



Informe de resultats



VOLUM 1:



El paper de la llengua entre els consumidors



Estudi qualitatiu



per a:



**Generalitat
de Catalunya**

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

27 de novembre de 2006

Ref. 1381



Índex

VOLUM I:

I. Antecedents.....	8
II. Objectius.....	9
III. Metodologia.....	12
III.1. Antecedents	12
III.2. Fases	13
III.3. Característiques dels grups.....	16
III.4. Característiques epistemològiques	17
III.5. Fitxa tècnica.....	22
III.6. Requeriments.....	23
IV. Organització del treball.....	24
V. Equip tècnic	25



VI. Resultats	26
1. Marc de referència	27
1.1. Significats i rols de la llengua	29
1.2. Interpretació de la situació de la llengua a Catalunya	33
1.3. Els catalans com a consumidors	38
1.4. La configuració dels grups participants en la recerca	40
2. Consum i consum cultural.....	41
2.1. El consum i el consum cultural com a conceptes d'anàlisi	42
2.2. Particularitats del consum cultural.....	43
A. Procés de compra	44
B. Procés de consum	45



3. Els productes de consum quotidià i la llengua.....	47
3.1. Criteris d'elecció de productes de consum	48
A. Principals criteris d'elecció sobre els productes.....	49
B. Criteris d'elecció secundaris i/o emergents	54
C. Criteris d'elecció dels establiments comercials	55
3.2. Importància de la llengua en l'etiquetatge dels productes de consum	57
A. Situació general.....	57
B. Factors que influeixen en la importància donada a la llengua de l'etiquetatge	59
3.3. Productes de consum quotidià associats a l'etiquetatge en català.....	62
3.4. Posicionaments en relació a la llengua de l'etiquetat	63
A. Posicionaments generals.....	63
B. Arguments entorn al posicionament en relació a l'etiquetatge de productes en català	67
3.5. La llengua dels serveis i l'atenció al client.....	72



4. Els productes de consum quotidià i la llengua.....	78
4.1. Dimensions d'anàlisi del consum cultural.....	79
4.2. Cinema i llengua	81
A. Situació general.....	81
B. El procés de consum	87
C. Dimensió comercial: el procés de compra	95
D. Subtipus de productes: cinema al cinema, cinema en DVD i cinema a la TV	100
4.3 TV i llengua	105
A. Situació general.....	105
B. Diferències entre tipus de continguts	107
4.4. Altres productes de consum cultural	109
A. Literatura i llengua.....	109
B. Premsa i llengua.....	112
C. Ràdio i llengua.....	114
D. Música i llengua.....	115



5. La normativa lingüística en temes de consum.....	116
5.1. Percepció de la situació lingüística a Catalunya	117
5.2. Opinió sobre la necessitat i pertinença de normativa	120
lingüística en l'àmbit del consum	120
A. Interpretacions de la política i normativa lingüística	120
B. Normativa lingüística en el consum	122
5.3. Grau de coneixement de la normativa actual	132
5.4. Oficines de garanties lingüístiques.....	135
6. Els grups lingüístics	139
6.1. Grup catalanoparlant	140
6.2. Grup bilingüe	142
6.3. Grup castellanoparlants.....	144



7. Reflexions finals	145
7.1. L'actitud davant la llengua	146
7.2. Llengua i consum	148
7.3. Llengua i consum de productes quotidians	149
7.4. Llengua i consum cultural.....	150
7.5. Llengua i normativa	151
7.6. Llengua i possibles actuacions	153

VOLUM II:

VII. Annexos

1. Característiques dels grups
2. Qüestionari de captació
3. Full de procediment
4. Línia de punts
5. Transcripcions
6. Quadres sintètics per grup lingüístic



I. Antecedents

- ▶ La Secretaria de Política Lingüística (SPL) del Departament de la Presidència, en el marc del Pla d'acció 2004-2005, promou programes i serveis sobre llengua i món socio-econòmic.
- ▶ En aquest pla d'acció un dels objectius centrals és **afavorir l'oferta i la demanda de productes i serveis en català**.
- ▶ En aquest sentit, la Secretaria de Política Lingüística es va proposar realitzar un **estudi sobre el paper de la llengua en els hàbits de les persones consumidores i usuàries**, per tal de disposar d'informació sobre les **percepcions lingüístiques dels consumidors catalans**.

Aquest estudi, havia de centrar els seus objectius principalment en allò referit a l'etiquetatge, l'oferta de serveis, la publicitat i l'atenció al públic.

- ▶ Un dels principals estudis sobre l'ús comercial del català és l'estudi realitzat el 1992 per la Secretaria de Política Lingüística, *Actituds dels consumidors catalans davant de l'ús comercial del català*, i que suposava una actualització i ampliació del realitzat l'any 1986.

Aquest estudi dissenyava la confecció del coeficient d'incidència comercial del català (CICC), que incorpora els factors de rellevància en les actituds i comportaments lingüístics dels consumidors catalans.

- ▶ La metodologia utilitzada en la recerca de 1992 així com el tractament de la informació, possibilitava el seguiment en el temps de l'evolució de les principals variables estudiades, entorn a la percepció i actituds davant l'ús comercial del català, al mateix temps que aportava la quantificació del coeficient d'incidència comercial del català (CICC).



II. Objectius

- ▶ A l'estudi d'enguany, la Secretaria de Política Lingüística va considerar els següents **objectius centrals** :
 - ⇒ Coneixement dels comportaments lingüístics generals dels consumidors en el procés de compra o la contractació de serveis.
 - ⇒ El paper de la llengua catalana entre els consumidors catalans, especialment referit a l'etiquetatge, l'oferta de serveis, la publicitat i l'atenció al client.
 - ⇒ Mesura de la importància de l'etiquetatge a l'hora de comprar un producte i de la llengua o llengües utilitzades en l'etiquetatge.
 - ⇒ Definir qualitativament les característiques dels diversos perfils de consumidors envers la utilització del català
 - ⇒ Testar etiquetes i altres productes de consum: DVD, llibres, mòbils, etc.
- ▶ Per la SPL resulta d'interès el poder **comparar els resultats del present estudi i contrastar les variacions en les qüestions que intervenen en la configuració de les actituds i comportaments dels catalans com a consumidors, davant de la llengua catalana** amb els resultats dels estudis realitzats el 1986 i 1992.
- ▶ D'aquesta manera, la present recerca **ha de servir com a fase exploratòria per tal de dissenyar una enquesta sobre les actituds i comportaments dels catalans en relació a l'ús comercial del català**, enquesta que es duria a terme durant el 2007.

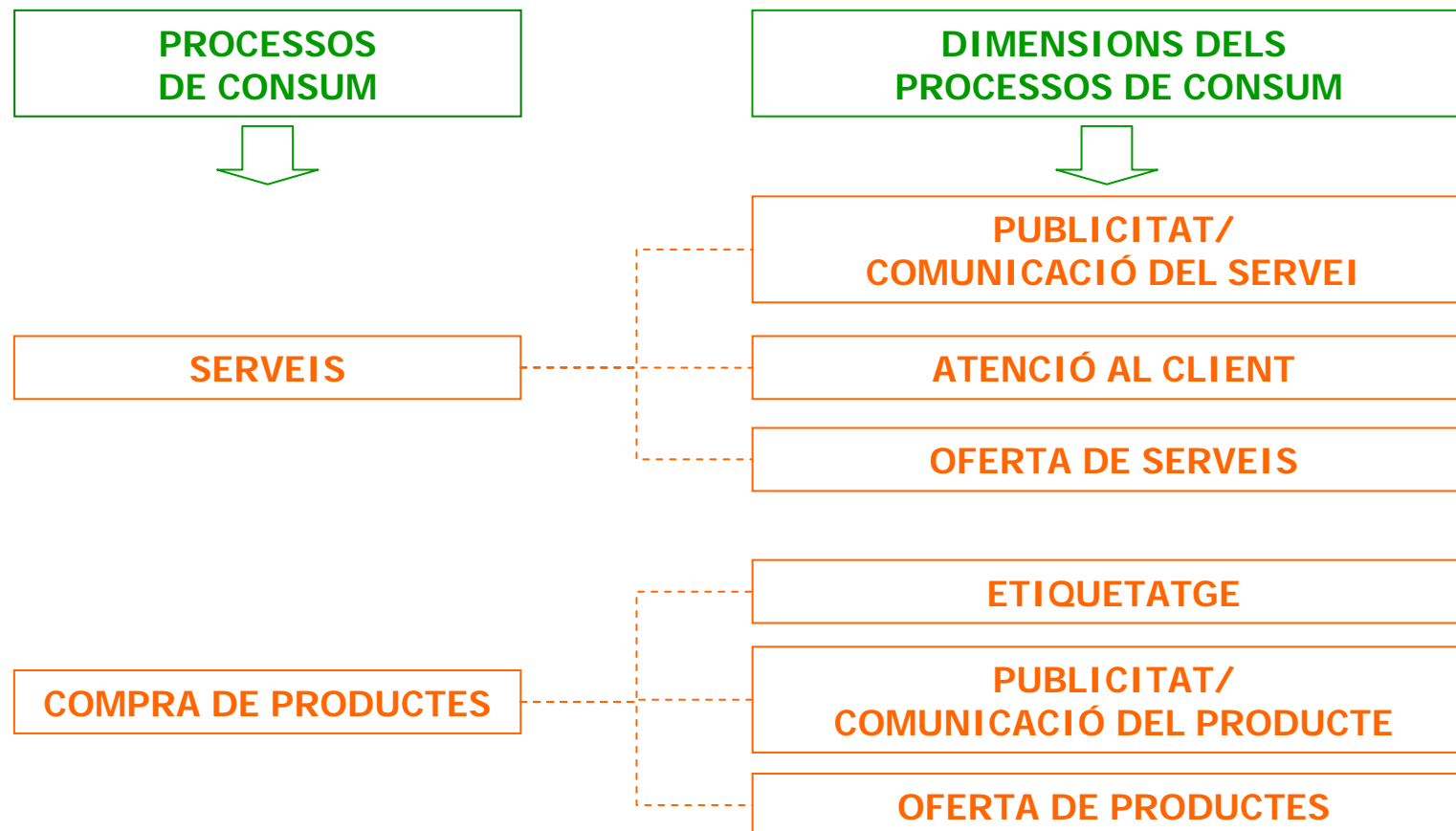


- ▶ D'aquesta manera, la recerca ha tingut com a finalitat aprofundir en la dimensió lingüística en següents dels **processos de consum**:
 - ⇒ La tria d'un producte
 - ⇒ La contractació/ús d'un servei

- ▶ En ambdós processos s'ha parat especial atenció a les **dimensions** de:
 - ⇒ Comunicació o publicitat
 - ⇒ Etiquetatge (en cas de productes de consum)
 - ⇒ Atenció al client (en cas de serveis)
 - ⇒ Oferta de productes i serveis



- De forma esquemàtica es poden **visualitzar els diferents nivells d'objectius**:





III. Metodologia

III.1. Antecedents

- L'any 1992, l'estudi *Actituds dels consumidors catalans davant de l'ús comercial del català*, va ser realitzat amb el disseny d'una metodologia innovadora. Aquesta metodologia consistia en realitzar entrevistes personals a la llar dels entrevistats, en les que se seguien 2 fases diferenciades:

FASE 1: TEST DE PRODUCTE I ENVÀS

PROCEDIMENT

En aquesta primera fase, l'entrevistat havia de triar entre 3 formes de presentació d'un producte de consum que s'havia de llençar al mercat– aigua embotellada -, que es diferenciaven en el tipus d'envàs i l'etiquetatge de l'envàs:

- 1 només en castellà
- 2 en català i castellà amb diferent envàs

OBJECTIUS

En aquesta primera fase permetia copsar el paper de la llengua en la tria del producte i les actituds que generava.

FASE 2: QÜESTIONARI

PROCEDIMENT

Realització d'una enquesta personal sobre les actituds, usos i comportaments lingüístics.

OBJECTIUS

Aquesta fase permetia quantificar les dimensions incloses en l'estudi i disposar de la informació necessària per construir el coeficient d'incidència comercial del català (CICC).



III.2. Fases

Per l'actual estudi TIME Consultants va proposar la següent metodologia que segueix una filosofia similar a la de l'anterior estudi integrant-la en el procés discursiu dels grups de discussió. Així doncs, les fases de la dinàmica han estat:

FASE 1: SIMULACIÓ DE PROCÉS DE COMPRA DE PRODUCTE DE CONSUM

PROCEDIMENT

En aquesta primera fase, els participants en cada grup o dinàmica triaran en una sala aïllada entre 3 ampolles d'aigua, aquestes, a més de tenir un envàs diferent, tindran un etiquetatge diferenciat en funció de la presència/absència de la llengua catalana:

OBJECTIUS

- Productes triats en cada grup
- Argumentacions principals i secundàries
- Copsar el paper de la llengua en la tria del producte en el pla espontani.

FASE 2: SIMULACIÓ DE PROCÉS DE COMPRA DE PRODUCTE DE CONSUM CULTURAL

PROCEDIMENT

En aquesta segona fase, els participants en cada grup o dinàmica triaran en una sala aïllada entre 6 dvd's de cinema: 3 en català i 3 en castellà.

OBJECTIUS

- Productes triats en cada grup
- Argumentacions principals i secundàries
- Copsar el paper de la llengua en la tria del producte en el pla espontani.



III.2. Fases

FASE 3: GRUP DE DISCUSSIÓ CENTRAT EN LA DIMENSIÓ LINGÜÍSTICA

PROCEDIMENT

En aquesta fase, es procedirà a dinamitzar el grup de discussió

Aquesta metodologia es base en la interacció, discussió, intercanvi d'experiències i elaboració d'acords entre els participants respecte a les qüestions exposades pel moderador i la resta de participants.

L'objectiu central és observar com els participants construeixen grupalment la seva realitat i experiència, permetent obtenir múltiples opinions i processos emocionals en el context social.

En aquest cas, els grups formats seran homogenis en funció de la seves característiques socio-demogràfiques bàsiques (fonamentalment l'edat), i en funció del seu perfil sociolingüístic. Amb aquest disseny es pretén que els participants actuïn d'una manera el més desinhibida possible.

OBJECTIUS

Els objectius centrals d'aquesta fase són:

- Abordar les qüestions centrals de l'estudi i descobrir i aprofundir els aspectes no previstos.
- Obtener una gran quantitat d'informació sobre els usos, actituds i posicionaments lingüístics, ja que s'afavoreix la inter-estimulació del discurs, els participants es potencien mútuament, es retroalimenten.
- Aproximació i discussió multidimensional.
- Interacció entre distints punts de vista.
- Obtener una descripció global dels coneixements, actituds i comportaments socials i sociolingüístics del grup.
- Combina la dimensió individual (perspectiva de cada participant) amb la dimensió social (los fenòmens grupals)



III.2. Fases

FASES	DURADA APROXIMADA	DURADA TOTAL APROXIMADA
FASE 1: SIMULACIÓ DE PROCÉS DE COMPRA DE PRODUCTE DE CONSUM	30 min.	Màxim 3 h.
FASE 2: SIMULACIÓ DE PROCÉS DE COMPRA DE PRODUCTE DE CONSUM CULTURAL	30 min.	
FASE 3: GRUP DE DISCUSSIÓ CENTRAT EN LA DIMENSIÓ LINGÜÍSTICA	2h màx.	



III.3. Característiques dels grups

D'acord amb els perfils lingüístics i sociodemogràfics proposats per la SPL, es va acordar la següent estructuració dels grups:

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES	GRUP LINGÜÍSTIC			TOTAL
	CAT [Parlants que tenen com a llengua habitual principal el català]	BIL [Parlants que usen realment el català i el castellà ner igual]	NOCAT [Parlants nascuts a Catalunya o a la resta de l'Estat que no usen]	
JOVES: homes i dones de 18 a 24 anys	1	1	1	3
JOVES-ADULTS: homes i dones de 25 a 34 anys.	1	1		1
ADULTS: Homes i dones 35 a 55 anys.		1		2
TOTAL	2	3	1	6

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.**



III.4. Característiques epistemològiques

- ▶ Per a la realització de la recerca s'han hagut de prendre diverses mesures per establir els criteris dels diversos elements que componen la metodologia. A continuació s'argumenten les principals qüestions que configuren el model metodològic aplicat:

A. Elements de treball: productes triats

- ▶ D'acord amb els requeriments de la SPL per tal d'analitzar aspectes relatius al consum de productes de consum i a productes de consum cultural, i de poder determinar la existència de discursos diferenciats, els productes utilitzats per provocar el discurs han sigut:

→ Aigua embotellada:

Aquest producte de consum genèric reuneix determinades característiques que el converteixen en un producte adequat per a aquest projecte:

- ✓ Producte universal, consumit per la majoria de la població
- ✓ El comportament de consum al respecte és menys complex que davant d'altres productes.

→ DVD's de cinema

Aquest producte de consum cultural també es pot considerar:

- ✓ Producte de consum cultural més consumit per la majoria
- ✓ Dimensió cultural en la que intervenen menys criteris d'anàlisi (a diferència de per exemple la literatura o la música).



B. Característiques dels productes

▶ A continuació s'exposen les característiques que han tingut els productes utilitzats en el projecte:

→ Aigua embotellada:

- ✓ Envasos neutres: que en la mesura del possible no remetin a cap marca de consum del mercat.
- ✓ Etiquetatge original i neutre: s'ha dissenyat expressament una etiqueta per a la realització de l'estudi amb una marca i unes característiques gràfiques originals no associables a cap marca existent en el mercat.
- ✓ Marca lingüísticament ambivalent: la marca creada té la mateixa lectura tant en català com en castellà. Com en el cas de l'estudi de 1992 s'ha tornat a fer ús de la marca '**Sana**'.
- ✓ A continuació es mostren les ampolles d'aigua confeccionades per a l'estudi i les etiquetes dissenyades.





Etiqueta en Castellà



Etiqueta en Català



Etiqueta en Bilingüe





→ DVD's de cinema

- ✓ 6 DVD's de 3 títols diferents cada parell 1 en català i 1 en castellà
- ✓ Cada parell pertany a un gènere diferent: dibuixos animats, gènere clàssic i actual, per tal d'oferir variació i de que el criteri lingüístic no fos el principal tret distintiu.
- ✓ Títols similars en ambdues llengües: amb una traducció similar en català i castellà "Germà os" i "Hermano oso"; "Adéu a les armes" i "Adios a las armas"; "el senyor dels anells" i "El señor de los anillos".
- ✓ Pel·lícules en les que la caràtula resulti evident l'ús del català: s'han triat DVD's que no indiquessin el català com una de les opcions de llengua sinó en el propi títol
- ✓ Les pel·lícules triades s'exposen a continuació:





C. 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.



III.5. Fitxa tècnica

Univers	Homes i dones de Catalunya de 18 a 55 anys d'acord amb les configuracions consensuades amb la SPL.
Dates	Setembre-Novembre de 2006
Territori de Procedència	Àrea metropolitana de Barcelona i Barcelona ciutat
Lloc de realització	Sales BLOCK, a Barcelona ciutat (empresa del Grup TIME)
Tècniques d'investigació	Simulació de compra i grups de discussió
Llengua	Els moderadors s'han adaptat a la llengua i registre lingüístic dels participants sense forçar ni evitar l'ús de cap llengua.
Nombre de participants	Donada la complexitat de la metodologia han participat màx. 8 persones per grup.
Nivells d'anàlisis	<p><u>Anàlisi descriptiu</u>: Organització i selecció de la informació donant-li sentit i interpretació, determinant:</p> <ul style="list-style-type: none">→ Ordre i classificació dels temes que apareixen→ Resums amb cites interpretatives <p><u>Anàlisi interpretatiu</u>: donant sentit a tota la informació</p> <p><u>Anàlisi global i per cada grup o de discurs sociolingüístic</u>, d'acord als resultats de l'anàlisi.</p> <p><u>Conclusions i recomanacions</u></p>



III.6. 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 simulació de compra
- 1 sala per a la realització dels grups de discussió

► Al mateix temps s'han construït els següents lots de productes a analitzar.

- 2 lots d'aigües: 1 per a la sala de simulació de compra i 1 per la sala en que s'han realitzat els grups de discussió, formats per 3 ampolles cadascun.
- 2 lots de DVD's: els títols escollits conjuntament amb l'equip de l'SPL segons els criteris acordats previament han sigut: "Adéu a les armes", "El senyor dels anells" i "Germà os".

Tipus de producte	Nombre de lots	TOTAL
Aigües	2 lots de 3 ampolles	6 ampolles
DVD's	2 lots de 6 DVD's	12 DVD's



IV. Organització del treball

Les etapes i tasques realitzades són les següents:

Etapes	Tasques portades a terme
Disseny i consens del procés metodològic	<ul style="list-style-type: none">✓ Consens de la configuració dels grup✓ Consens del qüestionari de captació✓ Disseny de les etiquetes de les ampolles d'aigua✓ Consens de la línia de punts o guió per a les dinàmiques✓ Captació dels participants✓ Consens dels l'adscripció dels participants a cada grup
Treball de camp	<ul style="list-style-type: none">✓ Realització de les simulacions de compra✓ Moderació dels grups de discussió✓ Transcripció dels grups de discussió
Anàlisi	<ul style="list-style-type: none">✓ Anàlisi a través de les eines que l'equip consideri adequades (buidats, fitxes d'anàlisi, taules de contingut...)
Informe de resultats	<ul style="list-style-type: none">✓ Redacció de l'informe de resultats
Presentació de resultats	<ul style="list-style-type: none">✓ Presentació de resultats per part de TIME Consultants a l'equip de la SPL i/o a d'altres estaments que es considerin oportuns.



V. Equip tècnic

⇒ **DIRECCIÓ DEL PROJECTE:**

Jordi Guixà i Cantijoch

Diplomat a ESADE.

Professor de Tècniques d'Investigació a l'Institut Català de Tecnologia –ICT.

Director Tècnic de TIME CONSULTANTS.

⇒ **RESPONSABLE TÈCNIC**

Montserrat Martínez Melo

Llicenciada en Sociologia

Tècnic d'Investigació Senior de TIME CONSULTANTS.

⇒ **EQUIP TÈCNIC**

Sònia Jurado Baldon

Llicenciada Ciències de la Informació

Tècnic d'Investigació Senior de TIME CONSULTANTS.

Carla Montané

Llicenciada en Sociologia.

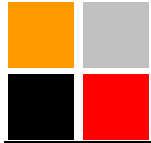
Tècnic d'Investigació Senior de TIME CONSULTANTS.

⇒ **EQUIP DE SUPORT**

Personal de captació i supervisió de sales.



VI. Resultats



1. Marc de referència



- ▶ Tot discurs manifest prové d'un marc de referència, un context **que fa que un determinat discurs sigui d'una manera i no d'una altra**. D'aquesta manera, un **marc de referència permet entendre en quines condicions s'origina una determinada opinió, actitud i posicionament i perquè es dona**.
- ▶ En aquest sentit, els participants fan referència a un conjunt de qüestions, més o menys manifestes, que condicionen el seu posicionament i l'explicació de les seves experiències i opinions.
- ▶ Aquests contextos es poden classificar principalment les següents qüestions en funció de la temàtica amb la que es relacionen:
 - ⇒ **Significats i rols de la llengua**
 - ⇒ **Interpretació de la situació de la llengua a Catalunya**
 - ⇒ **Els catalans com a consumidors**
 - ⇒ **La configuració dels grups participants en la recerca**



1.1. Significats i rols de la llengua

- ▶ Els participants en els grups de discussió interpreten per sobre de qualsevol altre significat o funció, que la **llengua és el vehicle o mitjà que es fa servir per comunicar-se**.

Així i tot, no són aliens a que, més enllà d'un mer mitjà de comunicació, la **llengua** presenta connotacions i significats diferents en funció del context en que és utilitzada i els emissors i receptors que la fan servir. Així, la llengua pot ser també **un signe d'identitat**, de pertinença a un col·lectiu, **d'expressió d'una cultura**, així com un **instrument polític i ideològic**.

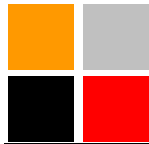
⇒ La llengua com a mitjà de comunicació:

Pels participants la funció principal d'una llengua és la de **facilitar la comunicació**, permetre la interrelació i l'enteniment entre individus. Aquesta és la funció bàsica de qualsevol llengua i és present en el discurs de tota la mostra investigada sense distingir entre grups lingüístics i edats.

"...Per a mi la llengua és un mitjà de comunicació i m'adapto al meu interlocutor..." (JOVES ADULTS BIL)

"...L'idioma és per comunicar-se i t'adaptes com es compregui millor per les dues parts..." (JOVES BIL)

"...A mi m'és bastant igual parlar en català o en castellà; per tant, si l'altra persona se sent més còmoda parlant castellà doncs parlo castellà..." (JOVES CAT)



⇒ La llengua com a signe d'identitat:

Els participants, no són aliens a que la llengua és també un dels elements clau en la configuració de la **identitat individual i col·lectiva**. A través d'ella es representen les **característiques pròpies d'un col·lectiu**, el seu ús comporta la **pertinença i proximitat** a un grup i esdevé **l'expressió viva d'un sentiment d'identitat i d'una cultura**.

"...El català és la nostra llengua..." (JOVES CAT)

"...Un immigrant que parla català...no el sents tan llunyà, no penses què és d'un altre país perquè parla la llengua del teu país..."(JOVES CAT)

En aquest sentit, aquest significat, sobre tot de la llengua catalana és molt present en la mostra investigada, **també entre els grups no catalanoparlants**.

"...El català no es nuestra lengua.. eso no nos lo quita nadie..." (JOVES NO CAT)

"...Yo la identidad catalana la entiendo perfectamente porque es verdad, hay otra cultura que es diferente a la andaluza..." (JOVES NO CAT)

"...Otra lengua, otra cultura y tal y se tiene que respetar pera ya está, un respeto..." (JOVES NO CAT)



⇒ La llengua com a instrument polític i ideològic:

Al mateix temps, els participants en els grups de discussió analitzen la llengua en la seva vessant **d'instrument per finalitats polítiques i ideològiques**, fet que es pot viure amb més o menys incomoditats.

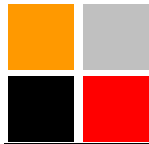
*"...Yo creo que cada vez hay más gente que habla en catalán porque hay más consciencia de que somos catalanes...
y más ahora que por mis narices todo es en catalán.
Y no hay peor cosa que te impongan algo para dejar de hacerlo..." (JOVES BIL)*

Es tracta d'un significat que apareix sovint al llarg del discurs dels grups investigats, en especial, en tot el relacionat a la normativa: la seva pertinença i articulació. **El grup lingüístic més sensible és el de no catalanoparlants, entre els que la vessant política i ideològica de la llengua és el significat més recurrent.**

*"....Se tiende a mezclar la política lingüística con los productos cuando no debería.
Yo no compraría un producto si sólo está en catalán..." (JOVES NOCAT)*

*"...es como la leche Ato, toda en catalán, como patrocinando mucho Catalunya, entonces, no sé,
parece que si compras ese producto ya tiras más hacia un lado..." (JOVES NOCAT)*

*"...en el doblaje creo que es forzar mucho la situación, la situación lingüística de España.
Esto, estoy seguro que está subvencionado..." (JOVES NOCAT)*



⇒ Situació actual de la llengua en l'agenda i clima polític

En aquest sentit els participants en els grups de discussió no són aliens a la situació actual del debat lingüístic, de tal manera que el discurs es produeix en un clima de certa crispació i reserva.

"...Cuando veo estas reacciones, esta unión a la política que me vuelvo radical, me hacen volver radical y ya defiendo el castellano. Pero por principio, no tengo problema, ahora si quieren llegar a extremos pues venga, todos a extremos..." (JOVES NO CAT)

"...Ara mateix, el català es tancar-se les portes. No sé, suposo que per el tema de l'Estatut i tot això et tanques les portes..." (JOVES BIL)

"...Se ha mezclado totalmente lengua y política..." (JOVES NO CAT)

"...Es una batalla y la están enfocando de forma política totalmente, de forma absurda..." (JOVES NO CAT)



1.2. Interpretació de la situació de la llengua a Catalunya

- ▶ La gran majoria dels participants en l'estudi destaquen per definir la situació lingüística a Catalunya com una situació de bilingüisme.

Malgrat que Catalunya és avui en dia un territori on viu gent que prové de molts països i cultures, el que comporta diversitat i pluralitat de llengües i cultures, Catalunya és avui en dia, **bilingüe**: català i el castellà són les seves dues llengües oficials, i aquest bilingüisme és **present en especial al carrer i en la parla de molta de la gent que viu a Catalunya**.

"...M'estranya però que als llocs no estigui més present el català. Som una societat bilingüe..." (JOVES ADULTS BIL)

"...Si hi ha gent que parla les dues llengües vas canviant: és automàtic..." (JOVES BIL)

"...Tenim la sort de ser bilingües; El poder parlar dues llengües es una riquesa..." (ADULTS BIL)

"...Som bilingües; les dues llengües per igual. Tenir dues llengües es una sort..." (JOVES CAT)



A. Significats atribuïts al bilingüisme

La situació de **bilingüisme** però, pot adquirir **diferents significats i/o papers**:

⇒ **Bilingüisme com a vehicle de comunicació però no necessàriament com a situació en el que la majoria de persones es pensa i es representa:**

Si bé, el bilingüisme representa el rol dels catalans com a parlants, és a dir, **defineixi la situació d'ús de la major part**, gran part de la població no és, però, **'bipensant'**.

D'aquesta manera, en els grups de discussió s'apunta a que existeixen **catalanopensants i castellanopensants**. En el primer cas, es tractaria de persones que han tingut el català com llengua familiar, i que per tant han interioritzat aquesta llengua com a vehicle de construcció i representació de la identitat individual i col·lectiva. En el cas dels **castellanopensants** la llengua en la que es construeix i representa la realitat social i individual és el castellà.

En ambdós casos, el bilingüisme es funcional, social.

"....Somos totalmente bilingues pero siempre hay una lengua que tiene que dominar sobre la otra; eso está clarísimo hablas la lengua que hables..." (JOVES NOCAT)

"...Me es mucho más fácil leer en castellano pero intento alternar las dos..." (JOVES NOCAT)

"....Jo no el faig mai...si em ve algú i no entén el català li parlaré però, a part de que el parlo fatal...no em sortiria mai començar la conversa en castellà, només si algú em demana algo i se sap que no sap el català, llavors ho faig per entendre'ns però sinó...tinc amics que són castellans però és de que ells em parlen en castellà o jo els hi parlo en català..(JOVES CAT)



⇒ Bilingüisme com a signe de personalitat:

Per una part dels participants en les dinàmiques **el bilingüisme és un signe de personalitat**, és a dir, darrera del bilingüisme es troba **una manera de ser**, un caràcter determinat.

Sovint entre l'argumentari d'aquest grup, dominen les nocions de **tolerància, respecte i convivència**. Sovint s'interpreta com un **valor diferencial dels catalans** respecte d'altres comunitats i que en general **genera sentiment d'orgull**.

En aquest sentit, el grup de participants que defineix Catalunya com una societat bilingüe supera la classificació de dels grups en funció dels seus usos lingüístics, de tal manera, que també **en gran mesura els grups catalanoparlants i no-catalanoparlants defineixen Catalunya com a societat bilingüe**.

"...S'ha de optar per la convivència de les dues llengües: que sigui un valor afegit..." (JOVES BIL)

"...A part de les arrels és un luxe parlar dos idiomes..." (ADULTS BIL)

"...Nosaltres som més oberts perquè ens hem trobat en una situació de mescla..." (ADULTS BIL)

".....Som bilingües...les dues llengües per igual...ni deixar fora el català ni deixar fora el castellà...." (JOVES CAT)



⇒ Bilingüisme com a instrument polític i ideològic:

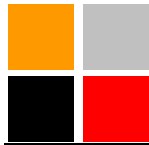
D'altra banda, per una part dels participants el bilingüisme té també una traducció política i ideològica. D'una manera o altra, remet a la convivència identitaria entre Catalunya i Espanya.

D'aquesta manera, el bilingüisme pot fer referència a un sentiment i un determinat posicionament polític i/o ideològic però també a una manera d'evitar la confrontació i l'exclusió de 2 identitats i projectes polítics.

*"...No encuentro bien ni que impongan el castellano ni que prohíban el catalán ni al revés, no.
Porque Cataluña es lo que tiene, tiene esta lengua, pero como forma parte de España, también está el castellano.
Pues que sobrevivan las dos bien y que nadie intente tirar más de una..." (JOVES NOCAT)*

"...Vale que Cataluña tiene el catalán como lengua pero ante todo nuestra lengua es el castellano..." (JOVES NO CAT)

"...Aquí parlem les dues llengües però a tota Espanya no..." (JOVES CAT)

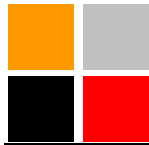


B. Catalunya i el multilingüisme

- ▶ La **immigració extra-comunitària**, en especial a la ciutat de Barcelona, i la **l'activitat econòmica i cultural de la ciutat**, que ha fet que es traslladin professionals d'alt nivell d'arreu, impliquen que a l'espai urbà i metropolità de Catalunya, **es convisqui cada cop amb major diversitat cultural i lingüística**. Aquest procés, planteja per bona part dels participants que a Catalunya a curt termini es puguin escoltar moltes llengües.
- ▶ En aquest sentit, la societat catalana està en plena transformació, en un moment de transició, i, molts dels **àmbits socials** clau (ensenyament, cultura, sanitat i també consum), **estan incorporant altres idiomes diferents del català i el castellà**. Aquest procés és més visible, en el cas de la llengua anglesa, en especial en el sector empresarial, però també en les noves tecnologies, la cultura, la universitat i els mitjans de comunicació.
- ▶ Al mateix temps, la immigració ha comportat que als carrers i en àmbits com l'educació i la sanitat, sigui necessari contemplar les realitats lingüístiques de noves comunitats.
- ▶ Aquest procés genera per a una part dels participants en els grups de discussió **interrogants a curt termini**.
 - ⇒ D'una banda, interrogants sobre **els perills que pugui suposar aquesta situació per les llengües catalana i castellana**.
 - ⇒ I en segon nivell, les actuacions que s'han de dur a terme per integrar aquesta realitat lingüística en la complexa situació lingüística de Catalunya.

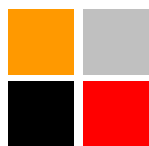
"...Jo crec que sense deixar la nostra cultura ni el que som, hem de fer una cultura de la convivència, guardant i protegint les nostres arrels però amb una cultura de convivència..." (ADULTS BIL)

"...S'ha de cuidar la riquesa, la multiculturalitat de Catalunya..." (JOVES ADULTS BIL)



1.3. Els catalans com a consumidors

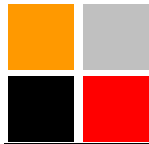
- ▶ Els consumidors a Catalunya es troben en un **mercat cada cop més complex i globalitzat**, que proposa una gran varietat i quantitat de l'oferta de productes i serveis.
- ▶ Si bé, la diversificació de l'oferta beneficia als consumidors **augmentant les seves opcions d'elecció**, fa que es trobin amb moltes opcions per escollir i hagin de **valorar gran diversitat de factors en la presa de la decisió de compra**.
- ▶ Al mateix temps, la societat catalana ha viscut el **procés de transformació en una societat de consum de forma ràpida i abrupta** des de finals dels anys 70, dècada en la que es produeix una acceleració de l'obertura del mercat de béns i serveis i en especial. Alhora és a partir dels anys 90 que el mercat inicia de forma clara el procés de globalització.
- ▶ Entre el consumidor es detecta un progressiu augment del nivell d'exigència a l'hora d'obtenir una bona relació qualitat/preu. Al seu torn, les empreses han de desplegar molts esforços per competir entre elles i copsar l'atenció del consumidor, estratègies entre les que destaca les orientades a **diferenciar i capitalitzar atributs de producte i els valors de la marca**.
- ▶ La rapidesa del procés de transformació de la societat catalana en una societat de consum, a més d'altres factors com ara les limitacions en les expressions i demandes socials viscudes per gran part de la ciutadania durant l'etapa pre-democràtica, indiquen que a **Catalunya existeix un baix nivell de consciència de consumidor**, de tal manera, que els ciutadans exerceixen de forma limitada els seus drets i deures com a protagonistes centrals del procés de consum.



- ▶ D'aquesta manera, la categoria 'consumidor' no és viscuda de forma activa pels ciutadans de Catalunya, tot i que s'apunta a una cada cop major consciència com a tal i **es va desenvolupant una cultura de la reclamació i exigència de drets dels consumidors.**

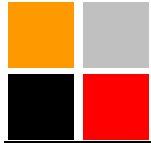
"...Tot el que siguin oficines per informació, assessorament, queixes i ajuts està bé..." (JOVES BIL)

"...lo mismo que lo de ir a la OCU ¿sabes?. Hasta que no te toquen mucho los cojones un día, o sea, nunca vas. ¿Sabes? Y piensas, la OCU, pues estará lleno de busca-raons o sabes lo típico, y el día que vas ahí es que estás hasta los cojones..."
(JOVES BIL)

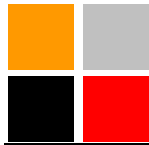


1.4. La configuració dels grups participants en la recerca

- ▶ Com s'ha comentat, en el disseny de metodològic de la present recerca, en consens amb la SPL i d'acord amb els objectius de la mateixa entitat, els grups de discussió s'han configurat a partir dels usos lingüístics dels individus en l'esfera personal (relacions familiars) i social (feina, amics, estudis...).
- ▶ **Un altre condicionant, més rellevant, és el fet que els grups s'han realitzat amb persones de Barcelona ciutat i la seva àrea metropolitana, zones amb unes condicions socio-econòmiques i demogràfiques que afecten directament als comportaments, posicionaments i actituds vers la llengua.**
- ▶ **D'aquesta manera, resulta clau per a la correcta interpretació dels resultats tenir en compte que molts perfils lingüístics dels presents a Catalunya queden exclosos de l'anàlisi.**



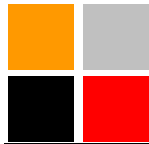
2. Consum i consum cultural



2.1. El consum i el consum cultural com a conceptes d'anàlisi

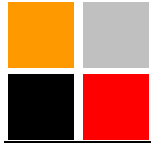
- ▶ Tant a nivell teòric com en el discurs dels participants en els grups de discussió, es posen de manifest les **grans diferències existents entre el consum de productes de consum quotidià i el consum de productes culturals**.
- ▶ D'aquesta manera, en el plànol teòric i de les ciències aplicades (economia, marketing i altres ciències socials), **l'anàlisi de la compra i el consum de productes quotidians està molt desenvolupat**.
- ▶ En canvi, el concepte de 'consum cultural', suposa la **unió de 2 nocions i processos diferenciats**:
 - ⇒ **Consum**
 - ⇒ **Cultura**
- ▶ Si bé, tant el concepte de cultura com el de consum, tenen **connotacions molt àmplies i interpretacions molt diverses i ambigües**, les ciències socials han realitzat un aprofundiment molt desigual en aquests conceptes.
- ▶ Al mateix temps **els mercats cada cop divideixen més els seus consumidors en funció del seu perfil com a consumidors culturals**, detectant l'aparició de grups socials definits principalment per les seves pautes de consum cultural.

El paper d'aquests com a 'trenders' és clau per al desenvolupament de polítiques de mercat de les empreses i marques.
- ▶ Sembla doncs, que el concepte 'consum cultural' està abocat a ser una de les principals perspectives de treball de la política i l'economia, a societats on cada cop més els experts vaticinen la caducitat de factors tradicionalment claus per a entendre la societat i els mercats, com les classes o els ingressos, i fins i tot el nivell educatiu.



2.2. Particularitats del consum cultural

- ▶ Les especificitats del consum cultural són viscudes de forma clara pels ciutadans. Així, els participants en els grups de discussió **distingeixen amb claredat les diferències existents entre el procés de compra i el procés de consum d'un producte de consum quotidià i un producte cultural**, sent l'eix més diferenciador el procés de consum, i en menor grau el procés de compra.
- ▶ Cal tenir presents, que en el disseny metodològic de la recerca, es van triar un producte de consum quotidià extrem (aigua mineral), i un producte de consum cultural extrem (cinema). La tria d'aquests dos productes polaritzats, és a dir, emblemàtics de la seva categoria principal, ha tingut l'interès de fomentar el debat, però cal tenir present que entre ambdós pols existeixen diversitat de productes a mig camí entre el producte de consum pur i el producte cultural pur. Per exemple, un vehicle, un habitatge o un viatge, són productes de consum no purament culturals amb connotacions emocionals i de representació social més complexes que l'aigua mineral.
- ▶ Al mateix temps, la premsa o la música, en determinades formes prenen probablement majors connotacions de productes de consum que el cinema.



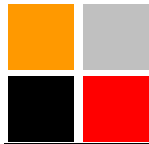
A. Procés de compra:

- Quant al procés de compra, com s'ha analitzat, en el cas d'un **producte de consum quotidià** existeixen gran **multitud de variables que intervenen** (des del preu a la proximitat de l'establiment, o les marques de referència personal, publicitat o estètica del producte), i el **procés i decisió de compra és en general, ràpid i complex de disseccionar o estructurar**.

En el cas del procés de compra d'un **producte cultural**, la **dimensió 'comercial' és menys conscient per al consumidor**, de tal manera que tenen **major rellevància els factors emocionals i experimentals**, és a dir, el que s'espera del producte un cop comprat, per tant, **el procés de consum**.

Tot i això, la dimensió comercial dels productes de consum existeix i tendeix a desenvolupar-se i a fer-se més complexa, a més de ser un dels factors més esgrimits en referència a l'ús de la llengua catalana.

"... tu no lees etiquetas, lees un libro o ves una película..." (JOVES BIL)



B. Procés de consum:

- ▶ **El procés de consum d'un producte de consum quotidià es caracteritza d'aquestes característiques** per ser, en general:
 - ⇒ **Ràpid**
 - ⇒ **Individual**: no té un paper en la interacció entre persones, en general, no és protagonista d'un procés col·lectiu.
 - ⇒ **Funció pragmàtica**: té una funció concreta d'ús. La vida del producte és funcional.

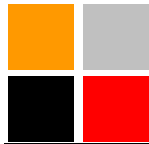
D'aquesta manera, **la dimensió emocional i de representació social és limitada.**

*"...Pero es que el agua cuando tú la pruebas no es, (...),
sabe a catalán o en castellano. Es que el agua es el agua..." (JOVES BIL)*

"... l'aigua és una cosa de consum no és una cosa que... la prens i la llances..." (JOVES-ADULTS CAT)

- ▶ En canvi, **en el cas d'un producte de consum cultural la dimensió emocional i social és la més rellevant, i el plànol comercial passa a segon terme.**

*"...un CD que t'agradi el grup de música...
no t'hi fixes pas si l'envàs és bonic o si l'estètica o la fotografia és bona..." (JOVES CAT)*



- ▶ Així, la llengua en un producte de consum cultural és part del que es consumeix.

"...no només és per proximitat o per què tu t'hi sents més a gust o el que sigui [COM EN EL CAS D'UN PRODUCTE DE CONSUM DIARI] però això [EL DVD] fa servir la llengua.." (JOVES CAT)

D'aquesta manera, en el cas dels productes culturals és en els que la **llengua té un protagonisme clau**, en tant que element de **construcció social de la identitat individual i col·lectiva**.

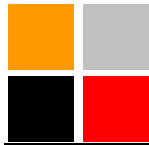
*"...amb un DVD com és una cosa que la veus i no la llances,
és una cosa que si la compres estarà aparcat un parell d'anys com mínim..." (JOVES-ADULTS CAT)*

"... pot ser més important que tinguis l'opció de veure una pel·lícula en català que una etiqueta en català..." (JOVES-ADULTS CAT)

"... i també pot ser que quan vas a comprar aigua tampoc et fixes tant, és més funcional, vas a comprar aigua per beure no per parlar amb ella..." (ADULTS BIL)

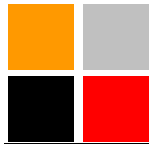


3. Els productes de consum quotidià i la llengua



3.1. Criteris d'elecció de productes de consum

- ▶ Els consumidors, en la compra de productes de consum quotidià interactuen amb gran **quantitat de variables i factors**, el que fa que cada **procés de decisió pugui resultar, en l'extrem, un fet particular i concret**.
- ▶ Com s'ha comentat, les **empreses de producció i distribució de productes de consum**, desenvolupen estratègies per copsar l'atenció del consumidor cada cop més complexes i sofisticades, **cercant la diferenciació dels seus productes i botigues i la generació d'una marca sòlida i de referència pels consumidors**.
- ▶ En els grups de discussió es posa de manifest aquest fet, de tal manera, que per la tria d'una ampolla d'aigua mineral, en un context d'estímul limitats, **els participants mencionen gran quantitat i varietat de factors que interfereixen en la tria del producte i de l'espai de compra**.



A. Principals criteris d'elecció sobre els productes

- ▶ Els **principals criteris d'elecció** de productes de consum fan referència a la percepció d'equilibri entre el **preu** i la **qualitat**. Es trien aquells productes que, dintre d'un marge de preu considerat raonable i adequat, ofereixen una qualitat en consonància a les seves expectatives com a consumidors.

"...jo miro el preu, el preu més baix, amb una qualitat acceptable, la que sigui més barata..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...mirar una mica la qualitat - preu, jo penso que totes les coses tenen un paral·lisme de qualitat – preu sempre..." (ADULTS BIL)

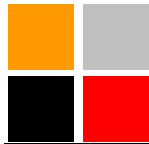
Segons el tipus de producte es valora més la qualitat que el preu, això es dona principal en el cas dels productes alimentaris, especialment els frescos i de plaer, i, en menor grau, en els de neteja i higiene personal. Contràriament, en el cas dels productes alimentaris bàsics – pasta, arròs, etc - o els de neteja de la llar, predomina el factor preu.

"...depèn del que sigui, hi ha vegades que renunciés...prefereixo pagar una mica més però saber que lo que compro m'agrada...depèn del producte que sigui..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...jo també prefereixo els espàrrecs de Navarra, i sí a vegades són més cars, però sí que hi ha temes que..." (ADULTS BIL)

"...si ja coneixes aquell producte igual encara que sigui una mica més car però compares amb altres de la mateixa gamma però que no t'agraden pues ja compres aquell..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...depèn del producte hi ha marques que si les conec em guio per les marques i, si tot m'és desconegut, doncs aleshores sobretot miro el preu..." (JOVES BIL)



- En molts casos, la **els valors de la marca** i la **confiança** que els consumidors tenen en la mateixa també intervé amb força en la tria d'un producte alimentari concret, al mateix temps també apareix el sabor particular de cada marca com a criteri d'elecció.

"...per exemple, jo el Cacaolat sempre ha de ser marca Cacaolat no Okey i tot això, no, i no és per la marca és pel sabor que té, és el que m'agrada i no miraré si val 2 cèntims més o 2 cèntims menys..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...lo principal sería también la marca, porque ya estás como más acostumbrado..." (JOVES NOCAT)

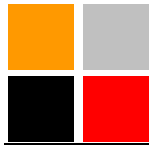
"...miro la marca amb solvència: Gallina Blanca o Maggi que em donen una garantia..." (ADULTS BIL)

"...compro Bezoya que és la que menys sodi té...és el sabor més que res..." (JOVES BIL)

La **familiaritat** i el **costum** entren en joc amb un pes important, detectant-se una forta **fidelitat** per part dels consumidors respecte dels productes alimentaris. En general, afirmen no acostumar a comprar marques diferents a les seves habituals, excepte en el cas de productes nous o quan alguna marca els aporta un aspecte o valor diferencial com és la **denominació d'origen**.

"...jo sí que compro per mania, vaig al súper i sempre agafo la mateixa, si no hi és, no importa agafar un altre, però jo busco la que compro sempre..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...per costumbre. Jo, per exemple, compro dues marques una per cuinar en garrafa barateta però per a beure doncs... Fontvella, Solan de Cabras, Viladrau de tant en quant però bàsicament Fontvella..." (JOVES-ADULTS BIL)



- ▶ En aquesta línia, són determinants **els factors estètics i d'envàs (packaging), com a traductors del conjunt d'elements anteriors.**
- ⇒ Així, es destaca la importància de la **practicitat de l'envàs** com a factor d'elecció. En el cas concret de l'aigua embotella es valoren aspectes com que l'envàs sigui **pràctic, còmode de manipular i resistent.**

També es mencionen elements de **disseny; modern i atractiu.**

"...puede ser que también compre por la vista. O sea, a lo mejor hay un envase que me tienta más a probarlo que otro cualquiera..." (JOVES BIL)

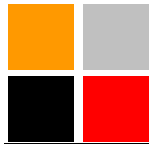
"...por el diseño, es más de hoy en día..." (JOVES NOCAT)

"...yo he escogido la III porque me parecía más moderna y me ha gustado..." (JOVES BIL)

"...m'agrada més l'etiqueta aquí baix, per què...penso que si trec aquesta de la nevera i començo a tirar aigua, me da... la sensació que el paper que estigui a baix recollirà més que no caigui que no que estigui a dalt..." (ADULTS BIL)

"...la segona em sembla més fàcil d'agafar, per exemple, jo agafo l'ampolla per dalt i si hi és la etiqueta a dalt, si l'etiqueta es desenganxa o alguna cosa pot caure..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...disseny que veiem a les botigues, es més modern. Les altres son mes, me'n recorden mes les d'abans, es veu més antiga..." (JOVES-ADULTS BIL)



- ⇒ Del disseny es valoren molts elements que van des del color del tap, a la ubicació i colors de l'etiqueta, el color i brillantor de l'aigua, etc. Tots aquests factors formen part dels criteris d'elecció que intervenen, especialment quan els consumidors escullen productes dels quals no coneixen les referències bàsiques – preu i marca -. Així, els participants **realitzen associacions entre els estímuls estètics i factors de diferent índole com són la qualitat, la puresa i frescor de l'aigua o reciclabilitat de l'envàs.**

"...lo del tap blanc, em dóna la sensació d'una mica com de que no té tanta qualitat lo que és l'embalatge" (JOVE-ADULTS CAT)

"...per la forma, i també em recorda a l'aigua que compro i el color m'agrada, aquest color blavós, sense ser un blau tan fosc..." (JOVE-ADULTS CAT)

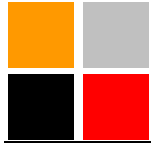
"...la segona, per què m'agradava les ratlles que tenien, semblava com el de la Coca-Cola, per això..." (ADULTS BIL)

"...la tercera perquè he vist un envàs més reciclable que els altres, el color de l'aigua a mi m'agrada més que sigui més blau claret, més transparent, visualment era més agradable i em semblava que lo que havia dintre podia ser més fresc..." (ADULTS BIL)

"...a mi m'ha agradat la tercera pel disseny, el veu més clara, més neta, a primera vista és la que es veu més bé, pel disseny..." (JOVES-ADULTS BIL)

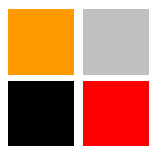
"...per la forma de l'ampolla més estilitzada que la resta..." (JOVES BIL)

"...quizá por el color. La primera blanca no me ha gustado, la segunda se ve como menos brillante y la tercera es la que brilla más..." (JOVES BIL)



- ▶ D'aquesta manera, **el principal protagonisme de l'etiquetatge és contenir i transmetre la marca i els seus valors, i estímuls estètics, mentre que el contingut informatiu es relegat a un segon nivell.**

Lògicament, existeixen productes en els que el protagonisme del contingut informatiu és superior (productes perillosos, tòxics, per infants, dietètics...), i persones que donen més o menys importància a aquest contingut (celiacs, al·lèrgics, persones que presten especial atenció a la composició per raons mediambientals o dietètics...).



B. Criteris d'elecció secundaris i/o emergents

- La **procedència** del producte es perfila com un factor secundari, tot i que entre els participants s'apunta la possibilitat que sigui un factor d'**importància creixent** en el procés de selecció de productes. Aquesta tendència és més evident entre ciutadans adults, que assenyalen tenir en compte a l'hora de comprar d'on ve el producte, **prioritzant aquells amb un origen més proper o que són del lloc de referència de qualitat del producte.**

"...em fa pena que els espàrrecs Carrefour són els únics que utilitzen espàrrecs de Navarra, en canvi, Caprabo que és una empresa catalana...utilitza espàrrecs que són de la Xina, perdonin senyors però no estic d'acord, jo sí que ho miro i procuro consumir productes nostres..." (ADULTS BIL)

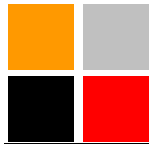
"...prefereixo conèixer la font, penso que aquesta proximitat, saber d'on és l'aigua et dona més confiança... jo compro les catalanes, la Viladrau, la Ribes, la Fontvella..." (ADULTS BIL)

"...els espàrrecs, que són de Navarra que són els millors, o els pimientos del piquillo de Padron... síque procuro que siguin, encara que siguin marca blanca, que siguin del país..." (ADULTS BIL)

- Un segona **tendència emergent** entre alguns dels participants, és l'atenció als **ingredients i la composició** dels productes alimentaris. L'interès se centra en conèixer els conservants afegits al producte i, la presència i quantitat continguda d'alguns ingredients i els processos d'elaboració.

"...et fixes en els components, si té colorants, additius..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...en lo que me fijo bastante es en que tenga mineralización débil..." (JOVES BIL)



C. Criteris d'elecció dels establiments comercials

- ▶ A més de les variables que intervenen en el procés d'elecció d'un producte de consum quotidià, els participants posen de manifest un **complex ventall de possibilitats i arguments per triar l'establiment en el que es compren els productes**. D'aquesta manera, sovint els consumidors desenvolupen estratègies que impliquen tenir **hàbits de compra que combinen diferents tipus d'establiments**.
- ▶ A l'hora d'escollir el lloc de compra el **criteri prevalent**, a tots els grups investigats, és la **practicitat**. D'aquesta manera, pràcticament la totalitat dels participants afirma comprar a **supermercats**, argumentant que aquests tipus de comerços ofereixen l'avantatge de poder **adquirir gran varietat de productes al mateix lloc**.

"...un sitio que puedas hacer la compra ahí y ya compras todo..." (JOVES NOCAT)

"...normalment també als supermercats...per horaris, és a tiro fet i com que hi ha de tot pues al Caprabo o el Condís, que és lo que tinc més a prop..." (JOVES-ADULTS BIL)

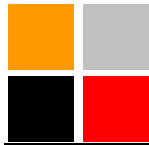
- ▶ Pel que fa a la tria d'una **cadena determinada** els individus destaquen la importància de la **proximitat** com a aspecte bàsic però també valoren altres factors com són: la **varietat de l'oferta**, la disposició de productes amb una **bona relació qualitat-preu** i que el **local** sigui **còmode, agradable** i que amb bones **condicions higièniques**.

"...hi ha sùpers que són una mica, així, bastant depriments...molt gris i no fa que entris a gust, també el Dia. Mercadona ara és més ampli, és més, no sé..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...que estigui endreçat, que sigui fàcil i còmode de comprar, de trobar els productes..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...en l'establiment que tingui de tot, que pugui triar, que tingui varietat..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...que estigui net. Jo sempre, per exemple tinc un Dia al costat però no he entrat mai perquè em fot una mica de fàstic. ho tenen tot ficat en palès..." (JOVES-ADULTS BIL)



- ▶ Sovint, els participants **fan referència al preu dels productes com un element determinant de l'elecció de l'establiment**, tot i que es vol matisar aquesta rellevància amb d'altres factors.

"...cercania y relación calidad-precio..." (JOVES BIL)

- ▶ Alguns dels participants, especialment els adults, donen major **importància a la qualitat, així com al plaer de comprar i al tracte personalitzat**. En aquests casos, en els hàbits de compra es contempen els **mercats municipals**, principalment per comprar productes fresc, principalment carn i peix.

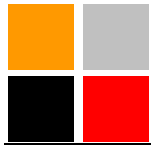
Per a aquestes persones, la compra en aquests recintes els garanteix una major qualitat dels productes que la que poden trobar en els supermercats i aprecien té un component de plaer i de tracte personalitzat que no troben en cap altre tipus de comerç.

"...hi ha coses que no m'agrada comprar al supermercat, la carn, el peix, la fruita, tot això no ho compro jo al supermercat...lo que és per a mi la carn coses així que és cada dia pues ja compro al mercat..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...m'agrada molt anar al mercat cada dissabte, agafo el carro i me'n vaig cap allà...allà al mercat veus el peix, veus la carn i ja doncs agafes...entra més per la vista..." (JOVES-ADULTS BIL)

- ▶ De forma més marginal, especialment entre els joves, aquells que no s'encarreguen de la compra a la llar, adquireixen també productes d'alimentació i begudes a **bars, benzineres i màquines de 'vending'** instal·lades als seus centres d'estudis, duts per la comoditat i la proximitat que els aporten aquestes alternatives comercials i obviant el preu.

"...jo sóc molt de benzineres, perquè la compra de casa no la faig jo..." (JOVES BIL)



3.2. Importància de la llengua en l'etiquetatge dels productes de consum

A. Situació general

- ▶ Davant aquest allau d'estímuls, la llengua utilitzada en les etiquetes dels productes de consum passa gairebé desapercebuda i no es configura per la majoria en un criteri tingut en compte a l'hora d'escollir un producte.
- ▶ La llengua utilitzada en l'etiquetatge del producte **apareix espontàniament de forma minoritària** entre els participants, com a aspecte valorat a l'hora d'escollir una de les tres ampolles mostrades en el procés de simulació de compra. Aquestes minories es relacionen amb **diferents grups lingüístics** analitzats, apuntant la importància i posicionament dels individus en relació a la llengua.
 - ⇒ D'una banda, el grup de joves no-catalanoparlants dos dels participants assenyalen haver-se fixat en la llengua d'etiquetatge del producte per realitzar la seva selecció.

"...A parte que está en castellano y me gustaba más que en catalán..." (JOVES NOCAT)

- ⇒ Entre els individus dels grups catalanoparlants, només un jove menciona la llengua de l'etiqueta com a aspecte que ha influït en la seva elecció.

"...anava a escollir la III per familiar, però la I perquè era en català..." (JOVES CAT)

- ⇒ Als grups bilingües cap participant fa referència a la llengua com a element dins del seu procés d'elecció



- ▶ D'aquesta manera, la major part dels participants explicita **no fixar-se en la llengua** en que estan etiquetats els productes que adquireixen habitualment.

"...l'aigua serà aigua en català o en castellà..." (JOVES CAT)

"...una aigua no l'escoltes..." (JOVES CAT)

"..jo per exemple, en els productes que són de consum d'alimentació, jo mai em fixo en l'idioma..."(JOVES-ADULTS CAT)

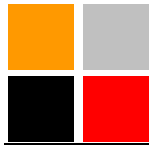
"...yo no me fijo nada en el idioma..." (JOVES NOCAT)

"...la verdad es que lo leo y ni me entero..." (JOVES NOCAT)

"..esto a mi si que personalmente me es totalmente indiferente..." (JOVES BIL)

"...és que ni et fixes. Ningú s'ha donat compte..." (JOVES BIL)

"...no lees etiquetas, lees un libro o ves una película..." (JOVES BIL)



B. Factors que influeixen en la importància donada a la llengua de l'etiquetatge

- ▶ Els participants mencionen **factors de diversa magnitud i índole que expliquen la poca rellevància de la llengua de l'etiquetatge:**

⇒ **Relació amb els productes de consum breu i amb finalitat funcional.**

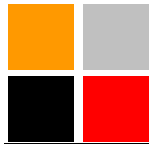
En l'acció de compra i consum predomina la importància d'aconseguir l'accés al producte desitjat i/o necessitat, el que comporta que **qualsevol altra tipus de consideració o aspecte, no relacionat directament amb satisfer el consum, quedi relegat a un plànol residual.**

Els productes de consum quotidià són definits com **béns "d'usar i llençar"** amb els quals es manté una **relació breu** en la que la **satisfacció** buscada té lloc en el mateix moment del consum. Així, **l'etiqueta té un paper poc rellevant** durant la realització d'aquest acte i **la llengua de la mateixa és un aspecte secundari, que passa desapercbut, en la majoria dels casos.**

"...l'aigua és una cosa de consum, és una cosa que la prens i la llances..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...a la hora de consumir, si quieres una cosa pues yo creo que te la tienes que comprar esté en catalán o en ruso..." (JOVES NOCAT)

"...quan vas a comprar aigua tampoc et fixes tant, és més funcional, vas a comprar aigua per veure, no per parlar amb ella..." (ADULTS BIL)



En aquest sentit, és aclaridor afegir que respecte al contingut de les etiquetes, si bé algunes persones mostren interès en entendre com a mínim la informació bàsica del que s'explica en les mateixes, d'altres, donada la naturalesa d'aquests productes, prescindeixen del text inclòs.

"...compres el que t'agrada i ja està. A mi si m'agrada aquest tipus d'aigua m'és igual, com si ho volen posar en rus. Me la compraré igualment perquè m'agrada..." (JOVES BIL)

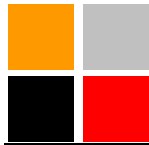
⇒ La cultura de consum es viu principalment en castellà

Quant referit anteriorment s'afegeix el fet de pertànyer a una **cultura de consum en castellà**, segons apunta bona part dels participants en la recerca – especialment els de més edat -. Així, sovint s'argumenta que la falta d'atenció a la llengua de l'etiquetatge dels productes, s'emmarca en un context en que **per defecte, s'associa a la llengua castellana**.

⇒ En la publicitat dels productes domina la llengua castellana

Al mateix temps en els grups s'assenyala la **predominància de la publicitat en castellà** en relació a aquest tipus de productes.

"...quizás relaciono más el castellano como lengua de publicidad quizás porque hay más productos en, que se anuncian en castellano que en catalán..." (JOVES NOCAT)



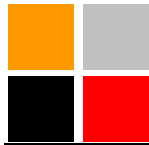
- ⇒ En general, per tots els participants és visible que **al mercat català la presència de productes etiquetats en català és menor que la dels etiquetats en castellà**

En part dels grups catalanoparlants i bilingües, malgrat la percepció d'una situació quantitativament desfavorable pel que fa a la presència de l'etiquetat en català, **es destaca l'increment de productes i marques que ofereixen els seus productes etiquetats en català**. En aquest sentit, es mencionen les cadenes de supermercats que retolen en català i que tenen productes de les seves marques blanques etiquetats en català.

"...està creixent molt el català...mires de fa 10 anys i no havia gaire bé res en català, en canvi ara pots trobar moltes coses..." (JOVES CAT)

"...de fet als supermercats, alguns productes estan en català, les marques blanques aquestes..." (JOVES CAT)

"...el ESCLAT que té moltes marques en català..." (JOVES BIL)



3.3. Productes de consum quotidià associats a l'etiquetatge en català

► A nivell general, els productes als quals, **excepcionalment s'associa principalment l'etiquetatge en català** són:

⇒ **Productes típics de Catalunya:**

Elaborats amb **matèries primeres d'aquí** i/o per **empreses catalanes**. En concret, es menciona el cava, els embotits i el vi. En definitiva, l'associació que es fa de l'etiquetatge en català centra principalment en els **productes de denominació d'origen**.

"...que sea de aquí, una botifarra, algo de aquí, pues sí que compraré antes un producto que esté etiquetado en catalán..." (JOVES NOCAT)

"...sí es un producto que está hecho en Catalunya, o es un vino o algo así que esté etiquetado en catalán o en el caso de la sobrasada que esté etiquetado en catalán porque viene de Mallorca...por el origen..." (JOVES BIL)

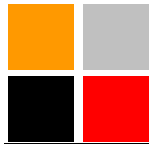
"...millor que estigui etiquetat com espetec que no com 'salxixó'..." (JOVES BIL)

"...jo veig una ampolla en castellà i no relaciono el cava amb castellà, sempre en català..." (JOVES BIL)

"...hay productos que serán siempre en catalán porque son típicos y tradicionales de aquí, pero hay otros que no..." (JOVES BIL)

⇒ **Secundàriament, marques blanques, especialment de supermercats arrelats a Catalunya:**

Aquesta associació és més present entre els joves catalanoparlants i els joves-adults bilingües.



3.4. Posicionaments en relació a la llengua de l'etiquetat

A. Posicionaments generals

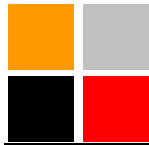
- ▶ El fet que l'etiquetatge de productes i la llengua de l'etiquetatge sigui un factor de poc pes en el procés de compra de productes de consum quotidià genera que **no existeixi un discurs estructurat ni posicionaments sòlids en relació a la llengua d'etiquetat a Catalunya.**

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

"...valoro positivament que un producte d'aquí estigui etiquetat com a mínim en català i després si està en castellà o en un altre idioma, millor..." (ADULTS CAT)

Dins d'aquest posicionament general cal distingir diverses sensibilitats i posicionaments:

- ✓ **Persones favorables al bilingüisme en les etiquetes i altres elements que intervenen en el consum de productes quotidians**
- ✓ **Persones favorables a l'etiquetatge i d'altres elements que intervenen en el consum de productes quotidians només en català**
- ✓ **Persones que no mantenen un rebuig frontal a l'ús comercial del català però que ho consideren ineficient i innecessari**



⇒ **Persones favorables al bilingüisme en les etiquetes i altres elements que intervenen en el consum de productes quotidians**

Aquest col·lectiu d'opinió i actitud aglutinaria la **gran majoria dels ciutadans**, tant catalanoparlants, com bilingües com no catalanoparlants a nivell d'ús.

Darrera d'aquest posicionament es detecten diferents **discursos latents**:

✓ Aquells que aprecien en el bilingüisme una **aposta per la igualtat i convivència real de les dues llengües**

"...no vendran a tota Espanya en català i aquí a Catalunya a mi m'agradaria que ho posés en català, també. Encara que fos molta lletra...aquí parlem les dos llengües però a tota Espanya no..." (JOVES CAT)

"...jo crec que una empresa ha de ser bilingüe..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...no me parece mal que venga en los dos idiomas. Lo que si me parece mal es solamente en catalán..." (JOVES NOCAT)

"...estamos hablando de encontrarte en el supermercado carns y carnes...que tenga opción...creo que es lo más lógico...el termino más medio sin irse al castellano ni al catalán...que estén los dos..." (JOVES BIL)

"...los carteles incluso, si lo lees en catalán, castellano e, incluso, en inglés, pues lo agradeces..." (JOVES BIL)



✓ L'etiquetatge productes i d'altres com a mínim en català:

Compartint aquesta postura trobem la majoria del grups catalanoparlants, especialment els joves-adults, així com bona part dels grups bilingües. Les persones que mantenen aquest posicionament, destaquen que la **llengua catalana és la seva pròpia**, aquesta llengua **conforma la seva identitat i consideren que també de la resta de Catalunya i dels catalans**, de tal manera, que és el primer a protegir, sense menystenir la resta d'opcions lingüístiques.

"...jo per exemple, en els productes que són de consum d'alimentació, jo mai em fixo en l'idioma, agafes el que t'agradi... possiblement si trobes el mateix producte, idèntic en català, l'agafes..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...el mateix producte...la mateixa qualitat, al mateix preu i som a Catalunya, pues mira aquest que ho fa en català... és un punt afegit ja que som catalans..." (JOVES CAT)

"...la veritat no sé si està en castellà o en català, però si algun dia em decideixo a mirar-ho m'agradaria que sigui en català..." (JOVES-ADULTS CAT)

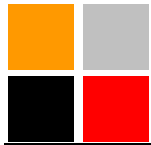
"...soc català i, per tant, les coses en català..." (JOVES CAT)

"...com a consumidor no em molestaria gens que tot fos català...si aquí anés a una botiga i m'ho trobés tot en català, jo encantada...estic en una terra que es parla el català pues, vull dir, m'estaria bé, no ho trobaria una tonteria..." (JOVES CAT)

"...he viscut una certa repressió a nivell d'idioma i m'agrada sentir-me que estic a casa meva...es la meva llengua materna...però si que m'agrada dons això, sentir-me bé a casa..." (ADULTS CAT)

"...sí que està bé i m'agrada que estigui en català, però no és un factor determinant per comprar un producte que estigui en català..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...jo em fixo, cada vegada hi ha molt més productes que estan en català i ho trobo bé..." (JOVES-ADULTS CAT)



- ⇒ **Persones favorables l'etiquetatge i d'altres elements que intervenen en el consum de productes quotidians només en català**

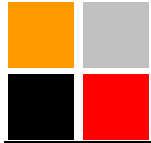
En general, **la possibilitat de que el català figuri com a única llengua és descartada de forma explícita per gran una part dels participants**. Excepte en el cas de productes de denominació d'origen, s'argumenta principalment que es tractaria d'una **actitud tancada**, que en especial **no interessaria a empresaris i comerciants**, però que també **exclouria a bona part dels consumidors**.

- ⇒ **Persones que no mantenen un rebuig frontal a l'ús comercial del català però que ho consideren ineficient i innecessari**

Aquesta **minoria**, formada bàsicament per alguns dels **joves no-catalanoparlants**, malgrat no manifestar un rebuig clar i frontal a la presència del català a les etiquetes dels productes comercialitzats a Catalunya, **recorre principalment a arguments de mercat per assenyalar els beneficis de no incloure'l**.

"...si ya lo ponen encastellano, en catalán pues vale, pero supone gastar más tinta y más papel. En castellano lo entiende todo el mundo, lo entiendes tú, lo entiendo yo, lo entiende el Pep y lo entiende el inmigrante que ha venido de Angola..." (JOVES NOCAT)

En aquest col·lectiu, caldria contemplar aquelles persones que optarien pel bilingüisme com a possibilitat d'estalviar-se l'ús d'1 de les 2 llengües.



B. Arguments en relació al posicionament en davant l'etiquetatge de productes en català

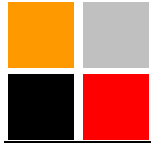
- ▶ En tots els grups lingüístics, independentment del posicionament que es mostri de forma més o menys explícita, s'esgrimeixen un seguit d'argumentacions o qüestions que interfereixen en la seva actitud respecte a l'ús comercial del català.
- ▶ Aquestes qüestions es relacionen principalment amb, **dimensió econòmica, dimensió mercantil i dimensió estètica:**

⇒ Dimensió econòmica

Pràcticament la totalitat dels participants aborden l'etiquetatge de la llengua des de la perspectiva econòmica argumentant el **cost que suposa per a les empreses etiquetar en dues llengües – català i castellà -**.

"...les instruccions de les joguines que ho posin en català és que els hi costaria molts més diners, és qüestió d'economia..." (JOVES CAT)

"...és un sobrecost innecessari...molta gent dirà que tothom entén el castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)



Partint de l'actual situació al mercat, es valora que incloure a l'etiqueta la informació en català significa per a les empreses un cost extraordinari, per a satisfer un mercat petit a escala mundial. En aquest sentit les persones menys sensibles a l'etiquetatge en català afegeixen que les empreses que només etiqueten en castellà s'estalvien aquesta despesa i, al mateix temps, s'asseguren tant la comprensió del mercat català i com d'un mercat força ampli com és el de parla espanyola.

"...instruccions en català t'ho posen poques coses i suposo que és perquè els hi costaria més si ja t'ho posen en un montó d'idiomes i ho posen en espanyol perquè és una llengua majoritària però quasi en tot el món... sembla que si afegeixen el català és més costós..." (JOVES CAT)

"...productes a nivell mundial, doncs a nivell mundial hi ha llengües mundials, que predominen al món...potencials, econòmiques i el català no és un potencial econòmic..." (JOVES CAT)

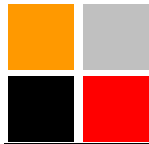
"...es normal en castellano porque abarca un mercado mucho más grande que el catalán..." (JOVES NOCAT)

Malgrat aquesta percepció, emergeix - especialment entre els catalanoparlants - l'opinió de que s'ha de **reinterpretar aquest fet** i que, el cost derivat d'etiquetar en català, passi a ser vist per les empreses com una **inversió a llarg termini** que, en el futur, es veurà compensada per la **fidelització** dels clients més sensibles i actius vers els usos lingüístics.

"...és una inversió a llarg (plaç) perquè es per protegir la cultura però al principi amb la mentalitat que hi ha ara es veu com un cost..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...en deferència al consumidor el valor que donaria a la imatge quedaria compensat..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...encara que al principi no sigui rentable tu estàs fent una inversió i si després s'enganxa i comença a comprar...el Periodico en català, possiblement al principi no era rentable però a lo millor ara ven més que el castellà..." (JOVES-ADULTS BIL)



Per la seva banda, els participants bilingües es dediquen a plantejar **alternatives** per a fer de **l'etiquetatge bilingüe** una opció **rendible** per a les empreses i que satisfaci a tots els tipus lingüístics de consumidor català que van des de fer prevaler en l'etiqueta una llengua per sobre de l'altra segons es comercialitzi al mercat espanyol o al català, només traduir al català la informació més bàsica, etc.

"...un porcentaje de la producción en un idioma y otro tanto en otro..." (JOVES BIL)

"...como protagonista el catalán y como actor secundario, debajo, el castellano..." (JOVES BIL)

⇒ Dimensió mercantil

Tot i que, es destaca positivament el paper d'algunes marques i cadenes de distribució quant a l'ús del català, sovint es fa referència a la **utilització de la llengua com a un element mercantil més**, un atribut o valor dels productes o serveis donats. Davant d'aquest fet, existeixen 2 actituds principals:

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

"...fins i tot els d'immigrants...els interessa ficar-ho en català..." (JOVES CAT)

*"...reps més coses en català però perquè de cara a la galeria has de quedar bé...
Per quedar bé que estigui en català..." (JOVES BIL)*



En aquesta línia ells asseguren que aquest fet els genera **simpatia** vers aquests comerços sentint-los més **propers** i “més de casa”. No obstant, aquesta proximitat emocional no fa que necessàriament es converteixin en els seus productes o establiments de referència ja que competeixen amb la resta de factors analitzats com la proximitat física, el preu i la qualitat dels productes oferts.

“...per exemple el súper Bon Preu sé que té tot en català...però no vaig per que sigui un supermercat que està tot en català, per a mi tampoc és determinant...” (JOVES-ADULTS CAT)

“...per simpatia, entres i compres algunes coses però no per que estigui tot en català, no és un supermercat que em tindria com un client fix...” (JOVES-ADULTS CAT)

“...quan van treure Llet Nostra jo vaig pensar, és del país, és nostra, la vaig tastar i no em va agradar i és més cara, jo no la compro...això, la veritat, a mi m'ha influït...si m'agradés i tot jo la compraria, a més a més és de les cooperatives de Vic...” (JOVES-ADULTS CAT)

“...la colònia aquesta de litre, gran, prefereix comprar la Puig...està etiquetat...Agua de Lavanda Puig, és en castellà però Puig es d'aquí...” (JOVES-ADULTS CAT)

“...si poses l'etiqueta en català i l'aigua es de la Xina, jo no la compraré, és igual que estigui etiquetada en català...” (ADULTS BIL)



- ✓ Per a alguns participants, especialment del segment no catalanoparlant, comprar productes etiquetats en una llengua o en una altra implica una postura o suposa un **posicionament polític i identitari**. En aquests casos la llengua esdevé un **senyal d'identitat** i un **instrument polític i ideològic**.

Alguns d'aquests individus consideren una **actitud extremista** fixar-se en la llengua de les etiquetes i fer d'això un criteri d'elecció.

"...habiendo que están en castellano o bilingües...es como la leche Ato toda en catalán, como patrocinando mucho Catalunya, entonces ya...no sé parece como que si compras ese producto ya tiras más hacia un lado..." (JOVES NOCAT)

"...creo que la gente que se fija es que es muy extremista...alguien que sea muy catalán y que sea muy extremista en este tema pues se lo mirará..." (JOVES BIL)

"...desgraciadamente es importante porque se tiende a mezclar la política lingüística con los productos, cuando no debería. Yo no compraría un producto si sólo está en catalán..." (JOVES NOCAT)

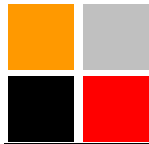
⇒ Dimensió estètica

Per últim, davant la possibilitat d'etiquetar productes i d'altres elements comercials en català i castellà, sovint s'obren debats sobre les **possibilitats estètiques**. Així, els participants fan referència a la **"quantitat" de text a incloure** a les diferents etiquetes. Així, en general es considera que la presència de dues llengües complica la vessant de disseny.

"...en un cop d'ull no ho llegeixes tot..." (JOVES CAT)

"...no sé ho trobo massa...pel meu gust amb una hi ha suficient..." (JOVES CAT)

"...en les dos llengües no m'agrada perquè ho veig massa, amb una n'hi hauria prou..." (JOVES CAT)



3.5. La llengua dels serveis i l'atenció al client

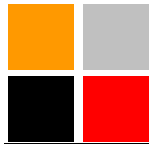
- ▶ En el procés de compra de productes de consum a l'hora de valorar l'ús de la llengua es dona major rellevància a la llengua en **l'atenció rebuda als comerços i els serveis**.
- ▶ D'aquesta manera mentre que la llengua de l'etiquetatge passa majoritàriament desapercebuda, **la possible dissonància entre la llengua del client i la d'oferiment del servei pot generar, en opinió dels participants, situacions incòmodes i, fins i tot, conflictives**.
- ▶ Cal dir que el **comportament lingüístic com a clients no es diferencia substancialment entre els diferents grups lingüístics** analitzats. En aquest sentit es fa referència a:
 - ⇒ En general, hi ha una **aposta per que el client tingui l'opció d'escollir** i que totes dues llengües siguin possibles en **condicions d'igualtat**. Malgrat això, s'exigeix per part de la majoria que com a mínim s'entenguin totes dues llengües encara que no tothom s'expressi en les dues.

"...català i castellà per igual...les dues coses, soc bilingüe..." (JOVES CAT)

"...l'opció; igual que aquí a Catalunya diuen que les llengües oficials son el català i el castellà.. no perquè el castellà va per tot l'Estat has de parlar en castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...han de poder atendre't en les dues llengües..." (joves-ADULTS BIL)

"...que tu vagis a un puesto i que tinguis la oportunitat de parlar en català o de parlar en castellà..." (JOVES BIL)



- ⇒ En general, en el **tracte** amb els **proveïdors de serveis**, s'assenyala que **la relació es realitza bàsicament en la llengua escollida per l'usuari**. En aquesta línia, es recorda que **la majoria ofereix l'opció d'escollir** la llengua.

Aquest fet es **valorat positivament** i que es vincula, en gran mesura, a la **potència de les companyies que ofereixen els serveis** – telefonia, gas, electricitat, entitats financeres -.

"...la targeta...jo només ho fico i em surt en català als caixers automàtics..." (JOVES CAT)

*"...això de fet passa a l'estranger i tot, bueno a l'estranger...
si vas a Galícia poses la targeta i t'ho posa en català..." (JOVES CAT)*

"...és un valor afegit que tinguis la opció de triar...hi ha moltes vegades que et truquen de Vodafone o Movistar i et diuen en què vols ser atès..." (JOVES BIL)

"...et donen a escollir jo crec ara...Quan demanes informació omplés un formulari. No sé, em sona a mi que els últims que he omplert et donaven opció d'escollir la factura en català o en castellà.. en els cajeros.... en atenció al client ara tots..." (JOVES BIL)



Només en casos concrets, alguns dels participants catalanoparlants **més joves troben a faltar l'opció del català en certs serveis de telefonia mòbil, assenyalant que els agradaria tenir-la, malgrat no es tractaria d'un fet determinant en la tria de productes i serveis.**

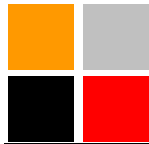
"...no és una opció que em condicioni a deixar de comprar un mòbil. El que passa és que m'agradaria que el tingués. Perquè el que m'agrada és que tinguis la opció. Després cadascú és lliure de triar una o una altra, però que com a mínim tinguis la opció de triar-la..." (JOVES BIL)

En el cas de les **factures** en la majoria de casos es declara que llengua en la que s'emeten passa desapercibuda, fins al punt que molts participants **desconeixen en quin idioma estan redactades.**

"...nunca me he fijado en qué lengua vienen..." (JOVES NOCAT)

"...l'idioma és lo de menys..." (JOVES CAT)

"...el gas, la llum o l'aigua...tens la possibilitat d'escollir quin idioma vols la factura o que t'atenguin per telèfon..." (JOVES-ADULTS BIL)



⇒ En la relació consumidor-servei o consumidor-comerç, tant entre aquells que s'expressen principalment en una de les dues llengües com entre els bilingües, **hi ha una llengua dominant, la qual acostumen a utilitzar de 'motu propi'** en els seus actes com a consumidors i usuaris de serveis.

✓ D'una banda, hi ha **una llengua que senten que dominen més que l'altra.**

"...si puedo escoger es en la opción que me siento más hábil, hablando en castellano que no en catalán..." (JOVES NOCAT)

"...estaria més tranquil·la parlant en català..." (JOVES CAT)

"...que la gente se exprese en el idioma que mejor se pueda desenvolver; que tenga menos trabajo a la hora de comunicarse..." (JOVES BIL)

"...si le tengo que meter caña a alguien por teléfono prefiero hacerlo en castellano porque tengo más fluidez y me veo más seguro, titubeo menos..." (JOVES BIL)

✓ D'altra banda, **es considera una de les 2 llengües com la més apropiada dirigir-se a determinades empreses o serveis.**

"...cuando voy a hacer trámites o al banco o donde sea, hablo en catalán...No sé porque, quizá porque sientes más complicidad porque estamos aquí en Catalunya..." (JOVES BIL)



- ⇒ Predomina la **preferència per ser atès en la llengua que cada individu utilitza habitualment**, però mentre que per a alguns en la relació client - depenent ha de **prevaler sempre la llengua del client**, uns altres no veuen cap problema en l'**ús simultani** de les dues llengües o en **canviar-la ells**.

"...que si tu vols que t'atenguin en català doncs que t'atenguin en català..." (JOVES BIL)

*"...t'estic pagant a tu per tant si jo et vull parlar en castellà m'agradaria que tu continuessis parlant amb mi en castellà.
Ho trobo una falta de respecte..." (JOVES BIL)*

"...si l'altra persona es dirigeix a mi en català doncs li parlo en català i si ho fa en castellà doncs en castellà..." (JOVES BIL)

"...el servei està per servir-te a tu...s'ha d'adaptar al client..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...siempre en castellano a no ser que me hablen en catalán y, depende, a veces cambio y a veces..." (JOVES NOCAT)

"...puedo perfectamente hablar castellano y que me hablen en catalán, no me importa..." (JOVES NOCAT)

"...si la otra persona habla en catalán pues le dejo hablarlo, y yo hablo en castellano y ningún problema..." (JOVES BIL)

"...si nos podemos entender tranquilamente, que cada uno hable lo que quiera..." (JOVES NOCAT)

"...per a mi la llengua és un mitjà de comunicació i m'adapto al meu interlocutor..." (JOVES-ADULTS BIL)



- ⇒ Cal dir, que la majoria declara **adaptar la llengua d'ús en funció de la grandària i potencia de l'establiment i/o la procedència del personal** que hi dóna atenció acceptarien, sent **una minoria els que es mostren intransigents a aquest respecte, principalment entre els grups catalanoparlants i no-catalanoparlants.**

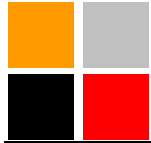
"...si és una botigueta i et parlen en castellà, no passa res, però si és a El corte inglés pues han de parlar el català..." (JOVES CAT)

"...si tu vas a una botiga i tu parles català, t'han de servir en català, lo lògic seria això...la bona atenció..." (JOVES CAT)

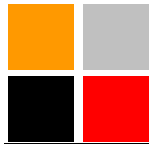
"...pregunto una cosa en castellano y me contestan en catalán, no me lo tomo a mal pero, no sé, depende en qué situación'..." (JOVES NOCAT)

"...como últimamente hay mucha gente de fuera, los sudamericanos y eso....pues hablas en castellano para que te entiendan..." (JOVES BIL)

"...és un deure de la persona parlar les dos llengües si estàs atenent al públic..." (JOVES-ADULTS BIL)



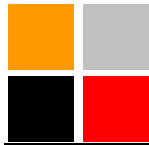
4. El consum cultural i la llengua



4.1. Dimensions d'anàlisi del consum cultural

- ▶ Com s'ha comentat, el consum de productes culturals presenta unes **especificitats importants** que els distingeixen clarament del consum de productes quotidians, especialment si es contraposen els model més 'purs', com en la present recerca. Aquestes particularitats es poden sintetitzar en:
 - ⇒ **Major rellevància del procés de consum que del procés de compra**
 - ⇒ **Tendència al desenvolupament de la dimensió comercial dels productes culturals**
 - ⇒ **La llengua en un producte de consum cultural és part del que es consumeix.**

- ▶ D'aquesta manera, en l'anàlisi del paper de la llengua en el consum cultural es fa necessari distingir **2 elements o dimensions clau**:
 - ⇒ **Dimensió de consum**: el que el consumidor busca i espera del producte.
 - ⇒ **Dimensió comercial**: comunicació, preu, distribució i dimensió física del producte, és a dir, estètica, empaquetat...



4. El consum cultural i la llengua

- Una tercera distinció és el **tipus de producte**: aquestes dimensions són específicament diferents en funció del tipus de producte cultural. Així, podem distingir entre:

1. Cinema

- Cinema al cinema
- Cinema en DVD
- Cinema a la TV

2. TV (altres continguts diferents al cinema)

3. Premsa

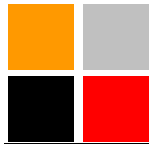
4. Literatura

5. Música

6. Ràdio

7. Internet

En la present recerca s'ha donat un paper central a l'anàlisi del cinema, però cal analitzar les particularitats de la resta de productes culturals existents i els que neixen cada dia. D'altra banda, en el present informe es fa menció a les qüestions que de forma paral·lela s'han mencionat sobre productes culturals en l'anàlisi del cinema. Així i tot, no és objectiu d'aquesta recerca fer una anàlisi en detall de la resta de productes culturals.



4.2. Cinema i llengua

- ▶ Si bé la simulació de compra del producte 'cinema' s'ha realitzat a partir de la compra de DVD's, el discurs que emergeix i que s'estructura a continuació és generalitzable al conjunt del cinema en català, independentment del format de distribució. D'aquesta manera, tant sols el format TV presenta diferències més marcades, ja que, fins i tot es pot considerar que el cinema a la TV es transforma en un contingut més de les cadenes. Tot i això, les diferències entre cinema al cinema, cinema en DVD i cinema a la TV s'exposen a continuació.

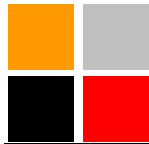
A. Situació general

- ▶ Pràcticament la totalitat dels participants en la recerca han triat els DVD's proposats en castellà, amb alguna excepció entre els grups CAT i BIL:

"...jo m'he fixat en el dibuix, lo que para que 'El Señor de los Anillos' era igual i jo tinc més costum, encara que sóc bilingüe i parlo tant el català com el castellà, les pel·lícules estic acostumada a agafar-les en castellà..." (ADULTS BIL)

"...en el cas de les aigües et fixes més en el disseny, aquí en els DVD et pots fixar, segons que tinguis més costum de parlar en català o de parlar en castellà..." (ADULTS BIL)

- ▶ D'aquesta manera, en el cinema es tria en la gran majoria dels casos el castellà. Existeix un **cos molt sòlid d'argumentacions** que utilitzen els participants per raonar la tria del castellà a l'hora de veure cinema.



4. El consum cultural i la llengua

- De fet, entre tots els grups, inclosos els grups catalanoparlants **el cinema en català genera estranyesa i fins i tot, incomoditat.**

"...quan et diuen està en català sembla que sigui una cosa rara..." (JOVES CAT)

"...el idioma me influye mucho para ir a una peli. Más que nada que no me siento cómoda escuchando en catalán, no es que no lo entienda pero no... se me hace raro..." (JOVES NO CAT)

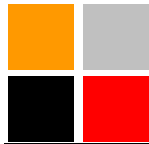
"...sí en El Periódico veo "Pirates del Carib" pues prefiero ir a ver "Piratas del Caribe" ..." (JOVES NO CAT)

"...jo un cop vaig anar, però se'm feia molt estrany estar al cinema i veure una pel·lícula en català, no sé per què, perquè jo parlo català normalment, és una raó estranya, estàs acostumat de sempre, de tota la vida..." (JOVES-ADULTS BIL)

- Sovint, les persones que han vist **cinema en català ho han fet de forma no voluntària**, forçada.

"...He ido a ver una película en el cine en catalán pero porque me obligaron cuando estaba en el colegio..." (JOVES NOCAT)

"...El 'Señor de los Anillos' la vaig veure en català per que era el boom i era impossible trobar un cinema en castellà aquells dies, però la meva idea no era veure-la en català, jo volia en castellà, ho tenia molt clar..." (JOVES-ADULTS CAT)



► Existeixen, però, **excepcions a la tendència general**:

⇒ **Determinats posicionaments en els segments CAT i de forma més aïllada en els segments BIL:**

- ✓ **Aposta positiva:** persones que opten pel català com una **oportunitat de gaudir** en la seva llengua. Una experiència nova a la que estan oberts.

"...Jo he triat en català, no sé, per què m'agrada veure-la en català per què és diferent si tens l'oportunitat però en el cas de 'El Senyor dels Anells' sí que és veritat millor veure-la en castellà,,," (JOVES-ADULTS CAT)

"...Jo en català per això, per curiositat per veure el doblatge, què canvia..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...Malgrat que parlo les dues, no tinc cap mena d'inconvenient en parlar-les, trobo les dues molt maques, però sí que m'agrada doncs això, sentir-me bé a casa, jo respecto tot, però m'agrada que el producte de casa estigui, com a mínim etiquetat en català..." (ADULTS BIL)



- ✓ **Posicionament actiu:** persones que opten pel català com a traducció de la creença en la necessitat de major ús del català:

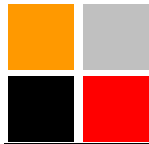
"...he agafat les tres en català per què crec que s'ha d'etiquetar més en català..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...home, jo crec que el català si no ho defensem nosaltres no ho farà ningú, (...)... per exemple el cinema.. tothom diu: estem acostumats a veure les pel·lícules en castellà, clar, si tothom anem a veure les pel·lícules en castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...si hagués més varietat millor però jo si tinc oportunitat de triar entre català i castellà el cinema, sempre triaré català..." (JOVES CAT)

"...també has de mirar d'altres coses, dius és catalana pues, val a lo millor no és tan bona com una altra però té coses que jo les valoro..." (JOVES CAT)

"...gent que ho fa per fer país...que no ho fa perquè vulgui sinó que diu 'jo ho haig de fer tot en català perquè'..." (JOVES CAT)



- ⇒ **Pel·lícules infantils:** una part important dels participants, **independentment del grup lingüístic** al que pertanyen opten per la llengua catalana en cas de pel·lícules infantils, i **especialment en el cas de dibuixos animats.**

En aquesta opció, existeixen **diverses argumentacions:**

- ✓ **Costum de mirar dibuixos animats en català a la TV:** joves-adults i joves són els que més utilitzen aquesta argumentació:

*"...els dibuixos animats també per què està en català
i sempre veig tots els dibuixos animats al Canal 33 i tal..." (JOVES-ADULTS CAT)*

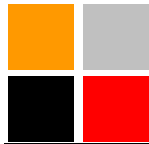
"...de fet l'idioma dels dibuixos animats és en català, Songoku en castellà és fatal..." (JOVES CAT)

*"...jo he triat els dibuixos en català per què
sempre de petita mirava els dibuixos en català, m'agrada veure'ls en català..." (JOVES-ADULTS CAT)*

"...jo en català per això, per curiositat per veure el doblatge, què canvia..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...'Doraimon', yo lo asocio a catalán, ahora en castellano se me haría raro"... (JOVES NOCAT)

D'aquesta manera, cal destacar **el paper de TV3 i el Canal 33 en la socialització dels continguts en català.**



4. El consum cultural i la llengua

- ✓ **Costum de comprar pel·lícules per infants en català com a acció educativa:** en tots els grups d'edat i en tots els grups lingüístics apareix aquesta argumentació:

"... Jo en català, bueno, per que m'agrada veure'l en català i per que tinc un nebot i sempre li compro en català ..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...sí ho agafaria en català, a més al cole casi no aprenen el castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

- ✓ **Com a opció normalitzadora:** fins i tot els més joves argumenten que el cinema en català és més per a infants per tal de modificar els seus referents lingüístics.

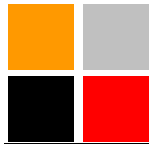
"...ja es van introduint...molta gent lo del referents i tot pues tria en castellà, en canvi si des de petits ja tens l'opció de veure les pel·lícules en català ja no tindràs aquests referents..." (JOVES CAT)

"...per les noves generacions..." (JOVES CAT)

"...penso que si ara tingués fills ho compraria en català..." (JOVES CAT)

- Existeixen a més, altres **condicionants secundaris, com per exemple, persones a les que no agrada determinats doblatges al castellà:**

"... m'agraden més en català més que res per que en castellà m'he trobat que el doblatge no m'agrada, posen molta gent mexicana i les bèsties surten parlant amb un accent..." (JOVES-ADULTS CAT)



- ▶ A l'hora d'analitzar els arguments que porten a triar el consum de cinema en castellà o català, cal distingir les motivacions en funció de si es relacionen amb la dimensió de consum i les que es relacionen amb el procés de compra, o amb la dimensió experiencial o procés de consum.

B. El procés de consum

- ▶ Com s'ha comentat, aquesta és **la vessant més rellevant del procés de consum cultural** i en la que **la llengua té un protagonisme central**, en tant que part del que es consumeix. D'aquesta manera, en la tria d'un producte cultural en català o castellà existeixen **determinats factors que intervenen i que interactuen**, fent de cada procés de decisió un fet particular.
- ▶ En general, **el cinema en català agrada menys**. En aquest cert rebuig, existeixen uns **arguments centrals** compartits per la gran majoria de participants, relacionats sobre tot amb el **doblatge i amb la falta de costum**:

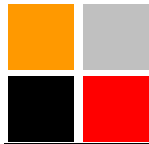
⇒ Sobre el doblatge:

- ✓ **Menys actors de doblatge en català:** sovint això és viscut com menys diversitat de personatges possibles en català.

"... miro moltes sèries de TV3, teatre. Els que doblen, són sempre els mateixos, (...) estàs veient una pel·li i sents la mateixa veu per diferents actors i personatges...no m'agrada, trobo que tenen molt poca gent i ja no m'agrada; inclòs en les pel·lícules de TV3...trobo que haurien d'invertir una mica més, per què realment cansa, els mateixos actors doblant pel·lícules, sempre són la mateixa iaia, el mateix jove..." (JOVES-ADULTS CAT)

"... als nens a les pel·lícules catalanes els doblen gent gran, són nens que semblen molt més grans de l'edat que tenen, molt dolent..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...quan veig les pel·lícules en català em sonen tots als dobladors del Songoku...sempre són els mateixos...en canvi si les veus en castellà com que hi ha més repart segurament pues es fan com més amenes les pel·lícules..." (JOVES CAT)



"...hay mejores traductores españoles que catalanes..." (JOVES NOCAT)

"...veig una pel·lícula i la persona que està doblant i me'n recordo d'una altra sèrie que està doblant la mateixa veu..." (JOVES CAT)

"...hi ha uns actors molt determinats que parlen en castellà i ho fan molt bé i en català qui ho fa, ho farà amb molt bona fe però no amb la gràcia que ho fa el de castellà..." (ADULTS BIL)

- ✓ En relació a aquest factor, és força generalitzada la creença que sovint el **doblatge es fa en un registre 'acadèmic', 'formal' i poc proper a l'ús quotidià del català.**

"... Jo vaig pensar que això em passaria, jo tinc al cable la versió original del llibre i quan tens tots els noms al cap que es diuen així o aixà en català es fan risibles, em sembla que en català es deia el "frodo saquet" !!..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...Sí, amb unes paraules, no sé, jo vaig trobar que no era la pel·lícula que esperava, és possible que la traducció no fos l'adequada..." (JOVES-ADULTS CAT)

"... tal vez haurien d'utilitzar un català més col·loquial a l'hora de... per què hi ha paraules que molta gent no fa servir..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...penso que el doblatge que es fa en català no és gaire bo, les paraules que fan servir, no és corrent..." (JOVES CAT)

"...es nota sobre tot en els insults...perquè també els catalans utilitzem...insultos en castellà..." (JOVES CAT)



Per expressar les crítiques relacionades amb aquests arguments s'utilitzen paraules i expressions per referir-se a l'ús del català en el doblatge cinematogràfic com:

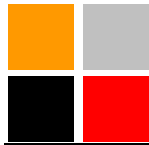
- | | | |
|--------------|-----------------------------|-----------------|
| - 'ñoño' | - correcte | - més cult |
| - antiquat | - poc corrent | - menys barroer |
| - endarrerit | - paraules 'molt catalanes' | - lineal |
| - forçat | - poc contundent | - ridícul |
| - estrany | - molt fi | |
| | - més suau | |

- ✓ **Creença de que existeixen menys registres lingüístics en català:** especialment en el cas de l'humor o els argots de diferents estatus socials.

"... una altra cosa és el registre que utilitzen, que sembla que una pel·lícula que tracta dels baixos fons de Nova York siguin poetes els personatges i això resta credibilitat..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...els dobladors són com menys expressius en català...no hi ha tantes pujades i baixades... en castellà hi ha molta més passió..."(JOVES CAT)

"...Bromas no son las mismas, a no ser que sean dibujos..." (JOVES NOCAT)



4. El consum cultural i la llengua

- ✓ Sovint, però especialment en el grup de no-catalanoparlants es percep **la traducció al català com a un doblatge del castellà i no de l'idioma original de la pel·lícula.**

"...no traduzcan de la versión original, sino que traduzcan de otra versión, de castellano..." (JOVES NOCAT)

- ✓ D'aquesta manera, **es critica obertament la funció 'normalitzadora' i 'educadora' que se li atribueix al doblatge de cinema:**

"... quan ja has anat a l'escola en català, ja he après els verbs, ja no cal que m'ensenyin al cinema com he de parlar en català, jo penso que si ho fan més real, seria molt més eficient, més col·loquial, el català que es parla al carrer..." (JOVES-ADULTS CAT)

- ✓ De fet, entre el grup no-catalanoparlant i en part dels segments bilingües es considera que aquesta funció normalitzadora del doblatge de cinema a Catalunya **delata la seva funció institucional, forçada i per minories.**

"... Muchos que doblan que son catalanes que luego incluso ponen la misma voz a los mismos actores pero creo que es forzar mucho la situación, la situación lingüística en España. Esto, estoy seguro de que está subvencionado..." (JOVES NOCAT)

"...Los que ponen las pegatinas de 'Volem cine en català'..." (JOVES NOCAT)

"...Las salas de cine en catalán están cerrando porque no tienen gente..." (JOVES NOCAT)

"...sembla una cosa com si estigui forçada..." (ADULTS BIL)



4. El consum cultural i la llengua

- ✓ Aquesta percepció del doblatge com un fet no natural sinó forçat, **s'aguditzava en el cas d'actors i personatges clàssics i pel·lícules emblemàtiques:**

"...en cinema clàssic, John Wayne parlant en català, no...sempre ha sigut en castellà, fins ara, bé fins fa poc...cinema antic ho associava al castellà..." (JOVES CAT)

"...sobre tot si són personatges, actors, que ja tens la veu en castellà, en castellà sobre tot i quan sents en català dius "aquest Sean Connery" no m'agrada, a James Bond potser també, tens un perfil d'una persona feta i..." (ADULTS BIL)

"...per què té certes frases que les han immortalitzat: 'A Dios pongo por testigo'..." (ADULTS BIL)

- ✓ **Existeixen però, excepcions, que es relacionen amb 2 nivells:**

- **Productes originàriament en català (i originàriament en castellà).**

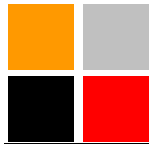
"...És clar que 'Les tres bessones' és en català i no 'Las Tres Mellizas' com es diu en castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...jo els dibuixos animats en català, per què s'identifica més ràpid, tot ho fan en català, i a casa també i per què, per exemple: Les Tres Bessones, crec que ara ho faran en un altre canal en castellà, això em fa gràcia, em recorda la meua infància, però és clar, són Les Tres Bessones, no són Las Tres Mellizas; és que les tres bessones han nascut aquí..." (ADULTS BIL)

- **Productes vistos en primer lloc en català (i originàriament en castellà).**

"... per exemple els dibuixos en català, vaig anar a (...) un cap de setmana i allà el Shin Chan ho feien en castellà i la cançó me la sabia i em sonava molt diferent.. no em compraria en castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...suposo que si veus 'Los Simpson' en català passaria ho mateix..." (ADULTS BIL)



4. El consum cultural i la llengua

⇒ Quant a la manca d'hàbits:

- ✓ Quant a la falta de costum, **és un fre al cinema en català quan existeixen experiències prèvies amb la història narrada en el cinema**. En aquest sentit, no només per acció publicitària sinó per tractar-se de **llibres llegits amb anterioritat o pel·lícules vistes** al cinema que en comprar el DVD es compren en l'idioma en que s'han vist.

"...en castellà per que he llegit el llibre en castellà amb lo qual associo els noms en castellà i en català em sonen absurds..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...jo si ja l'he vist en castellà, tornar-la a veure-la en català segurament que perdria el concepte de lo que m'agradava, per què el vocabulari segur que en algun moment canviarà, però si no l'he vist, a mi hi ha pel·lícules que m'agraden més en català que en castellà ..." (ADULTS BIL)

- ✓ Existeix a més, **manca de costum de veure cinema en català associat a determinats productes o marques**.

"... he triat en castellà, jo sempre mirava els dibuixos en català però els del Disney estava acostumada al cine de veure'ls en castellà... els dibuixos a casa sempre en català, però el Disney l'he agafat en castellà per què estava acostumada a veure'ls en castellà, l'he agafat per costum..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...les de Disney les he vist totes en castellà, les de Disney i les de Warner Bros, totes...estic acostumada...em semblaria raro veure-ho en català..." (JOVES CAT)



4. El consum cultural i la llengua

- ✓ També entre els participants del **grup no-catalanoparlant**, es destaca que l'estranyesa vers el cinema en català es deu en gran mesura a la falta d'hàbits.

"...Puede que sea por costumbre, porque supongo que cuando éramos más pequeños no hacían mucho cine en catalán. Yo no recuerdo haber visto nada anunciado, ni promocionado, ni nada...era todo en castellano..." (JOVES NOCAT)

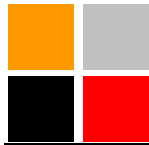
- ✓ Al seu torn, els **adults destaquen que no han adquirit en el passat l'hàbit de veure continguts en català.**

"...però no a la meva, fixa't... els nostres dibuixos animats era 'La Família Telerín', en castellà ..." (ADULTS BIL)

▶ D'altra banda, existeixen **arguments més secundaris** expressats de forma més excepcional:

- ⇒ **Experiències negatives amb les pel·lícules en català:** algunes persones han vist pel·lícules en català i han considerat que l'aposta no ha estat positiva.

"... Jo vaig a veure moltes pel·lícules en català i no em van agradar, no sé la gent que esperava, havia llegit el llibre, la gent deia "es buenísima la peli" i a mi no em va agradar gens en català..." [EN RELACIÓ A 'EL SENYOR DELS ANELLS'](JOVES-ADULTS CAT)



- ⇒ **Tendència creixent vers la tria de la versió original:** molts participants argumenten que, en la mesura del possible, i sempre que la pel·lícula ho recomani, busquen veure cinema en versió original, especialment en el cas de pel·lícules en les que es valora la interpretació de l'actor o en cas de persones que desitgen gaudir d'una llengua que coneixen (principalment l'anglès). Pel·lícules en les que poden apreciar més la qualitat interpretativa dels actors i actrius i, si entenen l'idioma original, accedir directament a la font sense la interpretació d'un tercer.

"...Si és una pel·lícula de consum d'aquestes de veure i oblidar sí que la veuria en català però si és una pel·lícula que vols realment veure la interpretació, és que ni en català ni en castellà directament en la versió original..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...jo també moltes vegades preferiria subtítulades i no traduïdes per què perds la interpretació de l'actor... les infantils bàsicament aquí van dirigides als nens, és igual no? Tenen una altra missió: educar o divertir i no et fixes molt en lo que és la interpretació..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...Jo sempre prefereixo la versió original i si és en anglès m'és igual en castellà o en català, millor la versió original, entre anglès i català prefereixo en anglès per poder practicar, penso que un cop tradueixes ja perd la gràcia..." (JOVES-ADULTS CAT)

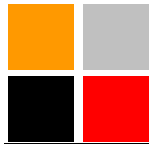
"...En versión original siempre, bueno ahora ya si las dan con subtítulos y todo..." (JOVES NOCAT)

En aquesta corrent però, el grup de castellano-parlants s'oposa de forma més clara a la traducció catalana que a la castellana.

"...Ya odio las películas traducidas al castellano, más al catalán..." (JOVES NOCAT)

"...Quedan fatal las voces, es horrible. Si en castellano ya queda mal en catalán peor..." (JOVES NOCAT)

"...En castellano son más bonitas..." (JOVES NOCAT)



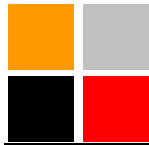
C. Dimensió comercial: el procés de compra

- ⇒ **Major propaganda i publicitat del cinema en castellà:** d'aquesta manera, el conjunt d'accions de difusió de la pel·lícula fan que l'anticipació de l'experiència sigui ja en castellà i bloquegi la possibilitat de 'pre-experimentar' el consum en català. Lògicament, aquest fenomen és més agut quant major pes té la vessant propagandística de la pel·lícula.

"...he triat 'El Señor de los Anillos', per què hi ha tanta propaganda que automàticament ja penso en ella en castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...però les que anuncien, com ja veus el tràiler en castellà, generalment les veus en castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...si 'El Señor de los Anillos' si ha sortit en castellà per que els anuncis estan en castellà, m'agrada que estigui en castellà, si està en català, ja no m'agrada, és com si (...) que no em sembla la mateixa pel·lícula..." (ADULTS BIL)



4. El consum cultural i la llengua

⇒ **Factor estètic:** els DVD en català tenen característiques **d'empaquetat (packaging)**, en general, **menys atractius** per la majoria dels participants que la versió castellana. Caràtules, colors, composició, personatges i missatges que apareixen.

"... per què m'agrada més que la que està en català, (...) i el color aquest és diferent...el color sembla més com l'edició que sempre fan de luxe...[EN REFERÈNCIA A LA VERSIÓ CASTELLANA DE 'EL SENYOR DELS ANELLS']" (JOVES-ADULTS CAT)

"...he triat els que m'agradaven més com a imatge però eren en castellà..."(JOVES CAT)

"...en castellà m'ha semblat que era més vistós i hi havia més colors i a les caràtules...les versions catalanes més sores, més ensopides..." (JOVES CAT)

No vol dir, però, que no existeixin algunes excepcions, que considerin que l'empaquetat de les versions en català li són més atractives, però són, en general, menys freqüents:

"...A mi per exemple també m'agrada més la portada del 'Germà Ós', els colors i el disseny..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...ah, no m'he fixat que eren en català i castellà, he mirat les caixes, els colors..." (ADULTS BIL)

"...una pel·lícula, que era blanco y negro, sí era una clàssica però era de colors, em va agradar la de colors, sembla que blau claret..." (ADULTS BIL)



- ⇒ **Opcions del producte:** en aquest sentit, els consumidors més exigents amb les característiques del producte (só, qualitat, opcions, continguts addicionals...) consideren que **el producte en català és més limitat**.

"...jo l'idioma tant em feia, jo m'he fixat sobretot que al girar el DVD que n'hi havia...m'estava fixant quin estava més complert per darrera i he triat els que estaven més complerts..." (JOVES CAT)

Amb menor freqüència, hi ha persones que opinen el contrari, és a dir, que **consideren que l'opció en català és una opció afegida que no fa perdre la resta d'avantatges i atractius del producte**.

"...he preferit només el català perquè en un DVD en català també pots agafar el castellà i, en canvi en un DVD castellà no pots agafar el català i en tots tens l'anglès o el francès. Per tant el de català és, llengua catalana més altres..." (JOVES CAT)

- ⇒ **Traducció de títols al català menys atractius:** algunes persones opinen que les traduccions dels noms de pel·lícules al català les fa menys atractives. En aquest sentit, **el títol de les pel·lícules actuaria com a marca del producte**.

*"...per què en català no m'agrada gens com sona, queda com millor en castellà...
'El Señor de los Anillos' que com més potent..." (JOVES CAT)*



⇒ **Menor distribució de les pel·lícules en català:** de tal manera que cal un esforç individual per localitzar les pel·lícules.

"...Lo que si sé es que las opciones en catalán las tienes que buscar más normalmente..." (JOVES BIL)

"...que hi ha moltes pel·lícules antigues que són molt difícils de trobar en català lo que és un valor afegit..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...jo per exemple als meus nebots acostumo a comprar les pel·lis en català, les infantils, un altra cosa són les pel·lis que compro per mi, és que com diu ell, no les trobes..." (JOVES-ADULTS CAT)

- ✓ Aquesta menor distribució és prou evident com per que **els consumidors en la majoria de casos ni tant sols es plantegin la possibilitat de buscar les pel·lícules en català.**

"...es que por inèrcia... ja vas directament, ni penses en buscar- la en català..." (JOVES-ADULTS CAT)

*"...quan vaig comprar 'El Senyor dels Anells',
en cap cas vaig pensar que podia estar en català, vaig anar directament..." (JOVES-ADULTS CAT)*

*"...vas partint de la base que ja no està en català, però realment
si fessin una propaganda dient que també està en català..." (JOVES-ADULTS CAT)*



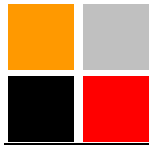
- ✓ Cal dir, però que **en la majoria de casos no existeix una acció positiva de cerca de les opcions en català, simplement no es planteja.**

"... 'Cinderella Man' i l'he comprat en castellà no sé si està en català o no..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...jo sincerament ni les busco..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...segur que les pel·lícules grans sí que hi ha, però ni ho penses..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...no crec que em sortís 'escolta ho tens en català?'..." (JOVES-ADULTS CAT)



D. Subtipus de productes: cinema al cinema, cinema en DVD i cinema a la TV

- Cal tenir present que en el cas del cinema, el canal o situació en que es visiona implica matisos importants. Així, cal distingir entre si el cinema es veu al cinema, a casa en DVD (o similar) o a casa a la TV.
- Tota l'anàlisi anterior és generalitzable per al cas del cinema vist a les sales i en DVD i, en menor grau en el cinema a la TV.** Tot i això cal fer algunes matisacions particulars en el cas de cada forma de distribució.

Cinema al cinema

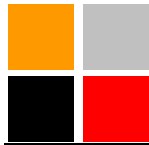
- D'aquesta manera, **anar al cinema és, en la gran majoria de casos, anar a veure una pel·lícula en castellà.**

"... per anar al cinema jo relaciono pel·lícula de cinema igual a pel·lícula en castellà, i joestic a casa i veus les pel·lícules a la tele a TV3, però quan surts de casa...pel·lícula igual a castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

- Sovint, l'estranyesa del cinema en català s'aguditzava en valorar que **existeixen molt poques oportunitats de veure cinema en català a les sales.**

"...és que ho tens a tot arreu, per anar a un cinema en català és difícil, has d'anar molt lluny, jo normalment vaig a les multisales grans, tinc una al costat de casa. En català sembla que és una de cada deu..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...Las salas de cine en catalán están cerrando porque no tienen gente..." (JOVES NOCAT)



4. El consum cultural i la llengua

- ▶ D'aquesta manera, **la majoria de participants no és conscient d'haver-se trobat mai davant la situació de poder triar veure una pel·lícula al cinema en català.**
- ▶ En cas de trobar-s'hi els participants declaren que **en la tria de la llengua de doblatge influiria principalment la companyia amb la es va al cinema.**

"...sobre tot amb la gent amb qui vas, a lo millor et diu "a mi em fa pal anar-la a veure en català" i com que a mi m'és igual entraria a la sala en castellà o al revés..." (JOVES BIL)

"...que també depèn dels amics amb qui vagis al cinema, per què en el grup amb qui vaig jo, hi ha alguns que són catalanoparlants, hi ha d'altres que només parlen en castellà i també hi ha gent de fora i és que no pots anar per cinema solament en català, per molt que vulguis no es pot..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...jo és que a casa parlo el castellà, però vaig amb amics que els passa això, que el castellà... però vaig amb amics que el castellà no el saben parlar i en el cinema els passa com a mi que no els hi agrada en català..." (JOVES BIL)

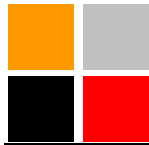
"...a part, que també depèn dels amics amb qui vagis al cinema, per què en el grup amb qui vaig jo, hi ha alguns que són catalanoparlants, hi ha d'altres que només parlen en castellà i també hi ha gent de fora i és que no pots anar per cinema solament en català, per molt que vulguis no es pot (JOVES-ADULTS BIL)

- ▶ Existeix però, algun cas minoritari que afirma no veure cinema en català a les sales i evitar les sales en que s'emeten pel·lícules en català:

"...Bueno, de fet, a l'Eroski de Sant Cugat, vaig deixar d'anar per què quan arribava allà, veia que moltes pel·lícules de les que volia veure, veia que a Sant Cugat les feien en català i aleshores ja no vaig allà, per què..." (JOVES BIL)

"...yo al cine si puedo en inglés y sino castellano..." (JOVES NOCAT)

"...si arribés al cinema i només la fan en català doncs entres a veure-la igual, però si et donen l'opció sempre tires cap al castellà..." (JOVES-ADULTS BIL)



Cinema a casa en DVD

- ▶ En el cas de la compra de DVD per veure cinema a casa, existeixen **diferents motius de compra**:
 - ⇒ Pel·lícules que ja s'han vist i que es volen guardar/col·leccionar
 - ⇒ Pel·lícules que ja s'han vist i es volen veure per segon cop per aprofundir més
 - ⇒ Fer una col·lecció de pel·lícules favorites (per tema, actors, gèneres..)
 - ⇒ Pel·lícules que no s'han vist en el cinema i es compren per veure-les a casa

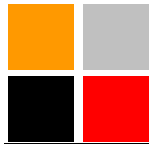
- ▶ A més del fre al cinema en català en cas d'haver vist o llegit la història amb anterioritat en castellà, en aquest cas, es fa una menció important a la **menor de distribució de pel·lícules en català**:

"...no ho trobaràs per casualitat... malgrat això és més fàcil trobar-les a les grans botigues que no pas a les petites..." (JOVES CAT)

"...ho has d'anar a buscar la classificació en català, has d'anar a buscar-lo expressament..." (JOVES CAT)

"...sí és veritat que és més fàcil trobar-les en castellà...si no vas específicament a buscar-la en català, agafes la castellana..." (JOVES BIL)

"... Sí ho miro però és bastant trobar. Aquestes que tots coneixem que són de les pel·lícules que t'han matxacat de que les han doblat al català i que també treuen l'edició en DVD però és una cosa estranya, no? En general, no les treuen en català..." (JOVES-ADULTS BIL)



► L'opció de comprar una pel·lícula en català es relaciona principalment:

- ⇒ Que l'obsequiat sigui una persona catalano-parlant i catalano-pensant
- ⇒ Que la pel·lícula sigui catalana, feta en català:

"...para mí la compraría en castellano...pero si hay que regalar a algún amigo, pues según sea el amigo...el típico que todo es en catalán...se la regalaré en catalán porque sé que lo agradecerá..." (JOVES BIL)

- ⇒ Com s'ha comentat, les pel·lícules infantils, d'acord amb les argumentacions anteriors.

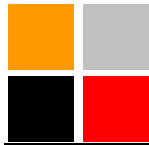
Cinema a la TV

► La TV suposa una excepció important a l'hora de veure cinema en català.

- Així, la majoria de participants en els grups, i també els no catalanoparlants, destaquen com **un fet natural que no genera estranyesa el fet de veure cinema en català a TV3 o Canal 33, i recentment algunes cadenes locals.**

"...Ahí no se me hace tan extraño ver una película en catalán en el canal catalán, en cambio en el cine sí que se me hace más raro..." (JOVES NOCAT)

"...Si hacen una película buena en TV3 pues claro que la vas a ver pero es eso, no se te hace tan raro como ir al cine y ver una película en catalán ..." (JOVES NOCAT)



- ▶ Així, en la TV la tria de la pel·lícula es fa en funció de l'interès personal per la mateixa i no en funció de la llengua.

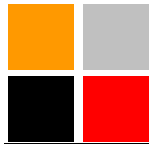
"... és que jo poso la pel·li que més m'agrada això està clar, si hi ha una peli més bona en un altre canal poso l'altra no per què ho facin en català miraré una peli que no m'agrada..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...también es depende qué canal, si en TV3 pues es normal que esté en catalán ¿no? ..." (JOVES NOCAT)

- ▶ Cal dir però, que entre part del segment no-catalanoparlant i del segment bilingüe, aquesta naturalització **es deu que no es pot triar la llengua en la que es mira una pel·lícula a la TV**, és a dir, la que fan a TV3 no la fan simultàniament en una altra cadena. **En cas que existís l'opció molts consideren que es triaria en castellà.**

"...si poguessis triar per la televisió suposo que triaries en castellà, o sigui si la fan per TV3 cap problema, però si fan la mateixa pel·lícula, a la mateixa hora a TV3 i a Telecinco per dir alguna cosa, podríem acabar triant Telecinco..." (JOVES ADULTS BIL)

"...jo no, jo depenent dels actors, si fossin uns actors que ja tenen la veu identificada seria en castellà, però si fossin pel·lícules d'aquestes tontes per passar l'estona segurament triaria el català..." (JOVES ADULTS BIL)



4.3 TV i llengua

A. Situació general

- Com en el cas del cinema, **en el cas de la TV, la llengua d'ús en el consum de productes culturals passa en la majoria dels casos desapercebut**, de tal manera, que es tria un contingut televisiu a veure per diversitat de criteris quedant la llengua en un segon pla.

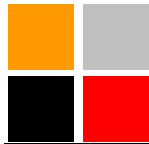
"...jo no, jo només si m'agrada la pel·lícula pues la veig, encara que sigui en castellà..." (JOVES CAT)

"... és que jo poso la peli que més m'agrada això està clar, si hi ha una peli més bona en altre canal poso l'altra no per que ho facin en català miraré una peli que no m'agrada..." (JOVES-ADULTS CAT)

Existeixen, però, algunes **excepcions** que corresponen a **casos polaritzats en el que el posicionament davant l'ús de la llengua és més actiu**. Es tracta de segments minoritaris dels grups CAT i del grup NOCAT.

"...si he de triar una pel·lícula de TV3 o Tele 5, triaré la de TV3 per que la fan en català..." (JOVES-ADULTS CAT)

"[CATALÀ]...no lo leo...ni veo TV3 nunca, ni nada..." (JOVES NOCAT)



- ▶ D'altra banda, la TV a més d'oferir continguts, compleix altres funcions i té unes característiques que els participants diferencien clarament:

- ⇒ **Canal de difusió dels productes: publicitat**
- ⇒ **Millor valoració del doblatge i del tipus de llengua que s'utilitza**
- ⇒ **Canal de difusió dels productes: publicitat.** Algunes persones consideren que la TV actua com a element de normalització de l'ús del català.

"...Si mires TV3 ja saps que veuràs publicitat en català..." (JOVES CAT)

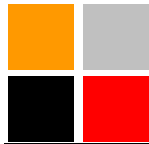
"...TV3 que té 20 anys, és a dir, que durant 10 anys ha estat allò de no poder optar a pel·lícules grans i compraven qualsevol coseta...potser en 10 anys tindran més bones pel·lícules, però encara està, diguéssim, creixent..." (JOVES CAT)

- ⇒ **Millor valoració del doblatge i del tipus de llengua que s'utilitza.** En general, es valora millor el doblatge dels continguts que s'emeten a TV, i que el llenguatge utilitzat s'acosta en major mesura a l'utilitzat quotidianament.

"...trobo que en les sèries els diàlegs són com més col·loquials (JOVES-ADULTS CAT)

"...sí, però és que són sèries molt nostres i a les hores, però hi ha moltes coses que en castellà passades al català no pots, hi ha gags que són molt nostres i la traducció no... és el meu parer; jo no els he vist en castellà..." (ADULTS BIL)

"...jo vaig veure Guns of New York a TV3 i sí que es nota una mica... però bueno com totes les que fan a TV3..." (JOVES-ADULTS CAT)



B. Diferències entre tipus de continguts

- En general **destaca el paper dels dibuixos animats i continguts infantils i així com les sèries** (tant de producció pròpia com de producció forana) **en la naturalització de l'ús del català a la TV.**

"... 'La Bola de Drac' en castellà, a Madrid, es 'Bola de Dragón' però és clar que estem acostumats al català ..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...jo les sèries les prefereixo en català que en castellà, suposo que es la costum; jo 'Al salir de clase', tot això no veig per què no em crida, en canvi, 'El cor de la ciutat' l'he vist des del primer dia i m'agrada..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...(si fos House o Melrose Place) (tots) és que si comences a veure'ls en castellà després quan les veus en català sona rar i això passa a l'invers..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...Plats Bruts la versió en castellà es horrorosa, a veure els dos m'agraden però en castellà no fa tanta gràcia..." (JOVES-ADULTS CAT)

- Adicionalment es mencionen continguts particulars, com per exemple:
 - ⇒ **Els relacionats amb el Barça es prefereixen en català**, el que destaca la importància del lligam de la llengua com a atribut del producte.

"...el Barça en català...altres equips m'és igual..." (JOVES BIL)

"...cuando juega el Barça por la ràdio...en castellano como que no es lo mismo. O sea, si lo dan por el Plus o por A3 pues no me mola...Me mola ver el Barça en catalá..." (JOVES BIL)



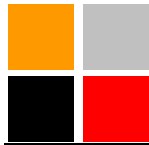
4. El consum cultural i la llengua

- ⇒ En canvi, el relacionat amb la fórmula 1 i retransmissions d'esports de motor es prefereixen en general en castellà.

"...Son muy aburridas las de TV3, igual que la FÓRMULA 1... La fórmula 1 en tele 5 no es que sepan más pero es como más divertido, más entretenido (JOVES BIL)

"...Por ejemplo para el periódico y las noticias el catalán va bien porque es más serio. Para la fórmula 1.... El castellano juega más con los tonos de voz, tiene más registros quizá..." (JOVES BIL)

- ⇒ Cal mencionar, que en el present projecte no s'han analitzat els informatius ni d'altres continguts informatius que poden suposar diferències rellevants.



4.4. Altres productes de consum cultural

- ▶ Durant les diferents dinàmiques, els participants han fet referència a diverses qüestions relacionades amb el consum cultural que, si bé no s'han analitzat en detall, donats els objectius de l'estudi, es considera oportú presentar, a tall d'exploració.

A. Literatura i llengua

- ▶ En el cas de la literatura, **el consum de llibres en català és molt heterogeni, encara que domina el consum en castellà.**
 - ⇒ En aquest punt, **les diferències entre grups lingüístics s'aguditzen**, de tal manera que els **grups catalanoparlants són els que en major mesura mencionen llegir llibres en català.**

"...en català tot i que a vegades, depèn quins llibres has de llegir, trobes que hi ha paraules que..." (JOVES CAT)

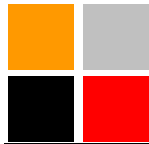
"...vaig més ràpid llegint en català que en castellà..." (JOVES CAT)

"...a mi m'agrada més llegir en castellà..." (JOVES CAT)

"...les lectures obligatòries, català, castellà i t'acostumes al català també..." (JOVES CAT)

"...una pel·lícula és un altra, i en canvi quan llegeixes ets tu mateix...quan tu estàs llegint estàs pensant i quan penses és en català..." (JOVES CAT)

"...quan vaig a buscar una pel·lícula en castellà per que és la costum, ara un llibre la veritat que no em fixo si està en català o en castellà, agafo el primer..." (ADULTS BIL)



- ⇒ Però, fins i tot en aquests grups i especialment **en els grups bilingües la lectura en castellà és més generalitzada:**

"...et deixen l'opció de triar el llibre en català i en castellà...la majoria de gent l'ha agafat en castellà..." (JOVES CAT)

"...hi ha més varietat...sempre hi ha el català, castellà..." (JOVES CAT)

"...En general assimilo més en castellà que en català..." (JOVES-ADULTS BIL)

- ⇒ **Les persones no-catalanoparlants, i en bona mesura els bilingües relacionen la preferència per la lectura en castellà en base a:**

- ✓ **Facilitat/ millor comprensió en castellà**

"...Leer un libro para mí es mucho más fácil en castellano..." (JOVES NOCAT)

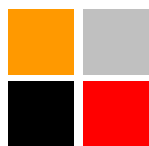
"...Prefiero leer en castellano que en catalán, porque se me hace más fácil la comprensión ..." (JOVES NOCAT)

- ✓ **Aconseguir major nivells d'intimitat**

"...Meto mucho más en la historia en castellano..." (JOVES NOCAT)

- ✓ **Considerar el català un idioma poc proper**

"...En catalán con unas palabras rarísimas que ponen y eso que he hablado toda mi vida en catalán..." (JOVES NOCAT)



4. El consum cultural i la llengua

- ⇒ En general els grups bilingües i no catalanoparlants opten per la lectura en català com a activitat formativa, per millorar o no perdre l'ús de la llengua catalana.

"...Me es mucho más fácil leer en castellano pero intento alternar las dos..." (JOVES NOCAT)

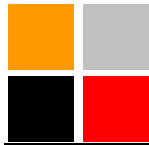
- ⇒ En aquest sentit, **les lectures per infants també s'escull en català per la seva vessant educativa.**

"...per què al cole té que parlar en català, els llibres entén en català, no parlen en castellà... jo tinc que parlar amb ella en català i vol que el seu mon sigui en català, per què el seu pare li parla en castellà i els demés en castellà, i l'única, jo i la meva mare li parlem en català..." (ADULTS BIL)

- ⇒ A més, sovint es considera que **les versions castellanés són més, apareixen més ràpid al mercat i a preu més baix:**

*"...la traducció que surt abans, ara actualment no ho sé però fa anys era la castellana.
És que ho tens més a l'abast..." (JOVES-ADULTS BIL)*

"...i com que m'era igual un que l'altre i amb un m'estalviava mil peles doncs ho tinc claríssim. De vegades passa això, que les traduccions en català són més cares i llavors passo a la mateixa edició o a edicions comparables..." (JOVES-ADULTS BIL)

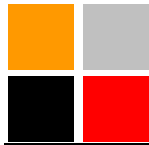


- ⇒ En relació a la literatura, de nou es posa sobre la taula qüestions d'actualitat que afecten a la percepció i valoració del fenomen. Així, de forma puntual es menciona el cas de la fira de Frankfurt i la polèmica suscitada en relació a la definició de la literatura catalana.

"...ve a Frankfurt i que es la fira més important que promociona les cultures de tot el món, de les seves literatures, Catalunya serà el país convidat i en sembla que la política del departament de cultura de la Generalitat no més porta a tots dos que escriuen en català... jo no trobo be això, jo em sento català i penso que autors que han nascut a Catalunya, que han viscut aquí tota la vida i que han basat la seva obra literària amb els fets històrics d'aquí de Catalunya amb les seves imaginacions i tot, per que escriurien van en castellà, no son menys catalans, penso que això es una visió molt tancada, molt poca altura de miras no? ..." (ADULTS BIL)

B. Premsa i llengua

- ▶ Quan a la premsa, en general, el consum és poc freqüent però, **en tots el segments, excepte en el de no catalanoparlants, es destaca en positiu la necessitat de disposar de premsa en català.**
- ▶ El Periódico en les seves dues edicions és destacat positivament, ja que, a més, es descriu com un diari fàcil de llegir, al mateix temps que algunes persones es qüestionen les raons per les quals un diari català com La Vanguardia no disposa de versió en català. En d'altres casos, es considera poc imaginable una versió catalana de determinades capçaleres de premsa, donat que la seva marcada tendència política es considera contrària a l'ús del català.
- ▶ En la mateixa línia, es destaca l'aparició de premsa gratuïta que inclouen parts en català, mentre que es troben a falta d'altres productes editorials, com diaris esportius i revistes femenines en català.



- ▶ En general, però, **es llegeix en castellà, tot i que es destaca la pertinença o preferència per la premsa en català per:**

- ⇒ **Temes locals i propers.**

"...En el caso de los periódicos te sientes más cercano a la noticia si está explicada en catalán..." (JOVES BIL)

"...Notícies quan expliquen coses d'aquí..." (JOVES BIL)

"...Quizás sí que cogería el catalán por relacionarlo...por relacionar este periódico con Catalunya..." (JOVES NOCAT)

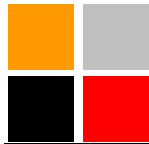
- ⇒ **Com en el cas de la literatura, per a practicar la llengua:**

"...A mi m'ajuda llegir en català per escriure millor..." (JOVES BIL)

"..sí puc, el diari en català..." (JOVES BIL)

- ▶ En el cas de les persones **no catalonoparlants, s'argumenta la lectura en castellà principalment una millor comprensió, tot i que la major part del grup castellanoparlants, en tant que joves, consideren que la comprensió formal és similar en català i e castellà:**

"...Castellano porque lo entiendo mucho mejor..." (JOVES NOCAT)



C. Ràdio i llengua

- ▶ Quant a la ràdio, es tracta, amb major probabilitat de l'espai de consum cultural, juntament amb la TV, en la que es consumeixen continguts en català de forma més generalitzada.

"...Molta més presència del català a la ràdio que a la tele. ..." (JOVES CAT)

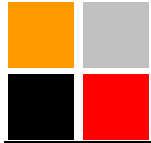
[RAC1] *"...està tot en català..."* (JOVES CAT)

[FLAIX BACK] *"...aquí Catalunya penso que la ràdio és un mitjà que té molta més potència en català..."* (JOVES CAT)

- ▶ Fins i tot, entre els joves no catalanoparlants es detecta una major flexibilitat en la llengua en que es consumeix la ràdio, de tal manera que **prima el contingut**, principalment musical i l'associació a 'motius' concrets, principalment el Barça i les retransmissions de Puyal, en català.

"...Si tengo que escuchar un programa en catalán que me gusta, lo escucho...sin problemas..." (JOVES NOCAT)

"...El Barça en catalán..." (JOVES NOCAT)



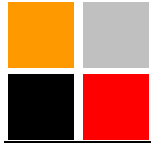
D. Música i llengua

- ▶ Quan a la música, alguns participants afirmen consumir **principalment música en anglès, i en menor grau en castellà, sent la música en català una opció minoritària, fins i tot, entre els grups catalanoparlants.**

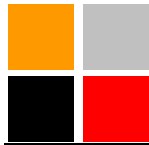
"...música catalana a mi no m'agrada..." (JOVES CAT)

"...no m'agraden grups [CATALANS]..." (JOVES CAT)

"...Consum majoritàriament anglès i castellà..." (JOVES NOCAT)



5. La normativa lingüística en temes de consum



5.1. Percepció de la situació lingüística a Catalunya

- ▶ Abans d'abordar el tema de la normativa lingüística es fa necessari exposar l'opinió manifestada pels participants en relació a la **situació lingüística** del país. A aquest respecte es dibuixen bàsicament **dos panorames** diferents centrant-se en la **situació del català**:
 - ⇒ D'una banda, una part dels participants, aprecien una **situació de fragilitat de la llengua catalana** i es plantegen un escenari **futur de dificultats** sinó es prenen decisions i s'apliquen mesures per assegurar la seva presència i ús. Comparteixen aquesta visió alguns dels joves catalanoparlants i una part dels joves i joves adults bilingües.

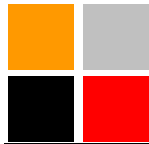
"...cada vegada es parla menys..." (JOVES BIL)

"...crec que el català és una llengua molt fràgil...som molts pocs aquí en comparació...si no la cuidem els d'aquí i es fan coses en català i no les apoiem i això, vull dir, no ho farà la gent de fora..." (JOVES CAT)

Els **elements** apuntats per a sustentar aquesta percepció van des de la **menor presència i ús del català en àmbits concrets** com el comercial i l'empresarial, a l'**arribada d'immigrants** que no utilitzen aquesta i que pensen que no l'utilitzaran en el futur llengua - malgrat escolaritzar els seus fills en català - i, a la proporció de **catalans castellanoparlants** que viuen sobre tot a Barcelona.

"...(els immigrants) però ho fan per sobreviure, ells no faran gran cosa per a mantenir la llengua catalana..." (JOVES BIL)

"...la meitat del que viuen a Barcelona parlen castellà. el problema és Barcelona, jo diria, que és la que parla més castellà de tot Catalunya..." (JOVES CAT)



En general, entre aquests participants s'assenyala la **necessitat de tenir cura i protegir** la llengua catalana. Alguns d'ells aposten clarament per la **inversió d'esforços i diners públics**, així com el **desenvolupament de mesures** per potenciar l'ús i la **presència** del català.

"...penso que els propis organismes de l'Estat ja haurien d'impulsar doncs el fet d'utilitzar el català...atenent directament en català...ja d'entrada, si volem normalitzar el català i volem que s'utilitzi, suposo que des dels organismes públics...s'hauria de començar a utilitzar..." (JOVES CAT)

Una part dels joves catalanoparlants, no només demanden l'actuació dels poders públics sinó que també apunten la **implicació d'altres àmbits**: a la **família** parlant en català amb els fills, donar-la a conèixer **fora de Catalunya** gràcies a personatges famosos i les seves obres, editant **diccionaris** de català i els idiomes més freqüents entre la immigració que arriba al país.

"...parlar-lo amb els fills i així, sí però, ja et dic, sense extrems..." (JOVES CAT)

- ⇒ Una segona interpretació fa referència a una **consolidació progressiva de la llengua catalana**. Aquesta visió és dóna principalment entre la major part dels grups bilingües, els joves no catalanoparlants i part dels joves catalanoparlants. Molts d'ells recorren a fer menció de tot el que s'ha avançat, respecte de la presència del català, prenent com a punt de partida la situació d'aquesta llengua als primers anys de democràcia, després de la seva prohibició durant la dictadura franquista.

"...cada vegada veig que la gent parla més en català, abans veia que parlava massa en castellà i la sensació que tenia, era que estava aquí en una llengua minoritària que sembla que es vagi a extingir, però ara sembla que la gent es va acostumant més a parlar en català..." (JOVES CAT)

"...penso que s'està fent feina...ficar una llei d'ara tot en català seria estúpid però s'estan fent coses... nosaltres tenim més possibilitats en català ara que els nostres pares que no podien comprar res en català..." (JOVES CAT)



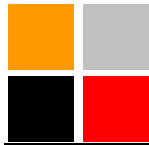
"...ahora tiende a hablarse cada vez más porque venimos de no hablar nada...hace 30 años no se hablaba nada..." (JOVES BIL)

"...recordant la meva infantesa, jo ara penso que tenim molta més llibertat per a expressar-me en català...quan era petit vaig tenir que sentir coses bastant desagradables pel fet de parlar en català..." (ADULTS BIL)

Contràriament a l'anterior grup, aquestes persones preveuen un **futur favorable al català** com a llengua, sense compartir-ne els temors expressats pels altres participants pel que fa a l'ús del català, sobre tot per part de la població nouvinguda.

"...a nivel de inmigración, las primeras generaciones no hablarán catalán, pero sus hijos, que ya van al colegio, pues ya sabrán hablar todos catalán..." (JOVES BIL)

"...hi ha molts immigrants que intenten parlar en català, van a classes..." (JOVES BIL)



5.2. Opinió sobre la necessitat i pertinença de normativa lingüística en l'àmbit del consum

A. Interpretacions de la política i normativa lingüística

- ▶ L'anàlisi de l'opinió dels participants en relació a la necessitat i oportunitat d'una normativa que reguli la llengua en el consum, passa principalment per la **influència que té en el moment present**, i pel conjunt dels participants, **la persecució que va patir la llengua catalana** durant el Franquisme i la **imposició del castellà** com a llengua única a Catalunya.
 - ⇒ Aquesta **prohibició** i el fet de que aquest període de la història sigui relativament **recent**, porta a part dels participants a considerar que les polítiques lingüístiques realitzades fins al moment, en concret de **normalització lingüística**, tinguin en aquesta la seva **raó de ser**.

"...s'està intentant des de fa ja molts anys, des del 82, que s'està intentant normalitzar el català perquè havien molts barbarismes. Doncs això, des del govern instaurar el català..." (JOVES CAT)

Els individus que comparteixen aquesta percepció són els més **favorables a l'existència d'una normativa lingüística** que reguli els aspectes relacionats amb el consum.



- ⇒ Una altra part important de la mostra percep que, com a conseqüència d'aquesta imposició del castellà, s'ha produït en certa manera un **efecte rebot** que ha fet que per compensar la situació de discriminació soferta per la **llengua catalana** durant la dictadura franquista, s'apliquin actualment polítiques que, **pretenent protegir el català, actuïn imposant-lo**.

"...que no t'imposin el català sinó que facilitin les coses...Franco va imposar el castellà i tots trobem que està molt malament, doncs el mateix, que no ens imposin...que ara no fem al mateix nosaltres imposant una cosa..." (JOVES CAT)

"...hem de ser conscients una miqueta de les nostres possibilitats i limitacions...veig que sí, que ho hem de cuidar, hem de tirar endavant i intentar anar fent coses, però que, vull dir, el fet d'imposar-ho no estic gens d'acord. Rebem molta immigració tant de la pròpia Espanya com de fora...no podem posar només el català perquè no és l'única llengua de l'Estat... han d'haver-hi sempre les dues possibilitats, però sí donar-li una mica més de vida al català..." (JOVES CAT)

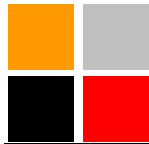
Una minoria dels que comparteixen aquesta percepció, formada bàsicament per joves no catalanoparlants i bilingües, consideren que la normativa lingüística no només està imposant el català, sinó que també està propiciant un **arraconament i la substitució progressiva del castellà** eliminant-lo de certs àmbits –educació, serveis i administracions públiques-.

"...se quejan mucho de que hemos estado marginando el catalán durante años, pero es que ahora nos están marginando el castellano ¿no se puede llegar a un equilibrio?... " (JOVES NOCAT)

"...nunca me han dado a escoger "¿Quieres hacer la clase en castellano o en catalán?...tendría que ser una opción, que cada uno vaya por el camino que quiera..." (JOVES NOCAT)

"...la sanitat és una d'elles, que moltes vegades pequen de que no posen les coses en castellà, només en català..." (JOVES-ADULTS BIL)

En general, aquests individus són **poc favorables a la regulació de la llengua en el consum**, considerant que aquest tipus de lleis poden tenir efectes negatius i indesitjables ja que suposen una imposició.



B. Normativa lingüística en el consum

- En concret, i ja sobre l'existència d'una **normativa lingüística** que reguli el consum, es detecten entre els participants **postures divergents** respecte de la seva **necessitat**. Malgrat aquesta divergència, majoritàriament tots aposten pel mateix: que **el consumidor tingui sempre la possibilitat de triar la llengua que vulgui** a tots els productes i processos de compra o contractació.

"...crec que es té que donar l'opció, si tu tens el rètol en català i pots llegir en castellà, perfecte i, si pots llegir en català també, lo que no pot ser és que jo vull llegir en català i només està en castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

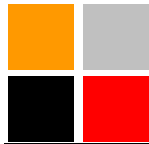
"...que et puguin donar l'opció sempre..." (JOVES BIL)

"...lo important és que el consumidor pugui triar..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...pensant en el consumidor, les dos opcions és el millor...té més on escollir..."(JOVES BIL)

"...si és un producte que es comercialitza a Catalunya...que estigui etiquetat en català i en castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...s'ha de regular...l'opció de triar...igual que aquí a Catalunya diuen que les llengües oficials son el català i el castellà... no perquè el castellà va per tot l'Estat has de parlar en castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)



Preval la idea de que és important **buscar un equilibri entre les dues llengües oficials a Catalunya** i aconseguir un **respecte mutu** i una **convivència**, assolint un **bilingüisme real**, on totes dues llengües estiguin en **igualtat de condicions**, sense imposar cap de les dues, i així satisfer a tots els consumidors siguin quines siguin les seves preferències o llengua materna.

"...jo crec que s'han de cuidar les dues...per cultura pròpia..." (JOVES CAT)

"...som bilingües i hem de parlar les dues llengües per igual, ni deixar fora el català ni deixar fora el castellà..." (JOVES CAT)

"...etiquetes en els dos idiomes, així tothom content..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...es tracta de conviure de la millor manera possible i, sobre tot, amb el respecte per davant...lingüísticament que cadascú s'adapti a la que millor li vagi..." (JOVES BIL)

"...trobar l'equilibri...que es pugui escollir en llibertat..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...que no hi hagi imposicions...a Catalunya bilingüisme, que no es posi ni el castellà per tot ni passi a l'extrem d'imposar el català per tot..." (JOVES-ADULTS BIL)

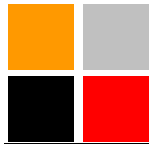
"...sense deixar la nostra cultura, ni el que som, hem de fer una cultura de convivència, guardant i protegint les nostres arrels..." (ADULTS BIL)

"...penso que en aquest moment la paraula seria Harmonia..." (ADULTS BIL)

"...considero que s'ha de mantenir un equilibri, ni tot en català ni tot en castellà..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...tendría que haber un bilingüismo y no el catalán que nos quieren imponer..." (JOVES NOCAT)

"...compensación, promocionar el bilingüismo..." (JOVES NOCAT)



Es descriu el **bilingüisme** com una **riquesa**, un **valor afegit** que s'ha de viure i veure com una **sort** que té la gent de Catalunya en relació a altres pobles i nacions.

"...tenir dues llengües és una sort..." (JOVES CAT)

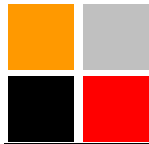
"...conèixer un altre idioma és un valor afegit..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...la convivència dels dos idiomes, que sigui un valor afegit..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...tenim la sort de ser bilingües, de parlar el català i el castellà...no m'agrada que imposin tant el català...un nano ha de saber parlar tant el castellà com el català..." (ADULTS BIL)

"...és un luxe parlar dos idiomes..." (ADULTS BIL)

"...hablo el catalán bastante bien...y eso es un poco una suerte..." (JOVES NOCAT)



- ▶ Les **postures** detectades entre els participants, en relació a l'**existència d'una normativa lingüística en l'àmbit del consum**, són dues: una **favorable** i una altra **contrària** a la regulació:
 - ⇒ Una part dels participants es mostra **favorable** a l'existència d'una normativa lingüística en l'àmbit del consum de productes quotidians i culturals. Principalment defensen aquesta postura els catalanoparlants i els joves-adults bilingües.

Entre aquests predomina l'aposta per una normativa, l'objectiu de la qual sigui **garantir que el consumidor tingui l'opció de poder triar** i assegurar que tothom pugui **entendre**, com a mínim, la **informació bàsica** dels diferents tipus de productes comercialitzats i/o les indicacions per facilitar el procés de compra.

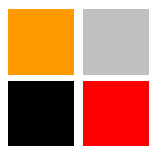
*"...el que sí hauria d'anar en els dos idiomes oficials són els rètols dels passadissos que són de caràcter informatiu...
després en els productes que cadascú faci el que vulgui..." (JOVES BIL)*

(pel·lícules) "...regular d'alguna manera, cada x, una en català..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...de la mateixa forma que el dependent hauria de saber parlar els dos idiomes, doncs els cartells i l'etiquetatge hauria d'estar en els dos idiomes..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...establir una cosa tipus que cada 10 sales que hi hagi la pel·lícula en castellà doncs 2 en català..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...pots obligar al bilingüisme, no has d'imposar el català en la mida que sigui possible...subvencionar molt, que hagi unes lleis que regulin uns mínims en català, per exemple en pel·lícules..." (JOVES-ADULTS CAT)



La **necessitat d'una normativa** la basen en els següents aspectes:

- ✓ S'ha d'**assegurar** que els consumidors tinguin **la possibilitat de trobar els productes i realitzar-ne el consum en català**, alternativa que actualment no està garantida.

"...debería estar regulado como mínimo en catalán, tanto en etiquetados como en cine, como en todo...para la gente que lo quiera en catalán tenga la opción..." (JOVES BIL

)

"...la majoria de coses estan en castellà, els comerços i tal, potser...per protegir una mica el català..." (JOVES-ADULTS BIL)

- ✓ Es considera que l'arribada de **població immigrant**, amb diferents llengües d'origen, fa necessària una regulació per tal d'assegurar uns mínims i, la presència d'unes llengües comuns a tots el residents al territori català.

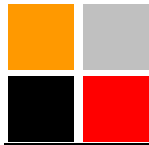
"...crec que s'ha de regular sinó tots acabarem com la torre de Babel..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...l'idioma s'ha de cuidar...s'ha de cuidar una cosa tant bonica com és la quantitat de cultures i ètnies que hi ha a Barcelona, que això també dóna vida i una manera per què això no desaparegui és també controlar, tant el català com el castellà..." (JOVES-ADULTS BIL)

- ✓ La percepció de que només mitjançant una llei es pot realment **garantir la presència** del català en el consum i **protegir** aquesta llengua.

"...és que tot funciona per lleis ara..." (JOVES CAT)

"...lleí opino que sí estaria bé, és la manera de protegir, la justícia..." (JOVES CAT)



A més d'una normativa s'aprecia la necessitat d'establir **ajudes, subvencions i iniciatives públiques** per tal de facilitar que les empreses i les persones s'adaptin a la llei sense gaires dificultats.

"...el `Dia de l'espectador de cinema en català' t'incrementa i així t'acostumes..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...s'haurien de subvencionar més cursos...si es subvencionés i fossin gratuïts s'apuntaria més gent..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...remarcaria més la part d'incentiu, vull dir, que a l'empresari no li costi directament diners..." (JOVES-ADULTS BIL)

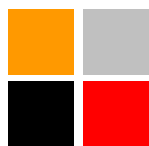
"...català per mi és important que es cuidi, que es doni facilitats, sobre tot per la gent de fora..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...l'etiquetatge en català en denominacions d'origen i això, si tu veus que és fet aquí, vull dir, es pot potenciar...si etiqueteu les coses que es queden aquí en català pues, ajudes i coses però que es reguli l'etiquetatge..." (JOVES CAT)

Una part d'aquests individus, favorables a una regulació lingüística del consum, es postulen per una **lleï de mínims en favor del català**, que vagi canviant la mentalitat de la gent poc a poc sense que ningú pugui interpretar-la com una imposició. En aquest sentit, s'està **a favor** d'una regulació respecte de la **retolació i l'etiquetatge** dels productes de consum quotidià que com a mínim assegurin la comprensió d'aspectes fonamentals i bàsics.

"...lo que no surti d'aquí doncs que sí que ho porti...i si ha de sortir d'aquí com a mínim lo bàsic en català, està bé saber d'on venen les coses..." (JOVES CAT)

"...que l'etiquetatge de lo que es fabrica aquí sigui en català, però que no sigui en castellà solament, que fos en català i en castellà.. en català obligatòriament..." (ADULTS BIL)



Per altra banda, segons comenten alguns dels participants el més encertat en matèria de regulació seria començar per les normatives sobre els **aspectes relacionals del consum** i en un plànol secundari l'etiquetatge. Al mateix temps, d'altres consideren que és més important centrar-se en garantir primer la **presència del català als productes culturals**.

"...de totes maneres veig més important el tracte de cara al públic en català que no l'etiquetatge..." (JOVES-ADULTS CAT)

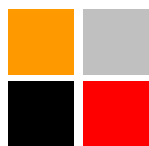
*"...primer l'atenció al públic...segon l'espai públic, cartells indicatius...tercer, l'etiquetatge...
s'ha de posar fàcil, donar facilitats..." (JOVES-ADULTS BIL)*

*"...més important que tinguis l'opció de veure una pel·lícula en català que una etiqueta en català;
i com suposo que tots els costos el govern no pot assumir
que invertissin en traduir pel·lícules i no en etiquetes..." (JOVES-ADULTS CAT)*

- ⇒ D'altra banda, aquells que **no consideren necessària una regulació** respecte de la llengua en temes de consum, manifesten que la presència del català als productes i processos de compra s'ha de produir d'una **manera el més "natural"** possible. En aquest punt també parteixen i són conscients de la situació d'inferioritat del català en relació al castellà a gran part dels productes comercialitzats al mercat català.

"...que no sigui una obligació, que sigui una cosa natural, que estiguin les dos, el català i el castellà..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...És que regular és obligar, és una imposición..." (JOVES BIL)



En general, l'actitud d'aquest grup d'individus -format bàsicament per castellanoparlants i bilingües més joves i més grans, encara que també s'hi sumen alguns catalanoparlants de totes les edats -, enfront d'una normativa lingüística està molt condicionada pel fet d'**associar regulació amb obligació**. Així preval entre ells de forma recurrent la **por a la imposició** i, d'aquesta manera, s'oposen a l'existència d'una normativa que especifiqui com i on ha d'estar present el català.

La seva **oposició** la justifiquen amb diversos **arguments**:

- ✓ Com el mercat és un **món privat**, són els responsables de les empreses els que han de **decidir lliurement** que és més **rendible** per les seves companyies i què està més en consonància amb els seus objectius i posicionament en el mercat.

"...en el cas de l'etiquetatge dels productes, cada empresa sap el que li convé per vendre més..." (JOVES BIL)

"...la opción de etiquetar en catalán la tiene el empresario, luego es libre de hacerlo o no..." (JOVES BIL)

"...creo que es la empresa la que tiene que decidir si lo pone en castellano o catalán. Pero no que lo impongan..." (JOVES BIL)

- ✓ Opinen que una normativa pot **provocar reaccions negatives** i **efectes indesitjables** que portin a comportaments i actituds contràries al català i les seves manifestacions, per part d'aquells ciutadans que sentin la normativa com una imposició injustificada i/o exagerada a favor del català i en detriment del castellà.

"...si obligues acabes creant un rebuig... al contrari tindrà com una mica de fòbia..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...pot generar rebuig, dividir la societat al punt de generar la imatge de dictador, de fascista directament, tampoc tenen l'interès aquest, no?..." (JOVES-ADULTS CAT)



"...ahora por mis narices todo es en catalán. Y no hay peor cosa que te impongan algo para dejar de hacerlo..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...la gent és més reticent a aprendre si t'ho donen per llei, en canvi si és algo que és un incentiu que tens doncs potser sí que ho fas més a gust que no algo que et veus obligat a fer-ho..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...en mi hace el efecto rebote, hace el efecto contrario...cuando veo esto me aferro más al castellano y mira que... siempre me ha dado igual pero ahora mismo estoy defendiendo más el castellano que el catalán..." (JOVES NOCAT)

"...el tiro les saldrá por la culata, si no es ahora, será dentro de unos años..." (JOVES NOCAT)

- ✓ Principalment entre els joves, es considera que l'aplicació d'una regulació que afavoreixi o exigeixi l'ús o presència d'una de les dues llengües pot donar lloc a **injustícies**, establint diferències entre els individus i les empreses i, fins i tot, portar a la marginació.

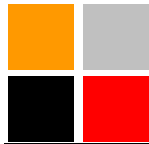
"...jo no veig bé això de fer lleis que imposin una llengua...es poden produir injustícies..." (JOVES CAT)

"...tengo amigos argentinos que claro no hablan el catalán y muchos claro, buscan trabajo y no encuentran por no hablar catalán...me da un poco de pena..." (JOVES NOCAT)

"...una llengua no pot diferenciar...no pot ser una manera de descartar..." (JOVES CAT)

"...crec que ERC vol posar una llei que obligava als establiments a posar l'etiquetatge en català, no sé què...què agafaria abans una empresa que etiquetés en català que no, la Generalitat o algo així...això tampoc ho veig..." (JOVES CAT)

"...això del nivell C de català per qualsevol oposició ho trobo fatal perquè, jo demanaria només per exemple que sapiguessin parlar el català, però no el nivell C...el Montilla no té el nivell C, el Pujol no tenia el nivell C...que un jefe et demani una cosa que ell no té..." (JOVES CAT)



- ✓ Consideren que hi ha **temes**, problemes i dificultats, **molt més importants** i **prioritaris** pel benestar de la societat i el futur del país, que haurien de preocupar i ocupar al govern català en comptes de destinar esforços i mitjans a regular l'ús de la llengua.

"...en lugar de preocuparse por otras cosas, nos estamos preocupando por si el cartelito está en catalán..." (JOVES NOCAT)

Coincidint amb la major part del grup favorable a una llei, a aquest grup també s'aposta per que **el consumidor tingui la possibilitat d'escollir** i per això, una bona part d'aquests individus considera necessari i positiu incentivar i promocionar la presència i l'ús de la llengua catalana –ja que la situació actual no és d'igualtat en el mercat- recolzant la seva presència amb **ajuts** i **subvencions** que facilitin el seu ús i eliminin els desavantatges econòmics que perceben suposa incloure el català.

*"...és una cosa que ha de venir des de dalt, està claríssim però tampoc en forma de llei, en forma d'ajuts
...subvencions..." (JOVES CAT)*

*"...una nueva ley que diga...pues en catalán y en castellano...pues que me lo subvencione al 100x100 y, si me lo subvenciona al
100x100, si yo quiero pues lo cambio..." (JOVES NOCAT)*

"...que te den las facilidades y que tengas la libertad..." (JOVES NOCAT)



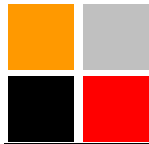
5.3. Grau de coneixement de la normativa actual

- ▶ De forma pràcticament total, predomina el **desconeixement** en relació als **continguts** concrets de la **normativa lingüística vigent en matèria de consum**.
- ▶ Tanmateix, preval la **percepció** de que es tracta d'una **regulació impositora** en relació a la presència i ús del català enfront del castellà. Aquesta imatge és especialment acusada entre alguns dels participants castellanoparlants i bilingües que aprecien que, més que una defensa o protecció del català, la regulació, tot i que la desconeixen, fa una persecució de la llengua castellana.

"...veig com a imposició lo que està fent...això de tot en català, no sé, a mi no..." (JOVES CAT)

"...podrá haber una convivencia, no una persecución del español..." (JOVES NOCAT)

*"...nos quieren intentar meter el catalán en todos lados y que olvidemos el castellano.
Esa es la sensación que da..." (JOVES NOCAT)*



- ▶ Quan se'ls dona a conèixer alguns dels **articles de l'actual llei els valoren majoritàriament de forma positiva**. No aprecien cap imposició exagerada o fora de lloc i, fins i tot en alguns casos, com el de l'etiquetatge, sorprèn que no sigui necessari etiquetar en cap de les dues llengües oficials del país.

"...poder no és obligar, de fet..." (JOVES CAT)

*"...ho trobo normal perquè si vas a buscar un document aquí, que te'l donin en castellà, dius que tenim el català, eh...
en català o català-castellà..." (JOVES CAT)*

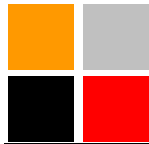
"...con esta ley lo que se castiga es al fanático y al intolerante..." (JOVES BIL)

*"...me parece bien, es decir, si los dos hablan catalán y tienen que redactar un documento y el documento se tiene que quedar en
tierra donde se hable catalán, pues bien, hazlo en catalán..." (JOVES NOCAT)*

"...eso sí que lo veo bien...si es catalán el producto pues que te lo pongan en catalán..." (JOVES NOCAT)

No obstant, apareixen veus i comentaris entre els més crítics vers la regulació lingüística assenyalant que **alguns dels articles asseguren la presència del català mentre que en canvi la del castellà és a demanda del client**.

(xecs) "...en catalán seguro y si tú lo pides en castellano...que lo pongan directamente en los dos..." (JOVES NOCAT)

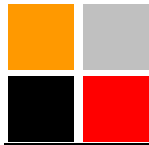


- ▶ Preguntats sobre fins a quin punt es pot **exigir** la **retolació** en català als comerços i que el seu personal **atengui** en català als clients que facin servir aquesta llengua, la major part creu que es pot demanar a les **grans empreses** –que aprecien que ja ho estan fent- però que no als petits establiments.

Una vegada més s'insisteix en que des dels **poders públics** s'ha de **potenciar l'ús i presència del català en el comerç** però que haurien de ser les pròpies empreses i botigues que donessin al seus clients l'opció del català portats pels **beneficis** que això comportaria.

En aquest sentit, s'assenyala la **fidelització** d'aquells clients que: se senten més còmodes expressant-se en català, agraeixen l'esforç i interpreten com una deferència per part de les empreses cap al país on estan l'ús del català i, per a ells és un valor afegit la presència del català als productes i serveis oferts.

“...en comptes d'imposar que l'empresa s'adeqüi al català ha de ser que l'empresa es doni compte per ella mateixa que posant-ho en català vendrà més...però no amb lleis...” (JOVES CAT)



5.4. Oficines de garanties lingüístiques

- ▶ A nivell general **tots els participants desconeixen** l'existència i funcions de les Oficines de Garanties Lingüístiques, només alguns dels participants afirmen haver sentit alguna cosa al respecte, **atribuint-les l'etiqueta mediàtica de "policia lingüística"** .

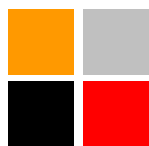
"...som tots catalans i ningú les coneixia..." (JOVES CAT)

"...no ho havia sentit mai en ma vida..." (JOVES CAT)

"...jo he sentit lo de la Policia Lingüística, deia El País...els articles diria que eren bastant potents al respecte, parlaven justament de la imposició i parlaven dels casos del petit comerç..." (JOVES-ADULTS CAT)

"...coneixia l'existència de l'oficina al consumidor però concretament la lingüística, no..." (JOVES BIL)

"...ahí es donde tienen que llamar para denunciar que los rótulos no se han cambiado, un poco la gestapo de la política catalana..." (JOVES NOCAT)



- Abans de conèixer les comeses concretes de les oficines, una part de la mostra manifesta certa **perplexitat** en relació a la seva existència. Una vegada conegudes les seves **funcions** es fa una valoració especialment **positiva** de la tasca **d'assessorament** i oferiment de **recursos** per facilitar l'ús del català.

"...tot el que siguin oficines per informació, assessorament, queixes, ajuts i defensa està bé..." (JOVES BIL)

- Per part dels participants que es mostren més **favorables a aquestes oficines**, es destaca la importància de **donar-les a conèixer** com a instrument per facilitar l'ús del català per part d'aquells establiments i empreses que ho desitgin. Així, es destaca favorablement que hi hagi un **organisme per controlar el compliment de la llei**.

"...es podria potenciar això per la gent de fora..." (JOVES CAT)

"...molta gent que està en establiments castellans no ho sap que hi ha aquestes coses i a lo millor no s'atreveix o perquè no en sap prou...si tingués aquesta informació i sap que li traduirien tot..." (JOVES CAT)

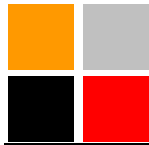
"...si a tí te preocupa, pues vas y tienes un sitio que te escuchen, para reclamar o informarte de tus derechos..." (JOVES BIL)

"...és positiu perquè sinó suposo que cadascú faria el que li donés la gana. Per molt que hi hagués lleis si després no es controlen no serveixen..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...per que hi hagi una llei i es compleixi hi ha d'haver algun tipus de mecanisme perquè es controli i es segueixi...si ha de ser...una oficina d'aquestes doncs d'acord...una llei que no tingui mitjans per poder-la aplicar és com si no existís..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...he arribat a veure rètols en xinès i en àrab inclús pel centre i això sí que no s'entén ja. Si que ha d'haver algú que ho controli, no?..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...tot el que sigui afavorir una normalització, una llei o el que sigui i poses eines perquè l'empresa es pugui adaptar a aquesta llei doncs sempre és positiu..." (JOVES-ADULTS BIL)



- ▶ En aquest sentit, cal dir que respecte a la realització **d'inspeccions** la majoria veu lògic que, d'alguna manera, es confirmi el compliment de la normativa.

"...si hi ha lleis, cal que s'acompleixin..." (JOVES-ADULTS BIL)

- ▶ Entre els **més contraris** les consideren una **despesa inútil** de diners públics.

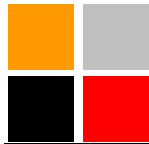
"...yo lo encuentro una pérdida de dinero y de tiempo de la gente..." (JOVES NOCAT)

"...hi ha molta gent que diu que s'haurien de gastar el diners en la sanitat o en altres coses importants o en aquesta tonteria, i jo puc estar més o menys d'acord..." (JOVES-ADULTS BIL)

- ▶ Respecte de la possibilitat de **denunciar** o **tramitar queixes** sobre l'ús la llengua catalana trobem diverses opinions:

- ⇒ Entre els participants catalanoparlants s'havia manifestat espontàniament que fer-ho era una **pèrdua de temps** ja que creuen que les denúncies no tenen efecte.
- ⇒ Pels joves no catalanoparlants és un dels aspectes que **més rebuig** genera i els confirma el paper de "policia lingüística" que associaven a aquestes oficines espontàniament.

"...además anima a los ciudadanos a denunciar..." (JOVES NOCAT)



- ⇒ Per la seva banda entre els bilingües apareixen **interpretacions positives** d'aquesta tasca, ja que es percep que **donar la possibilitat d'anar a un lloc per queixar-se i poder accedir a un arbitratge pot evitar possibles conflictes.**

"...si vas a una botiga i et diuen senyor sólo en castellano i t'ofèn, doncs pot anar allà i queixar-te..." (JOVES BIL)

"...pienso que está bien que exista...realmente si te ofende algo mucho que tu puedas ir ahi y saciar tu cabreo o que alguien te escuche..." (JOVES BIL)

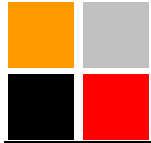
"...si el consumidor te alguna queixa doncs que pugui també trobar un lloc on se l'escolti i li facin cas i si realment te raó prenguin les mesures adequades..." (JOVES-ADULTS BIL)

"...ahora que llegan inmigrantes, si todos los colmados se negaran a entenderse con los inmigrantes pues saltarían chispas... si nadie lo regula ahora pues se crearía un problema grande...en cambio que haya un sitio donde tú puedas ir a quejarte y que después mediante la administración o lo que sea...intenten arreglarlo pues es una medida para evitar problemas... si es algo preventivo bien..." (JOVES BIL)

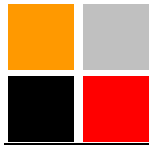
- ⇒ En general, pel que fa a la **imposició de sancions** bona part dels participants eviten pronunciar-se de forma explícita, mentre que uns altres critiquen obertament aquesta competència.

"...hay multas ya y todo..." (JOVES NOCAT)

"...multas de más de un millón..." (JOVES NOCAT)



6. Els grups lingüístics

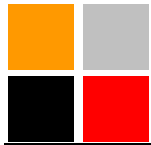


- ▶ El present capítol recull resumidament i dividits per grup lingüístic, les actituds, comportaments i opinions dels participants vers la llengua en el consum i l'existència d'una regulació lingüística en aquest àmbit.

Val a dir que les diferències entre els grups lingüístics són mínimes i pràcticament inexistents per segments d'edat. En aquest sentit, podem dir que preval la homogeneïtat en relació a la majoria dels temes plantejats, apareixent només unes minories en els extrems representades per alguns catalanoparlants i alguns no-catalanoparlants que manifesten postures més radicals i rígides sobre els aspectes analitzats.

6.1. Grup catalanoparlant

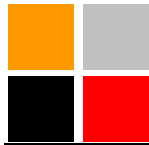
- ▶ El grup dels catalanoparlants està format per una majoria que té en la llengua catalana el seu mitjà habitual i propi de comunicació, sense cap altra connotació i, **un grup més minoritari que abandera el catalanisme i presenta un alt sentiment de país fent de la llengua una expressió d'identitat i posicionament ideològic.**
- ▶ El **català és per a tots ells la seva llengua pròpia**, la llengua que han parlat a casa i amb la que han crescut. A més especifiquen que no només parlen en català sinó que pensen en català. És a dir, que són **catalanoparlants** però també **catalanopensants**.



- ▶ Partint de la percepció general d'una situació d'inferioritat del català en relació a la seva presència al mercat, tant respecte als productes i com als processos de compra, **una part minoritària d'aquest grup adopta un paper pro-actiu vers la llengua catalana en el consum, plantejant-se la necessitat de defensar i preservar-la, consumint aquells productes que incorporen el català.**

Per **la majoria** aquesta situació d'inferioritat s'ha de corregir **d'una forma el menys conflictiva i forçada possible**, recolzant des dels poders públics la presència dels català per tal d'aconseguir un mercat bilingüe en consonància amb el bilingüisme social existent a Catalunya.

- ▶ Pel que fa a la regulació de la llengua en el consum la majoria es mostra favorable a l'existència d'una normativa lingüística en aquest àmbit que asseguri la presència del català i, en aquest sentit, garanteixi la possibilitat de poder triar.



6.2. Grup bilingüe

- El grup dels bilingües és un grup que s'autodefineix més enllà de la llengua. Per a ells aquesta o aquestes són un vehicle, un mitjà per un fi últim que és la comunicació entre les persones. En aquest sentit, **parlar més d'una llengua es considera una riquesa cultural i un luxe, ja que permet comunicar-te més i millor.**

Per la majoria d'aquests individus el ser bilingüe és **sinònim de tenir més obertura de mires i més flexibilitat**, ser **persones més tolerants i obertes** que fan de la **convivència i el respecte entre llengües** i cultures la seva màxima.

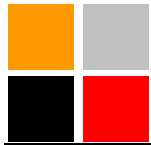
- Aquests participants, malgrat **parlar les dues llengües de forma habitual, tenen una llengua dominant amb la qual s'expressen amb major facilitat i fluïdesa** i, que en definitiva, és la seva llengua materna, en la que pensen i es representen. Tant pot ser el català com el castellà, encara que és el castellà el més freqüent.

- En relació al tema de la llengua en el consum, el seu posicionament és clar, s'ha d'anar **cap a l'equilibri i igualtat de les dues llengües** i, per això, **la majoria considera que és positiu establir mesures i actuacions que afavoreixin la presència i ús del català en aquest àmbit per arribar a una situació de bilingüisme que possibiliti la llibertat d'elecció del consumidor en igualtat de condicions i oportunitats.**

Es considera que avui en dia **la societat catalana és bilingüe i aquesta realitat s'ha de reflectir a tots els àmbits**, fet però que segons ells no es dona ja que en alguns entorns i camps es dona un clar monolingüisme o una situació molt desigual entre les dues llengües oficials a Catalunya.



- ▶ En concret, respecte de l'existència d'una normativa lingüística sobre consum predomina –especialment entre els més joves i els més grans- un **posicionament d'alerta respecte a les normatives i lleis lingüístiques** i sobre tot que no s'ha de fer des d'una perspectiva impositora. **Contraris a qualsevol regulació que impliqui obligació es mostren favorables als ajuts i subvencions que facin possible la llibertat de tria del consumidor per una igualtat de les dues llengües.**

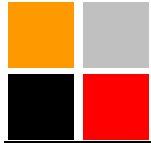


6.3. Grup castellanoparlants

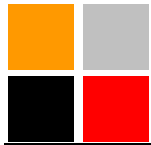
- ▶ El grup dels castellanoparlants és un grup que s'auto-defineix en termes lingüístics però també en termes de posicionament ideològic **considerant-se minoritari i coartat en la seva opinió: són políticament incorrectes**. Malgrat no sentir-se part de la Catalunya oficial i oficialista es reconeixen com a catalans i no es nega la identitat catalana.
- ▶ El castellà és la seva llengua materna i és la que utilitzen habitualment, en especial a casa. Tot i que parlen bàsicament en castellà, també utilitzen i coneixen la llengua catalana.
- ▶ A aquest grup preval una **postura positiva vers la presència conjunta del català i el castellà en els productes de consum**, tant quotidià com cultural, considerant la majoria que la **situació ideal seria la del bilingüisme del mercat**, situació que actualment són conscients que no es dona.

No obstant, entre aquests individus sempre estan més presents els inconvenients i dificultats empresarials que suposa la presència de la llengua catalana, que entre la resta de segments.

- ▶ Al mateix temps, **una minoria es mostra força reticent a la inclusió del català allà on no hi és present argumentant criteris de rendibilitat del mercat**.
- ▶ **La seva postura respecte d'una normativa lingüística que reguli el consum és unànimement contrària ja que la regulació és vista i viscuda com una imposició del català en substitució del castellà**.



7. Reflexions finals



7.1. L'actitud davant la llengua

1

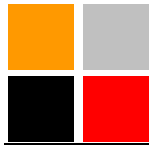
En els grups de discussió es percep i accepta **una Catalunya bilingüe**

2

El **bilingüisme** és, fins i tot, un **valor de personalitat per bona part dels ciutadans** que l'interpreten com un **factor diferenciador de la societat catalana** respecte a d'altres societats i una **riquesa i un element d'orgull**.

3

Sovint, **els ciutadans de tots els grups lingüístics adapten l'ús de la llengua a les circumstàncies**. Utilitzen una o altra llengua a conveniència, **d'acord a la situació i context** en que es fa servir.



4

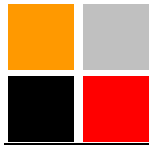
Al mateix temps, els ciutadans de Catalunya que han participat en la recerca expressen **una societat del tot contrària a la confrontació i el conflicte, també en qüestions lingüístiques.**

5

En general, la pertinença a un grup lingüístic no actua com una variable discriminant en el comportament, actituds i posicionament davant el consum i **la llengua.** Només actua com un factor discriminant en alguns dels grups minoritaris detectats.

6

D'altra banda, l'edat dels ciutadans pot ser un element secundari davant el comportament, actituds i posicionament davant el consum i la llengua.



7.2. Llengua i consum

1

L'anàlisi del paper de la llengua entre els consumidors posa de manifest que, **actualment, la llengua és una variable amb una incidència diferenciada segons el tipus de producte i els processos de compra i consum.**

2

En general, predomina una actitud favorable a la presència del català en els productes culturals i de consum quotidià, així com en els processos relacionals que intervenen en el consum.

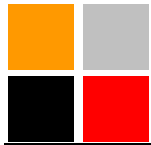
⇒ D'aquesta manera, no existeixen grups que rebutgin els avenços que es pugui produir en l'etiquetatge, la retolació i el doblatge de continguts audiovisuals.

3

Aquesta actitud receptiva, **no es tradueix necessàriament ni proporcionalment, en demanda de productes en català, sinó que es considera un escenari de normalitat configurat pel bilingüisme existent en la vida quotidiana.**

4

En aquest sentit, **el bilingüisme dels consumidors es configura com a una oportunitat de mercat per a productes i serveis en català i bilingües.**



7.3. Llengua i consum de productes quotidians

1

L'etiquetatge de productes de consum quotidià és considerada una dimensió secundària, donada la poca rellevància que tenen els continguts d'aquests elements en el procés de compra.

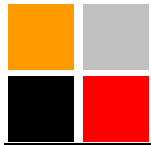
2

En tot cas, caldria prioritzar la presència de la llengua catalana en l'esfera relacional, **és a dir, en l'atenció i comunicació al client i els serveis a les persones.**

3

Per bona part de la ciutadania, **el bilingüisme en la producció i distribució és un element diferenciador de productes i que aporta valors positius, en tant que beneficia els interessos comercials de les empreses i serveis i amplia el nombre de consumidors pròxims al consum del producte o servei.**

- ⇒ Genera proximitat a la marca/producte
- ⇒ Simpatia
- ⇒ Valoració de l'esforç de l'empresa /marca per adequar-se a la realitat que viu el consumidor
- ⇒ **Aposta dels productors i distribuïdors per donar opcions al consumidor**, no excloure a ningú.



7.4. Llengua i consum cultural

1

La llengua es configura com un element bàsic i substancial del producte cultural, especialment del cinema.

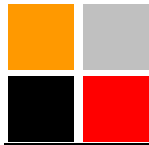
2

Les actuacions en el sector educatiu i la distribució a través de la TV de cinema en català es configuren com canals que, fins ara, no han aconseguit generalitzar el visionat de productes audiovisuals en català.

3

Les **principals mancances detectades** en relació al català i el cinema són:

- ⇒ Menor distribució de les pel·lícules en català
- ⇒ Doblatge deficient: pocs actors de doblatge, registre acadèmic i excessivament formal, menys registres lingüístics
- ⇒ Manca de referents



7.5. Llengua i normativa

1

La normativa i legislació lingüístiques són vistes amb reserva per bona part de la ciutadania, condicionats, en part, per l'actual clima polític i la interpretació que es fa de **l'evolució** de la normalització lingüística.

⇒ Sovint es vincula **normativa a imposició i, imposició a sanció**

2

La ciutadania interpreta la **política lingüística** com les actuacions que es fan per introduir la **llengua catalana** en els usos formals i, en grups minoritaris, s'interpreta com un procés que busca **modificar els referents identitaris i substituir els seus**.

3

Tot apunta a que, **per a la ciutadania el bilingüisme hauria de marcar l'orientació global de la política lingüística a curt termini**.

⇒ De la política lingüística (de la llengua catalana) **a la política de les llengües**.



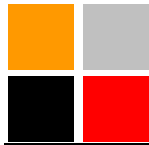
4

En aquest sentit, alguns participants entenen **l'escenari multilingüe que s'està construint a Catalunya com a una oportunitat per la convivència del català amb la resta de les llengües** i especialment amb el castellà.

- ⇒ D'aquesta manera, es descriu un marc que s'allunya de la dualitat lingüística, de la contraposició entre català i castellà, i que s'amplia a la convivència entre llengües. El respecte i foment de la diversitat afavoreix el desenvolupament de la llengua catalana en les esferes, com el consum, en les que es troba en una situació de dissonància amb la realitat que viuen els ciutadans.



Per la ciutadania, **equilibri, convivència i llibertat per escollir són els eixos principals que haurien d'orientar les actuacions en relació a les llengües que es parlen a Catalunya.**



7.6. Llengua i possibles actuacions

7.6.1. Consum de productes quotidians

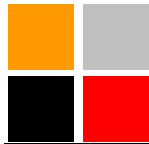
1

Els consumidors prioritzen les actuacions centrades en les grans empreses productores i distribuïdores i en menor grau en el petit comerç i el treballador.

2

Les mesures facilitadores a les empreses es perfilen com a una línia d'actuació que hauria de traduir-se en micro-polítiques el més ad-hoc possibles.

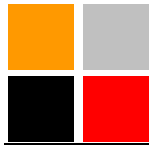
- ⇒ Les actuacions passen per generar l'interès de les empreses facilitant la informació. Es tracta de generar un **escenari favorable a la introducció del català en la política comercial de les empreses.**
- ⇒ Els avenços vers aquest escenari passen pel disseny d'actuacions centrades en **localitzar quina manca d'informació tenen les empreses, i facilitar la desactivació de les barreres** a la introducció del català en les polítiques de producció i distribució:
 - ✓ **Estudis ad-hoc de les avantatges i costos reals** de la introducció del català en la política comercial, per cada línia de productes d'acord a les seves especificitats. Es tracta de donar resposta a: **què guanya l'empresa i el producte?**
 - ✓ **Banc de bones pràctiques i models de planificació lingüística amb èxit:** quin ho ha fet i ha millorat?
 - ✓ **Estudis d'imatge de marca incloent la dimensió lingüística en el producte/marca:** com canvia el meu posicionament en el mercat i el valor de la marca/producte?



3

Cal valorar la **possibilitat d'incorporar la responsabilitat lingüística i cultural com una part de** les polítiques de **Responsabilitat Social Corporativa –RSC-** de les empreses que generés una vinculació entre producte/marca i llengua i que alhora beneficiés a l'empresa i a la societat en la que actua, seguint la tendència actual de responsabilitat social entre les grans i mitjanes empreses.

- ⇒ En aquest sentit, cal **valorar l'oportunitat de distingir aquelles empreses i productes responsables lingüísticament i cultural, amb les societats en les que operen** , com es fa, per exemple, amb les empreses responsables amb el medi ambient.



7.6.2. Consum de productes culturals: cinema

1

Les actuacions en relació a **l'oferta de productes** de cinema en català passen pel foment **de més i millors produccions de cinema català i en català i incentivar el doblatge al català.**

⇒ Els objectius buscats passen per:

- ✓ que el cinema català sigui més demandat
- ✓ que el cinema en català agradi més

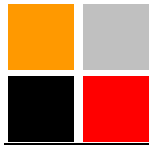
2

En aquest sentit, **la millora del doblatge en català sembla ser una de les demandes més directes dels espectadors, especialment en el cinema a les sales.**

3

D'altra banda, **els productes de cinema en català han de tenir, com a mínim, les mateixes condicions com a producte que la resta d'opcions.**

⇒ El cinema en català ha d'evitar posicionar-se com un producte diferent, de menys qualitat (en doblatge, opcions de so en DVD's,...) i estèticament menys atractius.



4

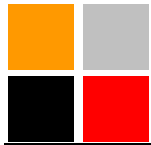
Per a la generació d'hàbits, cal influir en la distribució i comunicació de productes culturals en català i de cinema doblat al català.

- ⇒ En aquest sentit, alguns participants posen de manifest la necessitat de fomentar que els **espectadors tinguin l'opció de veure cinema en català i motivar la tria d'aquesta opció** respecte a d'altres, per exemple:
- ✓ Incentivant a les sales el **'Dia del cinema en català'**
 - ✓ Creant sales **pròpies de cinema en català o concertant espais de sales de distribució existents** per a cinema en català.
 - ✓ **Millorant i ampliant la publicitat del cinema en català**, buscant equiparar els impactes que els espectadors tenen en altres llengües.

5

Al mateix temps, el cinema català, com d'altres esferes culturals, ha d'avançar en la creació de referents.

- ⇒ Amb l'objectiu de que els ciutadans demandin cinema en català i cinema català han d'existir productes de referència tant de creació pròpia com de doblatge.



7.6.3. Actuacions generals

1

En aquest sentit, **les actuacions a dur a terme passen per la innovació.**

2

Més enllà de les polítiques concretes, **és oportuna una reflexió sobre la comunicació de la política lingüística, orientada probablement a comunicar valors i beneficis**, més enllà dels comportaments.

3

Les Oficines de Garanties Lingüístiques troben el seu espai social en la funció d'assessorament i en la funció de mediadores i d'arbitratge entre totes les llengües, per oposició a la noció d'oficines de defensa del català o de control, inspecció i sanció.