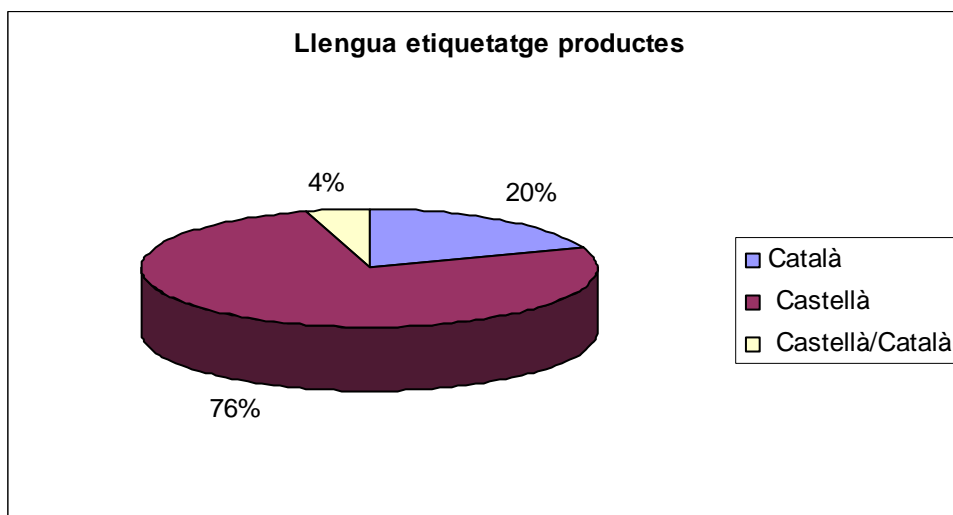
Un gràfic molt similar a l'anterior, on els clients diuen preferir el català per sobre del castellà, tot i que, segurament només es fixen en la part oral, ja que no es queixen dels supermercats on tota la informació està en castellà.

Gràfic 25: Llengua en la qual l'atenen al supermercat



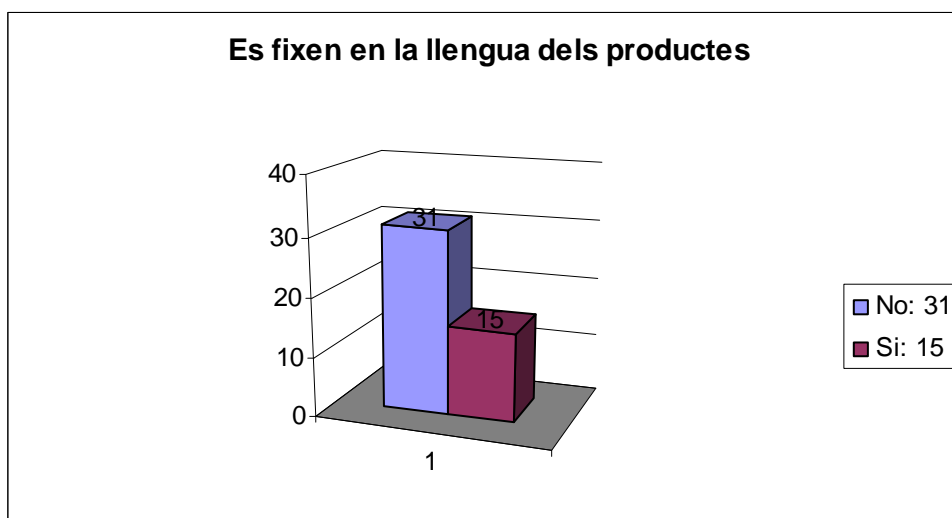
Els clients asseguren estar contents amb el tracte rebut als supermercats, ja que en molts casos els treballadors o treballadores són de Menorca, a més, es coneixen, sobretot si es tracta d'un supermercat petit, i, per tant, els atenen en la llengua que ells consideren la seva, tant si és el català com si és el castellà. Mai és el client que adapta la llengua a la del treballador, si el treballador és menorquí i el client castellà, però si és a la inversa probablement sí, la gent tendeix a fer-ho.

Gràfic 26: Llengua de l'etiquetatge dels productes



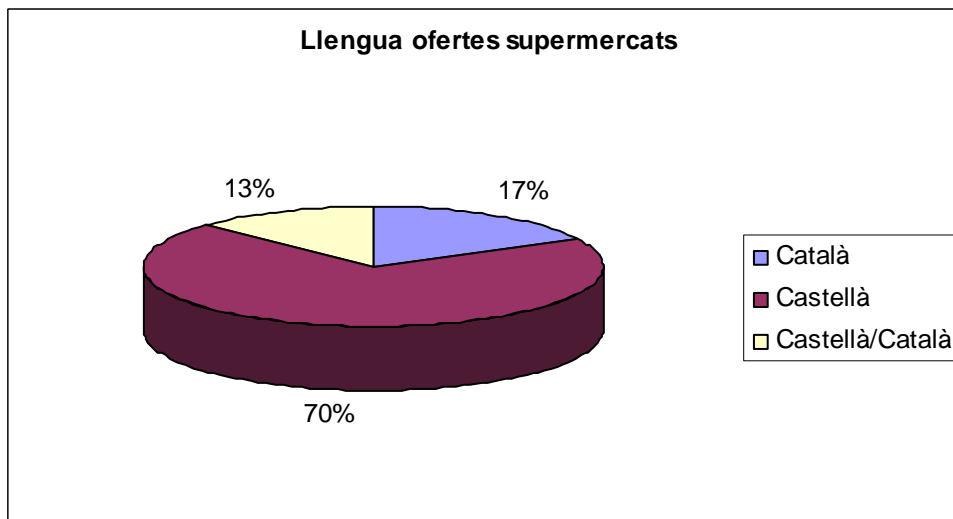
Si preguntam als clients per la llengua de l'etiquetatge dels productes, molts no saben què respondre, i intuïtivament diuen castellà. Per desgràcia, si ho comprovam, veim que efectivament és el castellà. A més, aquest resultat concorda amb els resultats dels gràfics anteriors on analitzàvem les variables dels supermercats. En aquell cas també trobàvem una presència gairebé absoluta del castellà.

Gràfic 27: Es fixa en la llengua dels productes?



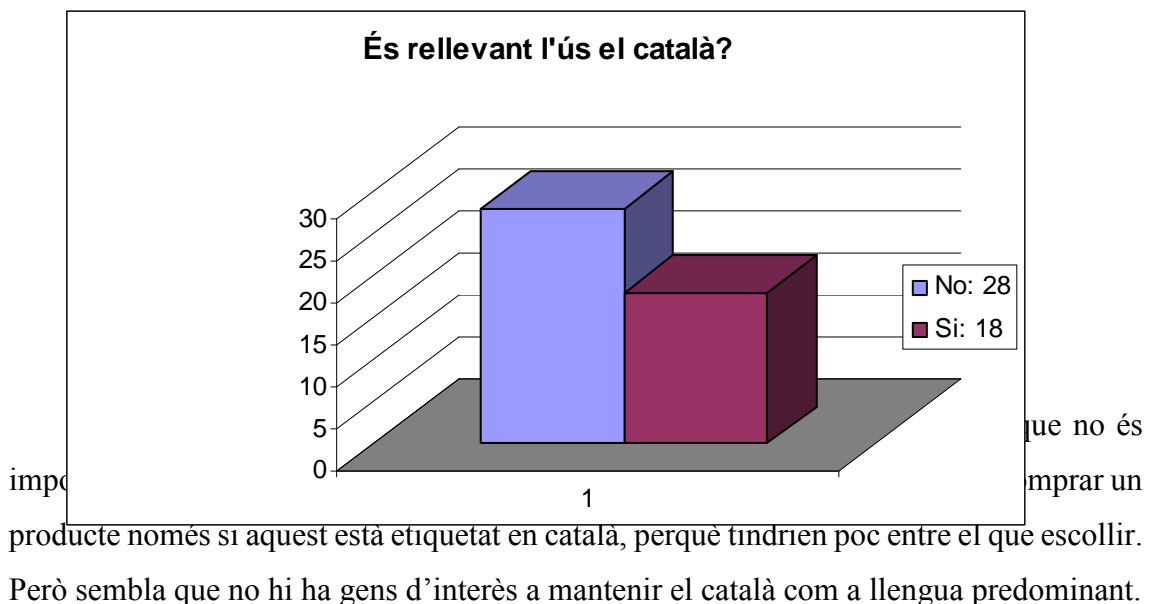
Aquest gràfic ens confirma que la majoria de la gent enquestada, quan va a comprar no es fixa en si la llengua dels supermercats és el castellà o el català. Com que entenen tot el que hi ha, no hi presten més atenció. Els està bé el que se'ls dona, perquè ho entenen. Potser també seria interessant intentar cridar l'atenció dels clients no a través de l'escrit, sinó a través de la llengua de l'escrit, de manera que es demanés per què és "important" que un cartell estigui escrit en català i no en castellà.

Gràfic 28: Llengua ofertes supermercats

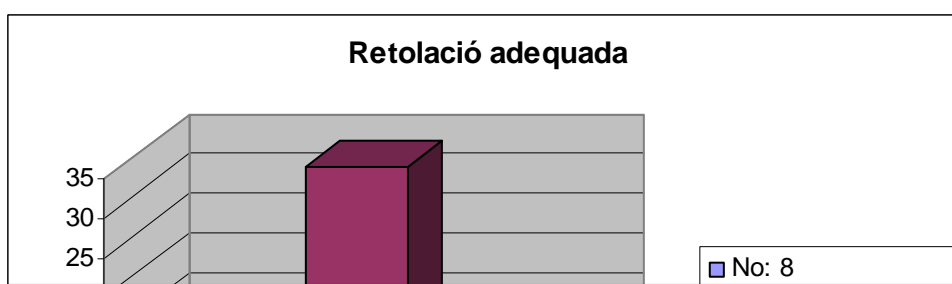


Un altre cop tornam al material amb informació escrita dels supermercats, amb predomini del castellà. És un fet que els clients no es fixin en la llengua de la informació perquè quan els preguntava això sempre s'ho havien de repensar, o bé mirar-s'ho dues vegades abans de respondre.

Gràfic 29: És rellevant l'ús del català?



Gràfic 30: Retolació adequada?



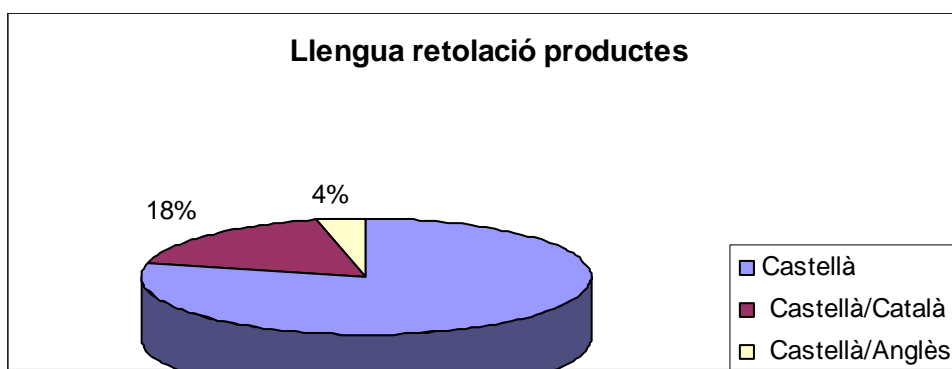
Pel que fa l'adequació de la retolació, la majoria de les persones opinen que sí que es fa un bon ús dels cartells i les llengües escollides. Alguns dels enquestats que procedeixen d'una ciutat de parla castellana d'Amèrica llatina creuen molt útil que hi hagi un doble etiquetatge, tant en castellà com en català, perquè els facilita l'aprenentatge de la llengua, o, almenys, la familiarització. En referència a les persones que han respost que no, tant ho han fet per defensar que només amb el català no n'hi ha prou, com per dir que hi ha massa castellà.

Així doncs, amb els resultats de les enquestes veim que a la gent li falta el sentiment d'identificació de comunitat lingüística catalana. Ja que a molts els sembla innecessari haver de potenciar l'ús del català, quan, com hem pogut veure a través dels gràfics, és molt més baix que l'ús del castellà.

c. Els empresaris

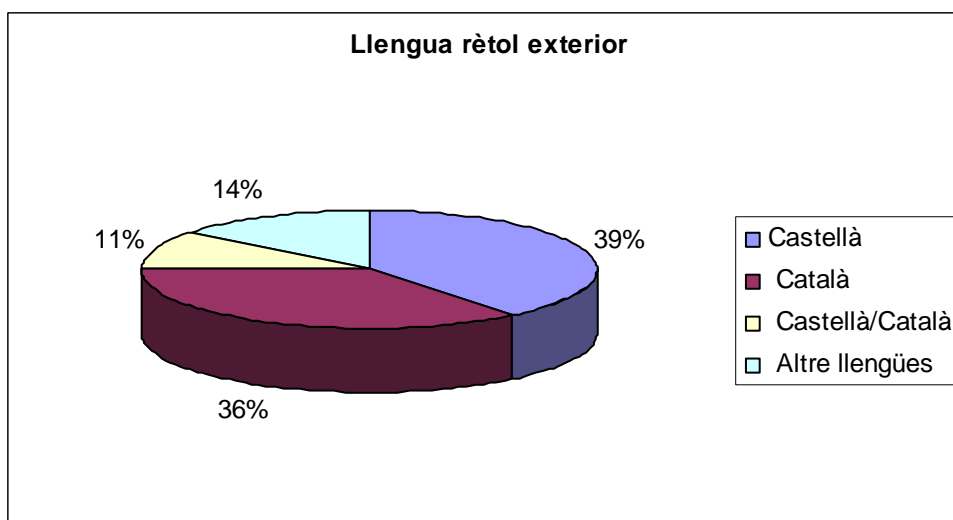
Seguidament, optarem per analitzar les converses amb els empresaris. Tot i que també n'he pogut aconseguir poques, perquè molts d'ells no tenien temps, no els interessava el tema o no l'han volguda contestar. És cert, però, que les entrevistes han donat per extreure molta informació i conclusions, ja que, al cap i a la fi, qui decideix és l'empresari i és ell qui té la clau per canviar tendències.

Gràfic 31: Llengua de la retolació dels productes



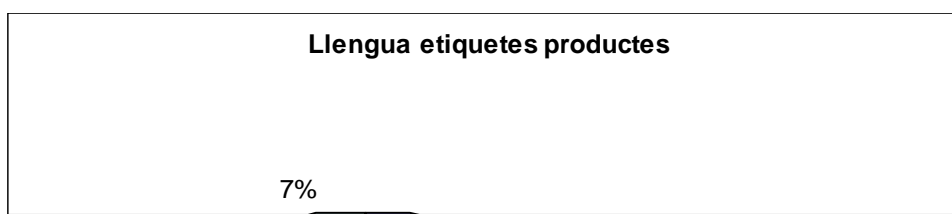
En aquest cas, la resposta dels empresaris coincideix bastant amb tota la informació que hem anat recollint fins ara, ja que és en les etiquetes o en la retolació dels productes on falta més el català. Els empresaris expliquen que utilitzen el castellà perquè la facturació dels productes normalment es fa en castellà, i ells treuen la informació directament de les factures, per això quan posen els preus i el nom ho fan en castellà en els casos que està en castellà. El cas és que si no ve facturat en català, no es preocupen de traduir-ho.

Gràfic 32: Llengua del rètol exterior



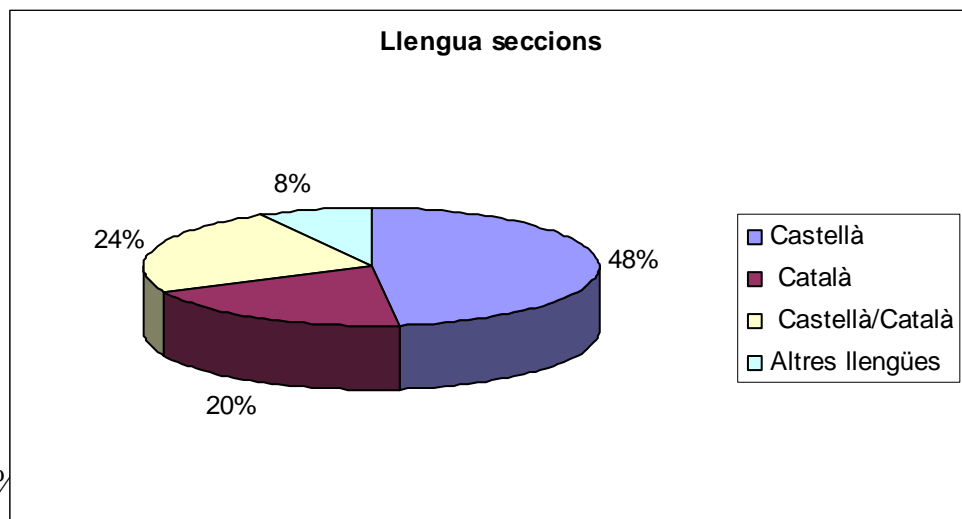
Pel que fa els rètols exteriors, els cartells de cada supermercat pot ser que vinguin també donats des d'alguna oficina central, però els horaris, per exemple, majoritàriament van a càrrec de cada franquícia, i, per tant, pugen una mica la presència del català en les retolacions exteriors, segons els propietaris. Com podem veure en el gràfic, el català només està 3 punts per sota del castellà (36% i 39% respectivament).

Gràfic 33: Llengua etiquetes productes



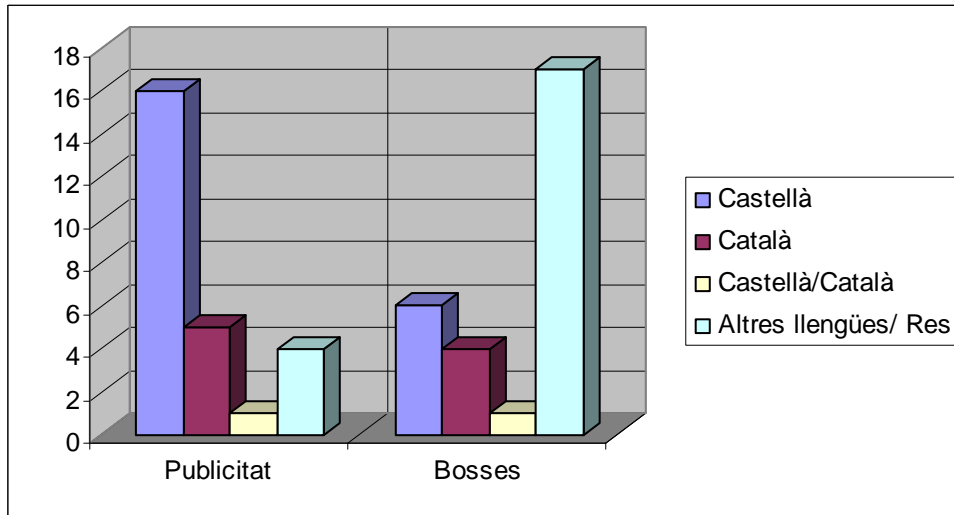
Pel que fa a les etiquetes dels productes, els empresaris també diuen que ells no hi poden fer res, ja que els productes ja vénen etiquetats. Tot i això, sí que saben quins productes tenen en català, per exemple, molts van destacar els de “La Sirena”. Tanmateix, si els empresaris fessin pressió a la cadena en general per demanar que s’establissin unes condicions diferents a les franquícies de territori català potser aconseguirien una major conscienciació i un major ús del català.

Gràfic 34: Llengua de les seccions



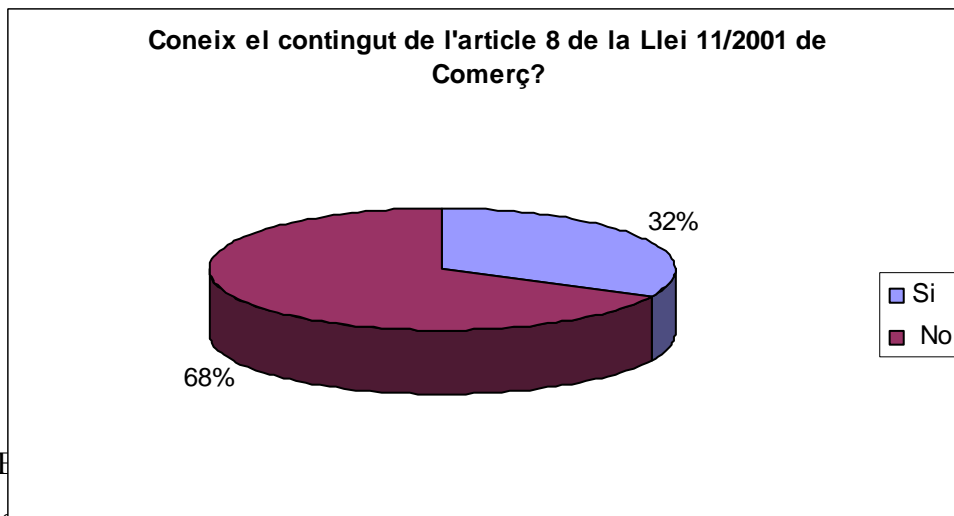
un 48% trobam % que alternen les dues llengües o tenen cartells bilingües. Es a dir, en el cas del 24%, hi ha supermercats que tenen alguns rètols de les seccions en català i d’altres en castellà, no necessàriament utilitzen rètols bilingües. Això em va portar a pensar que molts dels supermercats potser no segueixen cap tipus de política lingüística, sinó que alternen castellà i català sense cap criteri predeterminat.

Gràfic 35: Llengua publicitat i bosses



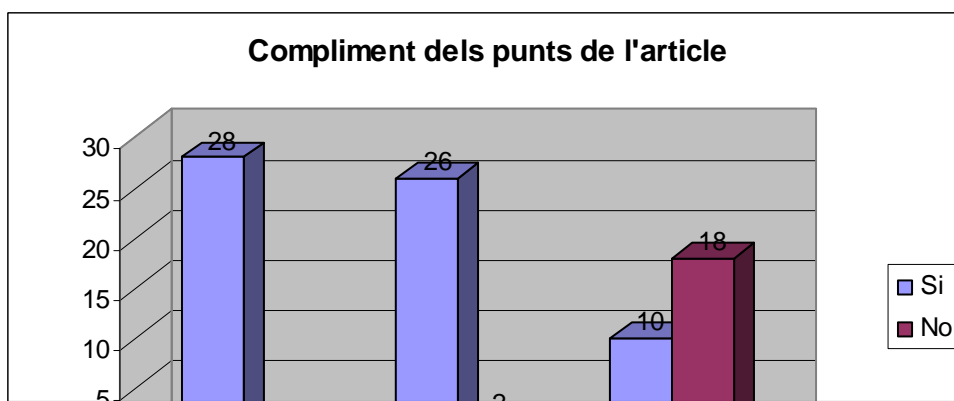
En el cas de la publicitat veim que predomina el castellà amb molta diferència sobre l'ús de les altres llengües. Això, segons els empresaris, es deu al fet que els envien els mateix material a tots. Pel que fa les bosses, en la majoria de casos no tenen llengua, sinó que només tenen la marca de la cadena.

Gràfic 36: Contingut de l'article 8 de la Llei 11/2001 de comerç?



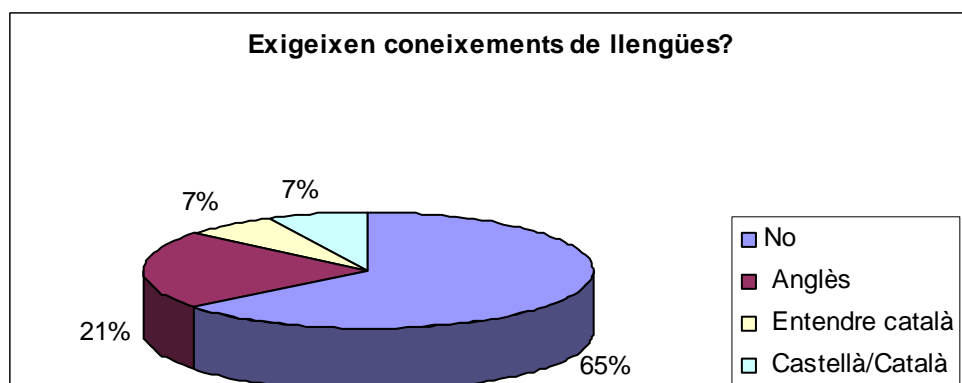
Es veu que la majoria d'empresaris no coneixen el contingut de l'article 8 de la Llei 11/2001 de Comerç. En 68% d'aquests empresaris han reconegut que no coneixien aquest article, una xifra més que alarmant.

Gràfic 37: Compliment dels punts de l'article



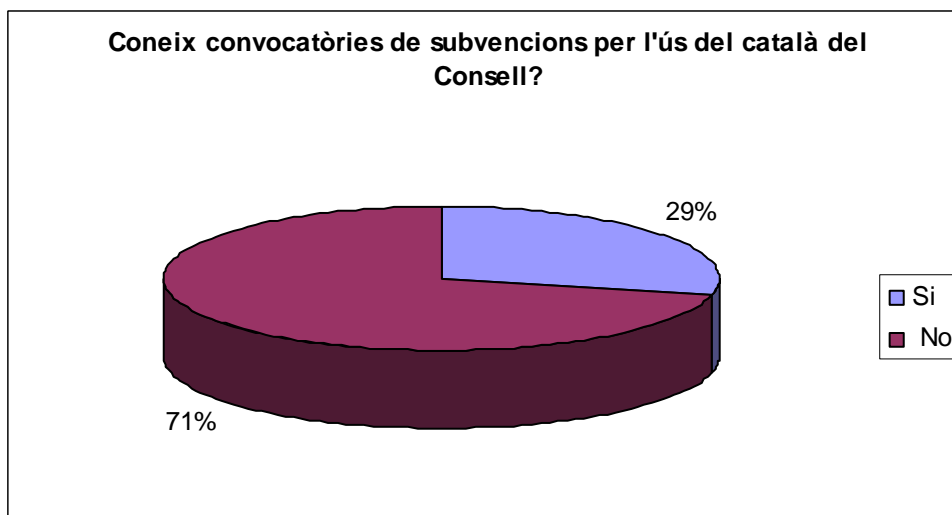
Després d'haver-los donat la possibilitat de conèixer aquest article, ja estaven preparats per respondre la pregunta representada en aquest gràfic. Se centra en tres dels quatre punts de l'article. Els empresaris coincideixen majoritàriament que compleixen el punt 1 i el punt 2; però, en canvi, el punt 3 és bastant més conflictiu. Porta més problemes perquè tracta sobre la retolació, i com aquesta ha d'estar disponible almenys en català. Com hem vist al llarg d'aquest recull d'informació i dades, en els materials impresos o la retolació dels supermercats s'utilitza molt més el castellà, i el català, doncs, té un paper molt més discret, molta menys presència que el castellà.

Gràfic 38: Coneixement de llengües



aprecie
atenció
gran, que demanen llengües estrangeres, sobretot anglès, però també un nivell bàsic d'alemany. I per acabar, un 7% declara que vol que els seus treballadors parlin castellà i català, i l'altre 7% restant, vol que, com a mínim, entenguin català, però no és necessari que el parlin.

Gràfic 39: Coneix la convocatòria de subvencions per promoure l'ús del català del Consell i els ajuntaments?



Per acabar amb els gràfics, ens trobam amb una pregunta sobre les subvencions que es donen del Consell Insular de Menorca. És bastant sorprenent veure que la majoria d'aquests propietaris o encarregats no tenen cap informació sobre aquestes ajudes. El problema pot venir, segons em va explicar una encarregada durant l'enquesta, que aquesta informació sobre les subvencions només arriba a les oficines centrals de les cadenes. Una solució podria ser intentar fer arribar aquesta informació a totes les franquícies perquè així se'n podria fer un ús més particular, i començar a petita escala i anar progressant mica en mica.

4. SUGGERIMENTS

A continuació, inclouré algunes de les propostes o comentaris que m'han fet alguns dels empresaris, i que no he inclòs com a comentari en cap gràfic. A les enquestes que els hem fet als empresaris, propietaris o encarregats hi vam incloure preguntes perquè poguessin aportar suggeriments per fer-les arribar al Consell Insular perquè es millorin les ofertes de subvencions o es creïn alternatives; i també donar opinions sobre el que es fa actualment.

Primer de tot, cal dir que a les sucursals de les urbanitzacions creuen que no s'ha de fer res pel català, perquè ells el que necessiten és l'anglès. S'ha de dir que, tots els

empresaris miren molt cap al client, i no tant cap a la seva pròpia comoditat per parlar català, o per escriure en català, etc. Prefereixen tenir contents els clients usant el castellà, ja que creuen que s'han d'adaptar al client. Tot i que molts propietaris de sucursals dels pobles també creuen que ja es fa prou pel català, o que s'ha de fer més pel castellà. Fins i tot he rebut respostes de gent que deia que estava a favor del menorquí, però no del català, llavors, potser seria interessant posar alguns rètols amb paraules menorquines perquè la gent s'hi senti més identificada.

Pel que fa les propostes, molts han suggerit que s'imparteixin cursos de català pels treballadors dels supermercats que ho necessitin. Però, el que han subratllat en alguns casos és que aquests cursos s'han de fer facilitant l'assistència dels treballadors, per exemple, que el curs es faci fora de l'horari laboral.

Una altra proposta és que es facin més campanyes publicitàries per promoure l'ús del català. Per exemple penjar cartells als supermercats perquè la gent es fixi en si s'usa el català al supermercat o no, ja que molts dels clients als que vaig entrevistar no s'hi havien fixat mai.

L'alternativa més original és que es podria unir a la campanya de normalització lingüística a la de conscienciació amb el medi ambient. És a dir, la proposta és donar subvencions perquè els supermercats tinguin unes bosses de roba o d'algun altre material que pugui suportar pes, enlloc de tenir les típiques bosses de plàstic. Llavors, aquestes bosses haurien de portar un missatge en català.

Per acabar, una opinió en la qual coincideixen molts empresaris és que s'ha de començar des de dalt, però també fer-los arribar informació a les sucursals perquè puguin dir-hi la seva i poder actuar. Diuen que s'haurien de facturar els productes en català perquè poguessin etiquetar-los en català als supermercats. A més, també van destacar que hi ha productes menorquins que no estan etiquetats en català, i que ni es facturen en català.

5. CONCLUSIONS

Després d'haver analitzat pas per pas l'ús del català d'alguns supermercats des dels diferents punts de vista de tots els interessats, podem dir que, en general, hi ha una falta de conscienciació. És un tema que no els preocupa especialment i els propietaris actuen de la manera que els és més còmoda: si els arriba la facturació, els cartells, les bosses, la publicitat... en castellà, ho deixen tot en castellà; en canvi, si els arriba la informació en català, alguns ho deixen així, però d'altres ho tornaran.

Així, si tenen el material en castellà no el tradueixen al català perquè tothom ja ho entén. En canvi, sí que es tradueixen alguns materials (sobretot ofertes o etiquetes per posar el preu dels productes, seccions) a l'anglès perquè el client estigui content, se senti com a casa i no es perdi a l'hora d'anar a comprar; tot i que, òbviament, tampoc no aprendrà res de la llengua que parlem a l'illa.

També es pot dir dels supermercats que no segueixen un criteri únic pel que fa a la retolació, en la majoria dels casos. Per exemple, tenen el rètol del supermercat en català i l'horari en castellà, o tot l'interior en català, perquè potser el rètol és seu, però llavors tot el material que els arriba de la cadena és en castellà. Així, hi ha superfícies on tot està en castellà menys les seccions, i els propietaris ni tan sols s'hi havien fixat; la qual cosa demostra que no presten prou atenció a la qüestió de la llengua.

En definitiva, el que cal és, sobretot, conscienciar més les persones perquè hi prestin més atenció i, a partir d'aquí, empènyer els empresaris o les cadenes en general a tenir cartells alternatius en català per veure si tenen acceptació, o bé les sucursals perquè facin pressió i demanin els materials en català; i que aquesta postura a favor de la llengua reverteixi en l'obtenció de subvencions i/o premis.

6. ANNEX

Llei 11/2001, de 15 de juny, d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears

Article 8. Drets lingüístics dels consumidors

1. En els establiments regulats en aquesta llei, els consumidors tenen dret a ser atesos en alguna de les llengües oficials de les Illes Balears, i no podran ser discriminats o atesos incorrectament per raó de la llengua oficial que emprin.
2. En els establiments al detall que disposen d'una plantilla laboral de més de tres treballadors, els consumidors tenen, a més, el dret de ser atesos en la llengua oficial de les Illes Balears que escullin.
3. La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per als consumidors dels establiments oberts al públic han de ser 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. En els termes que reglamentàriament es determinin, els establiments comercials informaran els consumidors dels seus drets lingüístics mitjançant la col·locació dels anuncis corresponents.
4. Les administracions competents promouran l'ús progressiu de la llengua catalana en les activitats comercials, com també en els rètols, símbols i distintius dels establiments comercials de les Illes Balears.