



Informe de resultats:

Estudi Qualitatiu



Exploració i test de conceptes de comunicació per:



***Campanya 2008 de foment de l'ús públic del
català***



per a:



**Generalitat
de Catalunya**

Departament de la Presidència
Secretaria de Política Lingüística
Servei de Difusió i Estudis

29 d'Abril del 2008

Ref. 1443



Índex

VOLUM I:

I. Antecedents.....	5
II. Objectius.....	7
III. Metodologia.....	9
IV. Resultats.....	14
1. Marc de referència.....	15
1.1. Significats i rols de la llengua catalana.....	17
1.2. Significats de fer ús / parlar català	22
2. L'ús del català en l'àmbit públic.....	28
2.1. Significats associats a l'ús del català en l'espai públic.....	29
2.2. Variables externes que incideixen en l'ús del català en l'àmbit públic.....	31
2.3. Situacions comunicatives.....	44



3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic.....	49
3.1. Importància atorgada a l'ús del català en l'espai públic.....	50
3.2. Importància atorgada a la promoció de l'ús de la llengua catalana a l'àmbit públic	52
3.3. Referents i record de campanyes	56
4. Resultats de la fase creativa	61
4.1. Idees de campanya i eixos de comunicació proposats	62
5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats...89	
5.1. Tots els que vivim a Catalunya podem parlar català.....	90
5.2. Cadascú la seva llengua i el català la de tots	93
5.3. Dóna una oportunitat al català.....	96
5.4. Parlar català té un valor	100
5.5. Parlar i aprendre català és bo per a tothom.....	102
5.6. Tens dret a parlar la teva llengua.....	103
6. Coherència de les situacions comunicatives proposades amb els conceptes i eixos definits	105



VOLUM II:

VII. Annexos

- 1. Característiques dels grups**
- 2. Qüestionari de captació**
- 3. Línia de punts**
- 4. Transcripcions**
- 5. Quadres sintètics per grup lingüístics**



I. Antecedents

- La **Secretaria de Política Lingüística (SPL)** del Departament de la Presidència, té previst dur a terme al llarg del 2008 **una Campanya de comunicació de foment de l'ús públic del català.**
- La campanya té com a objectiu principal ***el manteniment del català en aquells contextos en els que se sol canviar l'ús de la llengua:***
 - o *Persones que no parlen català encara que l'entenguin*
 - o *Contextos plurilingües, àmbits amb dificultats d'ús de la llengua*
- **L'objectiu** és sensibilitzar a la població que sap parlar català perquè mantingui la llengua per tot arreu i en totes circumstàncies de manera general
- Per altra banda, la campanya també voldria funcionar com una plataforma pedagògica des d'on es puguin adquirir models i/o pautes d'ús lingüístic en determinades situacions.
- La campanya vol adreçar-se **al conjunt de la població catalana** centrant-se, en **la població que sap parlar català**, a partir de dos plantejaments diferents:
 - o Dirigint-se als catalanoparlants per fomentar el manteniment de la llengua:
 - No han de donar per suposat que les persones desconegudes amb les quals interactuen no saben català i sense comprovar-ho canviar de llengua
 - No cal que canviïn de llengua quan comproven que aquella persona desconeguda els entén, encara que no els pugui contestar en català. Si continuen parlant en català els ajudarem a aprendre'n més i els farem sentir que els tractem d'igual a igual



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



Generalitat
de Catalunya

- o Dirigint-se a totes les persones que són estrangeres d'origen i l'estan aprenent, el saben:
 - És important que facin valer el seu dret a ser interpel·lats en català, si l'entenen, encara que no pugui contestar del tot bé en català; son catalans com tothom.
- El present document correspon a l'estudi qualitatiu realitzat entre la ciutadania i dóna resposta a quines han de ser les **idees conceptuais o eixos de comunicació, els arguments i situacions comunicatives més adients** per configurar i donar suport a aquesta campanya.



II. Objectius

► A nivell general la investigació ha tingut com a **objectius principals**:

- A. FASE EXPLORATORIA: **Aprofundir en la vinculació racional i emocional dels individus seleccionats en relació a l'ús públic de la llengua**
- B. FASE CREATIVA: **Generar per part del públic investigat de propostes creatives per configurar la campanya**
- C. FASE VALORATIVA: **Valorar les diferents propostes- eixos de comunicació i situacions comunicatives- possibles pel disseny de la campanya**

► De manera específica, s'ha volgut donar resposta a:

1. La relació que presenten els diferents segments de ciutadans analitzats amb la llengua i el seu ús públic:

- Aprofundir en els significats atribuïts a la llengua catalana, a parlar català i a fer-ho en l'àmbit públic
- Conèixer i entendre les motivacions, actituds i comportaments concrets d'ús del català en l'espai públic
- Detectar les diferències en el comportament segons el paper que tinguin: emissors o receptors
- Conèixer i entendre les situacions comunicatives més comunes d'ús de la llengua en aquests àmbits
- Entendre les principals motivacions i frens per l'ús/no ús de la llengua catalana en les diverses situacions
- Aprofundir en els motius i frens per canviar/no canviar la llengua catalana davant un individu que no parla català en aquella determinada situació



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



2. La valoració que fan de l'ús del català en l'àmbit públic:

- Entendre els motius pels quals és important fer ús del català en l'àmbit públic
- Conèixer les circumstàncies/situacions en que es valora més

3. El posicionament respecte a la promoció de l'ús del català en l'àmbit públic:

- Entendre els motius pels quals és important promoure el català en l'àmbit públic i maneres de fer-ho
- Conèixer quin record es té de les campanyes/accions dutes a terme en el passat per la Administració Pública en relació a la promoció de l'ús de la llengua catalana

4. Propostes de campanyes que fomentin l'ús del català en l'espai públic; que els convidi a fer un ús públic de la llengua catalana

- Mitjançant el disseny d'una campanya publicitària per que es fomenti/s'utilitzi el català en els espais públics entendre el seu posicionament.

5. La valoració dels conceptes o eixos de comunicació proposats per la campanya

- Conèixer quin és el significat bàsic atribuït, el missatge transmès i el públic al que va dirigit
- Entendre el posicionament dels diferents segments analitzats
- Conèixer les situacions comunicatives associades



III. Metodologia

► A nivell metodològic, s'han realitzat **5 grups de discussió** amb segments diferenciats – segons criteris del client- estructurats en 3 fases:

⇒ **FASE EXPLORATIVA: APROFUNDIMENT EN LA VINCULACIÓ RACIONAL I EMOCIONAL DELS INDIVIDUS SELECCIONATS EN RELACIÓ A L' ÚS PÚBLIC DE LA LLENGUA**

- Entendre l'actitud que presenta el públic a investigar – *objectiu i potencial* - davant la llengua catalana
- Aprofundir en els significats bàsics de l'ús públic vs ús privat de la llengua catalana
- Copsar les diferències de comportaments, actituds i motivacions en funció de les variables que intervenen en el ús públic i en l'ús privat de la llengua:
 - ✓ Personals (origen, formació, ideologia, nivell cultural)
 - ✓ Social (grup pertinença, grup referència, entorn social)
 - ✓ Contextual (àmbit/context/entorn en el que es troba)
 - ✓ Característiques del receptor
- Detectar les diferències en l'ús públic de la llengua catalana depenent de si s'és emissor o receptor
- Conèixer i entendre els àmbits públics on l'ús de la llengua catalana té una presència més destacada: feina (en funció tipus), comerços (en funció tipus), serveis públics (centres sanitaris, educatius, transports, etc..)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



- Conèixer i entendre les situacions comunicatives més comunes d'ús de la llengua en aquests àmbits
 - Entendre les principals motivacions i frens per l'ús/no ús de la llengua catalana en les diverses situacions
 - Aprofundir en els motius i i frens per canviar/no canviar la llengua catalana davant un individu que no parla català en aquella determinada situació
 - Detectar si es percep la necessitat de promoure l'ús del català en l'àmbit públic
 - Conèixer quin agent consideren més adient per aquesta promoció: Institucions Públiques, Mitjans de Comunicació, Institucions Culturals, etc.
 - Copsar el record de campanyes/accions dutes a terme en el passat per la Administració Pública en relació amb la promoció de l'ús públic de la llengua catalana
- ⇒ **FASE 2: CREATIVA: ES GENEREN PER PART DEL PÚBLIC INVESTIGAT PROPOSTES CREATIVES PER CONFIGURAR LA CAMPANYA**
- Generació d'idees, arguments, contextos i situacions comunicatives per una campanya que ha de promoure l'ús públic de la llengua catalana
 - Vehiculització visual i verbal del missatge.



⇒ **FASE 3: VALORATIVA: ES TESTEN LES PROPOSTES QUE FACILITI LA SPL: SITUACIONS COMUNICATIVES I ARGUMENTS DE JUSTIFICACIÓ DE L'ÚS DEL CATALÀ O DE AMBDUES LLENGÜES**

- Percepció inicial
- Significats associats
- Atractiu
- Credibilitat
- Coherència
- Públic associat
- Valoració global de la proposta
- Incidència i actitud davant l'emissor de la campanya
- Opinió respecte a que sigui la Administració Pública la que està al darrera
- Capacitat de la campanya d'assolir els objectius proposats



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



Característiques dels grups

- D D'acord amb els perfils lingüístics i sociodemogràfics proposats per la SPL, es va acordar la següent **estructuració dels grups**:
 - **GRUP 1:** Parlants amb llengua inicial català i usos públics normalment en català menors de 30 anys i d'ocupació diversa (estudiants, ocupats, professionals, etc.)
 - **GRUP 2:** Parlants amb llengua inicial català o castellà i usos públics normalment en català de menys de 30 anys, de diversos grups d'edat i ocupació diversa (estudiants, ocupats, professionals, etc.)
 - **GRUP 3:** Parlants amb llengua inicial castellà i usos públics normalment en català i castellà que treballen en atenció al públic i en tasques d'alta qualificació (metges, assistents socials i altres treballadors socials qualificats, etc.) Grup format per persones de 30 a 50 anys
 - **GRUP 4:** Parlants amb llengua inicial castellà i usos públics normalment en castellà però coneixements passius en català que treballen en atenció al públic en tasques de poca qualificació (cambres, dependents, conserges, seguretat, etc.). Aquest grup estarà format per persones de 18 a 40 anys
 - **GRUP 5:** Parlants amb llengua inicial no catalana nascuts a Catalunya que aprenen o tenen intenció d'aprendre el català. Es posarà èmfasi especial en els nascuts a l'estranger menors de 30 anys i que estan estudiant català.
- D En els grups hi ha hagut representats de diferents perfils socio-econòmics i culturals i s'ha evitat que siguin d'una sola condició social (no s'han configurat grups de només estudiants o només mestresses de casa, o només persones amb formació superior...). L'especificació de la configuració de cada grup s'inclou en l'annex del present estudi. **Cal recordar però, que el grup lingüístic ve determinat pels usos lingüístics i que es tracta de persones de Barcelona ciutat i Àrea Metropolitana.**



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



Captació dels participants

- ▶ S'han dissenyat uns qüestionaris de captació en les que es recullen les característiques lingüístiques de cada individu, a més de les socio-demogràfiques i d'ascendència, ja que un dels principals criteris de captació és el grup lingüístic.
- ▶ Al mateix temps, s'han inclòs preguntes que no delataven el motiu central de la dinàmica com eren preguntes sobre hàbits de consum (per exemple: tipus de productes o serveis comprats en els darrers 6 mesos, diaris llegits habitualment...) i una bateria mínima que permetia adscriure als individus al seu grup lingüístic, per tal que el potencial participant desconegués la temàtica central de la conversa, i de les posteriors reunions.
- ▶ El model de qüestionari de concertació i filtrat dels participants s'inclou en l'apartat d'annexos del present informe.

Requeriments

- ▶ Per tal de dur a terme la metodologia TIME Consultants ha posat a disposició del projecte els següents espais necessaris:
 - 1 sala d'observació per a l'equip de l'SPL i TIME Consultants
 - 1 sala per a la realització dels grups de discussió



IV. Resultats



1. Marc de referència



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



- ▶ El present marc de referència ens permetrà, per una banda, entendre d'on provenen les opinions manifestades pels participants, així com les seves opinions i posicionament davant la promoció de l'ús de la llengua catalana en l'àmbit públic; i per altra, definir el concepte més adequat per engegar una campanya amb l'objectiu de fomentar l'ús del català en els espais públics.
- ▶ Valorem necessari recordar dos fets que s'han de tenir en compte com a condicionants del present estudi i els seus resultats:
 - Tots els participants resideixen a Barcelona.
 - Actualment Catalunya és un context bilingüe.
- ▶ El present capítol reflecteix els significats adjudicats pels participants a les següents qüestions:
 - ⇒ **La llengua catalana**
 - ⇒ **Parlar català**



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



1.1. Significats i rols de la llengua catalana

Els participants en els grups de discussió atorguen a la llengua catalana diversos significats que exposem a continuació, partint d'aquells més externs a l'individu i acabant per aquells que d'una manera més propera afecten la vida quotidiana dels participants:

⇒ La llengua catalana com a element comú del poble català:

Per una bona part dels participants, el català és un dels elements que **distingeix els catalans dels ciutadans de les altres comunitats**. Tots els habitants de Catalunya, parlin o no català, tenen la llengua catalana com a **element comú** que els diferencia de la resta de habitants de l'Estat, com també ho poden ser la “**història**”, la “**cultura**” o la “**tradició**”.

“...es una identidad cultural, una forma de diferencial de un pueblo, un territorio...” (CAST BQ)

“...representativa en el fet de que ens representa a la majoria de catalans que vivim aquí...” (BIL AQ)

Aquest significat és apuntat per tots els grups lingüístics analitzats, i es planteja en el seu discurs d'una manera **positiva** i amb caire objectiu, sense generar cap tipus de polèmica o disconformitat. D'aquesta manera, comptar amb un element comú per a tots els habitants de Catalunya (que tots poden compartir i fer servir) es percep **favorablement** i, fins i tot, amb cert **orgull** per part dels individus més identificats amb la llengua catalana (més presents entre els individus catalanoparlants i bilingües).



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



⇒ El català com a símbol d'identitat de la nació catalana:

Una part dels participants assenyala la llengua catalana com un dels símbols clau en la configuració de la identitat de Catalunya. En aquest sentit, fan servir termes com “pàtria” o “terra” a l'hora d'expressar què significa per a ells el català, associacions que denoten un lligam emocional amb la llengua catalana.

Dels grups analitzats, els individus que al·ludeixen a aquests significats són els catalanoparlants, mentre que la resta opta per significats més freds i allunyats de cap sentiment.

⇒ La llengua catalana com a instrument polític:

A un altre nivell apareixen també referències constants a la instrumentalització de la llengua catalana per part dels polítics.

“...lo peor de una lengua es que te la intenten manipular...que haya gente que se la quiera hacer propiedad...quitando esos temas que te agreden, que son temas políticos, de imposición...” (CAST BQ)

“...hi ha masses interessos polítics perquè existeixi una equitat i no arribarà mai, és impossible...per tirar cap a un tipus de vot o un altre...no hi ha prou tranquil·litat política...” (JOVES BIL)

“...el que haurien de fer és deixar la llengua a part...sembla que estiguéssim enmig d'un foc creuat d'interessos polítics...” (JOVES BIL)

Es percep que la classe política ha creat al voltant d'aquesta llengua tot un seguit de normatives i exigències per als ciutadans, al temps que la llengua catalana ha esdevingut un element molt important en institucions i textos bàsics de Catalunya: “Estatut”, “Nivell C”, “Normativa”, etc.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



Els individus que fan aquestes associacions mostren certa disconformitat amb les mesures i la dedicació de temps i esforços públics que s'han destinat a la llengua catalana.

Els participants que, de forma més destacada, atribueixen a la llengua catalana aquest tipus de significat són els que pertanyen al grup de persones d'alta qualificació bilingües.

⇒ El català com a font de debat i polèmica:

A tots els grups de discussió apareixen referències al fet que la llengua catalana s'ha convertit en un tema de debat i polèmica entre els ciutadans, encara que no pas de conflicte. Alguns es decanten per assenyalar entorns com **l'escola**, on l'ús de la llengua catalana s'està qüestionant per una part de la població; uns altres plantegen la seva percepció sobre la **situació** i la **vitalitat** del català.

“...las escuelas, hay una inmersión total en catalán...hay polémica...” (CAST BQ)

⇒ El català com a eina de comunicació:

Fer referència al català com a mer **codi** de comunicació que permet la interrelació i l'enteniment entre individus de Catalunya, és una de les opcions més destacades per part dels individus analitzats nascuts fora de Catalunya i els de baixa qualificació castellanoparlants. D'aquesta manera, equiparen el català amb qualsevol altra llengua.

“...es un medio de transmisión de ideas...” (CAST BQ)

“...sólo es un código, lo aprendes, lo integras en tu pensamiento...como cualquier otro idioma, los idiomas sólo sirven para comunicarnos ...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



Pel que fa als individus forans (que també destaquen el significat de la llengua catalana com a instrument de comunicació), cal dir que insisteixen a assenyalar la **semblança** del català **amb d'altres llengües conegudes** per ells, apuntant-se ja la facilitat per entendre-la i aprendre-la.

"...es bastante fácil de aprender, muy cercano...como es bastante fácil de aprender, pues me animo..." (NF CAT)

"...soy gallega, la mitad de las palabras son muy parecidas al gallego..." (NF CAT)

⇒ La llengua catalana com a signe d'identitat personal:

En el grau més **íntim** de significat de la llengua catalana, una part dels individus bilingües i catalanoparlants investigats afirma que la llengua catalana forma part de la seva **forma de ser**, de la seva identitat i de la seva personalitat. El català és la seva llengua i, de forma **natural**, sense plantejaments racionals o ideològics, fan servir aquesta llengua per comunicar-se amb els altres i per expressar les seves idees i els seus sentiments. A tot arreu.

"...jo la considero la meva llengua..." (CAT)

"...en el meu cas, soc més jo parlant català que parlant castellà..." (JOVES BIL)

L'altra cara de la moneda també apareix. En aquest sentit, entre els individus del grup d'atenció al públic de baixa qualificació es manifesta que el català no és la seva llengua, que no la senten com a pròpia; i assenyalen que el castellà és la seva llengua materna, en la qual s'expressen i es manifesten.

"...para mí llengua catalana es que tienes que sentir ese idioma...mi lengua es el castellano..." (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



És en aquest últim punt on la llengua assoleix el seu grau màxim d'emocionalitat, i on fer-ne ús d'una o una altra manera és pels individus una manifestació del seu ésser més íntim. Per això tot el que percebem com a obligació o imposició, en un sentit o un altre, provoca reaccions de caire més visceral.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



1.2. Significats de fer ús / parlar català

A l'hora de manifestar els significats associats al fet de parlar català, els grups analitzats comencen a diferenciar-se d'una manera significativa. S'observa com els grups van optant per diferents opcions, depenent en gran mesura del seu grau de proximitat afectiva i ideològica amb la llengua catalana, i del domini que tenen de la mateixa.

⇒ Necessitat:

Parlar català és percebut com una necessitat des de diversos punts de vista:

- És considerat necessari a **nivell laboral** principalment per part dels catalanoparlants i dels participants que treballen de cara al públic, tant castellanoparlants com bilingües.

En concret, s'especifica que per treballar a l'Administració Pública és un **requisit** fonamental, mentre que en altres àmbits i sectors és un “**plus**” indispensable per adaptar-se a la llengua del client i així donar el millor servei (o per evitar un possible conflicte amb un client per no poder parlar català).

“...a nivel laboral es una condición más y, cada vez lo están pidiendo...no creo que lo obliguen, es que es necesario...”
(CAST BQ)

De la mateixa manera, es considera que parlar català és molt útil a l'hora de presentar-se a una entrevista per accedir a una feina, ja que perceben que s'associa al domini del català una major competència.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



Per la seva banda, els nascuts fora de Catalunya -malgrat decantar-se principalment per considerar que parlar català és una obligació a nivell laboral- apunten el valor que té poder parlar català a nivell curricular per accedir a una feina.

“...para conseguir un trabajo mejor, pero tampoco lo veo imprescindible...” (NF CAT)

“...más que nada para ponerlo en el currículun, luego ya...” (NF CAT)

- Fora de l'àmbit laboral, parlar català es considera una necessitat per a la **integració** a la societat catalana. Ajuda a integrar-se socialment i a adaptar-se a la societat d'acollida. Aquesta utilitat és assenyalada principalment als grups de discussió formats per individus nascuts fora de Catalunya i pels catalanoparlants.

⇒ Gest d'agraïment:

Que les persones arribades a Catalunya (tant de la resta de l'Estat com d'altres països) parlin català, es percep com un senyal d'agraïment per part dels immigrants envers la societat que els acull. En aquesta percepció coincideixen tant els individus nascuts fora de Catalunya com els bilingües.

“...si me llega un catalán, le hablo en castellano porque el objetivo es la comunicación y, le cuento palabras en catalán para que no se me ofenda...si le coloco alguna palabra en catalán, se quedan súper tranquilos...encantados...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



És un **esforç** que els catalans reconeixen i que valoren positivament, interpretant-lo com un factor que demostra l'**interès** dels nouvinguts per formar part de la societat catalana, adaptant-se als usos d'aquesta.

"...que la gente se interese por el lugar donde está...lo aprendo no porque lo necesite...para tener una buena relación con la gente..." (NF CAT)

"...si yo les cuento alguna palabra en catalán les parezco encantadora...hago un esfuerzo..." (CAST BQ)

⇒ **Obstacle:**

Aquells individus nascuts fora de Catalunya i les persones de baixa qualificació que treballen de cara al públic que menys competència demostren a l'hora de parlar català, són els que en major mesura identifiquen el fet d'expressar-se en català com un **obstacle** per comunicar-se.

"...no lo hablo más que nada por no hacer esperar a la otra persona...por no ser un coñazo..." (NF CAT)

La falta de domini de la llengua catalana comporta que sentin **vergonya** a l'hora d'expressar-se en català, i temen parlar-lo incorrectament. Aquesta vergonya i la inseguretats actuen com un **fre**, malgrat entenguin i/o hagin estudiat aquesta llengua.

Parlar català esdevé un **handicap**, una dificultat que genera -entre alguns dels participants d'atenció al públic de baixa qualificació- **rebuig** a fer servir aquesta llengua. Un rebuig que provoca tanta incomoditat entre alguns (els menys qualificats) que fins i tot viuen com una agressió que algú es dirigeix a ells en català.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



⇒ Fàcil:

Els nascuts fora de Catalunya que més competència tenen per expressar-se en aquesta llengua fan referència a la facilitat d'aprendre el català, ja que té moltes similituds amb les seves llengües d'origen o d'altres que ja coneixen. Manifesten que és assequible aprendre-la i utilitzar-la. Per altra banda, els grups de catalanoparlants i bilingües esgrimeixen com a argument per motivar a parlar-lo la seva facilitat i semblança amb d'altres llengües.

⇒ Assumpte normativitzat i regulat per llei:

A tots els grups de discussió apareixen veus que relacionen la llengua catalana amb aspectes normatius. Els diferents termes escollits per abordar aquest tema denoten com la regulació lingüística afecta els participants i com ho viuen diàriament:

- Hi ha **llibertat** per parlar català: en l'actualitat tothom té la llibertat per parlar català, quan i on vulgui, i la llei garanteix aquesta opció d'escollir.
- Parlar català és un **dret**: expressar-se en català és un dret establert per llei que busca garantir i protegir l'ús del català.
- Parlar català és una **obligació**: els individus que coincideixen en aquesta percepció consideren que, mitjançant lleis i normatives, s'ha imposat i s'està imposant l'ús de la llengua catalana als ciutadans. En molts casos aquesta imposició del català s'interpreta alhora com una discriminació i com un atac al castellà i, en conseqüència, genera rebuig a parlar en català, que s'empra només quan es considera imprescindible.

Dins d'aquesta associació de la llengua a la llei, també es fa referència a la **prohibició** de fer ús del català durant la **dictadura** franquista.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



⇒ Ideologia:

Amb postures antagonistes es detecta com l'ús de la llengua catalana suposa, per alguns dels individus, un reflex de la seva **postura ideològica davant el fet de “fer país”** i participar en la construcció de Catalunya com a nació, amb la llengua catalana com un dels seus trets definitoris.

Alguns dels participants bilingües i catalanoparlants es manifesten **afectivament implicats** en l'ús de la llengua catalana. Per a ells, fer ús de la llengua catalana és una manera de fer país. Parlar català esdevé quelcom més que expressar-se i comunicar-se; significa un recolzament, un posicionament explícit a **favor de la construcció de la nació** on viuen i de la seva identitat.

En l'extrem contrari es situa una part dels participants castellanoparlants nascuts a Catalunya i també alguns dels nascuts a d'altres Comunitats Autònomes. Aquests es mostren reticents a parlar en català pel seu **rebuig ideològic** a la consideració del català com la **llengua única i pròpia de Catalunya**, i són contraris a participar en el “fer país” que identifica Catalunya només amb el català.

⇒ Element de la personalitat:

A la majoria dels grups de discussió s'aborda la importància de la llengua materna com a part de la personalitat i l'essència de la persona. Partint d'aquesta consideració, per a una part dels bilingües i dels catalanoparlants, parlar català és part d'ells mateixos i de la seva forma de ser. És un aspecte que forma part d'ells **des de sempre**, ja que s'expressen en català (sempre o en determinades situacions, entorns, interlocutors, etc.) de tota la vida.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

1. Marc de referència



Parlar català es manifesta com un fet inherent a ells, dominen aquesta llengua i es senten plenament realitzats i còmodes fent-la servir amb normalitat de forma quotidiana.

De forma paral·lela, una part dels castellanoparlants fan servir el mateix argument però amb el castellà. Expressen que el castellà els identifica i forma part d'ells mateixos, fet que comporta que afectivament sentin poc proper el català.

⇒ Riquesa cultural:

Es relaciona parlar català amb cultura, des de la perspectiva que poder expressar-se en català et permet **accedir** a la cultura catalana i a les seves tradicions, i passar a **formar part** de les seves manifestacions. Alhora també connota un enriquiment cultural, ja que coneixent la llengua d'un poble es coneix una altra cultura, i això obre la ment.

2. L'ús del català en l'àmbit públic



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



El present capítol conté la informació corresponent a la percepció dels grups de discussió en relació a l'ús del català en l'àmbit públic a Catalunya.

2.1. Significats associats a l'ús del català en l'espai públic

- Del discurs dels participants a les dinàmiques de grup es desprenen **4 significats bàsics** de l'ús de la llengua catalana en l'àmbit públic.

⇒ Natural/normal/habitual:

Fent servir aquesta llengua en les seves relacions i accions quotidianes, els individus que s'expressen habitualment en català (catalanoparlants i bilingües més propers al català), manifesten que per a ells utilitzar la llengua catalana en l'espai públic forma part de la seva **normalitat**. De fet, opinen que en el seu comportament lingüístic no hi ha diferències entre l'àmbit privat i el públic.

Per a ells parlar en català en els diferents espais públics és **el més natural**, ja que utilitzar una altra llengua els faria sentir **estrany**, o fins i tot **incòmodes**.

⇒ Exercici de catalanitat/fer país:

Els participants que **més lligams emocionals** mostren **amb la llengua catalana** i més implicats es senten alhora en la construcció nacional de Catalunya, es plantegen el seu ús del català en l'àmbit públic com una acció de **reforç de la identitat de Catalunya i de la seva construcció com a nació**.

Són bàsicament els catalanoparlants investigats els que apunten aquest significat.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



⇒ Políticament correcte:

Per a una part de la mostra (destacant-se principalment els individus castellanoparlants que treballen en l'**atenció al públic d'alta qualificació**) parlar català en l'àmbit públic s'ha establert actualment com el **comportament políticament correcte**, ja que és la **línia marcada des dels poders polítics**.

Es considera que, en molt casos, optar per parlar català en l'àmbit públic respon a una **qüestió d'imatge**, al desig de **"quedar bé"** davant la seva audiència o interlocutor.

⇒ Un possible entrebanc:

Segons alguns dels participants **bilingües** (castellanoparlants que treballen en l'atenció al públic i nascuts fora de Catalunya), parlar català en l'àmbit públic pot esdevenir per a ells un **entrebanc**, des de diversos punts de vista.

Els que menys dominen el català destaquen que per a ells la llengua catalana significa una **dificultat a l'hora de comunicar-se** i expressar-se en l'espai públic.

"...no descarto el hablar catalán, lo que pasa es que si me encuentro con una persona que es catalana-catalana, a ver si voy a meter la pata, me da vergüenza..." (CAST BQ)

Per aquells que més facilitat tenen en parlar català, utilitzar aquesta llengua en l'àmbit públic pot significar un **desavantatge** a l'hora d'establir una **comunicació fluïda i efectiva** ja que una part de la població **no entén** aquesta llengua.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



2.2. Variables externes que incideixen en l'ús del català en l'àmbit públic

- ▶ A l'hora d'abordar l'ús de la llengua catalana en els espais públics, els participants dediquen bona part del seu discurs a establir els diferents àmbits que diferencien a Catalunya en relació a l'ús de la llengua catalana.

⇒ Variables territorials:

- **Barcelona vs. resta de Catalunya:**

A tots els grups de discussió preval la percepció que **al territori català l'ús del català no és homogeni**. En aquest sentit, consideren que **Barcelona es diferencia de la resta de Catalunya** pel menor ús del català en els espais públics a causa de la seva convivència i competència amb altres llengües.

“...pobles més de l'interior de Catalunya a mi ja, sense pensar, em surt més dirigir-me en català...amb l'experiència veus que funciona una mica així...” (JOVES BIL)

“...estudiantes de comarcas, gente de Lérida y gente del interior...que tienen muchas dificultades en expresarse en castellano, no van de catalanitos, simplemente es que les cuesta...” (CAST BQ)

“... (En Barcelona) se escucha más el castellano en los espacios públicos que el catalán...” (CASTBQ)

- A **Barcelona** el **català conviu amb el castellà** per la important presència de ciutadans **bilingües** i **castellanoparlants**. S'aprecia que el **bilingüisme** és un fenomen molt estès i arrelat a la capital catalana, donant-se una convivència del català i del castellà als espais públics de Barcelona molt més important que a la resta de Catalunya.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



Una bona part dels residents a la gran Barcelona (Barcelona i la seva àrea metropolitana) provenen de la resta de l'Estat espanyol o són **descendants dels immigrants espanyols** que van arribar als anys 60 i 70. Molts d'aquests ciutadans no tenen el català com a primera llengua i **acostumen a expressar-se en castellà**, malgrat que la major part coneix i sap parlar català. A banda d'aquest habitants, també viuen a Barcelona persones, sobretot **grans**, que mai utilitzen la llengua catalana, ja que el seu **coneixement** de la mateixa és **mínim**.

- **Barcelona** s'ha convertit en una ciutat **multicultural i multilingüe** per la important arribada els darrers anys de molts estrangers procedents de totes les parts del món i que parlen diferents llengües. L'arrelament d'aquesta població a la ciutat comporta la convivència de la llengua catalana amb les llengües dels països d'origen d'aquestes persones.

“...la gran ciudad distorsiona un poco...hay más variedad cultural y se mezcla un poco más todo...” (CAST BQ)

“...en una ciudad muy cosmopolita, como Barcelona, hay gente de todas partes...” (NF CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



- **Diferències sociodemogràfiques a la mateixa Barcelona segons zones/barris:**

Dins la ciutat de Barcelona l'ús del català als espais públics no és uniforme. Els participants opinen que a segons quines zones i barris de la ciutat la presència del català és major o menor, segons el **tipus de població** que hi resideix.

- Associen **un ús molt residual del català** com a llengua utilitzada en l'espai públic als “**barris obrers**”, a les zones on tradicionalment es van instal·lar els **immigrants** procedents d'Espanya on també resideixen els seus descendents, i a les àrees de Barcelona on s'estan arrelant la major part dels **nouvinguts**.

“...depèn del tipus de barri o barriada en la que estiguis...barris més perifèrics com Viladecans o L'Hospitalet, jo soc de Cornellà i hi ha molta gent d'Andalusia i d'Extremadura...” (JOVES BIL)

- Consideren que la **llengua catalana** és utilitzada de forma habitual en l'àmbit públic dels barris i zones on resideixen els **ciutadans d'estatus sociocultural alt i mig alt**.

“...el que habla catalán parece un poco más culto...es como un símbolo de cultura o clase más alta...vas a hablarle a un obrero y, a lo mejor les hablas directamente en castellano...” (NFCAT)

- S'identifica la **part alta** de Barcelona, on preferentment resideixen els “**pijos**”, amb una zona de **parla dominant castellana**.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



⇒ Tipus d'espai públic:

A tots els grups de discussió predomina la impressió que **l'ús de la llengua catalana no és igual en tots els espais públics**, i d'aquesta manera s'aborden uns determinats tipus d'espais. Cal assenyalar que a cap dels grups es fa referència a espais lligats a l'oci, fet que indica que a aquest últim se'l relaciona més amb l'àmbit privat.

- Dins de **l'àmbit laboral** s'estableixen 2 grans espais diferenciats: l'Administració pública i les empreses privades.
 - Majoritàriament es percep que a les instal·lacions dels **organismes públics**, de l'administració autonòmica i municipal, el **català** és la llengua principal d'ús.

Partint d'aquesta percepció majoritària, uns consideren que aquest **predomini del català** és fruit d'una **imposició** que obliga als funcionaris a fer servir el català com a **primera llengua d'atenció a l'usuari**, mentre uns altres es decanten per assenyalar que és **lògic** que sigui el català la llengua predominant d'ús essent aquesta la **llengua pròpia de Catalunya**.

D'altra banda, també alguns manifesten que és freqüent que els **usuaris escullin el català** per dirigir-se als funcionaris autonòmics o locals.

“...cuando me dirijo a la Administración, me dirijo en catalán porque pienso que me hacen más caso, tengo la sensación de que si me dirijo en castellano me van a infravalorar...” (CAST BQ)

Cal afegir que alguns dels participants que treballen a l'Administració reconeixen fer servir principalment el català com a llengua d'atenció al públic, però que entre els companys de feina es parlen ambdues llengües, segons la pròpia de cada individu.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



- En relació a les **empreses privades de serveis** es detecten dos tipus de realitats lingüístiques segons la política aplicada:
 - La directriu és **adaptar-se** a la llengua utilitzada pel client: en aquests casos el predomini d'una de les dues llengües –castellà o català- dependrà d'altres factors com el tipus de clients i/o la zona on estigui instal·lada l'empresa.

“...estamos trabajando en empresas de servicios...la persona que viene a pedir tu servicio tiene derecho a que tú le contestes en su idioma...” (CAST BQ)
 - Existeix una **política lingüística interna** que determina l'ús del català com a llengua d'atenció als clients i proveïdors, configurant-se aquesta com un tret definitori de l'empresa.
- L'ús públic del català als **comerços i locals de restauració** s'assimila en gran mesura a allò descrit al voltant de les empreses privades.
 - Els empleats **s'han d'adaptar** a la llengua utilitzada pel client: en aquests casos el predomini d'una de les dues llengües –castellà o català- dependrà del tipus de clients i/o la zona on estigui instal·lada l'empresa.
 - Existeix una **política lingüística interna** que determina l'ús del català com a llengua primera d'atenció al client.

Tanmateix hi ha un important **element diferenciador**, assenyalat a tots els grups, que és l'elevat percentatge **d'estrangers** contractats com a cambrers i dependents. Aquest fet porta a la majoria de clients a fer servir el castellà a l'hora de dirigir-se als empleats als quals, pels seus trets físics, identifiquen amb persones nouvingudes.

“...si vas a comprar i qui trobes és un pakistaní, si li parles en català, amb prou feina t'entén el castellà...busques la facilitat i mira, parles castellà...” (CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



- Als **centres d'estudis** els participants diferencien clarament dos espais: l'escola i la universitat.
 - De manera majoritària s'assenyala que als **col·legis** –públics i concertats- el català és la llengua vehicular, tal i com estableix la **política d'immersió lingüística**. La **llengua catalana** és la **d'aprenentatge** dels alumnes i la de **relació** entre el personal docent i administratiu de les escoles, tant entre ells com amb l'alumnat.

Tot i això als centres docents també s'usen **altres llengües**. Per una banda hi ha les llengües maternes dels alumnes fills **dels nouvinguts**, i per altra el **castellà**, que té una forta presència **durant l'esbarjo** dels estudiants.

“...al col·legi, el 80% dels nens quan surten al pati esta parlant en castellà...” (BIL AQ)

Els participants que tenen fills en edat escolar també destaquen a les reunions de pares i a les entrevistes amb els professors que la llengua utilitzada preferentment és el català.

- A la **universitat** es destaca (per part dels bilingües, els nascuts fora de Catalunya i aquells que han passat per la universitat de la resta de grups) que **no existeix una normativa** sobre l'ús de la llengua catalana com la existent a l'educació obligatòria.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



De tal manera que, segons els participants, a les aules universitàries entren en joc els següents factors a l'hora de determinar l'ús del català o del castellà com a **llengua vehicular**:

- La **decisió** personal del **professor**: el professor té la llibertat i la potestat d'utilitzar la llengua que vulgui a l'hora de donar les classes. Els criteris de decisió no estan sotmesos a cap directriu, i el docent decideix segons la valoració dels aspectes que ell valora determinants.

"...si el mateix professor és d'alguna altra comunitat i parla castellà i la gent és catalana pues hi ha problemes i, segons a quina universitat encara més..." (JOVES BIL)

"...depèn molt dels professors...davant d'aquesta situació he vist reaccions de tot tipus..." (CAT)

- La **presència d'estudiants estrangers** fa que en molts casos les classes s'imparteixin en castellà, durant tot el curs o durant un període considerat prudencial pel professor per assegurar la comprensió de les matèries per part de tot l'alumnat.

"...hi havia dos nois sud-americans a la classe i el professor va dir jo les meves classes les faig en català però com aquests dos nois acaben d'arribar esperem que al Nadal o a Setmana santa puguin fer les classes en català..." (JOVES BIL)

- Els **alumnes** poden dirigir-se al professor i fer les proves tant en català com en castellà sense que hi hagi **cap normativa o indicació al respecte**.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



- A l'hora d'analitzar l'ús de la llengua catalana al **carrer**, per una banda s'assenyalen els condicionants mencionats anteriorment respecte on es desenvolupa l'acte comunicatiu (si és a Barcelona o a la resta de Catalunya i a quina zona o barri es desenvolupa), i els factors que analitzarem posteriorment lligats a l'interlocutor, per l'altra.

La major part de la mostra considera que en les converses de carrer establertes amb desconeguts a Barcelona on no hi ha referents (cap norma, cap rol establert, ni cap coneixement previ), la majoria dels ciutadans es decanten per **fer servir el castellà**.

“...el 90% de la gent del carrer parla castellà i, això no vol dir que no parli català...” (BIL AQ)

Es considera que aquesta elecció està guiada per la **creença** que **tothom** –excepte alguns nouvinguts- **sap castellà**. És a dir, tenint en compte que l'objectiu és que els interlocutors s'entenguin, el més adient és iniciar la conversa en la llengua amb més probabilitats de ser coneguda.

“...la lengua que, más o menos, todo el mundo entiende es el castellano...todos tenemos, en un principio que dirigirnos a esa persona en castellano...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



- ▶ L'altre tema central abordat a l'hora d'assenyalar els condicionants de l'ús de la llengua catalana als espais públics és **l'interlocutor** i el **rol** que desenvolupa cadascun dels actors de l'acte comunicatiu. Es detecten fins a **3 factors** que determinen la utilització d'una llengua o una altra en el **moment d'inici** d'una conversa en l'àmbit públic:

⇒ **Grau de relació/coneixement/vinculació existent entre ambdós actors:**

De forma general, els participants asseguren que a l'hora de parlar **s'adapten** en la mesura del possible **a la llengua del receptor si tenen un coneixement previ de l'interlocutor**. És a dir, si saben que el cambrer del bar on van habitualment, o el dependent de la botiga on compren de forma freqüent ,etc., parlen una determinada llengua, la faran servir a l'hora de dirigir-se a ells.

"...depenent de la persona que tinguis al davant parles en una llengua o una altra..." (BIL AQ)

Menys freqüent resulta que cadascú mantingui la seva llengua durant el transcurs d'una conversa. Les **comunicacions bilingües** són majoritàriament acceptades per tots els grups de discussió, però bàsicament són dutes a terme pels catalanoparlants i castellanoparlants, tant catalans com nascuts fora de Catalunya, quan hi ha establerta amb l'interlocutor una relació de certa **confiança**, i en les quals es valora la fluïdesa i tenint la certesa de no "ofendre" ni incomodar l'altre.

"...nunca he tenido problemas para hablar...para gente que hable catalán hablarles en castellano...o sea si yo me dirijo en castellano y me hablan en catalán no hay problema..." (CAST BQ)

"...con gente que trabaja conmigo que es muy catalana...Ella sigue hablando en catalán, yo en castellano y, no nos damos ni cuenta..." (BIL AQ)

En aquest cas, gràcies al seu domini d'ambdues llengües per igual, els **bilingües s'adapten** a la llengua de l'interlocutor d'una manera espontània i automàtica.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



⇒ Variables d'identificació lingüística:

A l'hora d'iniciar una comunicació en l'entorn públic amb un desconegut, tots els individus realitzen un treball **deductiu** inconscient per tal **d'associar el receptor** amb una determinada llengua i assegurar, en la mesura del possible, la fluïdesa i efectivitat de la comunicació.

Els elements **d'identificació lingüística** esmentats són:

- Els trets físics:
"...si li veig rasgos que no són d'aquí parlo castellà, però si puc saber que és una persona d'aquí li continuo parlant en català..." (CAT)
"...m'he trobat algun cas d'alguna persona de color que, vulguis o no, et sobta que et contesti en català..." (BIL AQ)
- L'estètica:
"...si vas vestit com la pel·lícula aquella, com la Juani, dons ho associes una mica a castellà..." (CAT)
- L'accent:
"...a mí en la calle todo el mundo me habla en castellano...en cuanto te escuchan el acento te hablan en castellano..." (NF CAT)
- El nivell cultural associat:
"...el castellà sempre està relacionat amb treballadors de ma d'obra...treballador no qualificat..." (BIL AQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



- L'edat:
- L'espai:
"...depèn quins barris ja veus una miqueta l'ambientillo, el tipus de decoració...notes que són gent andalusa, castellana..." (JOVES BIL)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



⇒ **Rol desenvolupat: ser emissor o receptor i el context on es desenvolupa la situació comunicativa.**

- **Emissor:** Davant d'un **interlocutor desconegut** en l'àmbit públic, la tendència majoritària dels emissors és fer servir la llengua que adjudiquen al receptor basant-se en les variables **d'identificació lingüística**. És a dir, el receptor "mana" i determina la llengua utilitzada per l'emissor de forma involuntària.

Aquest comportament neix de l'**objectiu** d'aconseguir una **comunicació fluïda i efectiva**, i és el predominant a tots els grups analitzats excepte entre els castellanoparlants. Aquests, basant-se en la percepció que "tothom entén el castellà", utilitzen d'entrada aquesta llengua en la majoria de casos.

- **Receptor:** En el cas de ser el receptor, els individus es diferencien segons el **grau d'identificació amb la seva llengua** materna i la seva **competència lingüística** en català i castellà, malgrat el predomini de l'opinió que "l'educació" i el "respecte" són els criteris que han de marcar i marquen l'elecció de la llengua:

- Els **bilingües s'adapten** a la llengua de l'emissor.

"...per educació...si et parlen en castellà respos en castellà i, si et parlen en català respos en català..." (JOVES BIL)

- Els **catalanoparlants s'adapten** majoritàriament a la llengua de l'emissor, canviant al castellà si l'emissor utilitza aquesta llengua.

"...e català és el que sempre s'adapta perquè mai un castellà et parlarà català, sempre és al contrari, tu li parles en castellà..." (CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



No obstant, alguns asseguren fer ús del català, **mantenint-lo** per una postura de **reivindicació** de la llengua catalana o per sentir-se molt “**estrany**” parlant castellà.

- Els **castellanoparlants** –tant catalans com nascuts fora- tendeixen a **contestar en castellà**, especialment aquells que se senten més limitats o incòmodes fent servir el català, una vegada més argumentant que gairebé tothom entén el castellà.

“...como no es necesario, como si hablo en castellano me entienden, pues no me suelto...” (NF CAT)

A més a més, **en el cas del receptor** també entren en joc els **condicionants del context** (laboral, docent, servei, comerç, etc.), que determina el **paper** desenvolupat per cadascú i, en conseqüència, la “subordinació” d'un a la llengua de l'altre per les **regles i normes** que determinen les relacions desenvolupades en aquest tipus d'entorns.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



2.3. Situacions comunicatives

- ▶ En els espais públics es poden donar diverses **situacions comunicatives** on l'ús del català dependrà, en un inici, dels condicionants prèviament esmentats **d'escenari i interlocutor**. Al mateix temps, les situacions comunicatives també variaran segons la **identitat lingüística** de cada actor i de quin paper desenvolupi en cada moment: **emissor o receptor**. Aquests es comportaran de manera diferent segons l'interlocutor que tinguin al davant.
- ▶ El següent punt presenta inicialment les situacions comunicatives esmentades en els grups investigats i seguidament les vincula a exemples concrets. Es descriuen les situacions presentant-les des del punt de vista de l'emissor i del receptor.

⇒ Situacions comunicatives segons l'emissor:

- Segons **l'emissor** sigui catalanoparlant, bilingüe o nascut fora de Catalunya, la situació comunicativa en l'àmbit públic es desenvoluparà d'una manera o d'una altra.

▪ Emissor catalanoparlant:

Si **l'emissor catalanoparlant** té un **receptor bilingüe o catalanoparlant**, les bases de la conversa s'establiran d'entrada en català:

"...si és d'aquí, d'entrada parlo en català..." (CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



En el cas que el **receptor sigui castellanoparlant**, la conversa estarà condicionada per la reacció del receptor. Inicialment es parlarà català i si el receptor ho entén es continuarà la conversa en català. En el cas que l'emissor catalanoparlant detecti dificultats en el seu interlocutor (accent, manca de fluïdesa, etc.), es passarà al castellà:

“...en todos los sitios me comienzan a hablar en catalán y cuando yo les contesto en castellano, me siguen hablando en castellano...” (NF CAT)

Per últim, en una situació on **el receptor és un nouvingut**, la predisposició és sempre a dirigir-s'hi en castellà:

“...amb els nouvinguts és més probable que t'entenguin en castellà...” (CAT/BIL)

■ Emissor bilingüe:

Quan **l'emissor bilingüe** té al davant un receptor **catalanoparlant** la situació és la mateixa que en el cas anterior, és a dir, la conversa es desenvoluparà en català:

“...si et parlen en castellà respons en castellà, si et parlen en català respons en català; surt de manera inconscient...” (JOVES BIL)

Si es tracta d'un receptor castellanoparlant, la tendència de l'emissor bilingüe és parlar en castellà ja que, de manera natural i inconscient, fa servir una llengua o una altra segons qui tingui al davant:

“...a nosaltres tant ens fa parlar amb una llengua o altra; som bilingües, per tant, l'interlocutor és qui mana...” (JOVES BIL)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



De la mateixa manera que passa amb l'emissor catalanoparlant, quan l'emissor bilingüe té al davant un receptor nouvingut, la conversa serà d'entrada en castellà.

- **Emissor nascut fora de Catalunya:**

Quan l'**emissor nascut fora de Catalunya** es troba amb **receptors catalanoparlants o bilingües**, de manera majoritària **parla en castellà**. La seguretat que seran entesos en castellà, la seva llengua, i la vergonya que senten per considerar que no parlen correctament el català, fa que iniciïn les converses en castellà:

“...como hablan las dos lenguas, voy a lo seguro si hablo en castellano...” (NF CAT)

“...para que voy a hablar en otro idioma si me entienden en castellano; es como hacer un esfuerzo mental para nada...” (NF CAT)

Si en algun cas s'expressen en català, ho fan introduint alguna paraula, frase o expressió en català per deferència amb l'interlocutor.

“...de vez en cuando suelo alguna palabra en catalán porque sé que lo van a valorar...” (NF CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



⇒ **Situacions comunicatives segons el receptor:** Des del punt de vista del **receptor** es poden donar les següents situacions:

- **Receptor catalanoparlant:**

Si el **receptor catalanoparlant** té un **emissor bilingüe** la conversa serà en català:

“...si puc saber que és una persona d'aquí, li continuo parlant en català; és la nostra llengua...” (CAT)

Quan l'emissor és castellanoparlant, els catalanoparlants, com a receptors, en la majoria dels casos canvien de llengua per **educació i respecte**:

“...si em parlen en castellà contesto en castellà, és un tema de respecte...” (CAT)

No obstant, es donen certs casos on no es canvia. Mentre que alguns consideren que s'ha de parlar català “**per fer país**”, d'altres expressen que els resulta **molt estrany i incòmode** canviar d'idioma:

“...crec que els que parlem català hem de seguir parlant-lo perquè no es perdi...” (CAT)

“...em costa canviar o canvio i torno al català perquè em surt; és la meva llengua...” (CAT)

Finalment, si tenen davant a un emissor nouvingut, el normal és que la conversa sigui en castellà. Si l'emissor nouvingut s'expressa en català, la reacció és de sorpresa. Continuen la conversa en català però si veuen que els costa expressar-se o mostren dificultats canvien i tornen al castellà.

“...d'entrada no t'esperes que et parlin en català. A l'hospital et ve un del Magreb, li parles en castellà i et parla en català perquè resulta que ve de Torelló i només ha après el català...” (CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

2. L'ús del català en l'àmbit públic



- **Receptor bilingüe:**

Quan **el receptor és bilingüe i l'emissor castellanoparlant**, com en el cas anterior, el normal és que la conversa es desenvolupi en castellà:

"...surt el castellà de manera instintiva. Parlar català seria estrany. A cada un la seva llengua sense problemes..."
(CAT)

Si **l'emissor és un nouvingut**, el receptor bilingüe reacciona de la mateixa manera que el catalanoparlant.

- **Receptor nascut fora de Catalunya:**

El més destacat és la situació comunicativa davant un emissor catalanoparlant. En la majoria dels casos la conversa es desenvolupa en castellà.



3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



En aquest apartat es recull la percepció i la valoració de la promoció de l'ús de la llengua catalana en l'àmbit públic, prenent com a punt de partida la importància atorgada pels participants a que es faci servir aquesta llengua als espais públics.

3.1. Importància atorgada a l'ús del català en l'espai públic

- ▶ Al discurs realitzat pels participants als grups de discussió, es detecta que la majoria **no atorga importància** al fet que s'utilitzi el català com a llengua de comunicació en l'àmbit públic; no és un assumpte que preocupi ni que es tingui present. En aquest sentit, la majoria aposta perquè cadascú faci servir la llengua amb la qual se senti més **còmode** i amb la que tingui més **capacitat i competència** per expressar-se.

“...des de petit he dit Visca Espanya i Visca Catalunya, parlo català amb la meva família per comoditat, m'és igual, passo de lios i de tot...” (CAT)

La **llibertat** per poder escollir entre les dues llengües és l'element fonamental per a tots els individus a l'hora de comunicar-se en l'àmbit públic i tots els espais concrets que el conformen. A més a més, molts dels participants reforcen aquest argument amb el de la **cooficialitat d'ambdues llengües** a Catalunya, fet que recolza la seva opinió que totes dues llengües es poden i s'han d'utilitzar públicament, deixant que cada individu utilitzi la que vulgui.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



- ⇒ Només una petita part de la mostra (formada per alguns catalanoparlants i alguns bilingües) manifesta **concedir importància** a que es faci servir la llengua catalana en l'àmbit públic. Aquests individus consideren que si el català no s'utilitza habitualment als espais públics corre el **perill** d'acabar "arraconat" als entorns domèstics, sense una presència social pública que correspongui a la seva categoria de **llengua pròpia** de Catalunya i a la **identificació i estimació** que ells senten per la mateixa.

"...és més important utilitzar-lo, més casi que a la família en tot lo que és l'àmbit públic...universitat, cole...perquè sinó es des d'aquí que e potencia, potser sí que es va perdent i només es queda en l'àmbit familiar..." (CAT)

"...sinó és important aquí, no ho seria enlloc, no?...aquí crec que s'està perdent bastant...a Barcelona...crec que els que parlem català hem de seguir parlant perquè no es perdi..."(CAT)

"...és important que estigui a tots els àmbits...perquè la gent de fora conegui la nostra cultura, la nostra llengua perquè no es perdi, perquè se sentin familiaritzats, perquè es puguin integrar,, és un orgull parlar català..." (CAT)

"...es pot parlar les dues coses, però millor català perquè estem a Catalunya..." (BIL AQ)

La percepció d'aquest perill incrementa la seva **gravetat** quan s'afegeixen dues dades a la seva anàlisi:

- El **castellà** (la llengua competidora) gaudeix d'un major coneixement entre el conjunt de la població. Aquest fet reforça la possibilitat que el català quedi relegat en l'àmbit públic a un ús molt minoritari, aclaparat per l'ús generalitzat del castellà a la majoria d'àmbits públics.
- L'assoliment d'un **context multilingüe** (sobretot a Barcelona) suposa nous reptes per aconseguir que els nouvinguts adoptin la llengua catalana com a llengua de comunicació als espais públics.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



3.2. Importància atorgada a la promoció de l'ús de la llengua catalana a l'àmbit públic

- ▶ A la mostra investigada apareixen postures favorables i contràries a la promoció de l'ús del català a l'àmbit públic que depenen dels següents factors: la percepció de la vitalitat de la llengua catalana, la sensació de progressiva imposició del català, la percepció d'excessiva dedicació d'esforços i mitjans a la promoció del català, i l'aposta pel bilingüisme com a element enriquidor i diferenciador de la societat catalana.

⇒ Arguments contraris a la promoció de l'ús del català en l'àmbit públic:

Entre els participants, que es manifesten **menys favorables** a la promoció de l'ús de la llengua catalana, s'apunten els següents **arguments** que justifiquen la seva percepció de **secundarietat**:

“...es la lengua de Catalunya y es una lengua cooficial, pero tampoco creo que haya que hacer estragos para montar una campaña para que la gente se inmersa...” (CAST BQ)

- El català compta amb una **bona salut i una bona vitalitat** i està **present a tots els àmbits**.

“...la potenciació la entendria en el sentit en que fos una llengua cada vegada menys utilitzada, que crec que no és el cas...” (JOVES BIL)

“...crec que el català segueix i està creixent moltíssim...” (CAT)

“...importante para mí, no lo es en absoluto...el catalán ya está presente en cualquier lugar...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



- La **societat catalana és bilingüe** i per tant s'ha de potenciar i donar valor a aquest fet enriquidor i diferenciador des dels poders públics.

“...que tengas las dos opciones, porque como es una comunidad bilingüe, para elegir lo que quieres hablar...” (NF CAT)

- El **futur** de la presència i l'ús del català als espais públics està **assegurat** per la **immersió lingüística** aplicada als centres d'educació obligatòria. La immersió comporta que els nens, ara i quan siguin adults, utilitzin el català de forma habitual en les seves comunicacions en l'àmbit públic.

“...a l'escola es parla en català...la gent entre ells s'acabarà parlant en català...” (JOVES BIL)

“...els nens veus com parlen català i el hindú...no saben parlar, molts el castellà, parlen el català...” (BIL AQ)

- Consideren que es **destinen molts mitjans i esforços** a la promoció de la llengua catalana, mentre es deixen **desatesos** altres temes que ells consideren més importants pel desenvolupament, el progrés i el benestar de la societat catalana.

“...hi ha coses més importants...educació, sanitat...un munt de coses més importants que no pas això...la gent ja es comunia sigui en un idioma o en un altre...” (JOVES BIL)

“...es importante que se promueva pero no fijarse...no hacerlo un tema sólo...no fijar el 90% en eso y, el 10% restante, nos preocupamos del resto de...cosas que se tienen que promover para que la sociedad tenga un equilibrio...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



- Aprecien que l'existència de les actuals normes **lingüístiques i la realització de campanyes** per fomentar el català dibuixen un escenari lingüístic que no encaixa amb la realitat, i que resulta “antipàtic” per a molts catalans i per la majoria de ciutadans de l'Estat espanyol. Tot això genera un **clima d'oposició i conflicte al voltant** de la llengua catalana que no és desitjable ni beneficis per ningú.
- Opinen que les **successives normatives** al voltant de la llengua catalana imposen el seu coneixement i ús als ciutadans. Aquesta **imposició/obligació** és viscuda molt negativament. S'interpreta com una limitació de la llibertat d'elecció dels individus, com un atac al castellà, com una defensa i protecció del català en detriment del castellà, com un intent d'homogeneïtzar els catalans, etc. És per això que qualsevol iniciativa que els faci pensar en una nova acció dels poders públics per determinar i establir quina llengua s'ha d'utilitzar genera **oposició**, o és vista amb molta **precaució**.

Els defensors dels arguments contraris a la promoció de l'ús de la llengua catalana en l'àmbit públic pertanyen a tots els grups de discussió analitzats, concentrant-se especialment entre els castellanoparlants (tant nascuts a Catalunya com a altres CC.AA.) i els bilingües d'alta qualificació.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



⇒ Arguments favorables a la promoció de l'ús de la llengua catalana en l'àmbit públic:

Els individus que consideren la llengua catalana com una **part de la seva identitat** però també com un **element definitori de Catalunya i la seva cultura**, són els que es mostren més **favorables** a la promoció de l'ús del català en l'àmbit públic. Valoren necessària la realització de campanyes per promocionar l'ús de la llengua catalana que assegurin la seva presència a tot tipus d'espais i àmbits públics.

La percepció que el **català** està en **risc** –des d'una situació de “minorització” fins a la seva possible desaparició- reforça la seva postura i els porta a considerar necessària l'aplicació de mesures que garanteixin la presència i l'ús del català, tant enfront del castellà com respecte a totes les altres llengües que ja conviuen a Barcelona.

“...si a casa els pares parlen en castellà, jo crec que el que predomina és la llengua de casa, no la del col·legi...” (JOVES BIL)

“...sí que creo que tiene que haber un poco de obligación...porque si no nadie lo hablaría...” (NF CAT)

“...importància, tota la del món, perquè tal i com està la cosa, la llengua minoritària s'ha de cuidar especialment...sinó se la menjaria una altra...” (BIL AQ)

“...no que la gente se obsesione con el catalán, pero hay gran cantidad de población en Catalunya que no son catalanes, hay castellanos y de miles de países...si no se sigue cuidando el catalán, hay sectores donde se hablará y sectores donde se ignorará totalmente...” (CAST BQ)

Aquesta posició és defensada principalment pels individus catalanoparlants i per aquells bilingües que més propers es senten del català.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



Generalitat
de Catalunya

3.3. Referents i record de campanyes

- Abans d'abordar el record de les campanyes realitzades per fomentar l'ús de la llengua catalana en l'àmbit públic, és interessant recollir l'opinió dels participants en relació a l'**eficàcia associada** a aquest tipus de campanyes. Cal dir que aquest tema sorgeix espontàniament entre els assistents als grups de discussió que, sense cap indicació, es qüestionen la utilitat real d'aquestes iniciatives a l'hora de modificar comportaments:

- Es considera que l'**efectivitat** d'una promoció que persegueix modificar el comportament individual i lliure dels ciutadans (i, a més a més, en un àmbit obert i sense normes) pot ser **bastant limitada**. En aquesta línia, es destaca que una campanya amb aquest objectiu topa, per una banda, amb la **llibertat d'elecció** dels individus i, per una altra, amb la dificultat d'haver de generar una **predisposició favorable** sobre un tema que, com ja hem vist, no està present en la voluntat dels individus.

“...els espais públics han de lluitar perquè no es perdi l'idioma...però això no quita que la gent sigui lliure d'escollir el que vol parlar...” (BIL AQ)

“...es un tema difícil de enfocar porque cada uno se identifica con una lengua y, por mucho que te motiven...es difícil...” (BIL AQ)

- S'assenyala la possible aparició **d'efectes negatius** associada a aquest tipus d'iniciativa (efecte rebot i oposició), els quals poden, fins i tot superar els assoliments pretesos per la promoció. Per un costat, pot provocar l'**oposició** dels segments tradicionalment més contraris a les iniciatives de promoció del català; i també, generar cert **rebuig** entre sectors que ja utilitzen el català a l'àmbit públic per iniciativa i decisió pròpia.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



Generalitat
de Catalunya

- Si no es fa la promoció a **canals molt diversificats**, només arriba a un tipus de públic que ja està sensibilitzat o és proper a la promoció general de la llengua catalana.
- Si no s'acompanya la promoció amb **instruments i mecanismes** concrets per facilitar i animar la gent a fer servir el català, la promoció serà ineficaç.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



- La campanya de “**La Queta**” es posiciona com **la més notòria** en el conjunt de la mostra investigada, rebent mencions a tots els grups de discussió realitzats.

Aquesta campanya compta amb una **valoració predominantment positiva**, de la qual es destaquen els següents **punts forts**:

- Missatge clar i proper:** tots valoren positivament el missatge per encoratjar els castellanoparlants o parlants d'altres llengües a fer servir el català. “Ataca” la vergonya i la por de no parlar correctament, dos dels frens més instal·lats entre els que no parlen català per no fer ús d'aquesta llengua; i anima a llançar-se a utilitzar el català.

“...se refería a que intentes hablar el catalán, aunque lo hagas mal pero que lo intentes, si te equivocas no hay ningún problema...” (CAST BQ)

“...que lo intentase sin miedo...y sin vergüenza...” (CAST BQ)

- To simpàtic i desimbolt:** sense cap element que remeti a obligacions o imposicions, animant als ciutadans a fer servir el català però deixant oberta la porta a la lliure elecció de l'individu.

“...que no tinguessis vergonya de parlar en català i que si t'equivocaves que tornessis a començar, que l'important era intentar-ho i agafar fluïdesa...” (JOVES BIL)

- Públic destinatari definit i concret:** es percep com una campanya destinada principalment als nouvinguts i també als catalans que habitualment parlen castellà. Només alguns la veuen també destinada als catalanoparlants que canvien de llengua en determinades situacions.

“...ha donat un missatge a la gent que sabem català...tendim a parlar castellà durant el dia amb molta gent...a mi em va donar una miqueta un toc d'atenció de dir: per què no parlo més català?...” (CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



- **Fàcil de recordar:** per la cançó.

“...todo el mundo se acuerda de esa campaña...lo que busca una campaña así...” (CAST BQ)

Els **comentaris negatius** es centren a considerar estèticament desagradable la Queta, o a considerar que no va arribar als seus destinataris:

“...la boca aquella que parlava català...allò era horrorós...crec que només ho enteníem els catalans...”(CAT)

“una cosa que és pels de fora i se'ns queda a nosaltres...” (CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

3. La promoció de l'ús del català en l'àmbit públic



► A nivell puntual, **altres campanyes** recordades són:

- “Habla catalán”: nascuts fora de Catalunya.

“...ahora escucho anuncios por la radio de “Habla catalán”...y en prensa también he visto anuncios de que se hable el catalán primero para que entiendas, y segundo porque quieres que se arraigue más a la gente de aquí porque hay mucha gente catalana que no habla catalán...” (NF CAT)

- “Ets guai”: joves bilingües.

“...més adreçada a utilitzar el català perquè té molta varietat...per poder expressar-se més correctament, amb més claredat...suposo que era pel bon ús de la llengua...” (JOVES BIL)

- “El català connecta, passa-ho”: joves bilingües (a la ràdio).
- “Demana en català”: bilingües atenció al públic d'alta qualificació.
- “Ajuda'm, parla'm en català” catalanoparlants.



4. Resultats de la fase creativa



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



Al present capítol es recullen els resultats de la fase creativa, on els participants havien de: dissenyar una campanya per promocionar l'ús de la llengua catalana en l'àmbit públic, definint el seu públic objectiu i el concepte al voltant del qual giraria aquesta campanya; traslladar aquest concepte a un espot on es pogués visualitzar amb una situació i personatges concrets; i finalment fer un collage on quedés recollida l'atmosfera i el to de la campanya.

4.1. Idees de campanya i eixos de comunicació proposats

- ▶ Del conjunt de conceptes proposats, emergeixen diversos eixos que es perfilen com a idees bàsiques que els participants a les reunions de grup consideren més encertats per construir una campanya de promoció de l'ús del català en l'àmbit públic:

o Eix: Integració

- “Intenta-ho”. “Prova-ho”. “Llança-t'hi”.

La meitat dels participants del grup de discussió format per joves bilingües, crea una campanya que gira al voltant del concepte que parlar català a l'àmbit públic serveix per **integrar-se** i per **sentir que es forma part** de la societat catalana.

“...el primer objectiu és per intentar-ho, per adaptar-se, per sentir-se catalans, per totes aquestes coses...” (JOVES BIL)

Volen transmetre la idea de “útil” i de “pràctic” que té pels **nouvinguts** el fet de poder parlar català als espais públics, acompanyada de la percepció de que el català **és fàcil** d'aprendre i de parlar.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



D'aquesta manera, els **destinataris** de la campanya serien principalment els nouvinguts.

“...a qualsevol persona que estigui a Catalunya, especialment pues a la gent que tingui més dificultats per parlar en català...immigrants...” (JOVES BIL)

S'hauria donar a la campanya un **to** desimbolt que motivés i animés a “llançar-se” a parlar català d'una forma acollidora i amable.

“...hem parlat molt de que no fos una cosa imposada...sinó centrar-ho com un: S'ha d'intentar...que no sigui res de parl ja, sinó de començar-ho a intentar...” (JOVES BIL)

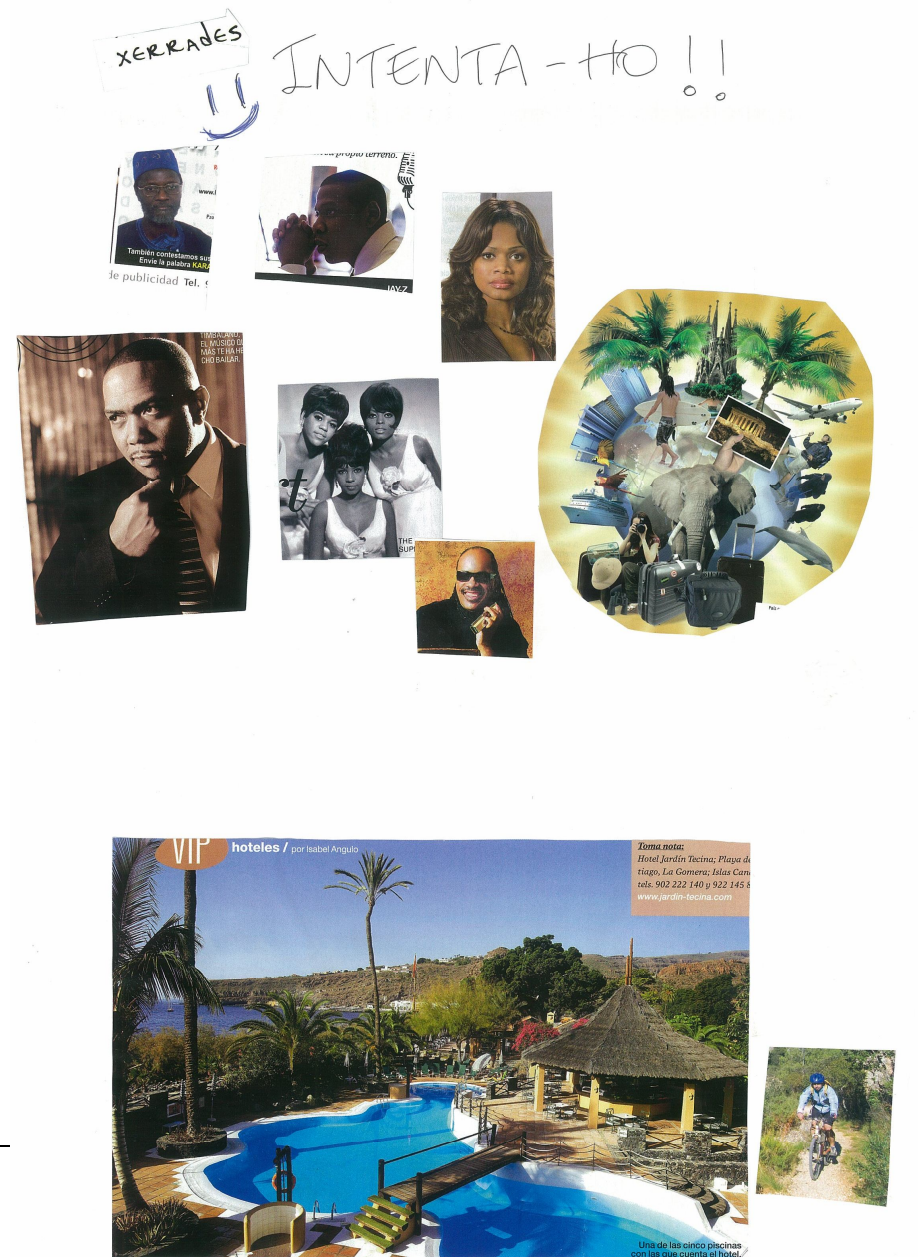
El **context** seria multicultural .

Situació plantejada: Dos nouvinguts (immigrants), un que ja està integrat, l'altra que acaba d'arribar. parlen el seu idioma i es veu el que diuen en subtítols en català.
el que acaba d'arribar té por i es tanca a parlar el català.
l'altre li diu que no passa res, que es fàcil.
el missatge que li dóna és no tinguís por, no passa res, poc a poc.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa





Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



- “Si vols integrar-te i fer arrels a Catalunya, parla català”

Amb molts punts en comú amb la campanya anterior, un dels equips del grup d'individus bilingües d'alta qualificació amb tasques d'atenció al públic, dissenya una campanya basada en el concepte de la integració dels nouvinguts mitjançant l'ús de llengua catalana als espais públics.

En aquest cas es parla d'una integració principalment social però també de prosperitat i qualitat de vida. Els **destinataris** serien també els nouvinguts, i el seu **context** també és multicultural.

“...en principi està pensat per a gent que vingui de fora, però no sé si també d'Espanya...millora de la qualitat de vida la trobaran a Catalunya i que, per això, val la pena, si vols integrar-te i fer arrels a Catalunya, parlar català...” (BIL AQ)

En relació al **to** de la campanya aposten perquè es plantegi com una invitació per tal que els destinataris es sentin convidats d'una forma amable i suau, que els faci apreciar els beneficis de parlar català per la seva vida a Catalunya.

Situació plantejada: Immigrants que surten del seu país d'origen, arriben a Catalunya, busquen feina, s'estableixen, formen família o arriben la resta de membre i es queden a viure aquí.



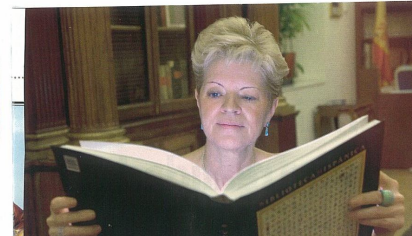
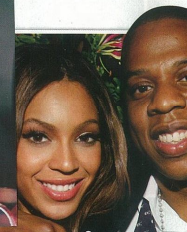
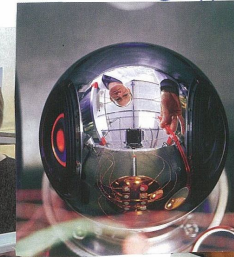
Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



SI VOLS INTEGRAR-TE I FER ARRELS A CATALUNYA
PARLA CATALÀ !!

ORÍGENES DISPARES
... El món de Dada





Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



- “Català: llengua integradora/d'unió”

Aquest concepte plantejat per l'altre equip de participants bilingües d'alta qualificació que treballen en tasques d'atenció al públic pertany, pel tractament que li donen els propis creadors, a dos dels eixos. (Encaixa en l'eix d'integració des del punt de vista que parlar català a l'àmbit públic serveix per integrar-se a nivell social i laboral a Catalunya, i en aquest sentit aniria en la mateixa línia que els anteriors).

“...para apoder acceder a un trabajo, a la cultura del territorio donde vives, para poder comunicarte con todo el mundo...”
(BIL AQ)

Tanmateix, els **destinataris** assenyalats per aquesta campanya són, a més a més dels nouvinguts, els espanyols que arriben a Catalunya.

S'aposta per donar a aquesta campanya un to amable i conciliador, que faci propera la llengua catalana a tots aquells que arriben, d'una forma positiva i cordial.

“...que accederás más fácil a un trabajo...conocerás más gente...algo positivo, en plan alegre...” (BIL AQ)

Situació plantejada: Estudiants de diferents cultures parlant català.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa





Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



⇒ Eix: Bilingüisme

- “Participa del canvi”

Aquest concepte, plantejat per un dels equips de joves bilingües, aposta per la promoció del bilingüisme des de la perspectiva que, promocionant el bilingüisme, es fomenta el català sense oblidar el castellà.

“...no imposar la llengua, perquè molts d'aquests anuncis de campanyes pel català, són català, parla català i només parla català, aquí estem parlant català....tenim una altra opció...” (JOVES BIL)

“...normalitzar l'ús del català...equiparar una mica les dues llengües, el que normalment parla català sona raro si parla amb accent català tot en castellà i a l'inrevés...” (JOVES BIL)

Perceben que des de les institucions, fins a ara, només s'ha potenciat una de les dues llengües. Per això es mostren partidaris d'una campanya que parteixi dels ciutadans, que valori i reflecteixi positivament el sentir i la realitat bilingüe que aquests troben en la seva quotidianitat.

Es mostren favorables al mestissatge lingüístic, prioritzant la comunicació i la convivència per sobre d'allò correcte i allò formal.

“...anar intercanviant, si igual hi ha coses que et surten millor en català i altres en castellà...mestizatge lingüístic...” (JOVES BIL)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



Reivindiquen que no només hi ha un tipus de català (el catalanoparlant), i que cal donar espai a la campanya als bilingües, redefinint la catalanitat des d'un punt de vista lingüístic: tan català és un bilingüe com un catalanoparlant. D'aquesta manera els bilingües es sentiran al·ludits i implicats.

A més d'aquesta intenció bàsica, opinen que la campanya ha d'ajudar a trencar els estereotips de catalans (el català-català, el català-xarnego, etc.).

"...trencar una mica els estereotips que hi ha...per què el manyo no pot venir, entrar i parlar català..." (JOVES BIL)

Els **destinataris** de la campanya serien els catalanoparlants i els bilingües.

Consideren que el **to** adequat hauria de ser humorístic, festiu i fresc, capaç de transmetre autocrítica i de generar identificació mostrant la realitat tal com és.

"...la idea és potenciar el català però sense deixar de banda el castellà, barrejat i fer-ho divertit..." (JOVES BIL)

El **context** és bilingüe.

Situació plantejada: Botiga amb ambientació exagerada de símbols tòpics: la bandera del Barça,, un poster de les muntanyes de Montserrat, uns fuets, etc..

Els personatges són un vellet de 70 anys mañico que va amb faixa (aspecte de típic maño).

A la botiga, un jove d'un poble de Lleida, amb un accent català molt tancat El maño demana en català amb accent de Saragossa.

- Quan val aquest fuet majito? I el jove li respon
- 3 euros con tanto, d'acord? Amb accent de Lleida



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa

PARTICIPACIÓ EN EL CANVI





Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



- **“Català: llengua integradora / d'unió”**

En aquest punt s'aborda aquest concepte des de l'eix del bilingüisme. Els individus bilingües d'alta qualificació que defensen aquesta idea, es plantegen com objectiu bàsic de la seva campanya aconseguir transmetre que el català és la llengua compartida i comuna a tots els catalans. Una llengua que és pont entre tots els que viuen a Catalunya, sense que ningú s'apropriï d'ella o l'utilitzi en el seu profit.

“...el lema seria: Catalán: lengua integradora, comunícate...un elemento común, el catalán que los una...” (BIL AQ)

Com a part important d'aquesta campanya assenyalen que ha d'incidir en canviar la imatge actual del català com a font de polèmica o conflicte. Se n'ha de donar una lectura positiva i despolititzar-lo.

*“...nos une el catalán, que el catalán no es un problema de integración...la imagen que se da es que el catalán divide...”
(BIL AQ)*

“...es un tema que manejan los políticos y la prensa y, nos está afectando mucho...esa confrontación para ellos es necesaria a la hora de sumar votos...” (BIL AQ)

El públic objectiu d'aquesta campanya són preferentment els castellanoparlants catalans, però també aquells que vénen de la resta de l'Estat espanyol i que han rebut *inputs* de la situació lingüística a Catalunya a través dels mitjans de comunicació.

“...gente que ya ha echado raíces aquí y que habla castellano, algo que le motivaría a hablar catalán...” (BIL AQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



El **context** és bilingüe i pel que fa al **to** aposten pel “bon rotllo”. “...subtil...bon rotllo...si convences, pots fer servir les dues llengües indistintament, si imposes potser l'altre se sent atacat...” (BIL AQ)

- **“Participació sense imposició / en llibertat”**

Aquest concepte, creat per un dels grups de castellanoparlants de baixa qualificació, aposta per la promoció del català en l'àmbit públic, però sempre deixant clara la llibertat d'elecció de l'individu de fer-ne ús o no.

“...participación palabra en castellano para que lo entiendan y sense imposició para que la persona no esté con una imposición...que es lo que no nos resulta atractivo de las campañas estas...” (CAST BQ)

La proposta planteja abordar en clau positiva la imatge del català i la seva promoció per tal d'aconseguir que no tinguin les connotacions negatives que actualment les impregnen.

“...desvincular el idioma de todo tipo de color político, todo tipo de imposición y vincular el idioma aun derecho de libertad...” (CAST BQ)

El **benefici associat** a aquesta campanya seria el de transmetre que els ciutadans tenen la llibertat d'escollir i la capacitat de decidir sense imposicions ni obligacions. En aquest sentit, s'aprecia que si es trenca la sensació d'imposició del català que aquests ciutadans perceben, una campanya de promoció del català pot ser interessant per a aquest grup.

“...incluso utilizar la palabra libertad me parece más positivo, es una palabra más positiva que no imposición...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



La proposta d'aquests individus apunta que la via més encertada per abordar aquest canvi d'imatge seria mostrar com el català pot ser un **instrument** que els **apropi** més als seus fills i néts, per establir un millor vincle generacional, per mostrar que pot no haver-hi **barreres de cap tipus**.

“...hincapié en los conflictos generacionales, entre comillas, de los que saben y los que no saben, el concepto de que te quedas fuera de juego...las nuevas generaciones te hablan en catalán...genera la obligación de que yo también tengo que saber catalán porque sinó ¿cómo contesto a la pregunta?...” (CAST BQ)

“...lo que queríamos representar es que no hay barreras de edad...que no hay barreras de ningún tipo, ni de edad, ni de idioma...” (CAST BQ)

En concordança lògica amb això, assenyalen com a públic **destinatari** de la seva campanya als castellanoparlants catalans com ells.

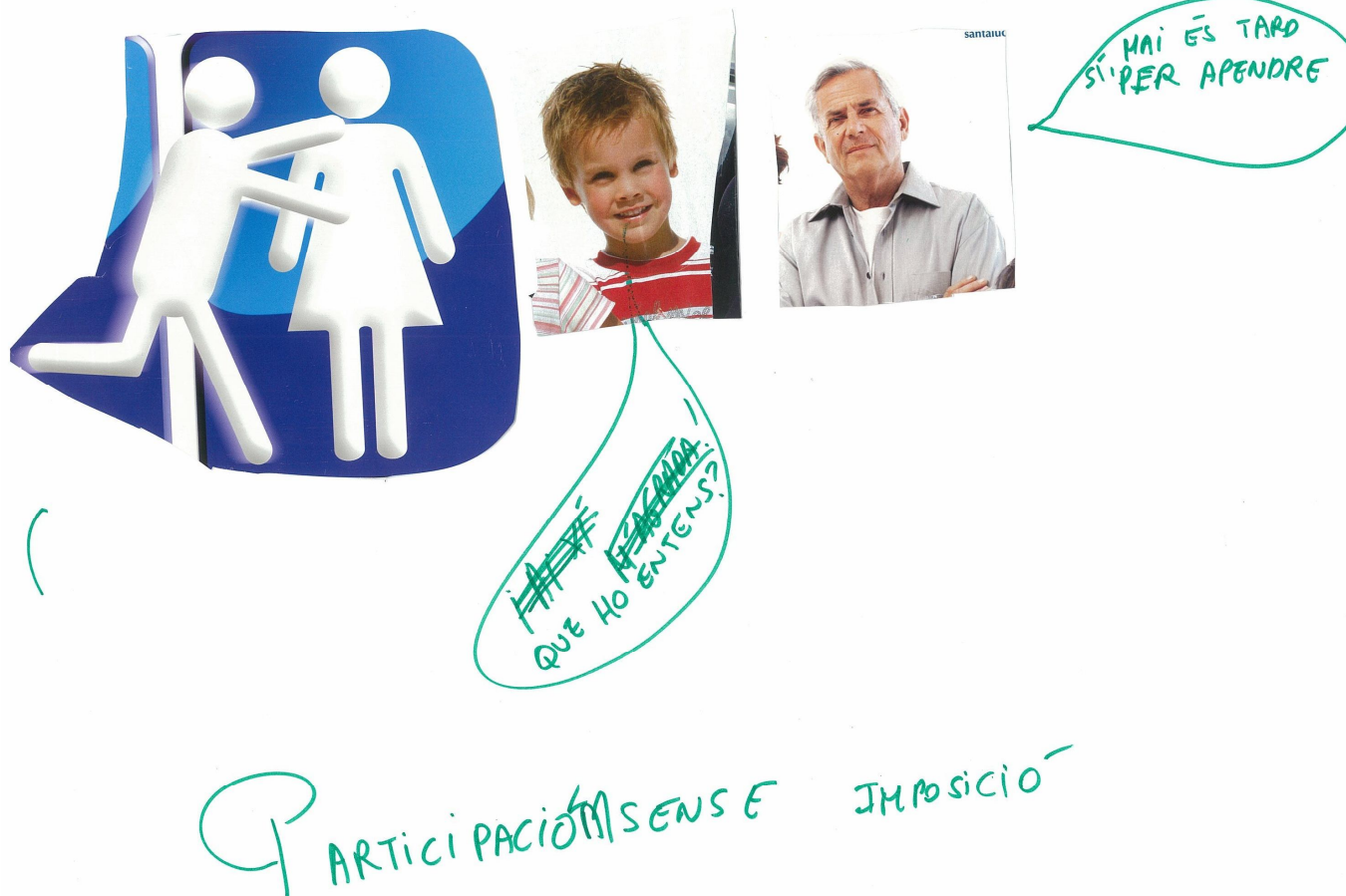
El **to** adequat per la campanya seria familiar i quotidià, que apel·lés als sentiments.

Situació plantejada: Un nen i un avi en el context d'un nen i un avi. Estan en un parc mirant un espectacle de titelles. El nen li fa preguntes a l'avi amb la innocència d'un nen i l'avi li contesta al nen amb una mica de vergonya perquè no entén bé el català. El nen no entén el que passa i l'avi no entén el català i cadascú li explica a l'altre el que sap. Es mostrar el vincle i la complicitat entre els dos.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa





Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



Generalitat
de Catalunya

Eix: No canviïs de llengua

- “No em jutgis, parla’m català”

El present concepte, elaborat per una part dels participants catalanoparlants, es centra en dos aspectes: un, assenyalar que tots els qui viuen a Catalunya poden parlar català, i dos, fer veure (principalment als catalanoparlants com ells) que no és necessari que canviïn de llengua quan es dirigeixin en l'espai públic a una persona amb trets que l'identifiquen com de fora de Catalunya, que s'ha de trencar amb els estereotips d'identificació lingüística.

“...hem buscat una mica el punt feble...buscar el moment en que deixem de parlar-lo...quan ens trobem amb un immigrant de seguida li canviem i ja ens dirigim a ell en castellà, directament...” (CAT)

“...veus que és de fora i li parles en castellà, no? Doncs no el jutgis, segueix parlant en la teva llengua si és el català perquè ell et pot parlar en català...” (CAT)

El **públic destinatari** de la campanya serien per una banda els catalanoparlants, per tal que no canviïn de llengua davant d'un interlocutor forà; per una altra, els nouvinguts als quals animaria i convidaria a expressar-se en català.

Mostrar la quotidianitat, amb un **to** pedagògic i de normalització, és l'enfocament plantejat pels creadors d'aquest concepte a l'hora de traslladar-lo a un espot.

El **context** és clarament multilingüe.

Situació plantejada: Serien dues persones joves universitàries amb una carpeta. Poden portar símbols catalanistes, el burro català, una senyera. Van parlant entre ells en català, entren en un bar i a l'altra banda hi ha un hindú o un magrebí o una persona de qualsevol altre lloc i demanen els tallats en castellà. I el cambrer els contesta: - si, si ara mateix.- Al contestar-te en català t'està dient que segueixis parlant amb la teva llengua si és el català perquè ell pot parlar català



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa

Generalitat
de Catalunya

No ^{EM} SUTGIS, PARLA'N EN CATALÀ



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



- “Comença tu; és fàcil i et sentiràs més còmode”

L'altre dels equips format per catalanoparlants planteja la utilització de la llengua catalana en l'àmbit públic per part dels mateixos catalanoparlants, que han de traslladar fora de casa el que fan en l'àmbit privat i domèstic. D'aquesta forma aposten per comunicar que els catalanoparlants han de mantenir la seva llengua, sentint-se còmodes i realment ells mateixos, perquè “es pot parlar català a tot arreu”.

“...si tu realment quan parles català et sents còmode...pues fer veure que pots estar còmode i que és fàcil en tots els àmbits...” (CAT)

De forma secundària, la seva campanya transmet que tots a Catalunya poden parlar català, i que els catalanoparlants no han de canviar d'idioma pressuposant que els altres no els entenen.

És clarament una campanya **dirigida** als catalanoparlants com ells.

“...a nosaltres, als nostres pares...tots els que parlen català, que comencin i que vegin que és igual de fàcil...” (CAT)

L'atmosfera plantejada és familiar i propera, de quotidianitat i normalitat.

Partint d'un context multicultural, projecten un **context** desitjable monolingüe.

Situació plantejada: Serien dues persones joves universitàries amb una carpeta. Poden portar símbols catalanistes, el burro català, una senyera. Van parlant entre ells en català, entren en un bar i a l'altra banda hi ha un hindú o un magrebí o una persona de qualsevol altre lloc i demanen els tallats en castellà. I el cambrer els contesta: - si, si ara mateix.- Al contestar-te en català t'està dient que segueixis parlant amb la teva llengua si és el català perquè ell pot parlar català.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



COMENÇA tu, és FÀCIL, és CÓMODE.





Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



⇒ Eix: Utilitat

- “El repte del català”

Aquest concepte, plantejat per un dels equips format per individus nascuts fora de Catalunya, apel·la directament a la utilitat que ha de tenir el català per als nouvinguts. En aquest sentit, aposten per transmetre que parlar català té una recompensa, un premi que ha de ser suficientment motivador per animar-los a fer servir el català en l'àmbit públic.

“...que la gente de fuera aprenda el catalán y lo vea como un retoal que tienen que llegar y tienen que conseguir para obtener algo...un premio...un viaje...” (NF CAT)

Seguint aquesta línia, proposen que hi hagi un benefici econòmic associat a la competència en català. Si demostren que entenen i parlen català se'ls ha de premiar ja que consideren que aquesta recompensa pot motivar i animar a parlar-lo.

“...hubo una campaña con el tabaco que, para dejar de fumar durante un tiempo accedías a unos viajes...una cosa así...” (NF CAT)

“...si una persona certifica que lo hablas correctamente y te han dado un premio, verás como te lanzas más, vas con más seguridad...” (NF CAT)

A més d'aquesta utilitat directa, comunicar que parlar català pot ser un plus (sobretot a nivell curricular) es considera molt convenient per motivar a parlar a aquells que l'entenen però no s'animen a parlar-lo.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



En segon terme, consideren que la campanya hauria de fer referència a opcions d'aprenentatge i ús de la llengua catalana més atractives, lúdiques i vives que les que coneixen. Fins i tot proposen una sèrie d'alternatives als cursos actuals (que troben avorrits i poc motivadors), com serien els viatges temàtics d'immersió en català i classes de conversa en contextos divertits i d'oci.

“...organizar viajes catalanes...vas a Montserrat una tarde y, el tema es hablar catalán...fin de semana en L'Empodà, disfruta de la gastronomía y, a parte, debate en ctalán, que sea agradable...” (NF CAT)

“...cinema en català...muy barato, un cine con todas las sesiones en catalán...” (NF CAT)

“...organizar debates con gente que no es catalana y que sólo se hable en catalán...” (NF CAT)

De manera clara **dirigeixen** la campanya a les persones que es troben en la seva situació: públic jove (estudiants i treballadors que comencen la seva carrera professional buscant experiències allunyades del seu lloc d'origen) i castellanoparlants –tant catalans com nascuts fora de Catalunya- que no s'animen a fer ús de la llengua catalana però que tenen una bona predisposició.

“...gente de fuera que considera que el catalán no es necesario...queremos que sí lo ven como algo bueno...” (NF CAT)

“...no va dirigido al que está totalmente negado...a esa gente que está en el punto intermedio...un poco predispuesto pero que no termina de arrancarse porque quizás saben que pueden vivir bien sin hablarlo...” (NF CAT)

Es planteja que la campanya hauria de tenir un **to** divertit, lúdic i dinàmic.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



Situació plantejada: Seria una persona de fuera que ya está instalada aquí y que ya habla catalán. Y que le explica a otra, recién llegada, un sistema para integrarse y hablar catalán. Le explicaría la esencia del reto que es como una especie de concurso o competición. El slogan es lo que te capta la atención. Te explican que cuánto antes aprendas el idioma, cuanto más te esfuerces, mayores serán los premios. Finalmente el que está explicando “el reto” le comenta al otro que gracias a esta campaña publicitaria ha aprendido catalán y le ha servido para tener más posibilidades laborales, comunicarse con más gente, etc...



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa





Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



- “El català et porta on vulguis”

Aquesta proposta és la plantejada per l'altre equip format pels participants nascuts fora de Catalunya. El concepte apunta directament a la utilitat del català per als nascuts fora de Catalunya, perquè puguin integrar-se i desenvolupar-se de forma completa i satisfactòria a Catalunya.

“...si tú te sientes a gusto aquí a todos los niveles, querrás hablar el idioma sólo por el hecho de sentirte más todavía...”
(NF CAT)

Malgrat el missatge predominant pràctic, associat a l'ús i coneixement de la llengua catalana, s'afegeix el lligam afectiu que els nascuts fora de Catalunya poden establir amb el català si fan arrels en aquesta terra.

L'objectiu es trencar amb la por dels nouvinguts a expressar-se en català i animar-los a fer-ho d'una forma natural.

“...verlo como lo más cotidiano del mundo, que te salga casi solo...no te tiene que dar ningún reparo...” (NF CAT)

Ambdós conceptes mostren l'escassa implicació dels individus nascuts fora de Catalunya en promoure l'ús de la llengua catalana en l'àmbit públic, ja que per la seva experiència poden comunicar-se en castellà a tot arreu. Tanmateix, sí que destaquen la importància d'entendre la llengua catalana per poder desenvolupar-se satisfactòriament a nivell social i laboral.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa





Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



⇒ Eix: Facilitat

- “Usar el català és fàcil”

Una part dels individus castellanoparlants que treballen en l'atenció al públic en feines de baixa qualificació, construeixen la seva campanya amb la idea central que parlar català és fàcil i que els qui no el parlen s'han d'animar a fer-ho.

Busquen trencar les pors (vergonya, cometre errors, equivocar-se, etc.) a l'hora de parlar català, destacant que no és una llengua difícil ni complicada i que s'assembla molt al castellà i a d'altres llengües llatines. Volen encoratjar els catalans castellanoparlants i als nouvinguts a començar a “soltarse”. Aquests dos grups serien el públic objectiu d'aquesta campanya.

“...no hablo de entrada en catalán porque mi lengua es el castellano pero entras en la habitación y digo: bona tarda...son cosas que ya vas adquiriendo...poco a poco integrando frases...palabras a su vocabulario...” (CAST BQ)

Volen transmetre que el més important és acabar amb el bloqueig que frena a moltes persones, que saben català, a parlar-lo en l'àmbit públic. Amb aquesta fita es plantegen com a repte que aquests ciutadans vagin incorporant poc a poc paraules i expressions senzilles i quotidianes en català, i així anar integrant aquesta llengua en la seva vida diària sense adonar-se'n i sense que els suposi un gran canvi o un trencament amb els seu comportament habitual.

“...dar un mensaje de que usar el catalán es fácil...que habituando a las personas a una serie de expresiones cotidianas se facilita el uso y la integración del idioma al uso diario...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa



Aposten per donar a aquesta campanya un **to** simpàtic, allunyat de la serietat, la formalitat i els estereotips, amb una atmosfera propera on s'hi puguin reconèixer, sobretot en l'entorn laboral.

“...sea agradable, incluso utilizando el humor, desviando un poco la atención, que no sea algo estereotipado, así como lo hacen cuando las campañas más institucionales...” (CAST BQ)

Es detecta que el **benefici** que adjudiquen a aquesta campanya és evitar possibles conflictes o discussions en l'entorn laboral amb els clients/usuaris incloent en el seu discurs paraules i frases en català. En definitiva, es tracta d'una proposta defensiva que demostra poca implicació i interès en promoure l'ús públic del català.

Situació plantejada: Se vería gente en distintas situaciones cotidianas, cogiendo un taxi, en una tienda, cruzándose con un vecino y utilizando frases hechas. Como Bona tarda y luego sigo en castellano. Así poco a poco vas añadiendo más frases y/o palabras. Así poco a poco vas integrando palabras a tu vocabulario y vas creando un hábito.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

4. Resultats de la fase creativa





5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



A aquest apartat s'analitzen detalladament tots els conceptes proposats als participants en base a la seva valoració, els punts forts i punts febles detectats, la seva oportunitat i el seu públic objectiu. A més a més, es recull la associació feta per la mostra entre els conceptes i les situacions plantejades.

5.1. Tots els que vivim a Catalunya podem parlar català

- ⇒ Aquest concepte rep una **valoració clarament positiva** entre els participants bilingües i els que formen els dos grups de treballadors en l'atenció al públic investigats –bilingües i castellanoparlants-. Destaquen favorablement del missatge que l'aprecien **integrador** però sobretot l'esperit **de llibertat d'elecció** que desprèn en relació a l'ús de la llengua catalana.

“...no divide, todos podemos hablar catalán...es más integrador...” (BIL AQ)

“...està bé, és una opció, no una imposició...” (JOVES BIL)

“...respecta les dues llengües, s'ha d'acceptar que som bilingües...” (JOVES BIL)

“...es muy neutral...te está dando la opción, te está avisando de una manera subliminal que s importante que lo aprendas...”

(CAST BQ)

“...la libertad que tienes tú de elegir un idioma u otro...podemos hablar catalán, podemos hablar castellano...inglés...que te den libertades...” (CAST BQ)

- No detecten **cap indicati d'imposició o d'obligació** sinó que consideren que **descriu una realitat**, d'una manera objectiva, sense **cap posicionament** a favor del català o del castellà. Així mateix, aprecien que implícitament aquest concepte inclou al bilingüisme, fet que valoren favorablement i assenyalen com un canvi positiu respecte d'altres conceptes abordats a les campanyes de promoció del català.

“...está bien porque te está dando la posibilidad, siempre que tú quieras vas a poder, así que ahí lo tienes...” (NF CAT)

“...no está censurando las otras lenguas, que siempre parece que es que aprender catalán es quitar la otra...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



- En molts casos s'assenyala com un altre punt fort que aquest concepte **no pot ofendre**, ni **ferir els sentiments** de ningú, sigui quin sigui la seva identitat i posicionament lingüístic. En aquest sentit, el defineixen com un concepte sense ideologia i molt neutral, és a dir que no pren partit ni discrimina cap de les llengües.

"...no me da la impresión de que hiera la sensibilidad de nadie..." (CAST BQ)

"...no se decanta ni por uno ni por otro..." (CAST BQ)

"...más suave...al margen de ideologías..." (CAST BQ)

- Alguns dels participants afegeixen que del concepte proposat transmet implícitament que hi **ha ajudes i mitjans** per aprendre i millorar el nivell de català a nivell oral.

"...puede que también de que en eso mismo están los medios y que se ofrecen medios para que tú accedas..." (CAST BQ)

- Valoren que el to del concepte és **amable i suau i** que **convida** als ciutadans a fer un "esforç simpàtic" per parlar català. La utilització del "podem" i el de "tots" incideix de forma molt positiva en aquest sentit.

"...que haga un esfuerzo simpático con otro simpático que hable en catalán..." (CAST BQ)

- Asseguren que els **anima i motiva** a fer ús del català ja que se senten al·ludits perquè tots ells tenen la capacitat i el coneixement suficient de la llengua catalana com per fer-ne ús a l'àmbit públic.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



- Tal i com que palès en la seva valoració els participants indiquen que aquest concepte pot ser **vàlid per tot tipus de públic** ja que inclou a tots els que viuen a Catalunya i ningú es pot sentir exclòs. En definitiva, veuen que aquest concepte està dirigit tant als immigrants –espanyols i estrangers-, com als catalans castellanoparlants, catalanoparlants i bilingües.

“...potser a aquesta persona que no s’atreveix a parlar català, que no li surt...” (BIL AQ)

“...para el castellanparlante de siempre que nunca se ha lanzado con el catalán...” (CST BQ)

- ⇒ Els catalanoparlants i la major part del grups de nascuts fora de Catalunya **rebutja** el present concepte per dos motius, o es considera que el missatge és una **obvietat** que no aporta res per promoure l'ús del català a l'àmbit públic, o els **remet a l'etapa de repressió** i prohibició del català com si fos una llibertat guanyada fa poc la de poder expressar-se en català públicament.

“...em recorda quan la repressió d'abans, ara sí que podem, abans no podíem...” (CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



Generalitat
de Catalunya

5.2. Cadascú la seva llengua i el català la de tots

- ⇒ Aquest concepte és objecte d'una **valoració positiva** sobretot per part de la major part dels participants catalanoparlants, dels que pertanyen als grups de treballadors d'alta qualificació bilingües i per una bona part dels treballadors de baixa qualificació castellanoparlants. L'aspecte que es destaca des d'un principi sobre aquest concepte és la idea que transmet de que el **català** és una **llengua pont, d'unió, comuna i oberta** a tots els que viuen a Catalunya **sense** haver de “**renunciar**” a la llengua d'identitat de cada individu.

“...cadascú parla la seva llengua, lo que passa és que el català ens pot unir a tots...” (CAT)

“...es integradora...une y no divide...” (BIL AQ)

“...respeto...todo el mundo es diferente pero nos puede unir algo...” (BIL AQ)

“...és una forma de dir que tots som part d'un col·lectiu...” (BIL AQ)

“...el concepte és bó, pots viure amb la teva llengua i tots compartim la mateixa...” (JOVES BIL)

“...está bien porque t q dice que tú habla la que te dé la gana...y el catalán de todos...” (CAST BQ)

“...tú habla lo que te dé la gana pero luego participa con los demás en catalán...” (CAST BQ)

“...me imagino la ciudad medieval típica donde hay barrios, lenguas, etnias y todos confluyen en el mismo sitio y, entonces hablan una lengua franca...” (CAST BQ)

“...habla en lo que quieras pero siempre hay un espacio en que el catalán une a los demás...” (CAST BQ)

“...es el factor común...” (CAT BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



- Es percep com un **concepte acollidor**, que convida a participar i integrar-se en la comunitat de persones que utilitzen el català a l'espai públic sense excloure ningú.

"...es poden unir a nosaltres parlant català i, sinó volen, es respecta la seva llengua..." (CAT)

"...te está invitando a que participes, a que te integres..." (CAST BQ)

"el catalán se abre, se ofrece a todo el mundo..." (CAST BQ)

- Valoren positivament que **no censura ni discrimina les altres llengües** presents a Catalunya i que de forma explícita les respecta i inclou en la realitat catalana.

"...és el més obert a tothom, el que menys discrimina..." (CAT)

"...viene a decir que el catalán integra...no es excluyente..." (CAST BQ)

"...me está respetando mi lengua..." (CAST BQ)

- Agrada que es transmeti que el català és la **llengua comuna i compartida** per tots els que viuen a Catalunya però mentre que per uns ho fa d'una forma **enginyosa** que "deixa content" a tothom, per uns altres seria millor dir "Cadascú la seva llengua i el català de tots" o "Cadascú la seva llengua i el català compartida per tots" per evitar la possible interpretació impositora en relació a que el català "ha de ser" la llengua de tots.

"...deixa content a tothom, tant als d'aquí com als que venen..." (CAT)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



- Com un altre aspecte positiu es destaca que va **dirigit a tothom** independentment de la seva identitat lingüística, encara que alguns apunten que li manca una mica de força i de “sal” per arribar a motivar a la gent a expressar-se en català a l'àmbit públic.

“... aquest és ingeniós...” (CAST BQ)

“...un buen slogan político, como para hablar, pero como para promocionar un idioma, no...” (CAST BQ)

- ⇒ A tots els grups però, principalment entre els individus bilingües, els nascuts fora de Catalunya i alguns dels treballadors de baixa qualificació castellanoparlants, alguns dels participants assenyalen que el concepte proposat transmet **imposició i discriminació** i, que fins i tot els resulta **agressiu**.

“...veo como imposición, que yo en mi casa hable si me apetece el ruso, pero que fuera hable catalán...” (NF CAT)

“...està imposant el català i tampoc hem d'arribar a això...” (CAT)

“...la veig molt discriminativa...” (JOVES BIL)

“...t'està dient que el català ha de ser la de tots...” (JOVES BIL)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



5.3. Dóna una oportunitat al català

- ⇒ El present concepte és valorat **positivament** pels nascuts fora de Catalunya i per una part dels bilingües i dels treballadors de baixa qualificació castellanoparlants. Del mateix es destaca favorablement que **anima d'una forma positiva i encoratjadora** a utilitzar el català però sempre des de l'opció i la possibilitat de **decidir lliurement** de cada individu.

“...da una oportunidad, tú tienes la opción de elegir, nosotros te damos la oportunidad y tú puedes elegir...es más sutil, menos agresivo...” (NF CAT)

“...dale una oportunidad y verás como está bien, venga inténtalo y ya verás como te va a gustar...” (NF CAT)

“...t'està dient que tens l'oportunitat i seria convenient, no ho has provat potser...” (JOVES BIL)

- Es percep com un concepte gens impositiu, que anima a intentar utilitzar el català d'una manera dolça, positiva i que “entra bé”.

“...está abriendo una puerta, diciendo: jolín tennos un poco en cuenta y inténtalo, por lo menos eso seguro que puedes...es como una manera más sutil y dulce de decirlo..” (NF CAT)

“...comparació amb deixar de fumar, potser si dius: Deixa de fumar, no ho fas però si et diu: Avui no fumis...algo així com més a poc a poc, algo més fàcil...” (JOVES BIL)

“...m'entra con més buen rollito...no és algo impositiu, és més obert...” (JOVES BIL)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats

- Aquests individus aprecien favorablement el **terme oportunitat** afirmant que és una **paraula motivadora, no arrogant** i que apel·la a que ningú es tanqui a parlar català. Així mateix, alguns consideren que ningú pot negar-se a donar una oportunitat.

“...que le des una oportunidad, que no te cierres a usarlo y, luego decide...” (CAST BQ)

“...está bonito pedir una oportunidad...no significa dar pena...no lo veo lastimoso...” (CAST BQ)

“...me gusta porque es como si te tienta...” (NF CAT)

“...el fet de que surti oportunitat ja et motiva. Qui diu que no a una oportunitat? Qui serà tan cruel...motiva prou la paraula...”

(JOVES BIL)

“...anímate, que está bien...” (CAST BQ)

- Per últim, alguns aprecien que fa pensar en que donant una oportunitat al català, **ells mateixos s'estan donant una oportunitat**.

“...no és fer-li un favor al català, es fer-me'l a mi mateixa aprenent aquesta llengua i poder-me integrar...” (CAT)

“...com algo que és bó per a tu i tu ho saps i ho decideixes perquè vols, no com si fessis un favor...” (JOVES BIL)

- Els **destinatariis** associats majoritàriament a aquest concepte serien tots aquells que sabent català no l'utilitzen mai o canvien de llengua en determinades situacions.

“...els estrangers que venen aquí amb la llengua castellana, s'acomoden, només parlen castellà i ja està...” (CAT)

“...la immigració o a gent d'altres comunitats que porten aquí tota la vida...i encara no li han donat una oportunitat al català...” (JOVES BIL)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



- ⇒ Aquest concepte és **descartat** principalment pels catalanoparlants i els treballadors d'alta qualificació bilingües i, també una part dels joves bilingües i dels treballadors castellanoparlants de baixa qualificació el rebutgen. La principal crítica és la percepció de que s'està demanant un favor, suplicant a la gent que parli català i això és **menys valorant i subestimant** el català que, en definitiva és la llengua pròpia de Catalunya.

"...és com si el català estigués infravalorat...el deixa per terra..." (CAT)

"...una miqueta ploramiques..." (BIL AQ)

"...el català queda com en segon terme..." (JOVES BIL)

- Amb diferents perspectives –i per part de participants de tots els grups- **es rebutja la imatge que transmet de la situació del català i la seva vitalitat**, per una banda uns assenyalen que la frase desprèn un to pessimista i victimista que fa pensar que el català s'està morint i, uns altres afirmen que dóna la idea de que el català està en una situació de inferioritat de condicions respecte de altres llengües que no és certa.

"...también puede ser un poco como si se está muriendo..." (NF CAT)

"...parece que se está muriendo..." (CAST BQ)

"...com si el català estigués fatal..." (CAT)

"...una mica pessimista...dient que el català ja s'ha acabat, que li donem una oportunitat..." (CAT)

"...victimista...derrotat..." (BIL AQ)

"...superpesimista de cara al catalán..." (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats

- Un altre punt feble és la percepció de que **de cap forma “anima”** a parlar en català, sinó que sembla que comunicar-se en català a l'espai públic sigui com “fer els deures” i li treu tota la “gràcia”.
- Alguns consideren que aquest missatge podria tenir **l'efecte** d'alegrar als contraris a l'ús del català.

“...hay gente que se alegrará de ver esto...radicales castellanos, los que van completamente en contra del catalán...”
(CAST BQ)

- Al igual que els favorables al concepte, els contraris analitzen en profunditat el **terme “oportunitat”** adjudicant-li tot de connotacions i significats negatius.

“...con si el català et demanés un favor desesperat: Dóna'm una oportunitat...” (CAT)
“...da un poco de pena...como suplicando...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



5.4. Parlar català té un valor

- ⇒ Aquesta proposta es valorada **positivament** sobretot pels nascuts fora de Catalunya i els joves bilingües. L'argument donat a l'hora d'acceptar aquest concepte es centra en assenyalar que per a ells parlar català sí que té un valor: pels bilingües aquest valor és principalment **emocional**, mentre que pels nascuts fora de Catalunya és un actiu, un punt més a l'hora **d'integrar-se i prosperar laboralment**.

"...és més original...apreciar el català pel que és, una nova llengua, una cultura, coneixement...com un sentiment..."
(JOVES BIL)

Així mateix alguns aprecien favorablement que es deixa **obert** a que cadascú l'interpreti segons el valor que per a ells personalment té parlar català, sense cap orientació limitadora.

"...para cada persona puede ser el suyo...motivo de integración, para otra puede ser un valor de trabajo...un valor añadido en la vida de cada uno, que el catalán tenga para cada uno ese valor..." (NF CAT)

"...una afirmació correcta, no es defineix tant com per ferir sensibilitats, és una afirmació bastant neutra...no crec que ningú ho pugui negar..." (BIL AQ)

- Es considera que aquest concepte és **informatiu i descriu**, sense **cap posicionament**, una realitat que es dona a Catalunya. En segon ordre, alguns destaquen que és original

"...simplement t'informa que parlar català té un valor i, ets tu qui s'interessa per parlar català perquè és positiu..." (JOVES BIL)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



- ⇒ Entre el segment **més crític**, format pels catalanoparlants i els treballadors investigats, tant d'alta com baixa qualificació, aquest concepte es criticat principalment per considerar-lo **massa ampli, genèric i ampli** i, en aquest sentit, comenten que “serveix per a totes les llengües”

“...el veig molt insuficient...falta...” (CAT)

“incomplet, inacabat...” (CAT)

“...qualsevol idioma té valor...” (BIL AQ)

“...una miqueta indeterminat...té un valor, però quin?...” (BIL AQ)

“...poden sortir mil valors...és una paraula molt genèrica...” (CAT)

A aquesta crítica s'afegeixen altres **aspectes negatius** com:

- És **fred, massa neutre i correcte**, com per arribar a motivar a cap persona que no s'expressi en català a fer-ho.

“...em quedo molt igual...no m'aporta res, perquè no diu res pràcticament...” (CAT)

- Aprecien que en certa forma va **contra el castellà**.

“...també una provocació...” (BIL AQ)

“...parece que el castellano no tenga valor...” (BIL AQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



Generalitat
de Catalunya

5.5. Parlar i aprendre català és bo per a tothom

Aquest concepte és **descartat** per la majoria de la mostra investigada, malgrat que no rep una valoració negativa no es considera prou motivador ni atractiu i, en general es percebut com un concepte neutral i indiferenciat.

“...no atrae mucho...todos sabemos que es bueno pro no necesario...” (NF CAT)

“...podrías poner cualquier lengua, está claro que es bueno...” (NF CAT)

“...no entenc perquè és bo parlar català...és bó parlar català i alemany i...” (CAT)

A nivell **positiu** es destaca que transmet que el coneixement de llengües és una **riquesa cultural**, missatge aprovat per tots els participants i, també que és integrador.

Com **aspectes negatius** s'assenyala que **promou més l'aprenentatge** que no pas l'ús i que està impregnat de certa **moralina** i **to infantil** rebutjats a nivell general.

“...és com si fos de cole això de parlar català té un valor i aprendre català és bo per a tothom...” (CAT)

“...per nens...bó i dolent, molt infantil...” (JOVES BIL)

“...sembla que sigui una medicina...” (BIL AQ)

“...una miqueta moralista, però el concepte es bó...” (BIL AQ)

“...sienta un criterio...” (CAST BQ)

“...es como el deporte, estoy haciendo algo malo porque no aprendo. Me siento mal porque es que soy malo porqu no aprendo...” (CAST BQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



5.6. Tens dret a parlar la teva llengua

Unànimement es rebutja aquest concepte per fer-ne ús com a proposta de promoció de l'ús de la llengua catalana a l'àmbit públic i, en aquest sentit, es considerat negatiu, poc recomanable i, fins i tot conflictiu.

“...no es nada integrador ese lema, porque...le dices al inglés que hable en inglés...conflictivo...” (BIL AQ)

Els **motius** donats per aquest rebuig es centren en els següents aspectes:

- **Es percep radical:** apel·la a una reivindicació que ja és una realitat actualment, resultant agressiu i/o donant una imatge falsa de la situació actual del català

“...parece que está reivindicando, como que aquí se castiga el catalán o no se deja hablar...” (NF CAT)

“...la paraula “tenir dret” a algú i, més parlant d'una llengua, és com imposar, com si aquí tens dret però si vas cap allà no...” (CAT)

“...radical total. Parece que no te estén dejando ¿cuándo quiero reivindicar un derecho? Cuando no lo tengo...” (BIL AQ)

“...es peligroso...cuando oigo cosas así yo veo a los Maulets de Olot entrando un poco a saco...” (CAST BQ)

“...incendiario...” (CAST BQ)

- **Remet al passat,** no es considera adequat pel moment actual ja que ja no hi ha cap prohibició en relació al català, no té raó de ser:

“...ahora está claro que tienes derecho, hace años este slogan hubiese sido muy bueno, pero hoy en día...” (NF CAT)

“...és per recordar que ara ja no hi ha prohibició de parlar català...” (BIL AQ)



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

5. Valoració dels conceptes de comunicació proposats



- Dóna un **missatge obvi i evident** sense aportar res més.

“...fora de lloc perquè és obvi...” (JOVES BIL)

- És **indifrenciat**, pot servir per qualsevol llengua

“...la mía es el castellano...” (CAST BQ)

“..También tiene derecho a hablar en castellano...” (CAST BQ)



6. Coherència de les situacions comunicatives proposades amb els conceptes i eixos definits



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



Generalitat
de Catalunya

6. Coherència de les situacions comunicatives amb els conceptes i eixos definits

En aquest capítol es plasma la coherència establerta pels grups de discussió entre les situacions comunicatives plantejades i els conceptes millor valorats, així com respecte dels eixos resultants de les seves propostes.

- ▶ De totes les situacions comunicatives presentades, els grups investigats destaquen aquelles que consideren més coherents amb aquells conceptes que millor han valorat. Amb aquesta informació prèvia també es poden relacionar amb els eixos que es desprenen de les seves propostes. A continuació abordem els tres conceptes millor valorats, amb els seus corresponents eixos i, les situacions que els hi associen els participants:

- **“Tots els que vivim a Catalunya podem parlar català”. Eixos: Integració i No canviïs de llengua**

En aquest concepte inclouen les situacions en les que existeix una predisposició a parlar català amb interlocutors desconeguts i/o estrangers i, aquelles on es té tendència a canviar al castellà.

Al carrer:

- Dirigir-se en castellà a un desconegut
- Adreçar-se en castellà a un estranger que no entén ni català ni castellà

A la consulta del metge

- Pacient catalana que, tot i que el metge entén el català i així ho expressa, es passa al castellà
- Pacient català, metge amb trets llatinoamericans, però que parla català. El pacient es passa al castellà



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



Generalitat
de Catalunya

6. Coherència de les situacions comunicatives amb els conceptes i eixos definits

- **“Cadascú la seva llengua i el català la de tots”. Eixos: Integració i Bilingüisme.**

Es relaciona aquest concepte amb les situacions proposades on es donen converses bilingües amb èxit.

A l'institut:

- En un institut un grup d'amics es troben. Uns parlen en català i altres en castellà. Conversa bilingüe i amb èxit

A la consulta del metge

- Pacient castellà, metge que parla en català. Explícitament li pregunta si l'entén i com que el pacient contesta que si continua cadascú fent servir la seva llengua

Assemblea de veïns

- Tots parlen en català. Arriba un veí nou que s'expressa en castellà i immediatament totes les intervencions es passen al castellà. El veí que ha arribat demana en català (amb accent) que no cal que canviïn de llengua. A partir d'aleshores, alguns fan intervencions en català i d'altres en castellà



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català

6. Coherència de les situacions comunicatives amb els conceptes i eixos definits



Generalitat
de Catalunya

- **“Dóna una oportunitat al català”. Eix: No canviïs de llengua**

Sota aquest concepte reuneixen les situacions en les que existeix predisposició a parlar català amb interlocutors desconeguts i/o estrangers i aquelles on es té tendència a canviar al castellà

Al carrer:

- Dirigir-se en castellà a un desconegut
- Adreçar-se en castellà a un estranger que no entén ni català ni castellà

A la consulta del metge

- Pacient catalana que, tot i que el metge entén el català i així ho expressa, es passa al castellà
- Pacient català, metge amb trets llatinoamericans, però que parla català. El pacient es passa al castellà

Professor Universitari



VII. Annexos



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



En el present apartat es faciliten:

- ⇒ **Característiques dels grups**
- ⇒ **Qüestionari de captació**
- ⇒ **Línia de punts**
- ⇒ **Transcripcions**
- ⇒ **Quadres sintètics per grup lingüístic**



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



1. Característiques dels grups

CARACTERÍSTIQUES DELS GRUPS

COMUNES:

- Persones nascudes a Catalunya, a la resta de l'Estat espanyol o a l'estranger..
- Residents a BCN ciutat o a l'AMB (Sabadell, Sant Cugat, Cornellà, Badalona, altres municipis de la 1a o 2a corona...)

DEFINICIÓ DEL GRUP LINGÜÍSTIC:

	CATALANOPARLANTS Menors de 30 anys	BILINGÜES		CASTELLANOPARLANTS	
		Menors 30 anys	Treball alta qualificació De 30 a 50 anys	Treball baixa qualificació De 18 a 40 anys	No catalans Menors 30 anys
Llengua habitual	Català	Català o castellà, o ambdues	Castellà	Castellà	Castellà
Llengua ús àmbit públic	Català	Català	Català o castellà, o ambdues	Castellà	Castellà
Llengua ús àmbit privat	Català	Català o castellà, o ambdues	Català o castellà, o ambdues	Castellà	Castellà o altres



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



Notes:

Grup 1:	CATALANOPARLANTS JOVES	- Nascuts a Catalunya - Menys de 30 anys - Homes i dones (50/50 aproximadament) - D'ocupacions diverses (estudiants, ocupats, professionals, etc)
Grup 2:	BILINGÜES JOVES	- Nascuts a Catalunya - Menys de 30 anys - Homes i dones (50/50 aproximadament) - D'ocupacions diverses (estudiants, ocupats, professionals, etc)
Grup 3:	BILILINGÜES ALTA QUALIFICACIÓ	- De 30 a 50 anys - Homes i dones (50/50 aproximadament) - Treballs d'atenció al públic, tasques d'alta qualificació (metges, assistents socials i altres treballadors socials qualificats, etc.)
Grup 4:	CASTELLANOPARLANTS BAIXA QUALIFICACIÓ	- Nascuts a Catalunya o a la resta de l'Estat espanyol - De 18 a 40 anys - Homes i dones (50/50 aproximadament) - Treballs d'atenció al públic, tasques de baixa qualificació (cambrers, dependents, conserges, seguretat, etc.)
Grup 5:	CASTELLANOPARLANTS NASCUTS FORA DE CATALUNYA	- Nascuts fora de Catalunya (a la resta de l'Estat espanyol o a l'estranger) - Menys de 30 anys - Homes i dones (50/50 aproximadament) - Aprenent o amb intenció d'aprendre català



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



2. Qüestionari de captació

Qüestionari filtre	
TEMA: TEST CONCEPTES COMUNICACIÓ ÚS LLENGUA ÀMBIT PÚBLIC	DATA: Març/Abril 08
MOSTRA: PERFILS A CAPTAR:	
▪ 5 GRUPS ▪ Grup 1: Ciutadans i ciutadanes que tenen com a PRIMERA LLENGUA EL CATALÀ i QUE L'UTILITZEN DE MANERA HABITUAL EN L'ÀMBIT PÚBLIC - 50%H/50%D - Edat: Entre 18 i 30 anys - Ocupacions diverses: Estudiants, treballadors, professionals, etc... ▪ Grup 2: Ciutadans i ciutadanes que tenen com a PRIMERA LLENGUA EL CATALÀ i/o EL CASTELLÀ (auto percebuts com a bilingües) i QUE UTILITZEN EL CATALÀ DE MANERA HABITUAL EN L'ÀMBIT PÚBLIC - 50%H/50%D - Edat: Entre 18 i 30 anys - Ocupacions diverses: Estudiants, treballadors, professionals, etc... ▪ Grup 3: Ciutadans i ciutadanes que tenen com a PRIMERA LLENGUA EL CASTELLÀ i QUE UTILITZEN TAN EL CASTELLÀ COM EL CATALÀ EN L'ÀMBIT PÚBLIC. ▪ TREBALLEN EN ATENCIÓ AL PÚBLIC EN TASQUES D'ALTA QUALIFICACIÓ - 50%H/50%D - Edat: Entre 30 i 50 anys ▪ Grup 4: Ciutadans i ciutadanes que tenen com a PRIMERA LLENGUA EL CASTELLÀ PERÒ TENEN CONEIXEMENTS DE CATALÀ. ▪ TREBALLEN EN ATENCIÓ AL PÚBLIC EN TASQUES DE BAIXA QUALIFICACIÓ	



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



- 50%H/50%D
- Edat: Entre 18 i 40 anys
- **Grup 5: Ciutadans i ciutadanes NASCUTS FORA DE CATALUNYA (Resta de l'estat espanyol) que estan aprenent- estudiant català- o tenen la intenció de fer-ho**
- 50%H/50%D
- Edat: Entre 18 a 30 anys
- Amb representació de la realitat social (resta Espanya, Immigrants (que s'expressin correctament en castellà)**

P.1. Quan va ser l'ultima vegada que va assistir a una dinàmica de grup?

- | | |
|------------------------|--|
| 3 mesos o més | ☐ Agrair i acabar |
| 3 a 6 mesos | ☐ Agrair i acabar |
| Entre 6 mesos i un any | ☐ Passar a P.2 |
| Més d'un any | ☐ Passar a P.2 |
| Mai..... | ☐ Passar a P.2 |

P.2. ¿Treballa o està vinculat laboralment a algun d'aquests sectors? [LLEGIR CADA UN]

- | | |
|----------------------------|--|
| Publicitat..... | ☐ Agrair i acabar |
| Investigació mercats | ☐ Agrair i acabar |
| Marketing/PR | ☐ Agrair i acabar |
| Cap d'ells..... | ☐ P. 3 |



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



BLOC 1: CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES BÀSIQUES

P.3. Gènere

Home ☐
 Dona ☐

Mirar quotes 50% H / 50 % D

P.4. Edat

☐ ☐ ENTRE 18 i 50 anys]

[ANOTAR EDAT]

MENYS DE 18 i MÉS DE 50 AGRAIR I ACABAR

P.5. Lloc de naixement

Catalunya ☐
 Resta d' Espanya ☐
 A l'estranger..... ☐

Mirar quotes i passar a P. 6

P.6. Ocupació

Estudia ☐

Mirar quotes i passar a P.8

Treballa ☐

Mirar quotes i passar a P.7



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



P.7. A què es dedica professionalment/ de què treballa?

.....

Mirar quotes:

GRUP 3: TREBALLEN EN ATENCIÓ AL PÚBLIC EN TASQUES D'ALTA QUALIFICACIÓ (metges, veterinaris, dentistes, educadors socials, advocats, gestors, arquitectes i altres professionals liberals del sector serveis....)

GRUP 4: TREBALLEN EN ATENCIÓ AL PÚBLIC EN TASQUES DE BAIXA QUALIFICACIÓ: (dependents, conserges, seguretat, etc...)

BLOC 2: PERFIL COM A PARLANTS

P.7 Amb quina llengua s'expressa vostè de manera habitual?

Català	☐
Castellà	☐
Ambdues.....	☐
Altres.....	☐
/especificar)	

Mirar quotes i passar a P.8



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



P.8 I, en concret, quina fa servir més habitualment en:

LLENGUA	ÀMBIT PÚBLIC (en l'espai públic: comerços, centres de salut, feina, centres d'estudi, serveis públics, etc...)	ÀMBIT PRIVAT (àmbit domèstic: llar, família, parella, amics íntims)
CATALÀ	☐	☐
CASTELLÀ	☐	☐
ALTRES	☐	☐

**MIRAR QUOTES I
CONVIDAR**

P.9. Està vostè interessat en aprendre el català o ja l'està aprenent?

Si ☐ **PASSAR A P.10**
 No ☐

P.10. De quina manera?

Estudiant-lo..... ☐
 Altres (especificar) ☐

Mirar quotes i convidar a participar a grups corresponents



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



3. Línia de punts

PRESENTACIÓ I CONSIGNES PRÈVIES

5'

- ⇒ Explicació dels **objectius de l'estudi i el procés de treball** de la dinàmica
- ⇒ Ronda de **presentacions**

FASE 1: EXPLORATIVA

30-45'

1. MARC DE REFERÈNCIA: RELACIÓ AMB LA LLENGUA I EL SEU ÚS PÚBLIC

1.1 Associacions lliures:

- Si comencem parlant del **català, de la llengua catalana**, quines primeres paraules, sensacions, sentiments ens venen al cap?
- I si diem **parlar català**, què us ve al cap?
- I si us diem **espai públic**?
- I **parlar català en l'espai públic**?

1.2 Significats associats a la llengua catalana, parlar català i fer-ho en l'àmbit públic

- Què es la **llengua catalana**, el català per a cadascú de vosaltres? Què significa? I això?
- **Tècnica projectiva**: I si la llengua catalana fos un animal?
- I **parlar català** doncs, quin significat té per a vosaltres?
- I parlar català en **l'espai públic**?
- Quin **paper / papers** té l'ús de la llengua catalana en l'àmbit públic? I això?

1.3 Motivacions, actituds i comportaments respecte a l'ús del català en l'àmbit públic o en l'àmbit privat

PER ELS GRUPS QUE UTILITZEN EL CATALÀ EN AMBDOS ÀMBITS (PRIMERA LLENGUA I BILINGUES)

- En quines **situacions** es parla/parleu català en **l'espai públic**? En quins moments? En quines circumstàncies? Amb quines persones? I això?
- I quan no ho fem? Motius?

FER UN LLISTAT DE LES SITUACIONS DE SI ÚS / NO ÚS CATALÀ EN L'ESPAI PÚBLIC

- **Com us sentiu quan el feu servir?** Com se senten els demés?
- Què significa per a vosaltres?
-



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



- I en el cas de l'àmbit privat? Quines situacions es donarien? En quines circumstàncies? Quin significat té? Les seves funcions?

PER LA RESTA DE GRUPS (ATENCIÓ PÚBLIC BILINGUE/CASTELLÀ + NACIONALS/EXTRANGERS)

COM A EMISSORS

- En quines **situacions** feu servir el català en l'espai públic? En quins espais/contextos? En quines situacions? Depèn de quines circumstàncies? I això?
- L'esteu **aprenent/estudiant**? De quina manera? **A través de quins mitjans?**/Medis?

LLISTAR SITUACIONS DE SI ÚS / NO ÚS CATALÀ EN L'ESPAI PÚBLIC

- A qui us dirigiu en català i a qui en castellà? I això? Per quins motius?
- Com us sentiu quan el feu servir? Com creieu que se senten els demés?
- Què significa per a vosaltres?

COM A RECEPTORS

- En quines **situacions us parlen** en català en l'àmbit públic? En quins moments? En quines circumstàncies? Quines persones? I això?
- Com us sentiu quan es **dirigeixen a vosaltres en català**? Com creieu que se senten els demés? I quan no ho fan? Com us sentiu?
- Què significa per a vosaltres el que us parlin en català?

2. VALORACIÓ DE L'ÚS DEL CATALÀ EN L'ÀMBIT PÚBLIC

- Quin valor té per vosaltres que s'utilitzi el català en l'àmbit públic? **Quina importància té per a vosaltres? Per quins motius?**
- En quines circumstàncies/situacions ho valoreu més? En quines menys? I això?

3. PROMOCIÓ DE L'ÚS DEL CATALÀ EN L'ÀMBIT PÚBLIC

- Creieu que es important promoure l'ús del català en l'àmbit públic ? I això? De quina manera es podria promoure?
- Quins són els agents /institucions que considereu més adequats per promoure'l? Institucions Públiques, Mitjans de comunicació (quins), Institucions culturals, Ciutadania, etc..
- **Recordeu campanyes/accions dutes a terme en el passat per la Administració Pública en relació a la promoció de l'ús públic de la llengua catalana?**



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



FER UN LLISTAT DE LES CAMPANYES QUE RECORDEN I ELS SEUS TRETS MÉS NOTORIS

- Quin era el missatge? L' eslògan? Què ens volien comunicar?
- De quina manera? Quin era el to?
- A quin públic es dirigien ?
- En quins contextos la presentaven?
-

DESCANS (PREPARAR SALA PER FASE CREATIVA-CANVIAR DISPOSICIÓ GRUP)

FASE 2: CREATIVA

30-45'

A partir d'ara, ens dividirem en dos grups per convertir-nos en 2 equips creatius d'una agència de publicitat. Ens han encarregat el disseny d'una **campanya de publicitat per que es fomenti/s'utilitzi el català en els espais públics**. La idea es que ens expliqueu què diríeu a la campanya (quin seria el missatge) i de quina manera ho diríeu (quines situacions, escenaris, personatges apareixerien).

Per tant, cada equip té 3 feines per realitzar:

- Pensar en **la idea** - quin seria el missatge a comunicar- **i els motius** pels quals creieu que aquesta. Respondre a les següents preguntes
- A qui va dirigir? / A qui realment li arribaria?

- De quina manera motiva a fer un ús públic de la llengua/ fomentar la utilització de la llengua catalana a l'espai públic?
- Qui ho diria? Quin tipus de persona? Com seria? Caràcter/Personalitat, estil de vida, professió, quina llengua parla, d'on es, etc.

- Traslladar la idea a un **spot televisiu** (imaginar-nos la situació amb personatges, entorn, diàleg, etc.) - fer un petit guió per després comentar-

- Fer **un collage** on es pugui visualitzar **la atmosfera/essència** de l'spot i explicar-ho

FASE 3: VALORATIVA

20-30'

VALORACIÓ DELS EIXOS CONCEPTUALS PRESENTATS

Per acabar, tornem a canviar de rol. Ara, seguint amb els 2 equips formats, en comptes de ser els creatius, fareu el paper de clients. Rebeu aquestes propostes de la agència de publicitat que us ha fet la feina i heu de decidir quin és el concepte/idea més adient per la campanya.

Us presentarem 5 conceptes i cada grup, decidirà quin/quines és/són les més adient i el perquè. De la resta, explicar els motius pels quals no han estat seleccionats.



Campanya 2008 de foment de l'ús públic del català



Per la seleccionada, explorar:

- Què us suggereix?
- Què creieu que significa? Què ens volen dir amb això?
- De quina manera s'està parlant de la llengua? Quin paper se li està donant?
- A qui va dirigit? / A qui realment li arribaria?
- De quina manera motiva a fer un ús públic de la llengua/ fomentar la utilització de la llengua catalana a l'espai públic?
- Qui ho diria? Quin tipus de persona? Com seria? Caràcter/Personalitat, estil de vida, professió, quina llengua parla, d'on es, etc.
-
- Es una idea/concepte creïble? / Atractiu?
-
- Quines situacions es poden donar sota aquests idees/conceptes, com heu fet vosaltres abans, com es visualitzarien/concretarien?

*Per últim, us mostraré unes **situacions** que tenen a veure amb aquestes propostes que us hem presentat i m'agradaria que les relacionéssiu amb els conceptes que hem vist.*

4. Transcripcions



El paper de llengua entre els consumidors: Informe de resultats



5. Quadres sintètics per grup lingüístic

JOVES CAT
ANTECEDENTS
Moderació: català. Participants: català (tots).
SIGNIFICAT DEL CATALÀ
Pàtria, Catalunya, País, Terra Cultura, Història Extinció, Problemàtica Naturalitat
SIGNIFICAT PARLAR CATALÀ
Necessitat, benefici Fer país De sempre

BILINGÜES	
G2_JOVES	G3_ALTA QUALIFICACIÓ
ANTECEDENTS	
Moderació: català. Participants: català (tots) però durant el treball en grup alguns parlen castellà.	Moderació: català. Participants: català i castellà.
SIGNIFICAT DEL CATALÀ	
Catalunya, Cultura, identitat Escola Estatut Sentiments, la meua llengua Llibertat Barça, Espanyol	País, Cultura, tradició, història Identitat, diferent Normativa, nivell c, Generalitat, Sant Jordi, Jordi Pujol, Carod Rovira
SIGNIFICAT PARLAR CATALÀ	
Dret Llibertat Personalitat Sense vergonya Comunicació fluïda	Obligació, prohibició, dictadura Handicap Incomprensió Riquesa cultural



El paper de llengua entre els consumidors: Informe de resultats



G1_JOVES CAT
SIGNIFICATS PARLAR CATALÀ EN L'ÀMBIT PÚBLIC
Normalitat Necessari Indiferència Obligació
IMPORTÀNCIA DE L'ÚS DEL CATALÀ A L'ÀMBIT PÚBLIC
Alguns atorguen importància a que s'utilitzi el català a l'àmbit públic, la resta partidaris de que cadascú faci servir la llengua que li resulti més fàcil
IMPORTÀNCIA DE PROMOURE L'ÚS DEL CATALÀ A L'ÀMBIT PÚBLIC
Expliciten arguments a favor –els més lligats a la llengua catalana- i en contra de la promoció de l'ús del català a l'àmbit públic Percepció d'efectivitat limitada de les campanyes de promoció
RECORD DE CAMPANYES DE FOMENT DE L'ÚS DEL CATALÀ A L'ÀMBIT PÚBLIC
La Queta Ajuda'm, parla'm en català

BILINGÜES	
G2_JOVES	G3_ALTA QUALIFICACIÓ
SIGNIFICATS PARLAR CATALÀ EN L'ÀMBIT PÚBLIC	
Normalitat Catalanitat Entrebanca, que no t'entenguin Minoritari	Obligación Accés a feina Políticament correcte Multilingüisme
IMPORTÀNCIA DE L'ÚS DEL CATALÀ A L'ÀMBIT PÚBLIC	
Alguns atorguen importància a que s'utilitzi el català a l'àmbit públic, la resta partidaris de que cadascú faci servir la llengua que li resulti més fàcil	Alguns atorguen importància a que s'utilitzi el català a l'àmbit públic, la resta partidaris de que cadascú faci servir la llengua que li resulti més fàcil
IMPORTÀNCIA DE PROMOURE L'ÚS DEL CATALÀ A L'ÀMBIT PÚBLIC	
Expliciten arguments a favor –els més lligats a la llengua catalana- i en contra de la promoció de l'ús del català a l'àmbit públic Percepció d'efectivitat limitada de les campanyes de promoció	Expliciten arguments poc favorables a la promoció de l'ús del català a l'àmbit públic Percepció d'efectivitat limitada de les campanyes de promoció
RECORD DE CAMPANYES DE FOMENT DE L'ÚS DEL CATALÀ A L'ÀMBIT PÚBLIC	
La Queta Ets guai El català connecta, passa-ho	La Queta Demana en català



El paper de llengua entre els consumidors: Informe de resultats



G1_JOVES CAT
CONCEPTES COMUNICATIUS PROPOSATS
No em jutgis, parla'm català Comença tu; és fàcil i et sentiràs més còmode
VALORACIÓ CONCEPTES COMUNICATIUS
<u>Valoració positiva:</u> Parlar català té un valor Cadascú la seva llengua i el català la de tots Aprendre i parlar català és bo per a tothom <u>Valoració negativa:</u> Tots els que vivim a Catalunya podem parlar català Dóna una oportunitat al català Tens dret a parlar la teva llengua

BILINGÜES	
G2_JOVES	G3_ALTA QUALIFICACIÓ
CONCEPTES COMUNICATIUS PROPOSATS	
Participa en el canvi Intenta-ho. Prova-ho. Llença-t'hi	Català: llengua integradora /d'unió Si vols integrar-te i fer arrels a Catalunya, parla català
VALORACIÓ CONCEPTES COMUNICATIUS	
<u>Valoració positiva:</u> Tots els que vivim a Catalunya podem parlar català Dóna una oportunitat al català <u>Valoració negativa:</u> Parlar català té un valor Cadascú la seva llengua i el català la de tots Tens dret a parlar la teva llengua Aprendre i parlar català és bo per a tothom Dóna una oportunitat al català	<u>Valoració positiva:</u> Tots els que vivim a Catalunya podem parlar català Cadascú la seva llengua i el català la de tots Aprendre i parlar català és bo per a tothom <u>Valoració negativa:</u> Parlar català té un valor Dóna una oportunitat al català Tens dret a parlar la teva llengua



El paper de llengua entre els consumidors: Informe de resultats



CASTELLANOPARLANTS	
G4_BAIXA QUALIFICACIÓ	G5_NASCUTS FORA DE CATALUNYA
ANTECEDENTS	
<u>Moderació</u> : català i castellà. <u>Participants</u> : castellà.	<u>Moderació</u> : castellà i català. <u>Participants</u> : castellà amb alguna intervenció en català.
SIGNIFICAT DEL CATALÀ	
Cultura, història, Identitat, diferent Código, herramienta, lengua bonita Sentir, lengua materna (castellano) Tema político, No obligación	Catalunya Cultura, Identitat Euskera, parecido a Independencia
SIGNIFICAT PARLAR CATALÀ	
Necesidad laboral Políticamente correcto	Necesidad laboral Integración, adaptarse Tradición Dificultad, vergonya Fácil, cercano
SIGNIFICATS PARLAR CATALÀ EN L'ÀMBIT PÚBLIC	
No todos entienden catalán, inmigrantes No imposición, libertad de expresión 2 lenguas oficiales Diferencias entre Barcelona y el resto de Catalunya, según zonas de Barcelona, dependiendo status socioacultural	Minoritario, más práctico en castellano Multilingüismo No obligatorio



El paper de llengua entre els consumidors: Informe de resultats



CASTELLANOPARLANTS	
G4_BAIXA QUALIFICACIÓ	G5_NASCUTS FORA DE CATALUNYA
IMPORTÀNCIA DE L'ÚS DEL CATALÀ A L'ÀMBIT PÚBLIC	
No s'atorga importància a l'ús del català a l'àmbit públic. Cadascú a de fer ús de la llengua amb la que se senti més còmode.	No s'atorga importància a l'ús del català a l'àmbit públic. Cadascú a de fer ús de la llengua amb la que se senti més còmode.
IMPORTÀNCIA DE PROMOURE L'ÚS DEL CATALÀ A L'ÀMBIT PÚBLIC	
Expliciten arguments poc favorables a la promoció de l'ús del català a l'àmbit públic	Expliciten arguments poc favorables a la promoció de l'ús del català a l'àmbit públic
Percepció d'efectivitat limitada de les campanyes de promoció	Percepció d'efectivitat limitada de les campanyes de promoció
RECORD DE CAMPANYES DE FOMENT DE L'ÚS DEL CATALÀ A L'ÀMBIT PÚBLIC	
La Queta	La Queta Habla catalán
CONCEPTES COMUNICATIUS PROPOSATS	
Usar el català és fàcil Participación sense imposició/en llibertat	El repte del català El català et porta on vulguis



El paper de llengua entre els consumidors: Informe de resultats



CASTELLANOPARLANTS	
G4_BAIXA QUALIFICACIÓ	G5_NASCUTS FORA DE CATALUNYA
VALORACIÓ CONCEPTES COMUNICATIUS	
<u>Valoració positiva:</u> Tots els que vivim a Catalunya podem parlar català Cadascú la seva llengua i el català la de tots Dóna una oportunitat al català <u>Valoració negativa:</u> Parlar català té un valor Tens dret a parlar la teva llengua Aprendre i parlar català és bo per a tothom Dóna una oportunitat al català Cadascú la seva llengua i el català la de tots	<u>Valoració positiva:</u> Parlar català té un valor Dóna una oportunitat al català <u>Valoració negativa:</u> Tots els que vivim a Catalunya podem parlar català Cadascú la seva llengua i el català la de tots Tens dret a parlar la teva llengua Aprendre i parlar català és bo per a tothom