



Fitxa de l'estudi d'opinió¹
"El paper de la llengua entre els consumidors, 2006"

Denominació²: El paper de la llengua entre els consumidors, 2006.

Tema objecte d'estudi³: Estudi qualitatiu sobre el paper que juga la llengua en els hàbits de consum, especialment referit a l'etiquetatge, l'oferta de serveis, la publicitat i l'atenció al client.

Objectius / motivacions⁴: L'objectiu final de l'estudi és conèixer els comportaments lingüístics generals dels consumidors en relació amb el procés de compra o la contractació de serveis.

Unitat promotora⁵: Departament de la Vicepresidència. Secretaria de Política Lingüística

Entitat / empresa executora⁶: TIME Consultants

Condicions de contractació⁷: Procediment negociat.

Partida pressupostària: PR 07 D/227.000500/4510

Cost⁸: 20.689,65 euros + 3.310,34 d'IVA = 23.999,99 euros

Àmbit geogràfic⁹: Àrea metropolitana de Barcelona.

Univers¹⁰:

- Grup lingüístic:
 - Parlants que tenen com a llengua habitual principal el català
 - Parlants que usen realment el català i el castellà per igual
 - Parlants nascuts a Catalunya o a la resta de l'Estat que no usen habitualment el català
- Edat: joves d'ambdós sexes de 18-24 anys; joves adults de 25-35 anys, dones de 40-55 anys, i homes de 40-55 anys.

Mostra¹¹: treball qualitatiu (6 grups d'entre 7 i 9 persones per grup)

Error mostral¹²: no correspon

Dates de treball de camp¹³: del 10 al 24 d'octubre de 2006.

Tipus de mostreig¹⁴:

- **Metodologia:** S'utilitza la tècnica qualitativa anomenada grup de discussió (GD) amb presentació real d'un producte cultural i d'un producte de consum etiquetats en diverses llengües. Entre els aspectes que s'observaran destaquen: el discurs dominant i latent i els eixos de debat o discussió, la intersubjectivitat (tòpics, llocs comuns) i els comportaments lingüístics.



- **Mètode de recollida:** Enregistrament en àudio i vídeo.

Text del qüestionari¹⁵: no correspon.

Calendari del projecte¹⁶: D'octubre a desembre de 2006

¹ El Decret 334/2002, de 3 de desembre, pel qual es dóna una nova regulació al Registre públic d'enquestes i estudis d'opinió de la Generalitat de Catalunya, es pot consultar a: http://www10.gencat.net/pls/sac/p92.lli_par?usu=DP&pas=&via=3&cap=&parc=enquestes

² Títol previsible. Els punts, parèntesis i salts tipogràfics se substitueixen per dos punts [:] i es fa començar la frase següent amb minúscules, llevat que sigui un nom propi. Vgr : *Evolució de X : un enfocament psicosocial : març 2004-desembre 2004* (A100).

³ Temàtica de la que tracta l'estudi, a redactar entre 20 i 50 paraules. S'ha de distingir dels aspectes motivacionals, que s'indiquen en el camp *Objectius / motivacions*, i dels metodològics, que s'indiquen en el camp *Metodologia*. (A100).

⁴ Causa o finalitat que menen a realitzar l'estudi, a redactar entre 10 i 40 paraules (A100).

⁵ Unitat administrativa impulsora i sufragadora de l'estudi. Ordeneu les unitats de major a menor rang, separant els nivells amb punts. Vgr : DG X. SubDG X. Servei X (A100).

⁶ Empresa o entitat executora del disseny, el treball de camp, l'explotació estadística i la redacció de l'estudi. Pot ser una o múltiple. Pot ser externa o coincident amb la unitat administrativa impulsora de l'estudi.

⁷ Són considerades vàlides les respostes següents : Concurs obert / Concurs restringit / Procediment negociat / Contracte menor / Conveni de col·laboració / Elaboració pròpia / Subvenció.

⁸ Desglosseu el preu i l'IVA (si està exclòs d'IVA, indiqueu-ho.)

⁹ Redacteu un text preferint els enunciats enumeratius als conceptuals. Vgr : és preferible "Noguera, Pla d'Urgell, Segrià..." que no pas "Àrea d'influència de Lleida" (A100).

¹⁰ Redacteu un text preferint els enunciats conceptuals als enumeratius. Vgr : és preferible "Residents a ciutats d'entre 100.000 i 200.000" que no pas "Residents a Lleida, Tarragona..." (A100).

¹¹ Nombre absolut de la mostra. Vgr : N=4.500.

¹² Error causat per la variabilitat de la mostra (A50).

¹³ Indiqueu dates previstes d'origen i final.

¹⁴ Metodologia: enfocament i tècnica del conjunt de l'estudi.(A100)

Mètode de recollida: sistema utilitzat per obtenir la informació: telèfon (CATI), entrevista presencial, postal, internet, etc.

¹⁵ Reproducció textual del qüestionari que fa servir l'entrevistador / enquestador.

¹⁶ Indiqueu dates previstes d'origen i final.