

**La llengua a les benzineres a catalunya. Una aportació
Sociolingüística**

Estudi encarregat per la Direcció General de Política Lingüística

Gener de 2000

RPEEO 165

La llengua a les benzineres de Catalunya

Una aportació sociolingüística

Jaume Farràs i Josep Lluís C. Bosch

CUSC-UB

Centre Universitari de Sociolingüística i Comunicació

Universitat de Barcelona

Capítol 1: Introductorí

1 Introducció	3
1.1 Objectius	6
1.2 Plantejament del treball	6
1.3 Descripció i estructura del sector dels carburants	8
1.3.1 Estructura territorial per província i comarca	9
1.4 Metodologia	11
1.4.1 Tamany de l'univers i selecció de la mostra	11
1.4.1.1 Ubicació i tamany de les estacions de servei	12
1.4.2 Disseny i validació	14
1.4.3 Treball de camp ..	14
1.4.4 Pla d'anàlisi	15

Capítol 2: La llengua a les benzineres, resultats

2.1 Visió general dels usos lingüístics	16
2.2 Descripció, anàlisi i resultats de 6 àmbits d'ús de la llengua	16
2.2.1 L'entrada a l'àrea de servei	17
2.2.2 Retolació i pictogrames als sortidors	19
2.2.3 Utilització de la llengua a la caixa	22
2.2.3.1 Usos orals amb els clients	23
2.2.4 Utilització de la llengua a la botiga	25
2.2.5 Utilització de la llengua en els rètols dels serveis	25
2.2.6 La sortida: ús de la llengua en altres rètols i anuncis	25
2.3 Resultats globals i per àmbits d'ús segons la província	26
2.3.1 Presentació de tres índexs d'ús	30
2.3.2 L'ús del català en la retolació: càlcul, interpretació i resultats de l'índex 1	31
2.3.3 Creació d'índex d'ús del català en la documentació escrita	35
2.3.4 Creació de l'índex 3, ús del català oral	36
2.3.5 La relació entre els indicadors d'ús del català	36
2.4 Aproximació als usos lingüístics de les companyies	38

Capítol 3: Variables que influeixen en l'ús del català

3.1 Usos lingüístics a les benzineres segons província	42
3.2 Usos lingüístics a les benzineres segons marca	42
3.3 Usos lingüístics a les benzineres segons la seva ubicació i règim de propietat	42
3.4 La renovació de les estacions de servei i la presència del català	43
3.5 Els usos orals –índex 3- segons diverses variables	43
3.5.1 Els usos orals per província i ubicació de la benzinerera ..	43
3.5.2 Els usos orals amb estat de renovació de la benzinerera	43
3.5.3 Els usos orals amb llengua predominant dels clients	43

Conclusions

Aquesta recerca ha estat possible gràcies a la tenacitat, la il·lusió i el quilometratge d'un grup d'entrevistadors que a la segona quinzena de juliol desafiaren la xafogor i les cues de trànsit per fer el recull de tota aquesta informació. A tots vosaltres, Blanca, Enric, Marta, Natàlia, Josep M^a, Jaume, Núria, Pau, Maria i Miquel Àngel, moltíssimes gràcies!

1: Introducció

L'any 2000 el Principat de Catalunya té poc més d'un miler d'estacions de servei. En tot l'Estat espanyol n'hi havia 7.463 l'any 1999. Amb la liberalització del sector s'ha trencat formalment el monopoli a Espanya durant els darrers anys –des de l'any 90 l'increment global del nombre de benzineres supera les 2.300 noves instal·lacions-, i s'està modificant aquella estructura del sector en què era forçat que hi hagués almenys una estació cada 40 km.

Aquests darrers anys veiem també com s'estan implantant noves estacions, tot aprofitant l'increment i la transformació de la xarxa viària, també l'expansió de les noves implantacions comercials. Les existents es van adequant a les noves necessitats socials i sectorials així com a les normatives medioambientals. Les benzineres són, en definitiva, els bars i fondes dels nostres mitjans de transport rodat, aeri o marítim, equivalents als antics establiments de «parada i fonda», al capdavall no tant allunyats en el temps.

Durant la darrera dècada, els processos d'implantació de noves estacions han estat especialment dinàmics en diversificar-se també aquestes formes d'implantació, i en considerar les grans superfícies comercials que el carburant és un producte com qualsevol altre, la qual cosa els permet posar-ne punts de venda ben a prop de les seves extenses edificacions i pàrquings. Per la seva banda, els propietaris de les estacions s'han adonat que no n'hi ha prou d'omplentar dipòsits, i procuren atraure clients bo i oferint-los altres serveis ubicats i/o associats als seus complexos o àrees de servei, amb la pretensió de poder atendre millor les necessitats dels viatgers i dels seus vehicles.

Tant és així que en més del 80% de les estacions de servei de Catalunya hi ha avui un servei de botiga amb productes bàsics i diversificats, a més d'altres serveis usuals com el bar, restaurant i a vegades, hotel. Hi ha també altres instal·lacions més relacionades amb el manteniment del vehicle com tallers de reparació de neumàtics, trens de rentat, «boxes» o espaisos

indrets d'aparcament per a camions, sobretot a les autopistes. La quota de mercat ha anat redistribuint-se, per tant, la qual cosa duu als empresaris del sector a cercar fórmules de fidelització de la clientela, a augmentar la inversió en publicitat, a oferir descomptes directament al client o a donar-li targetes de descomptes i tota classe de facilitats.

La xarxa viària és tràfec, és vida i les estacions de servei són lloc de missatges, de relació, d'informació i de comunicació. Si bé és cert que va imposant-se l'autoservei -com a mode personal de servir-se el carburant- i les màquines més modernes anomenades Automat -com a sistema d'estalviar-se personal a les instal·lacions-, ho és també que àdhuc en aquests casos sol haver-hi en hores habituals alguna persona encarregada de vetllar pel servei, atendre el cobrament i mantenir l'ordre de la instal·lació. El sistema d'autoservei, d'altra banda força extès en tota la nostra xarxa viària, requereix multiplicar el nombre de missatges a fi de facilitar la tasca a l'usuari, instruir-lo sobre el funcionament del sortidor, de la forma de pagament alhora que d'advertir-lo que no reposti amb el motor engegat, amb els llums encesos ni faci ús del telèfon mòbil. Aquests missatges sovint estan ben lluny d'ésser fàcilment visibles, i la seva representació sol fer-se mitjançant rètols o pictogrames.

Té importància en aquest context estudiar la llengua parlada i escrita, ens preguntem sovint? Fer benzina, omplir el dipòsit és realment arribar i moldre? Quin tipus de relació lingüística i comunicativa establím quan anem a posar benzina? Se'ns atén realment en català tal com preveu l'article 32 de la Llei de Política Lingüística? Ens permet l'ambigüitat lingüística de molts missatges -noms d'empresa, rètols dels productes- de captar fàcilment si estan redactats en català, castellà o en alguna altra llengua?

Uns pocs minuts d'observació en una estació de servei fan adonar-nos del volum d'activitat comercial que s'hi produeix en pocs instants, de la intensitat de relació oral que pot generar-se entre clients-servei, clients-clients, del munt de missatges orientadors i propagandístics que ens adrecen tot just entrar en una àrea mitjançant el logo, la marca d'abanderament en lletres grosses i ben vistoses, la relació dels productes, els preus, els horaris de

servei, els rètols del funcionament dels sortidors, les màquines, les imatges, les mànegues, els diversos carburants i els seus preus quan t'acostes a la marquesina; i això quan no rebem l'impacte d'un missatge sonor advertint-nos del producte que hem triat, o no ens deixem seduir per cartells de productes en oferta, mentre esperem el nostre torn. Des dels seus diversos aspectes, la llengua és present a les estacions de servei, ara en termes de salutació, d'informació i en qualsevol cas mitjançant una variada retolació comercial, informativa i publicitària.

A l'article 32.1 de la Llei de Política Lingüística 1/1998 es preveu que *"les empreses i els establiments dedicats a la venda de productes o a la prestació de serveis que desenvolupen llur activitat a Catalunya han d'estar en condicions de poder atendre els consumidors i consumidoras quan s'expressin en qualsevol de les llengües oficials de Catalunya"*. Aquesta llei assenyala també a l'article 32.3 que *"la senyalització de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuàries i consumidoras dels establiments oberts al públic han d'estar redactats almenys en català"*.

Les pàgines següents pretenen donar compte d'algunes de les preguntes plantejades, conèixer millor la situació sociolingüística del sector carburants, i responen a un encàrrec de la Direcció General de Política Lingüística al CUSC-UB, Centre Universitari de Sociolingüística i Comunicació de la Universitat de Barcelona.

Volem agrair la col.laboració del Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya que ha facilitat la informació del sector. També a més de 500 informants anònims que des dels seus llocs de treball han contribuït a l'obtenció d'unes respostes dedicant-hi temps, esforç i professionalitat.

1.1. Objectius

Els objectius de l'estudi són:

1.- Conèixer els usos lingüístics del sector dels carburants pel que fa a quatre categories de comunicació:

-La retolació fixa interior i exterior de marques, productes, preus, ofertes i avisos -horari d'obertura/tancament, rètols d'informació al públic: Gel/Hielo, Serveis/Servicios.

-Comunicacions i cartells que s'adrecin a clients: missatges de megafonia, tiquet de caixa; targetes de l'empresa.

-Comunicats de gestió interna: rebuts; albarans; fulls de comanda.

-L'atenció oral espontània al client per part del personal de l'estació.

2.- Contrastar la variabilitat d'aquests usos lingüístics en funció del lloc on hi ha l'estació, les marques i l'oferta de productes o activitats complementaris a la venda de carburants.

3.- Captar els dèficits lingüístics més importants del català segons els tipus d'estació, la seva ubicació i la marca.

4.- Crear un índex que ajudi a seguir l'evolució d'usos lingüístics al sector.

1.2. Plantejament del treball

L'estudi d'usos lingüístics en el sector dels carburants ha partit d'una idea i constatació central: quan s'entra en una àrea de servei hi ha tot un recorregut a fer. Durant aquest recorregut anem trobant rètols i instruccions sobre quins i com funcionen els serveis que ofereix l'estació, i se'ns indica la normativa obligatòria de seguretat a seguir en tot el recinte. És a dir, captem i interpretem tota mena de missatges orals i escrits, com per esma, o mitjançant la tècnica comunicativa del pictograma, quasi de forma inconscient.

Les columnes informatives d'entrada indiquen el nom del lloc on som, la marca i els serveis que ofereix l'estació alhora que marquesines acollidores

orienten el conductor a col·locar-se al costat de la màquina i producte que li correspon i fins a adreçar-lo al lloc on hi ha l'empleat, caixer/a un cop s'ha servit o li han servit el producte. Els moviments i el recorregut que es fan, per tant, abans de sortir-ne amb l'emplenat del dipòsit estan totalment previstos, segueixen una pauta, i aquesta és similar a la gran majoria d'estacions. Partint d'això, vam veure la conveniència operativa de segmentar aquest recorregut seqüencialment, per tal de poder observar-hi millor els usos lingüístics.

Les tècniques de recollida d'observació s'han basat en aquest cas en una observació sistemàtica de la retolació dels recintes i en una entrevista amb la persona encarregada de fer-la funcionar. El plantejament, per tant, era simple; arribats a l'estació o punt de venda dels carburants, la feina a fer era observar i anotar en quina llengua estan escrits tot un llistat preestablert de rètols comercials i informatius, tant els d'entrada a l'establiment, com els que hi ha a la marquesina, a les màquines expenedores, a les parets del recinte, dins de la botiga o en altres serveis -cas del tren de rentat de vehicles o dels aparells d'aire/aigua.

Vam veure necessari d'anotar també la informació transmesa mitjançant logos i pictogrames, informació que és força abundosa en aquest sector, sobretot per a complir algunes de les normatives¹. Era primordial registrar

¹ La Llei 34/1992 i el seu reglament regulen la distribució i venda al públic dels carburants. L'article 7 dedicat a la Informació al consumidor obliga que s'exposi en un cartell visible al públic un anunci indicant que *hi ha a disposició del consumidor un joc de mesures, fulls de reclamacions* alhora que està *prohibit fumar, encendre foc o repostar amb els llums encesos o el motor engegat*. Preveu també que s'ha de disposar en un lloc visible als vehicles d'un cartell que informi dels *productes disponibles i del seu preu*, i de si *el règim d'atenció al client és d'autoservei*.

El compliment d'aquesta normativa i l'observació sociolingüística no ha pas estat fàcil de comprovar a primera vista, ja que calia sovint anar buscant si existien o no els rètols anunciant l'existència del joc de mesures i dels fulls de reclamacions. Mentre hi ha casos on el rètol és ben visible -façana principal de l'oficina o botiga- en altres ocupa una posició lateral entre altres cartells publicitaris o màquines de begudes o, fins i tot, un racó qualsevol dins del local. Pot estar també en una inscripció en lletra menuda en alguna de les columnes de la marquesina; també enganxada a les màquines expenedores. Sol ser en qualsevol cas poc visible, sigui en la llengua que sigui. La forma bilingüe que adopten alguns establiment o marques contribueix a empètir encara més el rètol que -no ho oblidem- hauria de ser clarament informatiu, ubicat en un lloc visible i de fàcil lectura.

En aquest ordre de coses, el pictograma enganxat a la marquesina esdevé un recurs

també en quina llengua s'adreçaven els empleats i/o caixers a l'entrevistador en el moment de la salutació, informació que fou recollida també en el corresponent protocol (**Annex 1**).

1.3. Descripció i estructura del sector dels carburants

A Catalunya hi ha una forta implantació de les companyies de l'antic monopoli de petrolis de l'Estat (vegeu **gràfic 1**). El grup Repsol, Campsa i Petronor controla a Catalunya el 36% de les benzineres de la mostra realitzada. A l'Estat espanyol, després de la liberalització, la quota de mercat d'aquest grup és de l'ordre del 43%.

L'altra gran petroliera espanyola Cepsa/Elf controla i/o abandera un 13% del mercat català, prop del 22% de l'espanyol. Globalment això significa que prop de la meitat de benzineres actua sota el rètol d'aquests dos grans grups/companyies.

L'empresa catalana Petrocat, posseïdora d'una cinquantena de punts de venda (www.petrocat.com) té una quota de mercat d'un 3,9%. D'entre les estrangeres, l'anglesa BP és la que té més implantació: el 7,2% del total de la mostra. La francesa Total -Total-Fina- controla un 6,6%, i la nord-americana Shell un 4,1. La italiana Agip controla un 3,3%.

El 26% restant del mercat està força més fragmentat i repartit entre empreses particulars amb un o més establiments de venda. Formen aquest grup el conjunt de benzineres la titularitat de les quals no són les petrolieres sinó propietaris particulars, associacions, supermercats, cooperatives. Destaquen entre les cooperatives les de Guissona, Eroski i les arrosseres. D'entre les superfícies comercials ofereixen carburants Caprabo, Alcampo, El Corte Inglés, Supeco –últimament Champion- i l'Esclat.

A nivell de propietat i gestió ens trobem davant de tres grans models diferents: el grup d'estacions o àrees que són propietat de les petrolieres;

generalitzat per a informar de la prohibició de fumar, d'encendre foc o de repostar amb el motor aturat i els fars encesos. Sembla que bona part del sector aposta clarament per aquesta forma d'indefinió lingüística i esquiva entrar així en la discussió sobre l'ús d'una o altra llengua, alhora que evita l'analfabetisme funcional.

aquest grup tendeix a augmentar, en adquirir àrees a particulars per tal de garantir la continuïtat de venda del seu producte. Formen el segon grup tot d'estacions que, tot i pertànyer a particulars, han signat un contracte d'aprovisionament exclusiu amb una petroliera –abanderament-. Està constituït el tercer pel col·lectiu anomenat de bandera blanca, propietaris individuals i/o independents que compren els carburants a aquella companyia que millor oferta els fa. Tot i que aquest grup tendeix a decreixer en un moment d'incertesa de mercats, n'hi ha encara uns 80 casos a Catalunya.

Taula 1 : Règim de tinença de les estacions de carburants

1.- Propietat d'una companyia petrolera	38,5%
2.- Pertanyença a una cadena nopetrolera	5.5%
3.- Pertanyença a associacions: cooperatives	14.2%
4.- Propietat d'un/uns particulars	41.7 %
TOTAL	100

1.3.1 Estructura territorial per província i comarca.

En analitzar des d'una perspectiva territorial –per províncies- de quina manera estan distribuïdes, ens adonem (vegeu **gràfic 2**) que la presència de les companyies espanyoles és més important a Tarragona i Lleida, en consonància potser amb l'expansió que comporten les petrolieres al Tarragonès i a l'extensa xarxa preexistent a les comarques de ponent. La major implantació de marques estrangeres s'ha produït, en canvi, a Barcelona i Girona. L'autopista A-7 i els mecanismes de concessió/adquisició de les benzineres poden ser un dels factors explicatius del fenomen, a part del veïnatge i l'atracció comercial i turística que l'Empordà exerceix sobre les comarques de la Catalunya Nord; aquest és probablement un element clau per explicar el dinamisme econòmic i comercial de les comarques gironines.

Veurà el lector que a efectes d'anàlisi sociolingüística hem dividit i tractat per separat la ciutat de Barcelona i el conjunt dels 26 municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona² per una banda, i per l'altra la resta de comarques barcelonines, seguint en certa manera la subdivisió de la província en zones radials, tal com s'ha fet en algunes edicions anteriors d'estudis sociolingüístics basats en dades censals³. Aquesta segmentació permet d'observar si en aquest sector es produeixen comportaments sociolingüístics diferenciats.

Cal indicar també que les grans marques espanyoles no només tenen una presència important de la marca a les estacions de venda de carburants, sinó que la seva presència és a més molt uniforme a tot el territori català. Malgrat tot, comprovem com Cepsa i Petronor destaquen a les comarques de Lleida, mentre que BP i Total mantenen una major concentració de benzineres a les comarques barcelonines, on hi ha a més una major densitat de població. Això permet d'inferir que han apostat tal vegada per una política d'expansió clarament urbana.

Aquesta implantació provincial per marques torna a reproduir-se a nivell comarcal en un nivell de detall més acurat. Als annexos 2 i 3 hi ha la distribució per marques de les comarques en termes absoluts i en percentatges. Una ullada a la taula corrobora el que ja indicàvem: El grup Repsol juntament amb Cepsa mantenen ben establerta una àmplia xarxa d'estacions per tot el país, la qual cosa fa que constantment es parli d'oligopoli en el sector. La liberalització d'aquest ha permès la implantació de noves estacions per part d'inversió privada sobretot en comarques amb més demanda i trànsit –entorn de l'A7 i l'eix Transversal-, alhora que ha atret

² La relació d'aquests municipis conté a part de Barcelona els de Badalona, Castelldefels, Cornellà de Llobregat, Esplugues de Llobregat, Gavà, l'Hospitalet de Llobregat, Molins de Rei, Montcada i Reixac, Montgat, Pallegà, el Papiol, El Prat de Llobregat, Ripollet, Sant Adrià del Besòs, Sant Boi de Llobregat, Sant Climent de Llobregat, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern, Santa Coloma de Cervelló, Santa Coloma de Gramenet, Sant Vicenç dels Horts, Cerdanyola del Vallès, Tiana i Viladecans.

³ Cf. Farràs (2000) et al: *Recerca sociolingüística sobre l'Enquesta Oficial de Població de 1996*, p. 8).

algunes companyies estrangeres a implantar-se en la mateixa àrea territorial: Agip i BP. En canvi, el model d'implantació de Total-Fina i Petrocat presenta una diversificació comarcal i vial més difusa.

És aquesta diversitat de marques -cadascuna amb la seva pròpia estratègia comercial dissenyada- i la diversitat de formes de titularitat i/o gestió dels establiments el que explica que es produeixi una certa fragmentació també en quant als Standard de senyalització i usos lingüístics a les benzineres. Ho tractarem posteriorment.

1.4. Metodologia

1.4.1 Tamany de l'univers i selecció de la mostra

Per tal de determinar l'univers del sector dels carburants, es va partir dels llistats facilitats pel Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya. El disseny de la mostra s'ha basat en una distribució proporcional de la relació de benzineres segons províncies, comarques, municipis i marques, i s'han triat aleatòriament les estacions que haurien d'integrar-la; el tamany previst fou de 533 estacions. Aquesta quantitat va considerar-se adequada per a un marge d'error de mostratge del 3% i un marge de confiança del 95%. Heus aquí la previsió i la realització provincial de la mostra:

Taula 2: Estructura provincial del sector i sistema de la mostra

Província	Nombre	Percentatge	Mostra	Fetes
Barcelona	561	52.7	282	260
Girona	174	16.4	88	78
Lleida	139	13.1	69	71
Tarragona	190	17.8	94	104
TOTAL	1064	100	533	513

1.4.1.1: Ubicació i tamany de les estacions de servei

A nivell operatiu hem entès com a àrea de servei les estacions o complexos de serveis expenedors de carburants, de qualsevol tamany, ubicats a la xarxa d'autopistes, autovies o a la resta del tram vial local, o comarcal del Principat, tant si es tracta d'indrets urbans com rurals. El tipus d'estació que més fàcilment podria haver quedat fora de la nostra observació seria del tipus empresa de maquinària o de transport que disposa de grans dipòsits per al seu autosubministrament, de gasoil habitualment, en algun polígon industrial i que adquireix directament a les petrolieres.

Des de la perspectiva lloc on hi ha les diverses benzineres hem visitat i tipificat tota mena d'estacions, estiguin a l'autopista, autovies o en qualsevol altre lloc de la xarxa viària, rural o urbana. El tipus de classificació que hem establert recull a bastament les diverses realitats. Vegem-ho:

Taula 3: Tipus d'estacions segons la ubicació

1.-A peu de carretera nacional	18.7%
2.-A peu de carretera comarcal	22.1%
3.-A peu de carretera local	8.5%
4.-A l'àrea de servei d'una autopista	6.0%
5.-A l'àrea de servei d'una autovia	3.1%
6.-Al cas del poble o ciutat	35.6 %
7.-En un poligon industrial, port, etc	6.0%
TOTAL	100

Globalment ens adonem que la ubicació de les benzineres és en gairebé el 50% dels casos a peu de carreteres locals, comarcals o en alguns dels trams de les nacionals. Més del terç està situada als nuclis de pobles o ciutats, mentre entorn del 9% és a la xarxa d'autopistes i/o autovies i prop del 6% en zones portuàries, polígons industrials o similars.

Amb la noció de tamany volem referir-nos a la quantitat de serveis prestats pels complexos d'estacions de serveis associats a la venda de carburants. En un article del *Dossier Econòmic de Catalunya* (6/4/99), llegim que el Sr. Manuel Amado, President de la Federació Catalana d'Estacions de Servei

titlla com "l'altra farmàcia de guàrdia" tot aquest complex de serveis com botiga, trens de rentat, venda i reparació de neumàtics i tota mena d'altres accessoris que hi ha a les gasolineres, resultat -diu ell- de la desmonopolització del mercat. Cas de no recórrer a alternatives com aquesta, assegura que la meitat de les benzineres haguessin hagut de tancar. L'activitat comercial i els beneficis que deixa "aquesta altra farmàcia de guàrdia" no són irrisoris, per tant. Així, per Total España aquesta diversificació representava l'any 1999 entorn del 40% del benefici, i es pensa que encara pot augmentar el benefici a curt termini.

D'aquesta manera es pot afirmar que l'estructura comercial per a proveir-se d'alguns productes de primera necessitat ha incrementat el seu nombre a Catalunya aquests anys en alguns centenars de botigues, bars, alguns restaurants alhora que ha crescut també l'oferta hotelera. Els establiments de rentatge de vehicles i de manteniment de neumàtics han vist incrementar en molt l'oferta de serveis mitjançant les instal·lacions i renovacions de tot el sector. La taula 4 presenta una relació percentual de presència/absència d'aquests serveis a les diverses estacions i aporta una primera idea de quina és l'envergadura real d'aquests complexos.

Taula 4: L'oferta d'establiments comercials, hotelers o mecànics associats a les benzineres

	<i>Sí</i>	<i>No</i>
Botiga	85.8	14.2
Bar/cafeteria	23.0	77.0
Restaurant/self Service	13.4	86.6
Servei d'Hostal/Hotel	3.7	96.3
Taller de neumàtics	7.0	93.0
Túnel de rentat	30.1	69.9
Boxes de rentat	24.0	76.0
Parquing per a camions	24.7	75.3
Club musical, discoteca, similar	1.0	99.0

1.4.2 Disseny i validació

L'equip realitzador va elaborar un protocol-qüestionari partint del plantejament de la noció de recorregut que hem esmentat, atenent als segments d'aquest recorregut. En primer lloc calia recollir la informació lingüística existent a l'àrea de l'entrada –a nivell de retolació i anuncis de la marca-, en segon terme a l'àrea de servei, retolació a la marquesina, columnes i màquines. L'àrea de l'oficina i caixa formaven el tercer bloc d'observacions a fer; comprenia la presència/absència del català a la part destinada a botiga i eventualment bar/cafeteria, restaurant i/o hotel. Abans de sortir del complex de l'àrea s'observava també altres serveis com són els de les mànegues de l'aire/aigua i l'existència o no de túnels de rentat, tallers o altres. Unes preguntes adreçades al personal de l'estació cloïen el final del qüestionari.

Abans d'iniciar el treball de camp es féu algunes comprovacions en diverses àrees de servei per tal de verificar i corregir el protocol de qüestionari; es va prendre una primera onada de fotografies i fou consultat un expert del sector per tal de no deixar elements importants fora dels objectius de la recerca. Es feren seguidament les reunions de formació de l'equip d'enquestadors per tal d'homogeneïtzar i esclarir els criteris d'observació a seguir.

1.4.3 Treball de camp

Es va establir sobre el mapa un sistema de rutes per a dur a terme el treball de camp. Aquest sistema ha permès de cobrir la totalitat d'autopistes, autovies, carreteres nacionals i comarcals, l'eix transversal, i les estacions situades en aglomeracions urbanes, en centres comercials, cooperatives i ports esportius. Atès el migrat nombre d'estacions de servei de la Vall d'Aran i l'especificat lingüística d'aquella comarca, vam decidir realitzar les 2 entrevistes que hi corresponien a les seves comarques veïnes.

S'han visitat 533 estacions de servei s'ha obtingut informació de 513, incloent-hi els punts de venda existents a determinades superfícies

comercials, cooperatives i ports. Algunes adreces errònies, establiments tancats o abandonats i uns pocs casos que es negaren a respondre les preguntes i/o dificultaren fer l'observació de l'establiment expliquen la vintena de no respostes.

Omplenar l'enquesta comportava anotar en uns fulls l'observació sociolingüística dels cartells, la retolació, el logo i la marca, alhora que observar l'ús oral de la llengua dels empleats del servei envers la clientela. L'entrevista acabava amb unes preguntes finals adreçades al personal encarregat de l'establiment i algunes observacions sobre l'estat de conservació i l'entorn on era ubicada l'estació.

1.4.4 Pla d'anàlisi

Un cop recollides les enquestes, i després de codificar i gravar tota la informació, es va procedir a verificar les dades, a sotmetre-les a proves de consistència, a generar variables noves, a excloure aquells casos o items la resposta dels quals fos o pogués ser dubtosa per a finalment tabular-ne els resultats principals. Analitzats aquests primers resultats, es va estructurar el sistema de variables que poden resumir i explicar millor els usos lingüístics del sector, es va crear tot un sistema de creuaments de les diverses variables que intervenen en els usos lingüístics, tant si són de caràcter territorial, com les més directament afectades pel factor marca o companyia d'abanderament. L'exploració i explotació estadística dels resultats principals requereix sistematitzar els resultats de tota la informació mitjançant la creació d'índexs i la presentació dels resultats mitjançant gràfics.

Capítol 2: La llengua a les benzineres, resultats de la recerca

2.1: Visió general dels usos lingüístics

La llengua predominant del conjunt de rètols i la interacció verbal és el castellà en el 39% dels casos (**gràfic 3**). El segueix el català que té només una presència del 25%. El bilingüisme –amb exemples com autoservicio/autoservei, horario/horari, servicios/serveis, sin/sense plom- és la tercera fórmula comunicativa, que sumada al català iguala en importància al castellà. L'ambigüitat i les formes pictogràfiques de comunicació –és molt extès el pictograma del no al tabac al recinte de la benzinera, al foc, als motors i als fars encesos- vénen a ser de l'ordre d'una cinquena part del conjunt lingüísticocomunicatiu. Aquesta ambigüitat es concentra en situacions comunicatives concretes al voltant de noms comercials com CAMPSA, PETRONOR, PETROCAT, ENACO, S.A.- i dels noms dels productes, Extradiesel, Eurosuper. Aquesta situació lingüística, característica d'un sector altament globalitzat com és el dels carburants, indica cap a on poden anar les formes lingüístiques en català si es pretén traspasar barreres geogràfiques. Pel que fa als pictogrames cal dir que són resultat de la necessitat de comunicar uns missatges, unes idees d'una forma clara i molt ràpida. Són especialment utilitzats per a indicar situacions de perill o d'urgència. Vénen a ser una forma de conduir la comunicació en una única direcció sense deixar peu a la interacció. Sovint estan acompanyats de material escrit encara que de fet és el que volen evitar.

2.2: Descripció, anàlisi i resultats de 6 àmbits d'utilització de la llengua.

L'observació lingüística a les benzineres i la percepció que ens enduem en entrar en un complex de serveis on pot trobar-s'hi botiga, bar, cafeteria, restaurant, hotel, o tallers de diversa índole, es basa en la idea de recorregut que ja hem indicat en el plantejament metodològic, i que concretarem en sis àmbits d'acció, d'observació i d'anàlisi: arribem a l'estació, ens situem al lloc dels sortidors, passem per caixa, sovint situada a l'interior de l'oficina/botiga, observem la resta de serveis que hi ha a l'àrea i en sortim. És habitual que tant

si és a l'hora de servir-nos el carburant com si és el moment de pagar-lo establim algun tipus de conversa més o menys extensa amb l'encarregat/da de l'establiment. Aquesta fou la seqüència amb què vam preparar el protocol d'observació (Cf. **Annexos 1 i 3**), i aquest serà l'ordre com tractarem les dades en el seu conjunt, fetes algunes excepcions.

- La primera és que a l'àrea dels sortidors es produeix una gran varietat de comunicacions en forma de rètols, missatges sonors i/o pictogràfics amb funcions diferenciades. Mentre uns fan referència al funcionament de les mànegues, al tipus i preu del producte, s'adrecen els altres a evitar que es fumi o es truqui en tot el recinte i que els vehicles repostin amb el motor i els fars apagats. És en aquest indret del recinte on sol haver-hi la informació per al consumidor sobre la disponibilitat de fulls de reclamacions, i d'un joc de mesures, alhora que se l'adverteix de què cal fer en cas d'emergència, se li indica on hi ha extintors i de quines mesures de seguretat antirobatori disposa el recinte. Atesa l'extrema heterogeneïtat i funcionalitat d'aquests tipus de missatges, els agrupem i analitzem diferentment segons la seva tipologia.

- La segona excepció és que la trobada client-encarregat/da pot produir-se ja a l'hora de repostar o bé a l'hora del cobrament. Ens hi referirem en un sol bloc en tractar dels usos dels català entorn de la caixa.

- Cal esmentar una tercera excepció: A efectes de recompte final menystindrem les dades d'aquelles situacions lingüístiques en què s'hagi trobat molt poca informació per donar-se en pocs casos. Ens referim a ítems com anuncis sonors a les màquines de begudes i/o de tabac i joc, escadusseres encara a l'actual xarxa de benzineres. Mantenim en canvi els resultats obtinguts en els anuncis sonors en despenjar les mànegues atès que, en primer lloc, va havent-hi cada cop més amb l'increment de llocs d'autoservei, i en segon terme, la seva sonoritat no és només informativa sinó que afecta a la mateixa seguretat del vehicle en intentar evitar errors de subministrament. Expressades aquestes excepcions, passem a presentar els resultats dels 6 àmbits analitzats.

2.2.1: L'entrada a l'àrea de servei

L'entrada d'aquest recorregut s'inicia en trobar un indicador d'estació de servei en ple carrer, en un xamfrà, a la carretera, en arribar o al sortir d'una superfície comercial (vegeu il.lustracions 1-10). El fet d'entrar-hi sol significar a

nivell sociolingüístic veure unes grans columnes –ben i.luminades de nit- on hi ha els llampants rètols i logos comercials de les marques.

L'observació detallada de cadascuna d'elles ens fa adonar que volen diferenciar-se de la resta amb un logo i un to o color propis que les caracteritza, com és ara el verd de BP i el rètol ben gros de Benvingut en aquesta marca. També la C de Campsa sobre el blau cel i la publicitat de la cadena Sprint. Criden igualment l'atenció la flamant petxina groga de Shell sobre el vermell, els vermellosos de Total, i els característics logos de Petronor, Meroil, Caprabo o tantes altres marques. És remarcable a nivell sociolingüístic l'atapeïment de missatges que hi ha en aquestes columnes mitjançant els quals es pretén informar, no sense risc, a una clientela que els mira de reüll mentre condueix... Deixant de banda els aspectes de seguretat, cal considerar-hi a efectes sociolingüístics

-la llengua en què s'expressa el nom dels productes i els preus, que són globalment en castellà,

-l'anunci d'horari d'obertura i de tancament, que presenta un repertori idiomàtic més divers,

-les targetes de crèdit amb què es pot operar, la característica lingüística de les quals és zero de presència en català,

-la informació de si es tracta o no d'un autoservei, i de

-l'existència/absència de botiga, tipus d'establiment amb més/menys grandària i diversitat en l'oferta, que pot perfectament estar anunciat en anglès tal com s'observa en el cas de Petroshop, o també en el de Repshop (Petronor i Repsol respectivament). En aquest sentit, el lector s'adonarà del monolingüisme de Botiga a BP i del bilingüisme de Botiga/Tienda a Shell prioritzant-hi el català. Un bilingüisme igualment present en els horaris i l'anunci de benvinguda en el cas de Cepsa, al costat del monolingüisme en espanyol del grup Repsol, i de la retolació en català de Meroil i Caprabo.

En entrar en una àrea de servei, topem també amb els vius colors de les marquesines, retolades amb lletres grosses, de forma que destaquin clarament sobre fons contrastats. Observi's la verdor de BP, destil.lant ecologia, la duresa de Repsol sobre un fons gris, o la potència que transmet el fons vermell de Cepsa/Elf. Sota un cel estilitat d'estiu podem veure com ressalta també, a la seva manera, el rètol en català d'una Estació de Sant Guim (il.lustració 9).

Val a dir que la *retolació exterior de l'estació* mitjançant la columna lluminosa de l'entrada i la marquesina és la més visible, i la que dóna la imatge distintiva de la benzinera. Poden observar-s'hi el *logo*, el *rètol de la marca comercial* (gràfic 5), els *preus* i altres dades que figuren a la marquesina o a la columna il·luminada.

Hi ha dos aspectes que reclamen especial atenció: un d'ells és l'ambigüitat i la manca de definició lingüística en la imatge de marca de la benzinera (76% dels *rètols comercials*, el 45% i el 42% respectivament en els casos *del logo i la pantalla lluminosa*). Encara que en menor mesura, aquesta ambigüitat es trasllada fins i tot a la *retolació dels productes i preus* de l'àmbit següent (gràfic 6). Hi ha un segon aspecte que ressalta d'una manera especial: el castellà té una presència més gran que el català en els *anuncis dels preus* (48% en castellà davant del 22% en català).

El recurs al bilingüisme no es presenta, per tant, com una estratègia dominant pel que fa a les imatges de marca de les companyies d'aquest sector. Petrocat excel·leix en fer ús explícit del català al costat d'altres companyies com Total que també en fan un cert ús, o dels supermercats Caprabo la retolació dels quals és clarament en català. Cal fer notar que no arriben al 10% els casos que es decanten a nivell lingüístic per l'ús del català o del castellà mitjançant els *logos*, sinó que es recorre a l'ambigüitat lingüística o a l'ús estricte de pictogrames

2.2.2 : Retolació i pictogrames als sortidors

Al dessor de les marquesines hi ha les rengleres de màquines expenedores.

Segons la marca i el model que sigui, aquestes màquines tenen més o menys mànegues de distribució de carburant (Il.lustració 11-16). Observi's

- l'anunci del *nom del producte*, que sol tendir a l'ambigüitat lingüística jugant amb paraules com *super i diesel* i els seus compostos-,
- la referència a la varietat d'octans i al *sin/sense plom*,
- la informació al consumidor de l'*impor*te expressat en *ptas.*, el comptador de *litros* i el corresponent *precio/litros*,
- les *instruccions de funcionament* d'algunes màquines. Es tracta de rètols que solen ser ben visibles quan s'entra en una benzinera fins al punt de formar part de la imatge de l'estació.

Els rètols dels serveis oferts en aquesta zona (**gràfic 6**) recorren prioritàriament al castellà en molts casos. Crida l'atenció la presència dominant d'aquesta llengua pel que fa als *noms dels productes* (57% en castellà i 21,7% en català) i al *preu* d'aquests (76% en castellà i 14% en català). El català, per la seva banda, predomina només en percentatges tant en *l'anunci sonor* del producte com en la confecció d'*altres avisos i rètols* (46% en català, 39% en castellà) de caire més ocasional, que sol dependre més del personal encarregat de l'estació, i són un indicador important per a descobrir la llengua vehicular quotidiana de l'establiment amb la seva clientela usual -Cf. **Gràfic 6 (2)**. En aquest cas, continua havent-hi un cert nombre d'empreses que recorren a la forma bilingüe. Quan es contrasta per empreses, no es noten grans diferències entre companyies, llevat del cas de Petrocat i del relatiu poc ús del català de Cepsa.

En el bloc de cartells d'informació al consumidor -*fulls de reclamació, jocs de mesures*- preval el recurs bilingüisme (38% i 42% respectivament) o el castellà (33% i 35%), llengua que predomina també en les *enganxines dels sistemes de seguretat* (58%) i -**gràfic 6 (3)**- en les *instruccions en cas d'emergència* (39%). El recurs al pictograma és el més generalitzat per a recordar la *prohibició del fumar* (73% dels casos), la *ubicació dels extintors* (57%) o el no-ús del *telèfon mòbil* a tot el recinte (54%). La forma d'avisar que no es reposti amb el *motor i els llums encesos* és troba més fàcilment en ambdues llengües (41% i 39%) o bé en català (24% en ambdós ítems. Vegeu **gràfics 7 i 8**).

Quan es constaten aquests usos amb la variable companyia (Cf. **Annex 4**), ens adonem que Campsa i Repsol formen el grup que més clarament es decanten cap al bilingüisme en aquest tipus de rètols, si bé continuen mantenint un ús ampli del castellà. Cepsa és la companyia amb una major presència del castellà en aquest tipus de rètols. BP i Total presenten una certa presència del català, quelcom superior àdhuc al bilingüisme excepte pel que fa a noms de carburants on domina aquest. Petrocat és la companyia que més clarament opta pel català com a llengua base.

S'observa que globalment hi ha com unes pautes en els usos lingüístics a l'interior del recinte. D'una banda els rètols que contenen *les instruccions de funcionament* i de l'altra els *cartells de prohibicions*. Els primers (instruccions de funcionament dels sortidors, o què cal fer en cas d'emergència) tenen un perfil

equilibrat en quant a llengua. Trobarem una excepció en el cas de les instruccions de pagament en l'àmbit d'anàlisi de la Caixa, que prenen una opció més clarament per al castellà. En canvi, els cartells de prohibicions, més estandaritzats potser, són més clarament bilingües, tot i que esdevenen pictogrames en la mida que són més comuns (prohibit fumar o la indicació d'on hi ha els extintors).

Una altra excepció important és la que veiem en l'anàlisi de les enganxines que avisen de la presència de sistemes d'alarma. Com que acostumen a ser facilitades per les companyies de seguretat, aquestes les distribueixen majoritàriament en castellà. Una anàlisi detallada del sector (**annex 4**) permet d'indicar que en aquest tipus de retolació la companyia Cepsa té una línia clarament bilingüe, mentre que Campsa i Repsol es decanten més aviat cap al castellà, principalment la primera. Proporcionalment fan un ús del català més extens les companyies estrangeres com BP, Total o fins i tot Shell.

Cal tenir present també que els *rètols dels productes i preus incorporats a les màquines* expenedores formen un cas de monolingüisme en castellà (vegeu el **gràfic 6**), ja que la immensa majoria de les indicacions dels sortidors són en castellà (un 76% davant del 14,1% en català). Petrocat i, en menor mesura Total, i Shell, són l'excepció en aquest sentit. Els anuncis sonors en els sortidors es decanten per un ús prioritari del català.

Ja hem indicat que en aquesta zona cèntrica de serveis hi ha aquella informació que per llei s'ha de presentar de forma explícita al consumidor. Ens referim als anuncis de «*no feu gasolina amb els fars encesos o el motor engegat*» (Meroil), al costat de versions castellaneres i/o de multiplicitat de pictogrames. Informació que pot estar recollida igualment amb tot d'altres avisos oficials -a voltes plurilingüe a les comarques frontereres o a les més properes a la costa- en un rètol més/menys gran, normalment penjat d'una de les parets de l'oficina o botiga.

Aquest ràpid recorregut, explicat i documentat amb algunes il·lustracions, ha permès d'introduir des d'una perspectiva etnogràfica alguns dels moments i indrets més usats d'una visita a una estació de servei des de la perspectiva usos sociolingüístics a:

1.- l'entrada a l'àrea,

2.-situar la marquesina i les mànegues d'expedició en un indret de centralitat on poder obtenir el carburant que es necessita, fer una ullada potser al bar o als trens de rentat i ... pagar a

3.- la caixa¹ o mitjançant l'automat (il.lustració 20), després d'entrar o no a la botiga, àmbit sociolingüístic que serà objecte d'un altre apartat.

2.2.3: Utilització de la llengua a la caixa

Formen aquest àmbit d'ús els *rètols de la caixa*, o el lloc on hi ha la caixa (**Gràfic 7**) i el caixer/a o l'encarregat/da en feines de cobrador; analitzarem els usos orals de la relació que s'estableix amb l'entrevistador/a a la part final d'aquest àmbit d'ús. Hem comprovat que hi ha més rètols de la caixa escrits en català, el 43% dels casos, encara que una bona part ho estan només en castellà: 38%. En aquest cas el recurs al bilingüisme o a l'ambigüitat té menys presència, i afecta globalment al 19% dels casos.

L'entorn on hi ha la la caixa constitueix un altre punt important d'observació, ja que tothom ha de passar-hi i atès que sol haver-hi també les *instruccions de pagament*, expressades més en castellà que no pas en català (43% i 25% respectivament). El recurs al castellà és més elevat encara a l'hora d'oferir *productes als expositors de vora de la caixa* (55%) i ateny els dos terços dels casos quan el que analitzem és precisament la llengua en què estan redactats els *rebuts o tiquets* de la màquina registradora: 67% en castellà, 27% en català. Val a dir que en preguntar als empleats en quina llengua emet els tiquets de caixa la registradora de l'establiment, ho ignorava una àmplia majoria, la qual cosa va facilitar-nos poder-ne col·leccionar un cert nombre (**il.lustracions en Annex 7 amb tiquets**).

La sorpresa més gran ve donada pel poti-poti lingüístic que es desprèn de la seva observació. Així, en l'anàlisi lingüística d'un tiquet de caixa et veus forçat a diferenciar-hi el nom comercial de l'empresa a la capçalera². Consta a continuació el nom i preu del producte consumit amb l'IVA normalment

¹ Cal recordar que la caixa que hi ha en benzineres amb servei nocturn té una finestreta o calaix extern a l'edifici, per raons de seguretat (vegi's la il.lustració 18, referida a BP).

² Esperàvem que fóra pensable que en aquests tiquets i rebuts hi hagués coincidència lingüística entre el que consta en aquesta part alta i el nom amb què està registrada l'empresa al Departament d'Indústria, Comerç i Turisme, o que eventualment fos el mateix de la resta

desglosat de la Base imposable, així com la data d'emissió del tiquet. A la seva part baixa sol haver-hi una mica de tot, des d'agraïments i el desig de bon viatge fins a altres informacions i/o reclams publicitaris.

El cos del rebut està format per la informació dels productes adquirits i la llengua en què ve expressada aquesta informació. Era en principi el que interessava en la nostra recerca, ja que juntament amb el missatge final – redactat com aquesta segona part en català o castellà- apareixen combinacions lingüístiques d'allò més sucoses i enrevessades.

Pot atribuir-se d'una banda a models de política lingüística del grup o empresa –cas de trobar-se amb gairebé total homogeneïtat lingüística en alguna marca o empresa mentre no es comprovi que canvien de llengua sense veure per què-, i fins al missatge final del rebut on la perplexitat augmenta en adonar-se que tampoc hi ha unanimitat en la llengua, en la forma ni en el contingut entre establiments vinculats a una mateixa firma. El desori lingüístic en aquest item és considerable com es posa de manifest en el recull que adjuntem en annex com a il.lustració.

2.2.3.1 Usos orals amb els clients

Haviem avançat també que incloem en l'àmbit d'usos de la caixa el tractament de la *comunicació oral entrevistador-encarregat/da i/o caixer/a* (Cf. Gràfic 8). Hem anat constatant l'existència ara d'un ús equilibrat adés desequilibrat entre català i castellà en diversos àmbits i ítems de retolació. Hem comprovat també un ús més aviat equilibrat català-castellà en la redacció de cartelleria espontània. Aquesta mena de bilingüisme *de facto* contrasta amb la llengua que fan servir oralment els encarregats i/o caixers, ja que la salutació espontània adreçada pels encarregats als enquestadors va ser majoritàriament en català (70,% davant del 30,0% que es féu en castellà). Una proporció menor es va enregistrar amb els caixers/res (55,0% i 42,0%). Els entrevistadors tenien instruccions de no condicionar la llengua preferida pel seu interlocutor. En contrastar els resultats d'aquest capteniment entre companyies veiem que són

d'establiments de la cadena. No resulta pas fàcil en un primer intent de síntesi de poder-ho comprovar ni precisar-ho amb exactitud.

de bell poc significatives, tot i que el personal empleat de BP i de Cepsa facin servir una mica més el castellà (annex 4).

Vam observar que en aquest àmbit de relació i ha un altre nivell d'anàlisi, a més del constituït per la comunicació verbal espontània a l'establiment. Per això vam demanar quina és la llengua que segons l'informant parla majoritàriament la clientela, ja que constitueix un indicador de l'entorn lingüístic de l'establiment, i el paper del català en termes d'espontaneïtat hi queda una mica millor -entorn del 7% d'interaccions es duen a terme només en català al costat d'un 38% que també es produeixen més en català que no pas en castellà. A l'enunciat: *"Podria dir-me quina llengua parla majoritàriament la clientela de l'establiment"* els resultats obtinguts foren:

Taula 5: Llengua d'ús majoritari dels clients de l'establiment

1.- Només català	7.2%
2.- Més català que castellà	38.0
3.- Tant català com castellà	28.6
4.- Més castellà que català	20.4
5.- Només castellà	2.9
6.- Una part molt important parla altres llengües	2.9
TOTAL	100

Es va demanar, d'altra banda, quina és la llengua que es fa servir en les relacions quotidianes i administratives amb les companyies subministradores tant a nivell de documents interns de la companyia com quan cal encarregar-li carburant. En ambdós casos es comprova el pes de les petrolieres que operen en igualtat de condicions a nivell d'Estat en castellà (57% en el primer dels casos, i 48% en el segon), i contrasta amb el pes testimonial que el català ateny en aquest tipus de relació: 9% en la documentació interna i 13% en la petició de carburant. En descàrrec dels informants, val a dir que amplis sectors dels empleats en el moment de fer l'entrevista afirmaren que no sabien en quina llengua operava la companyia i/o l'encarregat/da de l'estació, absent les més de les vegades en aquell moment. També és cert que a la segona quinzena de juliol vam trobar-nos molts substituïts -alguns amb pocs dies de rodatge- d'empleats que eren de vacances.

2.2.4: Utilització de la llengua a la botiga

La gran majoria d'estacions de servei destinen un lloc més/menys espaiós per a l'"altra farmàcia de guàrdia", fórmula amb què es caracteritzen les botigues de les benzineres (gràfic 9). Al seu interior, és la retolació en castellà la que ateny un predomini més clar, tant en els preus de productes de linial(60%), com en els anuncis d'ofertes (59%), en els articles de nevera (54%), i/o les referències dels productes (53%), bàsicament etiquetats en castellà. Els rètols d'horaris, obertura/tancament solen ser a la columna d'entrada i en el 56% dels casos són en castellà.

L'ús del català resta relegat en aquest àmbit a un modest segon terme en alguns ítems, ja que està situat en una franja entre el 20-30% dels casos; millora la seva posició tan sols en el cas d'ofertes puntuals en què l'espontaneïtat del personal pot jugar-li a favor. Destaquen en l'observació detallada d'aquest àmbit els resultats de la seva retolació comercial, en què, com indicàvem, té incidència el recurs a altres llengües, amb termes a l'estil de petroshop, repshop, boutique per tal sols assenyalar-ne algunes.

2.2.5: Utilització de la llengua en els rètols dels serveis

Englobem en aquest àmbit d'observació de l'ús del català els rètols que anuncien l'existència de *telèfon públic* al recinte, els *servicios/serveis* i eventualment els rètols de *bar/cafeteria* (Gràfic 10). El recurs al pictograma és el mètode comunicatiu més sovintejat en els dos primers casos, amb índexs que superen la meitat d'observacions. És important de fer notar el pes que obté el recurs al bilingüisme (21% dels casos pel que fa als serveis i 18% en el cas del telèfon). Els resultats de l'ús exclusiu del català o del castellà són similars també en ambdós ítems on, tanmateix, el castellà obté índexs més elevats d'ús.

2.2.6: La sortida: ús de la llengua en altres rètols i anuncis de l'àrea

Una ullada final al recinte de l'estació de servei abans de sortir-ne ens permet de copsar encara el paper desigual que el català manté respecte del castellà en

la relació dels altres serveis oferts en aquest àmbit (**gràfic 11**), o tram final del recorregut. El recurs a retolar en castellà continua marcant diferències respecte del català tant a l'hora d'anunciar la presència de màquines de begudes (68% en castellà), com en les de joc (95%), de tabac (64%) o les de gel, força comuns a les benzineres (46% en castellà). Escassegen, com hem dit, els anuncis sonors a les màquines de begudes i a les de tabac, per la qual cosa estalviem fer-ne comentaris.

En un altre ordre de serveis, resten encara mapes en parets d'algunes benzineres la retolació dels quals és prioritàriament en castellà (74% dels casos). El predomini d'aquesta llengua respecte del català és menor pel que fa als cartells de *tren de rentat* (36% català, 40% castellà, i 19% bilingüe), i de la presència al recinte de *mànegues d'aire i aigua* (31% català, 42% castellà, i 27% bilingüe).

Val a dir que molt sovint la retolació de màquines com les de beguda, joc, tabac, gel, els rètols dels aparells de l'aire/aigua i dels anomenats-trens de rentat depèn tal vegada ben poc del propietari de la benzinera, o de la companyia de subministrament; ara bé sumant-los o restant-los un a un, tenen la seva importància en or per a la definició de la coherència lingüística global de l'establiment on, com indicàvem tot just encetar el capítol, la llengua predominant del conjunt de rètols i la interacció verbal és el castellà.

2.3: Resultats globals i per àmbits d'ús segons la variable província

Presentem en aquest apartat una visió general de la situació lingüística del sector de carburants. Engloba els resultats obtinguts en els diversos àmbits observats durant el recorregut fet a les estacions, en contrast amb la variable província, bo i diferenciant Barcelona Comarques de Barcelona-ciutat i municipis de l'Àrea Metropolitana.

Una ràpida ullada al **gràfic 12** que és global per a tot el sector permet de dir que la presència del castellà a les benzineres dobla en escreix la del català a l'àrea barcelonina (44% castellà, 21% català), i que en el cas de Tarragona i les seves comarques la diferència d'ús entre ambdues llengües (35% castellà, 19% català) s'acosta força a les pautes que observem a l'àrea metropolitana de Barcelona. Aquesta major presència del castellà a les benzineres tendeix a

disminuir a les comarques de ponent i a les barcelonines, i s'igualen quan observem el mateix fenomen a les comarques gironines, amb percentatges propers al 31% per ambdues llengües). Les benzineres de les comarques de Lleida excel·leixen respecte a la resta de províncies en el recurs al bilingüisme (18%) amb percentatges lleugerament superiors a Tarragona, Girona i a les comarques barcelonines. A Barcelona ciutat i a la seva Àrea Metropolitana hi destaquen els rètols i missatges emesos de forma ambigua (14%), mentre que a Tarragona abunda més el recurs a pictogrames (16%), respecte a la resta de províncies.

Si ens fixem amb major detall en els àmbits d'ús, veiem que els resultats obtinguts en la retolació externa de les benzineres - àmbit **entrada a l'establiment**- segons la variable província (**annex 5, gràfic 13**), permet de dir que no es detecten diferències gaire significatives entre províncies pel que a la presència del català i del castellà en aquest àmbit. És a Barcelona comarques (amb percentatges propers al 21%) i a Girona (21% i 17%) on és més paritari l'ús del català i del castellà. Tractant-se però del rètol d'entrada, el que calia esperar que excel·lís, i així ocorre, és el recurs a l'ambigüitat a la totalitat de províncies i sobretot a l'Àrea barcelonina on 2/3 dels rètols d'entrada són lingüísticament ambigus. Una ambigüitat que és important també a les comarques de Girona i de Barcelona, i que disminueix força a Tarragona i a Lleida, on s'hi observen més pictogrames.

A l'àmbit dels **sortidors** (**Gràfic 14**) és com hem indicat on més anuncis, instruccions, missatges, rètols, cartells i pictogrames hi ha de tot el recorregut per l'estació. La retolació és predominant en castellà a totes les províncies, sobretot a l'Àrea Metropolitana i a Tarragona (40% i 36% respectivament). A les comarques de Girona i a les de Barcelona en segon terme és on el català obté millors resultats (27% i 26%), la qual cosa contrasta amb la situació d'aquesta llengua a les de Tarragona i de Lleida, on la posició de la retolació en català es veu àmpliament depassada en favor del recurs al bilingüisme (29% i 25% respectivament).

En l'anàlisi de l'àmbit de la **Caixa** observarem de bell nou dues situacions lingüístiques ben diferents en el seu comportament: la retolació i els usos orals dels empleats atenent els entrevistadors (**Gràfics 15 i 16**). El castellà és la llengua dominant en totes les províncies amb 9-12 punts de diferència respecte

del català, llevat de l'Àrea barcelonina on aquesta diferència ateny 42 punts. Fora d'una certa presència de rètols bilingües, sobretot a les comarques de ponent i en menor mesura a les gironines, en aquest àmbit d'observació no era esperable que la resta d'opcions o recursos conseguissin gaire protagonisme. És precisament en aquestes comarques on millor posició obté el català pel que fa a usos orals (91% i 89% respectivament). El castellà continua sent dominant en aquest cas només a l'Àrea metropolitana, on 2/3 de les converses continua desenvolupant-se en castellà, comportament lingüístic que és precisament just el contrari del que ocorre a la resta de la província barcelonina.

Crida l'atenció la distribució dels usos lingüístics que s'estableix en l'àmbit de la botiga (gràfic 17) i l'estructura bipolar que s'hi genera des de l'òptica provincial. Una observació atenta del gràfic indica que des d'aquest àmbit hi ha a les províncies de Catalunya com dos models de comportament lingüístic; les comarques de Barcelona i de Girona formen el primer, i presenten un comportament lingüístic molt similar amb predomini desigual del castellà, sobretot a l'Àrea Metropolitana, i un cert manteniment del català entorn 27-31% dels casos.

El segon model seria el format per les comarques de Lleida i Tarragona, on el recurs al castellà augmenta molt més amb valors propers o superiors al 50%, en perjudici d'un ús menor del català: el 20% en el cas de Lleida i el 16% a Tarragona, on una certa ambigüitat lingüística dels noms dels productes i de les seves referències podrien explicar aquest increment sobtat i poc esperable del recurs a l'ambigüitat en aquest àmbit.

Ja hem constatat anteriorment que la comunicació en l'àmbit dels serveis (Gràfic 18) passa més per la forma del pictograma i/o pel cartellet en bilingüe que no pas per cap forma monolingüe en castellà i menys encara en català. Tot just a les comarques de Girona i Tarragona el català ve a equiparar-se al castellà en aquest àmbit. A Lleida i a l'Àrea Metropolitana és on el català obté pitjors resultats.

La imatge lingüística dels rètols de la sortida de les estacions de serveis (Gràfic 19) pel que fa a retolació en català o castellà manté una estructura similar a la que puguem copsar a l'àmbit de la caixa, salvades algunes diferències: més distància castellà-català i una quota més elevada de bilingüisme. L'ús del castellà duplica a bastament el català a les estacions de

Tarragona i de l'Àrea Metropolitana, és molt superior també a les comarques barcelonines, mentre que aquesta diferència decreix a Lleida, i el català acaba superant en poc al castellà a les de Girona. Tarragona i Lleida assoleixen uns percentatges força elevats de bilingüisme.

Una darrera mirada a l'anàlisi lingüística per àmbits i províncies ens permet de dir que la situació global del català és deficitària en el sector dels carburants, sobretot en tot allò que fa referència a retolació. Si bé és cert que això afecta poc a l'entrada dels recintes de les benzineres, on preval l'ambigüitat lingüística i els pictogrames en l'àmbit dels serveis, ho és també que als àmbits o zones de sortidors, caixa, botiga i altres instal·lacions i fins a la sortida la retolació és prioritàriament en castellà. Els usos orals, en canvi, entre empleats i entrevistadors s'esdevenen majoritàriament en català, llevat de l'Àrea Metropolitana on es posa de manifest un cop més l'existència de dèficits lingüístics en aquest cas en el sector dels carburants. La presència del català és gairebé similar a la del castellà a les comarques gironines i consegueix no distanciar-se'n excessivament a les barcelonines. A nivell de territori, qualsevol actuació encaminada a fomentar l'ús del català hauria d'incloure les comarques tarragonines a més de l'Àrea Metropolitana, que és on es concentren més dèficits, una gran xarxa d'estacions, d'oferta i de demanda, diversitat de marques i amplis sectors de població.

2.3: Els usos lingüístics a les benzineres, anàlisi des d'índexs diferents

2.3.1. Presentació de tres índexs d'ús

L'extrema diversitat del sector carburants deguda a l'estructura que presenta per marques, per la ubicació i pel tamany dels establiments, així com per l'heterogeneïtat en les formes de venda i en les estratègies de mercat, incideix notablement en els usos lingüístics i en els processos que condueixen a una escassa estandarització de tot el sector. Els resultats de les anàlisis descriptives anteriors per cadascun dels àmbits proporcionen la base per a estudiar l'ús del català d'una manera sintètica.

Per tal de sistematitzar i sintetitzar l'ús lingüístic del català en aquest sector hem construït un índex d'ús del català en la retolació mitjançant el qual mesurem la presència del català en un nombre de rètols i cartells; l'anomenarem *índex 1 d'ús del català en la retolació*, i l'expliquem a bastament a l'apartat 2.3.2

Hem construït també un altre índex –*índex d'ús en la documentació escrita, índex 2*-. Recull aquest l'ús del català en la documentació comercial. Mitjançant aquest segon índex observem com es comuniquen els responsables de les estacions amb la companyia subministradora de carburant; l'anomenarem *índex 2, o índex d'ús en la documentació escrita*. Hem d'indicar que aquest segon índex només s'ha pogut processar en aquells casos que els entrevistats hagin volgut respondre a la pregunta que els formulàrem. Si l'interlocutor volia i disposava de la informació requerida decidia si la facilitava o no. Cas de no fer-ho, a més de dificultar-ne enormement l'obtenció n'impedia també la consegüent anàlisi.

Hem construït finalment un tercer índex. Recull aquest *índex 3 l'ús oral del català per part de les persones amb qui hagi interactuat l'observador durant el procés d'observació: el caixer/a i l'encarregat/da*. L'anomenem *índex 3, o ús del català oral*.

Un cop presentats els tres tipus d'índex, seguim a les àgines següents en l'anàlisi de la relació que s'estableix entre aquests índexs i aquelles altres variables que poden incidir des d'una perspectiva territorial en el grau d'ús del català, en el seu context, i en les situacions de predomini d'una o altra llengua.

2.3.2: L'ús del català en la retolació: càlcul, interpretació i resultats de l'índex 1

Per tal de dibuixar un perfil de l'ús del català en la retolació de les estacions de servei proposem com a indicador un índex construït en base a sumar la presència de retolació en català en tot un conjunt d'ítems o aspectes que poden marcar les diferències, i que hàgim anotat en els diversos àmbits d'observació durant el recorregut del treball de camp. Per a la construcció d'aquest índex 1 només seleccionem els casos on s'hagi marcat l'ús del català, la qual cosa exclou altres possibles plantejaments previstos de caràcter ambigu o bilingüe. Per a la construcció de l'índex s'han utilitzat les dades dels rètols o ítems següents en cadascun dels àmbits:

De la visió en l'àmbit de l'entrada de l'establiment:

1. Llengua del rètol de preus

De l'àmbit dels sortidors o àrea d'aprovisionament s'han escollit:

2. Llengua del rètol del nom dels productes
3. Llengua del rètol del preu i volum
4. Llengua de les instruccions de funcionament dels sortidors
5. Llengua de l'anunci sonor dels productes (com a rètol sonor)
6. Llengua del cartell de prohibit fumar
7. Llengua del cartell d'apagar els llums
8. Llengua del cartell d'apagar el motor
9. Llengua del cartell de fulls de reclamacions disponibles (rètol obligatori)
10. Llengua del cartell de jocs de mesures disponibles (rètol obligatori)
11. Llengua en altres avisos i rètols

De l'àmbit de la caixa:

12. Llengua del rètol de Caixa
13. Llengua a les instruccions de pagament
14. Llengua dels expositors vora-rere la caixa

De l'àmbit de l'oficina o la botiga:

15. Llengua del rètol comercial
16. Llengua dels preus de producte del linial
17. Llengua de les referències dels productes del linial
18. Llengua dels anuncis d'ofertes
19. Llengua dels anuncis d'articles de nevera

Abans de sortir de la benzinera hem anotat:

20. Llengua de l'anunci a les màquines de gel
21. Llengua de l'anunci d'aparells d'aire/aigua
22. Llengua de les instal·lacions Tren de rentat on n'hi havia

Els ítems exclosos directament en la construcció de l'índex són els de l'àmbit de serveis pel gran predomini de pictogrames que hi ha. Hem exclòs també en la creació d'aquests índexs els valors d'aquelles situacions que es donen amb poca assiduitat, cas dels anuncis sonors a les màquines de tabac, l'horari d'obertura/tancament de la botiga o els rètols anunciadors de l'horari de funcionament de l'àrea de servei. En aquest context, cal indicar que sovint no es troba el rètol on s'especifica si la botiga/oficina està oberta o tancada; és una forma fefaent de donar per sobreentès que segueix l'horari de tota l'àrea de servei. Aquest rètol d'horari sol formar part de la informació del rètol d'entrada, i sense que es repeteixi a la porta de l'oficina/botiga. Ja de nit, aquesta informació d'obertura/tancament de l'establiment pot venir donada també amb la presència/absència de més o menys lluminositat a les instal·lacions.

Com a indicador d'informació lingüística, mantenim inclosa també les dades lingüístiques obtingudes en observar la llengua en què hi ha els rètols *dels fulls de reclamacions* i el del *joc de mesures*, atès que la seva presència és obligada en un lloc clar i visible a l'estació, tot i que sovint no sigui així, tal com hem indicat a l'apartat 1.2.

Fetes aquestes matisacions, comentarem els resultats de la taula elaborada mitjançant l'índex 1: *ús del català en la retolació*, inclosa en **Annex 5**- on s'hi observa la distribució d'aquest índex per a cadascuna de les benzineres entrevistades. Recordem que aquest índex és el resultat de sumar els rètols escrits només en català, dividit pel nombre total de rètols usats per a construir l'índex, 22 rètols o ítems en total.

Assenyalem que la interpretació que es pot extreure dels resultats d'aquest ítem es basa en la corba de probabilitat de trobar retolació en català a les benzineres del Principat. Així, el valor 1,00 denota que dels 22 rètols revisats en una mateixa benzinera la seva totalitat eren en català –dada que només es dona en l'1,2% de les estacions estudiades-; en canvi, el valor 0,00 (zero) significaria que dels 22 rètols a observar no n'hi havia cap en català –fenomen que es produeix en el 25% de les benzineres del Principat- i/o que no existia cap rètol.

Tot i que no hàgim inclòs la presència de rètols bilingües en la construcció d'aquests índexs, i que puguin donar-se situacions on els rètols que calia observar no hi eren, el que posa realment de manifest la construcció d'aquest

índex 1 es l'escassa presència del català en la retolació del sector de carburants: La meitat d'establiments té entre 0 i menys de 10 cartells o rètols presents en català dels 22 observats. En un de cada quatre establiments no hi ha presència del català en la seva retolació.

Si contrastem aquest fet amb la marca que figura al rètol principal en entrar, detectem de nou que Cepsa sembla haver adoptat una política clara de bilingüisme o una determinada línia comunicativa amb el mercat -24 de les benzineres estudiades pertanyen o estan abanderades per aquesta empresa. Des d'aquesta perspectiva, comprovem també que les que menys presència tenen del català són les benzineres amb el rètol principal³ de REPSOL i CAMPSA. Recordem que en comptabilitzar només els rètols en català a l'hora de construir l'índex hem anul·lat el pes específic que puguin tenir l'ambigüitat o el recurs al bilingüisme.

Taula 6: La no-presència del català per marca (N=88)

CAMPSA	21,6
REPSOL	20,5
PETRONOR	4,5
CEPSA	27,3
BP	6,8
AGIP	1,1
FINA	2,3
TOTAL	1,1
SHELL	5,7
GALP	1,1
ESSO	2,3
GM	2,3
LUVIRR	1,1
MEROIL	2,3
TOTAL	100

En comprovar, finalment, si aquesta escassa o nul·la presència del català pot tenir relació amb el factor o variable estacions renovades recentment o no, veiem que, efectivament, en el 33% dels casos es tracta d'establiments que no han estat renovats els darrers anys –la qual cosa permetria suggerir algun tipus d'actuació lingüística per al moment de la seva renovació, a no ser que es tracti ja d'edificis i instal·lacions de recent implantació-.

³ Cal recordar, de tota manera, que no és fàcil extreure conclusions suficientment contrastades, atesa l'actual complexitat contractual del sector i els constants canvis i diversitat de formes en la titularitat o abanderament dels establiments.

carburants: La meitat d'establiments té entre 0 i menys de 10 cartells o rètols presents en català dels 22 observats. En un de cada quatre establiments no hi ha presència del català en la seva retolació.

Si contrastem aquest fet amb la marca que figura al rètol principal en entrar, detectem de nou que Cepsa sembla haver adoptat una política clara de bilingüisme o una determinada línia comunicativa amb el mercat -24 de les benzineres estudiades pertanyen o estan abanderades per aquesta empresa. Des d'aquesta perspectiva, comprovem també que les que menys presència tenen del català són les benzineres amb el rètol principal³ de REPSOL i CAMPSA. Recordem que en comptabilitzar només els rètols en català a l'hora de construir l'índex hem anul.lat el pes específic que puguin tenir l'ambigüitat o el recurs al bilingüisme.

Taula 6: La no-presència del català per marca (N=88)

CAMPSA	21,6
REPSOL	20,5
PETRONOR	4,5
CEPSA	27,3
BP	6,8
AGIP	1,1
FINA	2,3
TOTAL	1,1
SHELL	5,7
GALP	1,1
ESSO	2,3
GM	2,3
LUVIRR	1,1
MEROIL	2,3
TOTAL	100

En comprovar, finalment, si aquesta escassa o nul.la presència del català pot tenir relació amb el factor o variable estacions renovades recentment o no, veiem que, efectivament, en el 33% dels casos es tracta d'establiments que no han estat renovats els darrers anys –la qual cosa permetria suggerir algun tipus d'actuació lingüística per al moment de la seva renovació, a no ser que es tracti ja d'edificis i instal.lacions de recent implantació-.

³ Cal recordar, de tota manera, que no és fàcil extreure conclusions suficientment contrastades, atesa l'actual complexitat contractual del sector i els constants canvis i diversitat de formes en la titularitat o abanderament dels establiments.

Des de la vessant règim de tinença, comprovem també que més del 60% d'aquestes àrees de serveis són propietat d'un particular o d'una cooperativa, i que prop 1/3 no tenen rètol de cap petroliera multinacional. La qual cosa ens fa pensar que qualsevol mesura incentivadora d'una presència més gran del català, destinada a aquest grup d'estacions, hauria d'avaluar-se prèviament en termes de rendibilitat i de l'impacte real que tindria per al sector. En aquest hipotètic procés una de les variables a tenir en compte fóra de nou avaluar els serveis que ofereix l'establiment –noció de tamany-, alhora que la seva ubicació en la xarxa real d'establiments.

2.3.3: Creació d'índex d'ús del català en la documentació escrita

El segon índex computat és l'índex d'ús en la documentació escrita (INDEX2). Inclou una pregunta referida a la llengua en què reben la comunicació per part de les companyies subministradores de carburant, i en la que ells encarreguen aquest subministrament.

El 74% diuen que no fan cap ús del català a l'hora d'encarregar el carburant a les companyies (o afirmen també que no saben en quina llengua l'encarregat o el propietari es relaciona amb la companyia subministradora)⁴. Malgrat tot es pot afirmar que en un 20% dels casos hi ha comunicació escrita en català. Cal prendre les dades d'aquest indicador amb extrema prudència, atesa la presència minoritària de la llengua catalana en el sector i activitat.

Un altre indicador que hem volgut tenir en compte respecte a l'ús lingüístic és el tiquet de caixa. La informació recollida -no tabulada- mostra que hi ha dificultats importants per a classificar els tiquets de caixa, ja que bona part són una barreja idiomàtica on difícilment es pot clarificar amb quins criteris i ordre actua el sector pel que fa a la llengua en què emeten els tiquets de les màquines registradores. En un mateix tiquet pot trobar-s'hi des de salutacions en català barrejades amb acomiadaments en castellà, fins a termes en anglès. És curiós analitzar els noms dels productes, al costat de la base imposable, l'IVA, els agraïments i les capçaleres de l'empresa. A l'annex A hi ha un recull de tiquets.

⁴. Cal dir que a l'estiu hi havia un cert percentatge de personal de vacances i que els seus substituïts desconeixien sovint aquesta mena d'informació.

2.3.4: Creació de l'índex 3, ús del català oral

El tercer índex -INDEX3- recull la pràctica oral espontània del caixer/a o encarregat/da. Va construir-se aquest ítem o model de pregunta enloc de quelcom relacionat amb la qualitat oral fonètica i terminològica del català, en considerar l'equip realitzador i els entrevistadors que no seria fàcil ni pertinent avaluar potser la qualitat lingüística de l'interlocutor durant una entrevista que les més de les vegades esdevé necessàriament amb presses, de forma breu o molt breu, ambigua o s'han d'esquivar massa dificultats, atesa la premura de feina del personal en el lloc de treball. Si s'hagués entrat en una valoració més completa sobre la qualitat en termes de terminologia i de fonètica de l'interlocutor tal vegada hauria resultat encara més difícil no només l'obtenció de dades sinó també la presència oral del català.

Cal assenyalar que segons aquest índex al voltant del 42% dels establiments visitats la conversa entre entrevistador i informant va produir-se en català amb l'encarregat i amb el caixer/a. Va observar-se també que en prop del 21% dels casos l'encarregat/da o caixer/a s'adrecen en català a l'entrevistador. No a totes les estacions de servei hi havia dues persones.

S'ha comprovat també que en el 37% dels casos el personal de les estacions de servei no s'adreça espontàniament en català als seus clients. Hi ha a més alguns establiments en règim d'autoservei on l'ús oral del català per part de l'empresa és zero absolut. I és previsible que aquest tipus d'instal·lació sense personal augmenti fins a situar-se al nivell d'altres països veïns.

2.3.5: La relació entre els indicadors d'ús del català.

Els tres indicadors d'ús del català estan lleugerament relacionats entre ells (Gràfic 21). La relació més forta es produeix entre l'ús oral i la retolació, i obliga a contrastar les dades de les taules descriptives on es comprova que la part estrictament relacionada amb l'activitat empresarial està retolada en castellà (per exemple màquines expenedores i de refresc), mentre que augmenta l'ús del català en àmbits menys formals del sector.

En el procés d'encreuament i anàlisi de dades apareix una altra possible relació. Havíem anotat en arribar en una benzinera el nombre de vehicles que hi havia repostant aquell moment com a indicador de la feina i del dinamisme que hi ha a cada establiment, a fi de veure llavors si les benzineres amb més moviment de vehicles hi ha també més presència del català.

D'aquesta manera es pretén elaborar una mena d'índex d'impacte de l'ús del català sobre els usuaris. Així, del contrast entre el nombre de vehicles que hi havia a la benzinera en arribar a fer l'observació, i els índexs de major o menor presència del català posaven de manifest que on hi ha més rètols en català, hi ha també més vehicles repostant. Tot i que no se'n pot extreure una relació de causalitat, sí que permet d'analitzar l'impacte que l'increment de l'ús del català pot tenir sobre l'entorn en què es produeix.

S'han detectat sis benzineres on conflueixen ambdós fenòmens: molta feina, molt dinamisme i molt trànsit de públic en paral·lel a una àmplia presència de rètols en català. Se'n varen detectar moltes, entorn del 14%, on escassejava la presència de vehicles –no n'hi havia repostant mentre es feu l'observació, i també la del català. Vol dir això que l'increment del nombre de rètols en català és un esfer sufficient, és prou atractiu per afavorir l'aturada i l'augment de clients? No es tracta només d'això, sinó que el nombre de vehicles és exponent de més activitat empresarial i aquesta pot ser conseqüència també de temes relacionats amb la imatge externa que dona l'establiment, a més de la idoneïtat de la seva ubicació, de formar part o no d'allò que se'n diu llocs d'aturada obligada, tradicional –moda- i d'altres fenòmens relacionats amb el mimetisme social que òbviament incideix sobre els hàbits del consumidor.

2.4: Aproximació als usos lingüístics de les companyies.

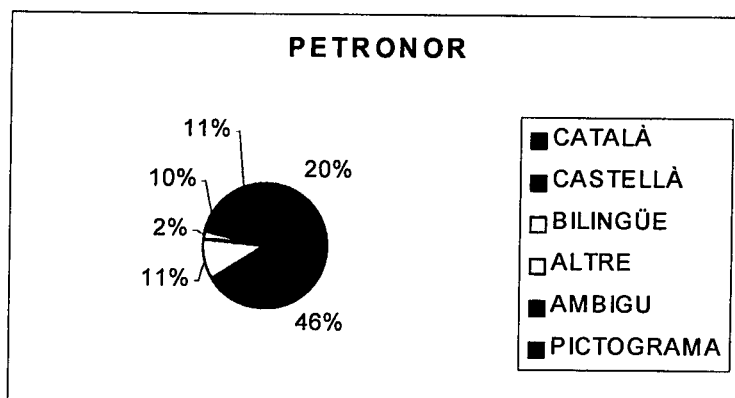
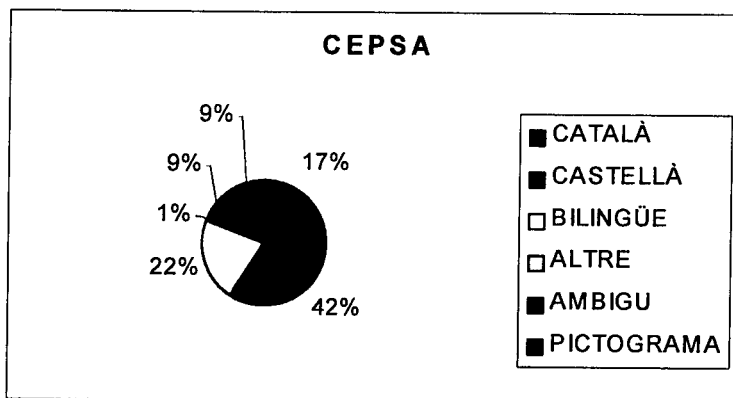
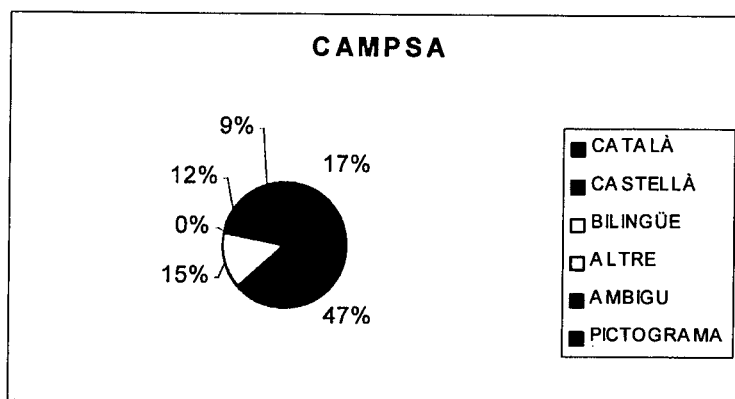
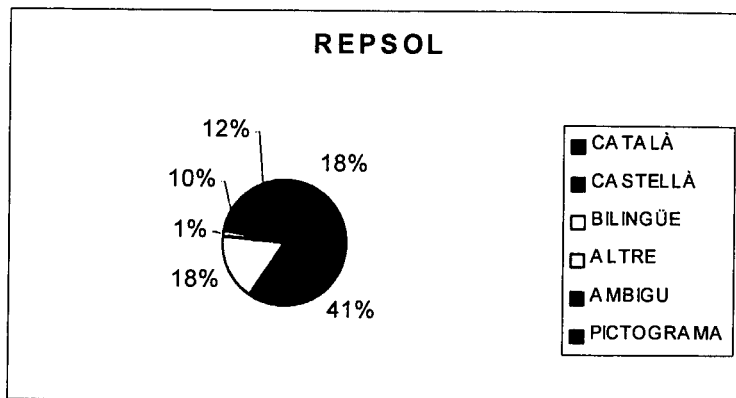
Presentem les gran línees que s'observen en la usos lingüístics de les companyies (vegeu **Gràfic 21**). Si sumem els valors que la variable lingüística adopta en tots els rètols que hem trobat en benzineres on el rètol principal duu imatge de marca, podem fer gràfics en què es comparin aquests usos diferents per marques.

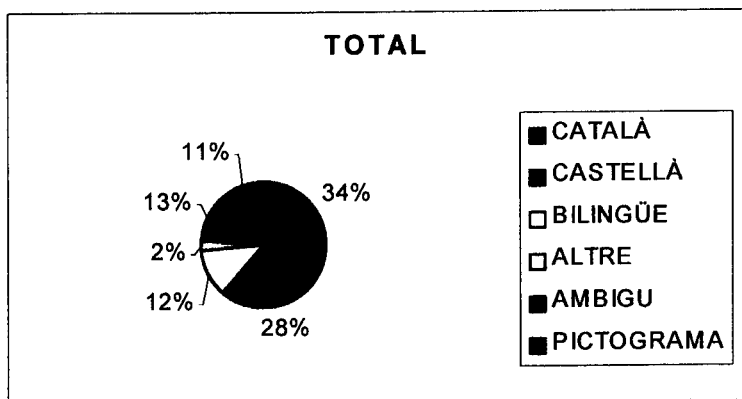
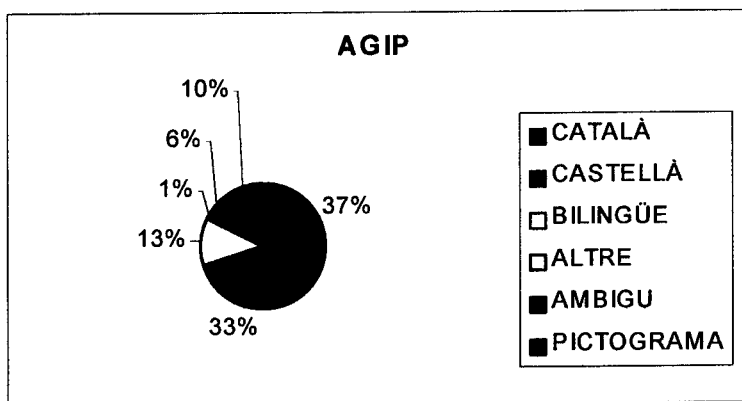
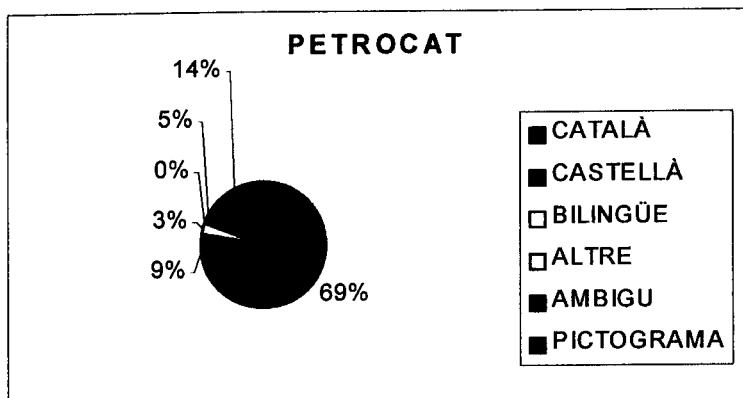
Aquesta comparació permet veure en primer lloc que les companyies que provenen de l'antic monopoli a Espanya mantenen com a llengua predominant el castellà amb percentatges que sobrepassen el 40% dels rètols totals. En aquests casos la presència del català no arriba al 20%. Cepsa presenta una imatge decidida de política lingüística tirant al bilingüisme. Campsa i Petronor són les que mantenen més el castellà i les que fan un ús menor del recurs del bilingüisme. Les companyies petrolieres multinacionals d'origen europeu i nord americà practiquen més clarament un cert bilingüisme *de facto*. El català apareix com a llengua predominant quasi sempre (amb l'excepció de BP). A diferència de les d'origen espanyol, la retolació bilingüe decreix. Petrocat es distancia de tota la resta per l'ús intensiu del català.

Ja hem indicat anteriorment que a efectes operatius vam construir la categoria *altres companyies* tot i saber que és una mena de calaix de sastre on hi hem desat les estacions de les petites cadenes de particulars, les dels supermercats, dels ports i les cooperatives i les benzineres que posseeixen particulars no abanderats. Algunes d'elles provenen del monopoli, altres s'han implantat pel seu compte i no són abanderades. La situació bilingüe apareix de forma molt semblant per a cada una de les llengües amb un lleuger predomini del castellà. L'opció del bilingüisme ateny el 10% dels casos i està per sota de la resta.

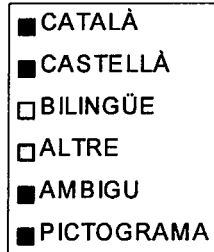
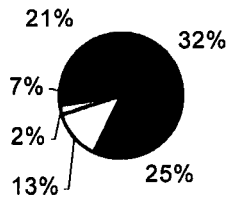
El recurs del pictograma dins d'aquest mercat comunicatiu representa al voltant del 10%, llevat de Shell on la força de la petxina ha esbiaixat tal vegada els resultats obtinguts. Com en el cas dels pictogrames, el recurs a l'ambigüitat representa entorn d'un altre 10% de promig. Es tracta probablement de recursos ben establerts per a la totalitat de les marques en el moment de comunicar aspectes concrets com el nom de la marca (ambigüitat) o en el moment d'indicar accions o objectes que resulten fàcils d'identificar (serveis, telèfon), també en el moment de complir normatives (apagar llums, aturar el motor; informació de la ubicació d'extintors; prohibit fumar). Atesa la situació d'estabilitat i l'eficàcia comunicativa establerta arreu del món per aquests recursos no és previsible que puguin ser fàcilment substituïts per altres formes que requereixin del llenguatge escrit o parlat, per la qual cosa caldria pensar en tot cas en formulacions escaients i curtes en català per a reforçar-ne lingüísticament el missatge i incrementar d'aquesta manera la presència del català en aquests recintes.

Gràfic 21: Els usos lingüístics comparats per marques

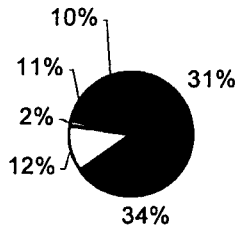




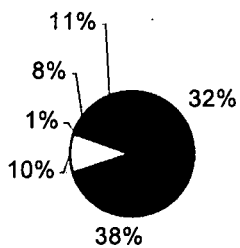
SHELL



BP



ALTRES



Capítol 3: Variables que influeixen en l'ús del català

3.1: Usos lingüístics a les benzineres segons província

En analitzar *l'índex de retolació en català* a les benzineres—índex1-, ens adonem que a Girona i Barcelona (**Gràfic 22**) és on en promig hi ha un nombre més gran d'estacions retolades en català. A nivell percentual aquesta major presència del català representaria seria del 19% en el cas de Girona, i del 17% a les retolacions de Barcelona. Les diferències territorials que detecta de fet aquest índex 1 indiquen que hi ha més presència de benzineres retolades exclusivament en català en aquestes unitats territorials i/o administratives. Això no obstant, l'heterogeneïtat existent a l'interior de cada província fa difícil treure gaire conclusions, ja que els resultats queden afectats pels usos lingüístics que es produeixen a les comarques, municipis i vies de trànsit més extremes.

Globalment i des d'aquesta variable territorial detectem dos grups de comportaments lingüístics amb trets similars, Girona i Barcelona per una banda, i de l'altra Tarragona i Lleida, essent les comarques tarragonines on es produeixen més mancances en l'ús del català.

3.2: Usos lingüístics a les benzineres segons la marca

En analitzar com es diferencien les grans companyies en la retolació del català (**Gràfic 23**), comprovem que Petrocat es distancia clarament de la resta en obtenir un promig de quasi 1 de cada 2 rètols, en català. De manera que tot i l'extrema diversitat lingüística que hi ha entre les diferents marques pot, tanmateix, establir-se com dos grups: el format per Petrocat, Total, Agip, Shell i BP que estan força retolats en català i l'altre el de Campsa, Repsol, Cepsa, Petronor i Altres, la retolació mitjana dels quals és inferior al promig total per a totes les marques.

3.3: Usos lingüístics a les benzineres segons la seva ubicació i règim de propietat

La ubicació de la benzinera repercuteix en un menor o major ús del català segons les dades obtingudes (**Gràfic 24**). És efectivament, a les carreteres

comarcals, locals o nacionals on per promig augmenta la retolació en català, tot i que en l'anàlisi no es troben diferències estadísticament significatives. Semblantment ocorre amb la propietat¹ de les estacions, variable que no permet detectar tampoc diferències estadísticament significatives.

3.4: La renovació de les estacions de servei i la presència del català

Hom podria esperar que aquelles estacions que hagin estat renovades els darrers anys presentin en promig índexs més elevats de retolació en català (Gràfic 25). L'anàlisi estadística de les dades indica precisament el contrari, i en aquest cas, sí que la diferència és estadísticament significativa. Val a dir, però, que no ha estat fàcil saber si totes havien estat remodelades o bé si algunes eren precisament tan recents en la seva implantació que no cal renovar-les de moment. Aprofundir en aquesta temàtica requeriria fer front a aquesta diferenciació a part d'explorar altres variables de tipus territorial, marca, etc. Cal indicar també que les remodelacions solen ser en la línia d'actualitzar les mesures de control mediambiental, i afegir línies de serveis i negoci, tipus tren de rentat i botiga de pas i/o proximitat.

3.5: Els Usos orals –índex 3- segons diverses variables

L'ús oral del català (Gràfic 26) presenta un comportament molt diferent a l'indicat en els àmbits d'ús anteriors. Les diferències estadísticament significatives apareixen quan creuem aquest l'índex 3 amb les variables província i ubicació de la benzinera, mentre que el règim de tinença de l'establiment o la marca que hi ha al rètol no es demostra que tinguin influència en l'ús oral del català.

3.5.1: Els Usos orals –índex 3- per província i ubicació de la benzinera

Per província L'ús oral del català és superior a Girona i a Lleida, amb índexs força superiors als obtinguts a Barcelona i a Tarragona.

¹ Les categories de la variable propietat són: propietat privada d'una persona particular, propietat privada d'una associació o cooperativa, propietat d'una companyia no petrolera, propietat d'una companyia petrolera.

És probable que aquestes diferències per indret territorial guardin relació i/o contribueixin a accentuar les diferències entre les estacions situades en el casc urbà de les que hi ha a carreteres locals, comarcals i nacionals. En aquest context, sembla obvi que la ubicació de benzineres a l'autopista hauria de mostrar diferències, també, però és tal vegada el reduït tamany de la mostra -ja que tampoc hi ha molts km d'autopista ni moltes benzineres en aquesta mena de vial- el que fa que no arribi a captar-se diferències estadísticament significatives.

3.5.2: Els Usos orals –índex 3- amb estat de renovació de la benzinera

Les estacions de servei que han estat reformades presenten una lleugera diferència respecte dels usos orals (**Gràfic 27**) que sí que es mostra significativa a nivell estadístic. A les benzineres no reformades l'atenció als entrevistadors és en català en un 70% de les vegades; mentre que en les reformades només en un 53%. A nivell territorial, aquest sector ha sofert relativament poques renovacions a les comarques gironines.

3.5.3: Els Usos orals –índex 3- amb llengua predominant dels clients

La pressió que pugui exercir l'entorn de les benzineres en els seus usos lingüístics explica que quan la clientela és majoritàriament catalanoparlant la retolació en català augmenti en la benzinera (**Gràfic 28**), i hi hagin més probabilitats de trobar treballadors disposats a atendre en català (**Gràfic 29**). En contrastar, però aquesta hipòtesi de treball amb la retolació s'hi mostren lleugeres diferències que en conjunt són estadísticament significatives, encara que en fer-ho categoria per categoria sigui irrellevant estadísticament la significació d'aquestes diferències. Això pot deure's a la no homogeneïtat de les variacions. També és cert que el comportament detectat en termes de retolació sembla actuar amb independència de quins siguin els usos lingüístics -en el fons orals- de la clientela de l'establiment. En canvi, la relació que es mostra íntimament lligada és la de la variable ús lingüístic de la clientela i l'ús oral del català que fan els empreats. Es produeix amb certa facilitat una gran adaptació lingüística a l'entorn immediat, que ve possiblement influïda per la contractació de personal dins del mateix entorn lingüístic.

Conclusions

El sector carburants té a Catalunya més d'un miler d'estacions de servei. Estan distribuïdes per tot el territori, en medis urbans i rurals, bo i aprofitant la xarxa viària local, comarcal o nacional, incloent-hi autopistes, autovies així com els ports, les cooperatives i les grans superfícies comercials com a punts de venda. Aquesta xarxa viària és lloc de tràfec i les estacions de servei, a més de bars i fondes per al trànsit rodat, aeri o marítim, són punt de relació, d'informació i de comunicació, basada en tota classe de missatges orals, escrits i/o mitjançant logos i pictogrames, molt comuns per a anunciar serveis.

Entrar en una àrea de servei i fer-hi el recorregut usual —omplir el dipòsit, passar per la caixa, l'oficina i/o la botiga, bar, restaurant, tren de rentat, pagar i sortir-ne— comporta rebre almenys una cinquantena de missatges lingüístics diferents en alguna o més de les llengües oficials i/o estrangeres més o menys usuals en el mapa lingüístic del país. Missatges emesos en català, instruccions redactades en castellà, rètols i cartells bilingües, logos ambigus, factures, rebuts i tiquets presentats en un aiguabarreig lingüístic ... són el cada dia de tota aquella població que s'atura en un estació de servei.

Una observació detallada de tot aquest panorama ens ha dut a extreure una sèrie de conclusions i a plantejar alguns suggeriments que hem anat esbossant en el decurs de l'exposició.

- A les benzineres de Catalunya perviu una forta presència del castellà escrit en tot el que és la retolació a l'entrada, a l'àmbit d'aprovisionament, a la zona de caixa/botiga i en la resta de serveis que ofereix el sector: botigues, bars, restaurants i tallers de manteniment per al vehicle, fins al punt que la presència del català es dona tan sols en un de quatre missatges.

-En la gestió interna (oral i escrita) de les empreses del sector, el castellà és quasi l'única llengua d'ús. Aquest sector parla castellà internament degut a una altra centralització organitzativa, i al fet que tot i la desmonopolització una part important del mercat continua en mans del grup Repsol, Cepsa i algunes altres empreses estrangeres o d'aquí.

-L'ús oral i espontani del català és força extès, tot i que presenta diferències territorials sovint importants, i que està sotmès a la parla majoritària de la clientela, al mateix temps que a la capacitat lingüística del personal que atén aquesta clientela. Mentre el català sembla ocupar un espai important en els usos informals, el castellà l'ocupa en els aspectes formals i empresarials.

-Per més que la Llei de Política Lingüística (1/1998) prevegi que la senyalització i l'oferta de serveis al públic hagin d'estar redactats en català, comprovem que els usos escrits en la retolació interna o externa de l'establiment solen estar redactats en castellà, i que aquests usos lingüístics estan molt mediatitzats per la imatge i/o titularitat de la marca, la ubicació territorial de l'establiment o per altres variables que també intervenen en la forja del fenomen.

-Tan sols les companyies noves que s'implanten al sector, les d'origen estranger sobretot, tendeixen a respectar més el bilingüisme pel que fa a la retolació. Els índexs més elevats de català procedeixen normalment d'una marca, malgrat l'heterogeneïtat del sector.

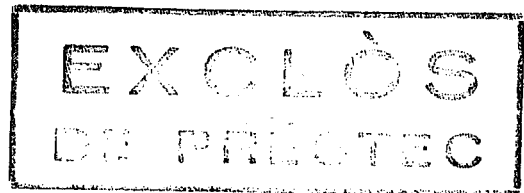
-En més del 80% de les benzineres de Catalunya hi ha establerta una àmplia estructura de botigues, la retolació de les quals és globalment en castellà. El tipus d'article que ofereixen no sol ser de retolació autòctona.

-La gran diversitat de variables que influeixen en els comportaments lingüístics observats del sector provoca aquesta extrema heterogeneïtat lingüística, per a l'anàlisi de la qual s'ha proposat la creació d'alguns índexs d'ús que hem contrastat amb algunes de les variables més rellevants.



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura
Direcció General de Política Lingüística
Institut de Sociolingüística Catalana
Centre de Documentació
Passatge de la Banca, 1-3
08002 Barcelona

La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística



Jaume Farràs i Josep Lluís C. Bosch

CUSC-UB

Centre Universitari de Sociolingüística i Comunicació

Universitat de Barcelona

Octubre del 2000

RPEEO 165b

La llengua a les benzineres de Catalunya.

Una aportació sociolingüística

0243-07760

Aquesta recerca ha estat possible gràcies a la tenacitat, la il·lusió i el quilometratge d'un grup d'entrevistadors que a la segona quinzena de juliol desafiaren la xafogor i les cues de trànsit per fer el recull de tota aquesta informació. A tots vosaltres, Blanca, Enric, Marta, Natàlia, Josep M^a, Jaume, Núria, Pau, Maria i Miquel Àngel, moltíssimes gràcies!

Capítol 1 Introducció

1	Introducció	4
1.1	Objectius	8
1.2	Plantejament del treball	8
1.3	Descripció i estructura del sector dels carburants	10
1.3.1	Estructura territorial per províncies i comarques.....	11
1.4	Metodologia	15
1.4.1	Estudi de l'univers i selecció de la mostra	15
1.4.2	Ubicació i mida de les estacions de servei	15
1.4.3	Disseny i validació	17
1.4.4	Treball de camp	18
1.4.5	Pla d'anàlisi	19

Capítol 2 La llengua a les estacions de servei, resultats de la recerca

2.1	Visió general dels usos lingüístics	20
2.2	L'ús de la llengua en 6 àmbits de l'estació de servei	21
2.2.1	L'entrada	23
2.2.2	Els sortidors	27
2.2.3	La caixa	34
2.2.3.1	Els clients	38
2.2.4	La botiga/oficina.....	43
2.2.5	Els rètols dels serveis	45
2.2.6	La sortida: altres rètols i anuncis	45
2.3	Resultats globals, i per àmbits d'ús, segons la província.....	47
2.3.1	La retolació a l'àmbit de l'entrada, per província	48
2.3.2	La retolació a l'àmbit de sortidors, per província	50
2.3.3	La retolació a l'àmbit de la caixa, per província	50
2.3.4	La retolació a l'àmbit de la botiga, per província	52
2.3.5	La retolació a l'àmbit de serveis, per província	53
2.3.6	La retolació en sortir de la benzinera, per província	53
2.4	Anàlisi de tres àmbits d'ús: retolació, documentació i ús oral del català	56
2.4.1	L'ús del català en la retolació	57
2.4.2	L'ús del català en la documentació escrita	60
2.4.3	L'ús del català oral	61
2.4.4	Relació entre els àmbits d'ús del català	61
2.5	Aproximació als usos lingüístics de les companyies	63

Capítol 3 Variables que influeixen en l'ús del català	66
3.1 Usos lingüístics segons la província	66
3.2 Usos lingüístics a les benzineres segons la marca	67
3.3 Usos lingüístics segons la ubicació i el règim de propietat	67
3.4 La renovació de les estacions de servei i la presència del català	68
3.5 Els usos orals segons diverses variables	69
3.5.1 Els usos orals per província i ubicació de la benzinera	69
3.5.2 Els usos orals i l'estat de renovació de la benzinera	70
3.5.3 Els usos orals i la llengua predominant dels clients	72
Conclusions	73
Bibliografia	81
Annexos	82
Annex 1: Protocol d'observació a les estacions de servei	82
Annex 2: Distribució de les estacions de servei per marca i comarca	85
Annex 3: Utilització del català a les benzineres de Catalunya, per àmbits.....	88
Annex 4: Distribució d'usos lingüístics en cadascun dels 6 àmbits creuat per companyia	89
Annex 5: Distribució d'usos lingüístics en cadascun dels 6 àmbits creuat per província	98
Annex 6: Taula-recull i gràfic de l'índex de retolació en català	104
Annex 7: Taules de l'índex d'ús de la documentació i de l'ús oral del català ...	105
Annex 8: Nivell de correcció del català de l'encarregat i caixer	105
Annex 9: Taula de correlació entre els 3 valors o índexs	106

Índex de taules

Taula 1: Règim de tinença de les estacions de servei de Catalunya	11
Taula 2: Estructura provincial de les estacions de servei i distribució de la mostra	15
Taula 3: Ubicació de les estacions de servei de Catalunya	16
Taula 4: Serveis que ofereixen les estacions de servei catalanes	17
Taula 5: Llengua d'ús majoritari dels clients de les estacions de servei	39
Taula 6: La no-presència del català per marca	59

Índex de gràfics

Gràfic 1: Distribució de les estacions de servei per marques	13
Gràfic 2: Estructura provincial de les marques en percentatges	14
Gràfic 3: Distribució lingüística global a les àrees de servei de Catalunya...	20
Gràfic 4: Distribució de les llengües per àmbits d'ús	22
Gràfic 5: Usos lingüístics a l'àmbit d'entrada de l'àrea de servei	24
Gràfic 6: Usos lingüístics a l'àrea de sortidors(1).....	28
Gràfic 6: Usos lingüístics a l'àrea de sortidors(2).....	30
Gràfic 6: Usos lingüístics a l'àrea de sortidors(3).....	30
Gràfic 7: Usos lingüístics a l'àmbit de la caixa	35
Gràfic 8: Ús oral espontani	38
Gràfic 9: Usos lingüístics a l'àmbit de la botiga	44
Gràfic 10: Usos lingüístics a l'àmbit dels serveis	45
Gràfic 11: Usos lingüístics a l'àmbit de la sortida	46
Gràfic 12: Usos lingüístics per província. Visió general	47
Gràfic 13: Usos lingüístics a l'entrada de l'establiment, per província	49
Gràfic 14: Usos lingüístics a l'àmbit de sortidors, per província	49
Gràfic 15 Usos lingüístics a l'àmbit de la caixa, per província	51
Gràfic 16: Usos lingüístics orals, per província	51
Gràfic 17: Usos lingüístics a l'àmbit de la botiga, per província	52
Gràfic 18 Usos lingüístics a l'àmbit de serveis per província	53
Gràfic 19: Usos lingüístics en sortir de l'establiment, per província	51
Gràfic 20: Els usos lingüístics comparats per marques	64
Gràfic 21 Índex de retolació del català, per província	66
Gràfic 22:Índex de retolació en català, per marques	67
Gràfic 23 Índex d'ús oral del català per l'indret on està situada l'àrea	68
Gràfic 24 Índex de retolació del català per estat de renovació de l'àrea	69
Gràfic 25 Índex d'ús oral del català, per província	70
Gràfic 26 Índex d'ús oral del català, i estat de renovació de les àrees.....	71
Gràfic 27 Índex d'ús oral per orientació lingüística de la clientela	71
Gràfic 28 Índex de retolació en català i la llengua predominant de La gent	72

Índex de fotografies

Muntatge fotogràfic de l'àrea d'entrada a les estacions	26
Muntatge fotogràfic de l'àrea de sortidors i altres àmbits	33

Índex de rebut de les estacions de servei

Recull de rebuts a efectes d'anàlisi lingüística	40
--------------------------------------------------------	----

1 Introducció

L'any 2000 el Principat de Catalunya té poc més d'un miler d'estacions de servei. En tot l'Estat espanyol n'hi havia 7.463 l'any 1999. Amb la liberalització del sector s'ha trencat formalment el monopoli a Espanya durant els darrers anys –des de l'any 90 l'increment global del nombre de benzineres supera les 2.300 noves instal·lacions-, i s'està modificant aquella estructura del sector en què era forçat que hi hagués almenys una estació cada 40 km.

Aquests darrers anys veiem també com s'estan implantant noves estacions, tot aprofitant l'increment i la transformació de la xarxa viària, i l'expansió de les noves implantacions comercials. Les existents es van adequant a les noves necessitats socials i sectorials així com a les normatives medioambientals. Les benzineres són, en definitiva, els bars i fondes dels nostres mitjans de transport rodat, aeri o marítim, equivalents als antics establiments de «parada i fonda», al capdavant no tant allunyats en el temps.

Durant la darrera dècada, els processos d'implantació de noves estacions han estat especialment dinàmics en diversificar-se també aquestes formes d'implantació. Les grans superfícies comercials han considerat que el carburant és un producte com qualsevol altre, la qual cosa els permet posar-ne punts de venda ben a prop de les seves extenses edificacions i pàrquings. Per la seva banda, els propietaris de les estacions s'han adonat que no n'hi ha prou d'omplentar dipòsits, i procuren atraure clients bo i oferint-los altres serveis ubicats i/o associats als seus complexos o àrees de servei, amb la pretensió de poder atendre millor les necessitats dels viatgers i dels seus vehicles.

Tant és així que en més del 80% de les estacions de servei de Catalunya hi ha avui un servei de botiga amb productes bàsics i diversificats, a més

d'altres serveis usuals com el bar, restaurant i a vegades, hotel. Hi ha també altres instal·lacions més relacionades amb el manteniment del vehicle com tallers de reparació de neumàtics, trens de rentat, «boxes» o espaiosos indrets d'aparcament per a camions, sobretot a les autopistes. La quota de mercat ha anat redistribuint-se, per tant, la qual cosa duu als empresaris del sector a cercar fórmules de fidelització de la clientela, a augmentar la inversió en publicitat, a oferir descomptes directament al client o a donar-li targetes de descomptes i tota classe de facilitats.

La xarxa viària és tràfec, és vida, i les estacions de servei són lloc de missatges, de relació, d'informació i de comunicació. Si bé és cert que va imposant-se l'autoservei -com a mode personal de servir-se el carburant- i les màquines més modernes anomenades Automat -com a sistema d'estalviar-se personal a les instal·lacions-, ho és també que àdhuc en aquests casos sol haver-hi en hores habituals alguna persona encarregada de vetllar pel servei, atendre el cobrament i mantenir l'ordre de la instal·lació. El sistema d'autoservei, d'altra banda força extès en tota la nostra xarxa viària, requereix multiplicar el nombre de missatges a fi de facilitar la tasca a l'usuari, instruir-lo sobre el funcionament del sortidor, de la forma de pagament alhora que d'advertir-lo que no reposti amb el motor engegat, amb els llums encesos ni faci ús del telèfon mòbil. Aquests missatges sovint estan ben lluny d'ésser fàcilment visibles, i la seva representació sol fer-se mitjançant rètols o pictogrames.

Té importància en aquest context estudiar la llengua parlada i escrita, ens preguntem sovint? Fer benzina, omplir el dipòsit és realment arribar i moldre? Quin tipus de relació lingüística i comunicativa establím quan anem a posar benzina? Des del punt de vista lingüístic, en quina llengua se'ns atén realment? Ens permet l'ambigüitat lingüística de molts missatges -noms d'empresa, rètols dels productes- de captar fàcilment si estan redactats en català, castellà o en alguna altra llengua?

Uns pocs minuts d'observació en una estació de servei fan adonar-nos del volum d'activitat comercial que s'hi produeix en pocs instants, de la intensitat de relació oral que pot generar-se entre clients-servei, clients-clients, del munt de missatges orientadors i propagandístics que ens adrecen tot just entrar en una àrea de servei mitjançant el logo, la columna publicitària on hi ha la marca expenedora del carburant en lletres grosses i ben vistoses, la relació dels productes, els preus, els horaris de servei, els rètols del funcionament dels sortidors, les màquines, les imatges, les mànegues, els diversos carburants ofertats i els seus preus quan t'acostes a la marquesina; i això quan no rebem l'impacte d'un missatge sonor advertint-nos del producte que hem triat, o no ens deixem seduir per cartells de productes en oferta, mentre esperem el nostre torn. Des dels seus diversos aspectes, la llengua és present a les estacions de servei, ara en termes de salutació, d'informació i en qualsevol cas mitjançant una variada retolació comercial, informativa i publicitària.

A l'article 32.1 de la Llei de Política Lingüística 1/1998 es preveu que *"les empreses i els establiments dedicats a la venda de productes o a la prestació de serveis que desenvolupen llur activitat a Catalunya han d'estar en condicions de poder atendre els consumidors i consumidoras quan s'expressin en qualsevol de les llengües oficials de Catalunya"*. Aquesta llei assenyalava també a l'article 32.3 que *"la senyalització de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuàries i consumidoras dels establiments oberts al públic han d'estar redactats almenys en català"*.

Les pàgines següents pretenen donar compte d'algunes de les preguntes plantejades, conèixer millor la situació sociolingüística del sector carburants, i responen a un encàrrec de la Direcció General de Política Lingüística al CUSC-UB, Centre Universitari de Sociolingüística i Comunicació de la Universitat de Barcelona.

Volem agrair la col.laboració del Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya que ha facilitat la informació del sector. També a més de 500 informants anònims que des dels seus llocs de treball han contribuït a l'obtenció d'unes respostes dedicant-hi temps, esforç i professionalitat.



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura
Direcció General de Política Lingüística
Institut de Sociolingüística Catalana
Centre de Documentació
Passatge de la Banca, 1-3
08002 Barcelona

1.1 Objectius

Els objectius de l'estudi són:

1.- Conèixer els usos lingüístics del sector dels carburants pel que fa a quatre categories de comunicació:

-La retolació fixa interior i exterior de marques, productes, preus, ofertes i avisos -horari d'obertura/tancament, rètols d'informació al públic: Gel/Hielo, Serveis/Servicios.

-Comunicacions i cartells que s'adreixin a clients: missatges de megafonia, tiquet de caixa; targetes de l'empresa.

-Comunicats de gestió interna: rebuts; albarans; fulls de comanda.

-L'atenció oral espontània al client per part del personal de l'estació.

2.- Contrastar la variabilitat d'aquests usos lingüístics en funció del lloc on hi ha l'estació, les marques i l'oferta de productes o activitats complementaris a la venda de carburants.

3.- Captar els déficits lingüístics més importants del català segons els tipus d'estació, la seva ubicació i la marca.

4.- Crear un índex que ajudi a seguir l'evolució d'usos lingüístics al sector.

1.2 Plantejament del treball

L'estudi d'usos lingüístics en el sector dels carburants ha partit d'una idea i constatació central: quan s'entra en una àrea de servei hi ha tot un recorregut a fer. Durant aquest recorregut anem trobant rètols i instruccions sobre quins i com funcionen els serveis que ofereix l'estació, i se'ns indica la normativa obligatòria de seguretat a seguir en tot el recinte. És a dir, captem i interpretem tota mena de missatges orals i escrits, com per esma, o mitjançant la tècnica comunicativa del pictograma, quasi de forma inconscient.

Les columnes informatives d'entrada indiquen el nom del lloc on som, la marca i els serveis que ofereix l'estació alhora que marquesines acollidores orienten el conductor a col·locar-se al costat de la màquina i producte que li correspon i fins a adreçar-lo al lloc on hi ha l'empleat, caixer/a un cop s'ha servit o li han servit el producte. Els moviments i el recorregut que es fan, per tant, abans de sortir-ne amb l'emplenat del dipòsit estan totalment previstos, segueixen una pauta, i aquesta és similar a la gran majoria d'estacions. Partint d'això, vam veure la conveniència operativa de segmentar aquest recorregut seqüencialment, per tal de poder observar-hi millor els usos lingüístics.

Les tècniques de recollida d'observació s'han basat en aquest cas en una observació sistemàtica de la retolació dels recintes i en una entrevista amb la persona encarregada de fer-la funcionar. El plantejament, per tant, era simple; arribats a l'estació o punt de venda dels carburants, la feina a fer era observar i anotar en quina llengua estan escrits tot un llistat preestablert de rètols comercials i informatius, tant els d'entrada a l'establiment, com els que hi ha a la marquesina, a les màquines expenedores, a les parets del recinte, dins de la botiga o en altres serveis -cas del tren de rentat de vehicles o dels aparells d'aire/aigua.

Vam veure necessari d'anotar també la informació transmesa mitjançant logos i pictogrames, informació que és força abundosa en aquest sector, sobretot per a complir algunes de les normatives¹. Era primordial registrar

¹ La Llei 34/1992 i el seu reglament regulen la distribució i venda al públic dels carburants. L'article 7 dedicat a la Informació al consumidor obliga que s'exposi en un cartell visible al públic un anunci indicant que *hi ha a disposició del consumidor un joc de mesures, fulls de reclamacions* alhora que està *prohibit fumar, encendre foc o repostar amb els llums encesos o el motor engegat*. Preveu també que s'ha de disposar en un lloc visible als vehicles d'un cartell que informi dels *productes disponibles i del seu preu*, i de si el *règim d'atenció al client és d'autoservei*.

El compliment d'aquesta normativa i l'observació sociolingüística no ha pas estat fàcil de comprovar a primera vista, ja que calia sovint anar buscant si existien o no els rètols anunciant l'existència del joc de mesures i dels fulls de reclamacions. Mentre hi ha casos on el rètol és ben visible -façana principal de l'oficina o botiga- en altres ocupa una posició lateral entre altres cartells publicitaris o màquines de begudes o, fins i tot, un racó qualsevol

també en quina llengua s'adreçaven els empleats i/o caixers a l'entrevistador en el moment de la salutació, informació que fou recollida també en el corresponent protocol (Annex 1).

1.3 Descripció i estructura del sector dels carburants

A Catalunya hi ha una forta implantació de les companyies de l'antic monopoli de petrolis de l'Estat (vegeu gràfic 1). El grup Repsol, Campsa i Petronor controla a Catalunya el 36% de les benzineres de la mostra realitzada. A l'Estat espanyol, després de la liberalització, la quota de mercat d'aquest grup és de l'ordre del 43%.

L'altra gran petroliera espanyola Cepsa/Elf controla i/o abandera un 13% del mercat català, prop del 22% de l'espanyol. Globalment això significa que prop de la meitat de benzineres actua sota el rètol d'aquests dos grans grups/companyies.

L'empresa catalana Petrocat, posseïdora d'una cinquantena de punts de venda (www.petrocat.com) té una quota de mercat d'un 3,9%. D'entre les estrangeres, l'anglesa BP és la que té més implantació: el 7,2% del total de la mostra. La francesa Total -Total-Fina- controla un 6,6%, i la nord-americana Shell un 4,1. La italiana Agip controla un 3,3%.

El 26% restant del mercat està força més fragmentat i repartit entre empreses particulars amb un o més establiments de venda. Formen aquest

dins del local. Pot estar també en una inscripció en lletra menuda en alguna de les columnes de la marquesina; també enganxada a les màquines expenedores. Sol ser en qualsevol cas poc visible, sigui en la llengua que sigui. La forma bilingüe que adopten alguns establiments o marques contribueix a empètir encara més el rètol que -no ho oblidem- hauria de ser clarament informatiu, ubicat en un lloc visible i de fàcil lectura.

En aquest ordre de coses, el pictograma enganxat a la marquesina esdevé un recurs generalitzat per a informar de la prohibició de fumar, d'encendre foc o de repostar amb el motor aturat i els fars encesos. Sembla que bona part del sector aposta clarament per aquesta forma d'indefinició lingüística i esquivar així en la discussió sobre l'ús d'una o altra llengua, alhora que evita l'analfabetisme funcional.

grup el conjunt de benzineres la titularitat de les quals no són les petrolieres sinó propietaris particulars, associacions, supermercats, cooperatives. Destaquen entre les cooperatives les de Guissona, Eroski i les arrosseres. D'entre les superfícies comercials ofereixen carburants Caprabo, Alcampo, El Corte Inglés, Supeco –últimament Champion- i l'Esclat.

A nivell de propietat i gestió ens trobem davant de tres grans models diferents –vegeu Taula 1-: el grup d'estacions o àrees que són propietat de les petrolieres; aquest grup tendeix a augmentar, en adquirir àrees a particulars per tal de garantir la continuïtat de venda del seu producte. Formen el segon grup tot d'estacions que, tot i pertànyer a particulars, han signat un contracte d'aprovisionament exclusiu amb una petroliera –abanderament-. Està constituït el tercer pel col·lectiu anomenat de bandera blanca, propietaris individuals i/o independents que compren els carburants a aquella companyia que millor oferta els fa. Tot i que aquest grup tendeix a decreïxer en un moment d'incertesa de mercats, n'hi ha encara uns 80 casos a Catalunya.

Taula 1
Règim de tinença de les estacions de servei a Catalunya
(En percentatges)

Règim de tinença	Percentatges
Propietat d'un/uns particulars	41,7%
Pertanyença a associacions o cooperatives	14,2%
Pertanyença a una cadena no petroliera	5,5%
Propietat d'una companyia petroliera	38,5%
Total	100%
N (casos)	(513)

Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000.*

1.3.1 Estructura territorial per províncies i comarques

En veure des d'una anàlisi territorial –per províncies- de quina manera estan distribuïdes, ens adonem (vegeu gràfic 2) que la presència de les companyies espanyoles és més important a Tarragona i Lleida, d'acord

potser amb l'expansió que comporten les petrolieres al Tarragonès i a l'extensa xarxa preexistent a les comarques de ponent. La major implantació de marques estrangeres s'ha produït, en canvi, a Barcelona i Girona. L'autopista A-7 i els mecanismes de concessió/adquisició de les benzineres poden ser un dels factors explicatius del fenomen, a part del veïnatge i l'atracció comercial i turística que l'Empordà exerceix sobre les comarques de la Catalunya Nord; aquest és probablement un element clau per explicar el dinamisme econòmic i comercial de les comarques gironines.

Veurà el lector que a efectes d'anàlisi sociolingüística hem dividit i tractat per separat la ciutat de Barcelona i el conjunt dels 26 municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona² per una banda, i per l'altra la resta de comarques barcelonines, seguint en certa manera la subdivisió de la província en zones radials, tal com s'ha fet en algunes edicions anteriors d'estudis sociolingüístics basats en dades censals³. Aquesta segmentació permet d'observar si en aquest sector es produeixen comportaments sociolingüístics diferenciats.

Cal indicar també que les grans marques espanyoles no només tenen una presència important de la marca a les estacions de venda de carburants, sinó que la seva presència és a més molt uniforme a tot el territori català. Malgrat tot, comprovem com Cepsa i Petronor destaquem a les comarques de Lleida, mentre que BP i Total mantenen una major concentració de benzineres a les comarques barcelonines, on hi ha a més una major densitat de població. Això permet d'inferir que han apostat tal vegada per una política d'expansió clarament urbana.

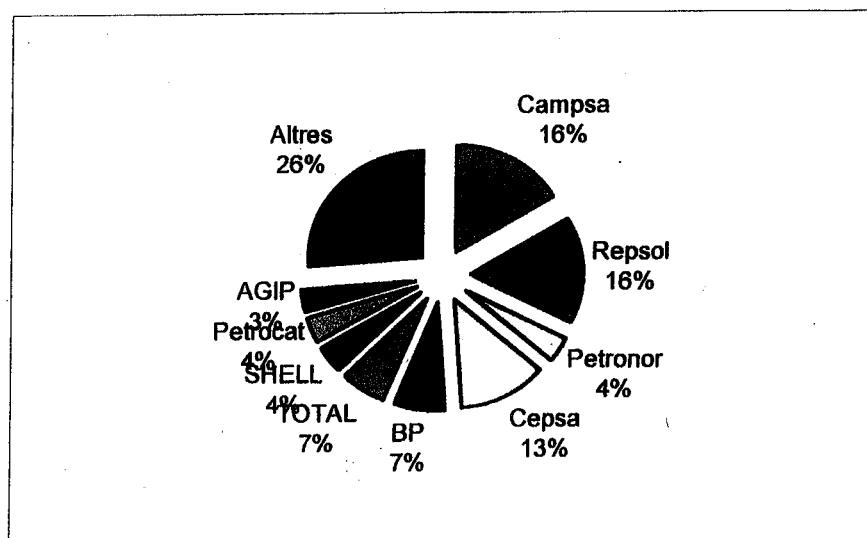
² La relació d'aquests municipis conté a part de Barcelona els de Badalona, Castelldefels, Cornellà de Llobregat, Esplugues de Llobregat, Gavà, l'Hospitalet de Llobregat, Molins de Rei, Montcada i Reixac, Montgat, Pallesà, el Papiol, El Prat de Llobregat, Ripollet, Sant Adrià del Besòs, Sant Boi de Llobregat, Sant Climent de Llobregat, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Sant Just Desvern, Santa Coloma de Cervelló, Santa Coloma de Gramenet, Sant Vicenç dels Horts, Cerdanyola del Vallès, Tiana i Viladecans.

³ Cf. Farràs, Jaume et al. (2000): *El coneixement del català. 1996. Mapa sociolingüístic de Catalunya. Anàlisi sociolingüística de l'enquesta oficial de població de 1996*, p. 14).

Aquesta implantació provincial per marques torna a reproduir-se a nivell comarcal en un nivell de detall més acurat. Als annexos 2 i 3 hi ha la distribució per marques de les comarques en termes absoluts i en percentatges. Una ullada a la taula corrobora el que ja indicàvem: El grup Repsol juntament amb Cepsa mantenen ben establerta una àmplia xarxa d'estacions per tot el país, la qual cosa fa que constantment es parli d'oligopoli en el sector. La liberalització d'aquest ha permès la implantació de noves estacions per part d'inversió privada sobretot en comarques amb més demanda i trànsit –entorn de l'A7 i l'eix Transversal-, alhora que ha atret algunes companyies estrangeres a implantar-se en la mateixa àrea territorial: Agip i BP. En canvi, el model d'implantació de Total-Fina i Petrocat presenta una diversificació comarcal i vial més difusa.

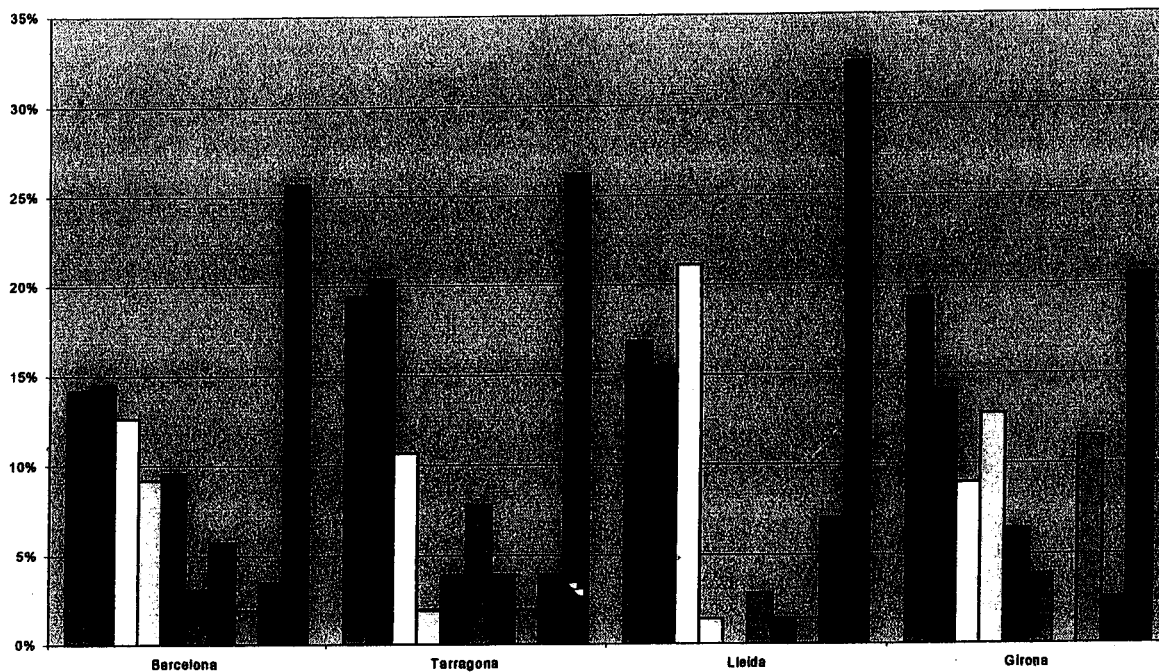
És aquesta diversitat de marques -cadascuna amb la seva pròpia estratègia comercial dissenyada- i la diversitat de formes de titularitat i/o gestió dels establiments el que explica que es produeixi una certa fragmentació també en quant als Standard de senyalització i usos lingüístics a les benzineres. Ho tractarem posteriorment.

Gràfic 1
Distribució de les estacions de servei per marques



Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000*

Gràfic 2
Estructura provincial de les marques en percentatges.



	Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona	Total (en nombres absoluts)
Campsa	14	19	17	19	(84)
Repsol	15	20	15	14	(81)
Cepsa	13	11	21	9	(66)
BP	9	2	1	13	(37)
Total	10	4	0	6	(34)
Shell	3	8	3	4	(21)
Petrocat	6	4	1	0	(20)
Agip	2	2	1	12	(17)
Petronor	3	4	7	3	(20)
Altres	26	26	32	21	(133)
Totals	100%	100%	100%	100%	(513)

Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000.

1.4 Metodologia

1.4.1 Estudi de l'univers i selecció de la mostra

Per tal de determinar l'univers del sector dels carburants, es va partir dels llistats facilitats pel Departament d'Indústria, Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya. El disseny de la mostra s'ha basat en una distribució proporcional de la relació de benzineres segons províncies, comarques, municipis i marques, i s'han triat aleatòriament les estacions que haurien d'integrar-la; el tamany previst fou de 533 estacions. Aquesta quantitat va considerar-se adequada per a un marge d'error de mostratge del 3% i un marge de confiança del 95%. La Taula 2 mostra la previsió i la realització provincial de la mostra:

Taula 2
Estructura provincial d'estacions de servei i distribució de la mostra

Províncies:	Estacions de servei a Catalunya:		Mostra del estudi:	
	Nombre	Percentatge	Teòrica	Aconseguida
Barcelona	561	52,7	282	260
Girona	174	16,4	88	78
Lleida	139	13,1	69	71
Tarragona	190	17,8	94	104
Totals	1.064	100%	533	513

Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística*. 2000.

1.4.2 Ubicació i mida de les estacions de servei

A nivell operatiu hem entès com a àrea de servei les estacions o complexos de serveis expenedors de carburants, de qualsevol tamany, ubicats a la xarxa d'autopistes, autovies o a la resta del tramtat vial local, o comarcal del Principat, tant si es tracta d'indrets urbans com rurals. El tipus d'estació que més fàcilment podria haver quedat fora de la nostra observació seria del tipus empresa de maquinària o de transport que disposa de grans dipòsits per al seu autosubministrament, de gasoil habitualment, en algun polígon industrial i que adquireix directament a les petrolieres.

Des de la perspectiva lloc on hi ha les diverses benzineres, hem visitat i tipificat tota mena d'estacions, estiguin a l'autopista, en autovies o en qualsevol altre lloc de la xarxa viària, rural o urbana. El tipus de classificació que hem establert recull a bastament les diverses realitats. Vegem-ho:

Taula 3
Ubicació de les estacions de servei a Catalunya

Ubicació:	Percentatges:
A peu de carretera nacional	18,7
A peu de carretera comarcal	22,1
A peu de carretera local	8,5
A l'àrea de servei d'una autopista	6,0
A l'àrea de servei d'una autovia	3,1
Al cas del poble o ciutat	35,6
En un polígon industrial, port, etc.	6,0
Total	100%
N (casos)	(513)

Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística*. 2000.

Globalment ens adonem que la ubicació de les benzineres és en gairebé el 50% dels casos a peu de carreteres locals, comarcals o en alguns dels trams de les nacionals. Més del terç està situada als nuclis de pobles o ciutats, mentre entorn del 9% és a la xarxa d'autopistes i/o autovies i prop del 6% en zones portuàries, polígons industrials o similars.

Amb la noció de mida volem referir-nos a la quantitat de serveis prestats pels complexos d'estacions de serveis associats a la venda de carburants. En un article del *Dossier Econòmic de Catalunya* (6/4/99), llegim que el Sr. Manuel Amado, President de la Federació Catalana d'Estacions de Servei titlla com "l'altra farmàcia de guàrdia" tot aquest complex de serveis com botiga, trens de rentat, venda i reparació de neumàtics i tota mena d'altres accessoris que hi ha a les gasolineres, resultat -diu ell- de la desmonopolització del mercat. Cas de no recórrer a alternatives com aquesta, assegura que la meitat de les benzineres haguessin hagut de tancar. L'activitat comercial i els beneficis que deixa "aquesta altra farmàcia de guàrdia" no són irrisoris, per tant. Així, per Total España aquesta diversificació representava l'any 1999 entorn del



40% del benefici, i es pensa que encara pot augmentar el benefici a curt termini.

D'aquesta manera es pot afirmar que l'estructura comercial per a proveir-se d'alguns productes de primera necessitat ha incrementat el seu nombre a Catalunya aquests anys en alguns centenars de botigues, bars, alguns restaurants alhora que ha crescut també l'oferta hotelera. Els establiments de rentatge de vehicles i de manteniment de pneumàtics han vist incrementar en molt l'oferta de serveis mitjançant les instal·lacions i renovacions de tot el sector. La taula 4 presenta una relació percentual de presència/absència d'aquests serveis a les diverses estacions i aporta una primera idea de quina és l'envergadura real d'aquests complexos.

Taula 4
Serveis que ofereixen les estacions de servei catalanes
(En percentatges)

Servei:	Percentatges de benzineres que ofereixen el servei:
Botiga	85,8
Bar / cafeteria	23,0
Restaurant / Self Service	13,4
Servei d'Hostal/Hotel	3,7
Taller d'automòbils (pneumàtics etc.)	7,0
Túnel de rentat	30,1
Boxes de rentat	24,0
Pàrking per a camions	24,7
Club musical, discoteca, o similar	1,0
N (casos)	(513)

Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000.*

1.4.3 Disseny i validació

L'equip realitzador va elaborar un protocol-qüestionari partint del plantejament de la noció de recorregut que hem esmentat, atenent als segments d'aquest recorregut. En primer lloc calia recollir la informació lingüística existent a l'àrea de l'entrada –a nivell de retolació i anuncis de la marca-, en segon terme a l'àrea de servei, retolació a la marquesina,

columnes i màquines. L'àrea de l'oficina i caixa formaven el tercer bloc d'observacions a fer; comprenia la presència/absència del català a la part destinada a botiga i eventualment bar/cafeteria, restaurant i/o hotel. Abans de sortir del complex de l'àrea s'observava també altres serveis com són els de les mànegues de l'aire/aigua i l'existència o no de túnels de rentat, tallers o altres. Unes preguntes adreçades al personal de l'estació cloïen el final del qüestionari.

Abans d'iniciar el treball de camp es féu algunes comprovacions en diverses àrees de servei per tal de verificar i corregir el protocol de qüestionari; es va prendre una primera onada de fotografies i fou consultat un expert del sector per tal de no deixar elements importants fora dels objectius de la recerca. Es feren seguidament les reunions de formació de l'equip d'enquestadors per tal d'homogeneïtzar i esclarir els criteris d'observació a seguir.

1.4.4 Treball de camp

Es va establir sobre el mapa un sistema de rutes per a dur a terme el treball de camp. Aquest sistema ha permès de cobrir la totalitat d'autopistes, autovies, carreteres nacionals i comarcals, l'eix transversal, i les estacions situades en aglomeracions urbanes, en centres comercials, cooperatives i ports esportius. Atès el migrat nombre d'estacions de servei de la Vall d'Aran i l'especificat lingüística d'aquella comarca, vam decidir realitzar les 2 entrevistes que hi corresponien a les seves comarques veïnes.

S'han visitat 533 estacions de servei s'ha obtingut informació de 513 (Annex 2), incloent-hi els punts de venda existents a determinades superfícies comercials, cooperatives i ports. Algunes adreces errònies, establiments tancats o abandonats i uns pocs casos que es negaren a respondre les preguntes i/o dificultaren fer l'observació de l'establiment expliquen la vintena de no respostes.

Omplenar l'enquesta comportava anotar en uns fulls l'observació sociolingüística dels cartells, la retolació, el logo i la marca, alhora que observar l'ús oral de la llengua dels empleats del servei envers la clientela. L'entrevista acabava amb unes preguntes finals adreçades al personal encarregat de l'establiment i algunes observacions sobre l'estat de conservació i l'entorn on era ubicada l'estació.

1.4.5 Pla d'anàlisi

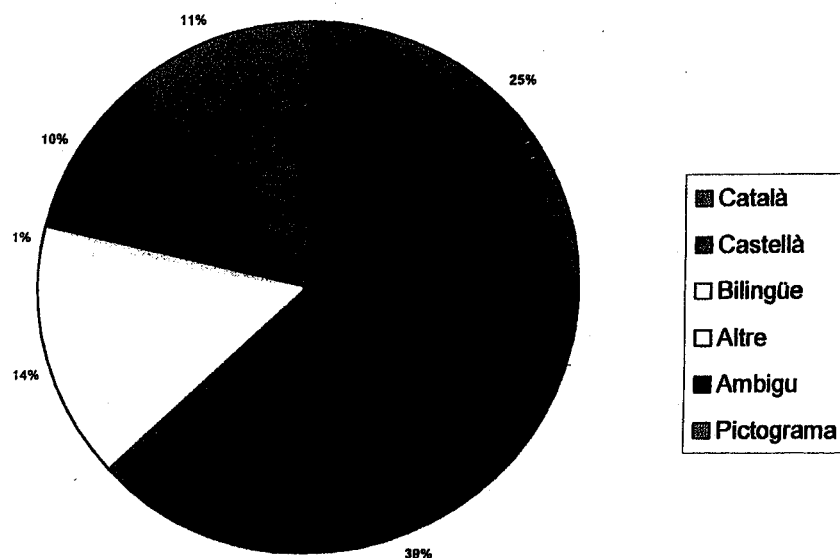
Un cop recollides les enquestes, i després de codificar i gravar tota la informació, es va procedir a verificar les dades, a sotmetre-les a proves de consistència, a generar variables noves, a excloure aquells casos o ítems la resposta dels quals fos o pogués ser dubtosa per a finalment tabular-ne els resultats principals. Analitzats aquests primers resultats, es va estructurar el sistema de variables que poden resumir i explicar millor els usos lingüístics del sector, es va crear tot un sistema de creuaments de les diverses variables que intervenen en els usos lingüístics, tant si són de caràcter territorial, com les més directament afectades pel factor marca o companyia d'abanderament. L'exploració i explotació estadística dels resultats principals requereix sistematitzar els resultats de tota la informació mitjançant la creació d'índexs i la presentació dels resultats mitjançant gràfics.

Capítol 2 La llengua a les estacions de servei, resultats de la recerca

2.1 Visió general dels usos lingüístics

La llengua predominant del conjunt de rètols i la interacció verbal és el castellà en el 39% dels casos (**gràfic 3**). El segueix el català que té només una presència del 25%. El bilingüisme –amb exemples com autoservicio/autoservei, horario/horari, servicios/serveis, sin/sense plom– és la tercera fórmula comunicativa, que sumada al català iguala en importància al castellà. L'ambigüitat i les formes pictogràfiques de comunicació –és molt extès el pictograma del no al tabac al recinte de la benzinera, al foc, als motors i als fars encesos– vénen a ser de l'ordre d'una cinquena part del conjunt lingüísticocomunicatiu.

Gràfic 3:
Distribució lingüística global a les àrees de servei de Catalunya



Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000.*

Aquesta ambigüitat es concentra en situacions comunicatives concretes al voltant de noms comercials com CAMPSA, PETRONOR, PETROCAT,

ENACO, S.A., i de noms de productes com Extradiesel, Eurosuper. Aquesta situació lingüística, característica d'un sector altament globalitzat com és el dels carburants, indica cap on poden anar les formes lingüístiques en català, si es pretén traspasar barreres geogràfiques i territorials.

Pel que fa als pictogrames cal dir que són resultat de la necessitat de comunicar uns missatges, unes idees d'una forma clara i molt ràpida. Són especialment utilitzats per a indicar situacions de perill o d'urgència. Vénen a ser una forma de conduir la comunicació en una única direcció sense deixar peu a la interacció. Sovint estan acompanyats de material escrit encara que de fet és el que volen evitar.

2.2 L'ús de la llengua en 6 àmbits de l'estació de servei

L'observació lingüística a les benzineres i la percepció que ens enduem en entrar en un complex de serveis on pot trobar-s'hi botiga, bar, cafeteria, restaurant, hotel, o tallers de diversa índole, es basa en la idea de recorregut que ja hem indicat en el plantejament metodològic, i que concretarem en sis àmbits d'acció, d'observació i d'anàlisi: arribem a l'estació, ens situem al lloc dels sortidors, passem per caixa, sovint situada a l'interior de l'oficina/botiga, observem la resta de serveis que hi ha a l'àrea i en sortim. És habitual que tant si és a l'hora de servir-nos el carburant com si és el moment de pagar-lo establim algun tipus de conversa més o menys extensa amb l'encarregat/da de l'establiment. Aquesta fou la seqüència amb què vam preparar el protocol d'observació (Cf. **annexos 1 i 3**), i aquest serà l'ordre com tractarem les dades en el seu conjunt, fetes algunes excepcions.

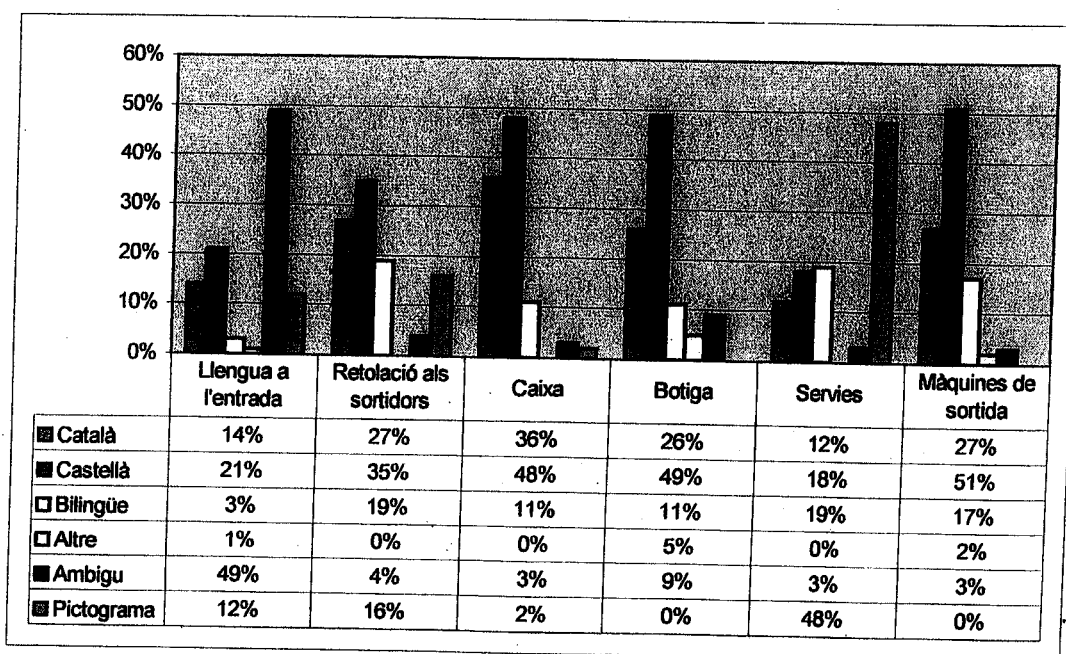
- La primera excepció és que a l'àrea dels sortidors es produeix una gran varietat de comunicacions en forma de rètols, missatges sonors i/o pictogràfics amb funcions diferenciades. Mentre uns fan referència al funcionament de les mànegues, al tipus i preu del producte, s'adrecen els altres a evitar que es fumi o es truqui en tot el recinte i que els vehicles repostin amb el motor i els fars apagats. És en aquest indret del recinte on sol haver-hi la informació per al consumidor sobre la disponibilitat de fulls de reclamacions, i d'un joc de mesures, alhora que se l'adverteix de què cal fer

en cas d'emergència, i se li indica on hi ha extintors i de quines mesures de seguretat antirobatori disposa el recinte. Atesa l'extrema heterogeneïtat i funcionalitat d'aquests tipus de missatges, els agrupem i analitzem diferentment segons la seva tipologia.

- La segona excepció és que la trobada client-encarregat/da pot produir-se ja a l'hora de repostar o bé a l'hora del cobrament. Ens hi referirem en un sol bloc en tractar dels usos dels català entorn de la caixa.

- Cal esmentar una tercera excepció: A efectes de recompte final menystindrem les dades d'aquelles situacions lingüístiques en què s'hagi trobat molt poca informació per donar-se en pocs casos. Ens referim a ítems com anuncis sonors a les màquines de begudes i/o de tabac i joc, escadusseres encara a l'actual xarxa de benzineres. Mantenim en canvi els resultats obtinguts en els anuncis sonors en despenjar les mànegues atès que, en primer lloc, va havent-hi cada cop més llocs d'autoservei, i en segon terme, la seva sonoritat no és només informativa sinó que afecta a la mateixa seguretat del vehicle en intentar evitar errors de subministrament. Expressades aquestes excepcions, passem a presentar gràficament els resultats obtinguts en l'anàlisi dels 6 àmbits.

Gràfic 4:
Distribució de les llengües per àmbits d'ús



Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000*

2.2 L'entrada

L'entrada d'aquest recorregut s'inicia en trobar un indicador d'estació de servei en ple carrer, en un xamfrà, a la carretera, en arribar o al sortir d'una superfície comercial (vegeu fotografies adjuntes núm. 1-10). El fet d'entrar-hi sol significar a nivell sociolingüístic veure unes grans columnes –ben il·luminades de nit– on hi ha els llampants rètols i logos comercials de les marques.

L'observació detallada de cadascuna d'elles ens fa adonar que volen diferenciar-se de la resta amb un logo i un to o color propis que les caracteritza, com és ara el verd de BP i el rètol ben gros de Benvingut en aquesta marca (fotografia 1). També la C de Campsa sobre el blau cel i la publicitat de la cadena Sprint (fotografia 5). Criden igualment l'atenció la flamant petxina groga de Shell sobre el vermell (fotografia 3), els vermellosos de Total (fotografia 2), i els característics logos de Petronor, Meroil, Caprabo (fotografies 7, 10 i 4 respectivament), o tantes altres marques.

És remarcable a nivell sociolingüístic l'atapeïment de missatges que hi ha en aquestes columnes mitjançant els quals es pretén informar, no sense risc, a una clientela que els mira de reüll mentre condueix... Deixant de banda els aspectes de seguretat, cal considerar-hi a efectes sociolingüístics

- la llengua en què s'expressa el nom dels productes i els preus, que són globalment en castellà (vegeu fotografies 2,5,6,7 i 8),
- l'anunci d'horari d'obertura i de tancament, que presenta un repertori idiomàtic més divers (vegeu 3,4,5,6,8),
- les targetes de crèdit amb què es pot operar, la característica lingüística de les quals és zero de presència en català,
- la informació de si es tracta o no d'un autoservei (vegeu 3,4), i de
- l'existència/absència de botiga, tipus d'establiment amb més/menys grandària i diversitat en l'oferta, que pot perfectament estar anunciat en anglès tal com s'observa en el cas de Petroshop (vegeu fotografia 7), o també en el de Sprint (Campsa, fotografia 5).

En aquest sentit, el lector s'adonarà del monolingüisme de Botiga a BP i del bilingüisme de Botiga/Tienda a Shell prioritzant-hi el català. Un bilingüisme igualment present en els horaris i l'anunci de benvinguda en el cas de Cepsa,

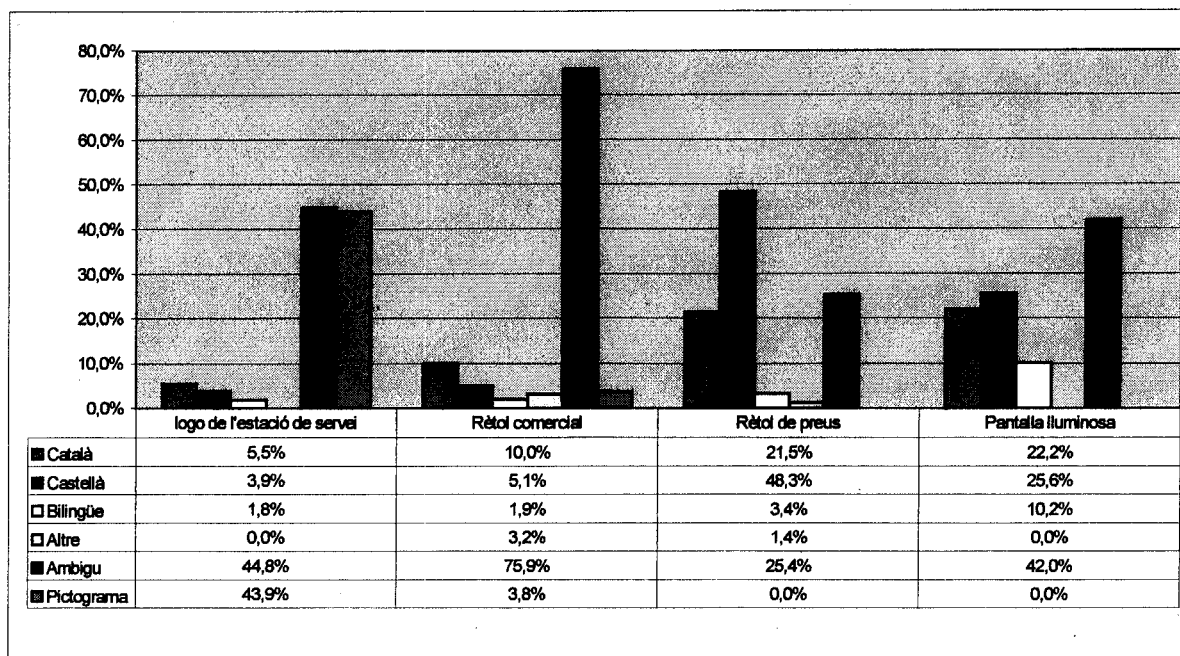
al costat del monolingüisme en espanyol del grup Repsol, i de la retolació en català de Meroil i Caprabo.

En entrar en una àrea de servei, topem també amb els vius colors de les marquesines, retolades amb lletres grosses, de forma que destaquin clarament sobre fons contrastats. Observi's la verdor de BP, destil·lant ecologia, la duresa de Repsol sobre un fons gris (fotografia 6), o la potència que transmet el fons vermell de Cepsa/Elf (fotografia 8). Sota un cel estilitlat d'estiu podem veure com ressalta també, a la seva manera, el rètol en català d'una Estació de Sant Guim (fotografia 9).

Val a dir que la *retolació exterior de l'estació* mitjançant la columna lluminosa de l'entrada i la marquesina és la més visible, i la que dona la imatge distintiva de la benzineria. Poden observar-s'hi el *logo*, el *rètol de la marca comercial* (gràfic 5), els *preus* i altres dades que figuren a la marquesina o a la columna il·luminada.

Gràfic 5:

Usos lingüístics a l'àmbit d'entrada de l'àrea de servei



Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística*. 2000

Hi ha dos aspectes que reclamen especial atenció: un d'ells és l'ambigüitat i la manca de definició lingüística en la imatge de marca de la benzinera (76% dels rètols comercials, el 45% i el 42% respectivament en els casos *del logo i la pantalla lluminosa*). Encara que en menor mesura, aquesta ambigüitat es trasllada fins i tot a la *retolació dels productes i preus* de l'àmbit dels sortidors com es veurà a la sèrie de gràfics que adjuntem a l'àmbit següent. Hi ha un segon aspecte que ressalta d'una manera especial: el castellà té una presència més gran que el català en els *anuncis dels preus* (48% en castellà davant del 22% en català).

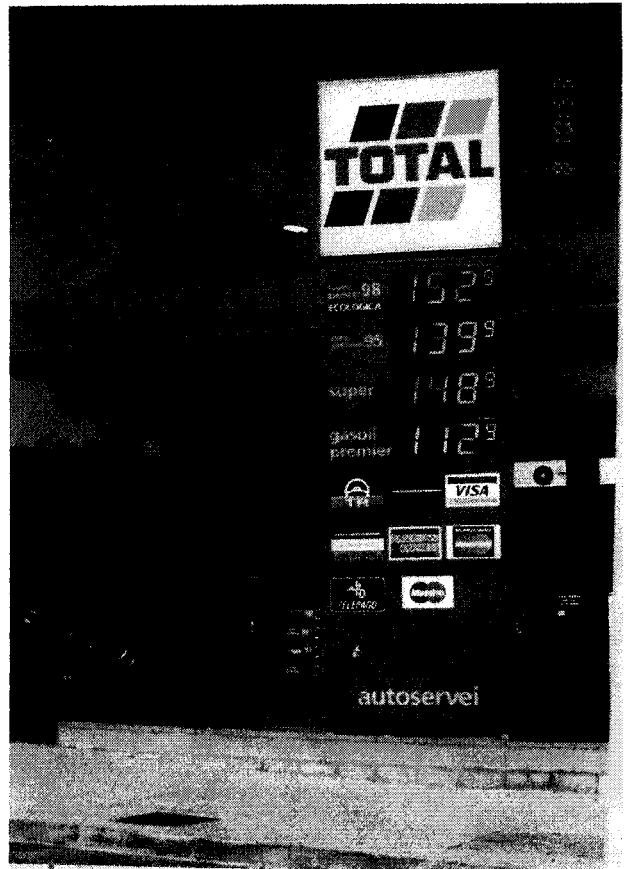
El recurs al bilingüisme no es presenta, per tant, com una estratègia dominant pel que fa a les imatges de marca de les companyies d'aquest sector. Petrocat excel·leix en fer ús explícit del català al costat d'altres companyies com Total que també en fan un cert ús, o dels supermercats Caprabo la retolació dels quals és clarament en català. Cal fer notar que no arriben al 10% els casos que es decanten a nivell lingüístic per l'ús del català o del castellà mitjançant els *logos*, sinó que es recorre a l'ambigüitat lingüística o a l'estricta recurs als pictogrames.



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura
Direcció General de Política Lingüística
Institut de Sociolingüística Catalana
Centre de Documentació
Passatge de la Banca, 1-3
08002 Barcelona



1: Visió de la marquesina de BP i de l'àrea de les màquines expenedores. Destaca el "Benvingut" en català sobreposat al verd ecològic de la marquesina.



2: Anuncis a la columna de TOTAL



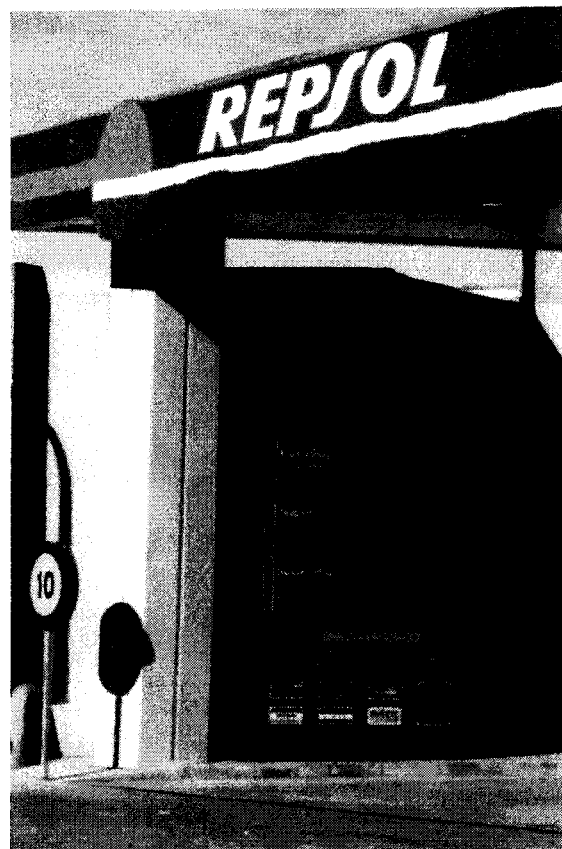
3: Bilingüisme a SHELL



4: Anuncis en català a CAPRABO



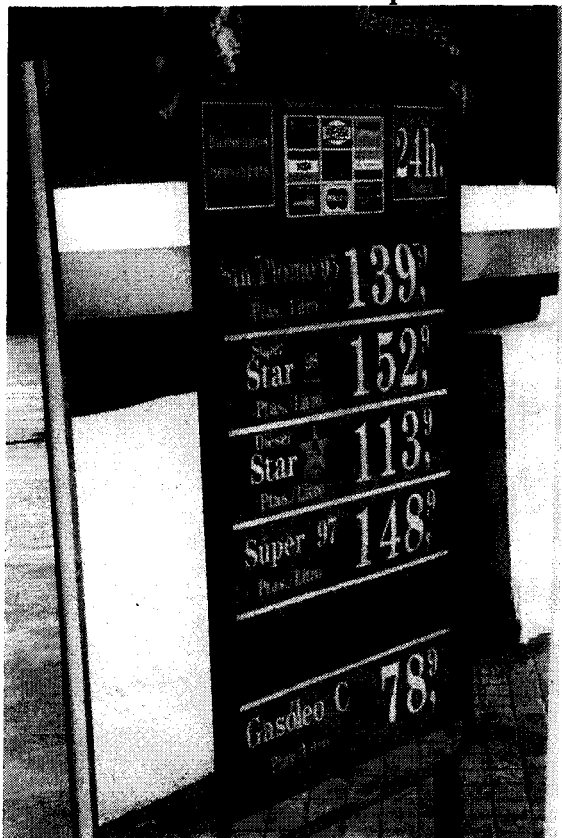
5: Ambigüitat i monolingüisme a Campsa



6: Retolació en castellà a Repsol



7: Anglès i castellà al Grup Repsol



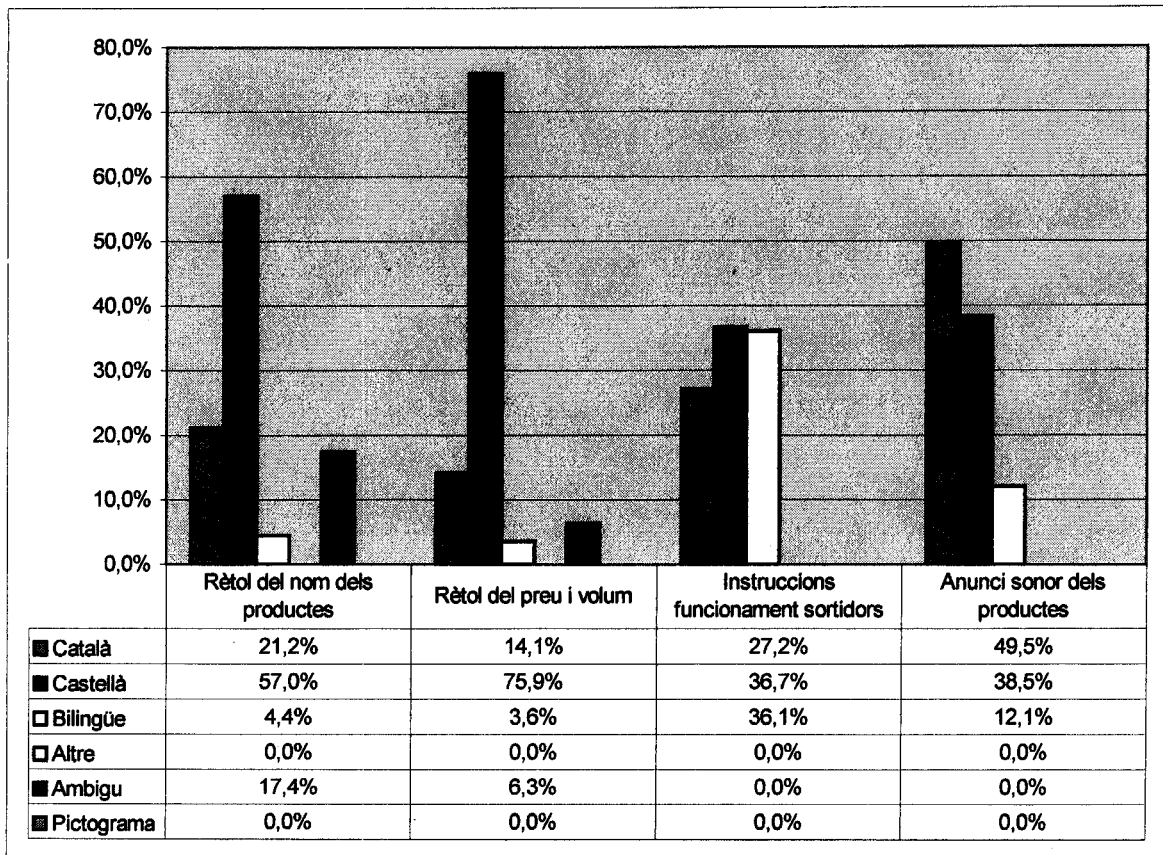
8: Bilingüisme en benvingut i horari

2.2.2 Els sortidors

Al dessor de les marquesines hi ha les rengleres de màquines expenedores. Segons la marca i el model que sigui, aquestes màquines tenen més o menys mànegues de distribució de carburant (fotografies 10-13). Observi's

- l'anunci del nom del producte, que sol tendir a l'ambigüitat lingüística jugant amb paraules com **super** i **diesel** i els seus compostos (fotografia 13)-,
- la referència a la varietat d'octans i al **sin/sense plom**,
- la informació al consumidor de l'**importe** expressat en **ptas.**, el comptador de **litros** i el corresponent **precio/litros** (fotografia 11),
- les instruccions de funcionament d'algunes màquines. Es tracta de rètols que solen ser ben visibles quan s'entra en una àrea de servei fins al punt de formar part de la imatge de l'estació.

Gràfic 6:
Usos lingüístics a l'àrea de sortidors (1)



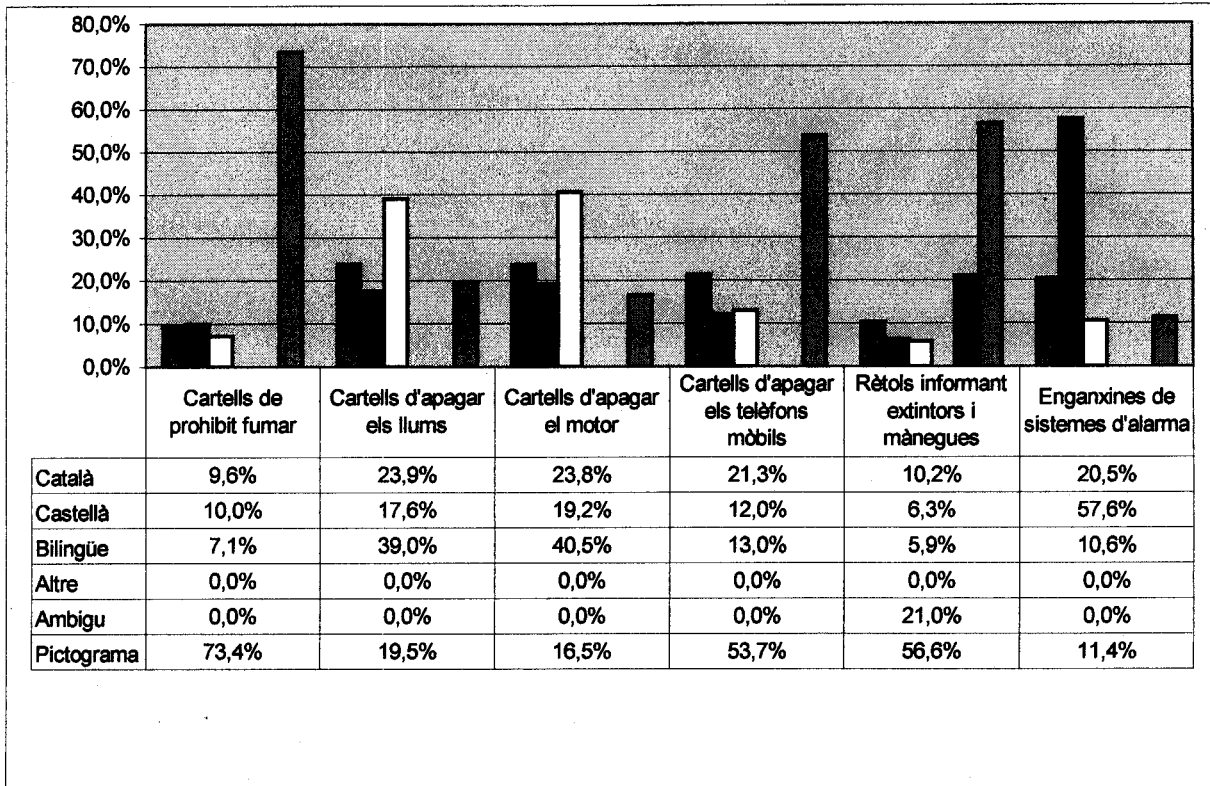
Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística*. 2000

Els rètols dels serveis oferts en aquesta zona -**gràfics 6 (1),(2),(3)**- recorren prioritàriament al castellà en molts casos. Crida l'atenció la presència dominant d'aquesta llengua (fotografia 11) pel que fa als *noms dels productes* (57% en castellà i 21,7% en català) i al *preu* d'aquests (76% en castellà i 14% en català). El català, per la seva banda, predomina només en percentatges tant en *l'anunci sonor* del producte com en la confecció d'*altres avisos i rètols* (46% en català, 39% en castellà) de caire més ocasional, que sol dependre més del personal encarregat de l'estació, i són un indicador important per a descobrir la llengua vehicular quotidiana de l'establiment amb la seva clientela usual -Cf. **Gràfic 6 (2)**. En aquest cas, continua havent-hi un cert nombre d'empreses que recorren a la forma bilingüe. Quan es contrasta per empreses, no es noten grans diferències entre companyies, llevat del cas de Petrocat i del relatiu poc ús del català de Cepsa.

En el bloc de cartells d'informació al consumidor -*fulls de reclamació, jocs de mesures* (vegeu fotografia 15)- el recurs al bilingüisme obté el 38% i 42% respectivament, el castellà el 33% i 35%, llengua que predomina també en les *enganxines dels sistemes de seguretat* (58%) i -**gràfic 6 (3)**- i en les *instruccions en cas d'emergència* (39%). El recurs al pictograma (fotografia 12) és el més generalitzat per a recordar la *prohibició del fumar* (73% dels casos), la *ubicació dels extintors* (57%) o el no-ús del *telèfon mòbil* a tot el recinte (54%). La forma d'avisar que no es reposti amb el *motor i els llums encesos* és troba més fàcilment en ambdues llengües (41% i 39%) o bé en català (24% en ambdós ítems. Vegeu **gràfics 7 i 8**).

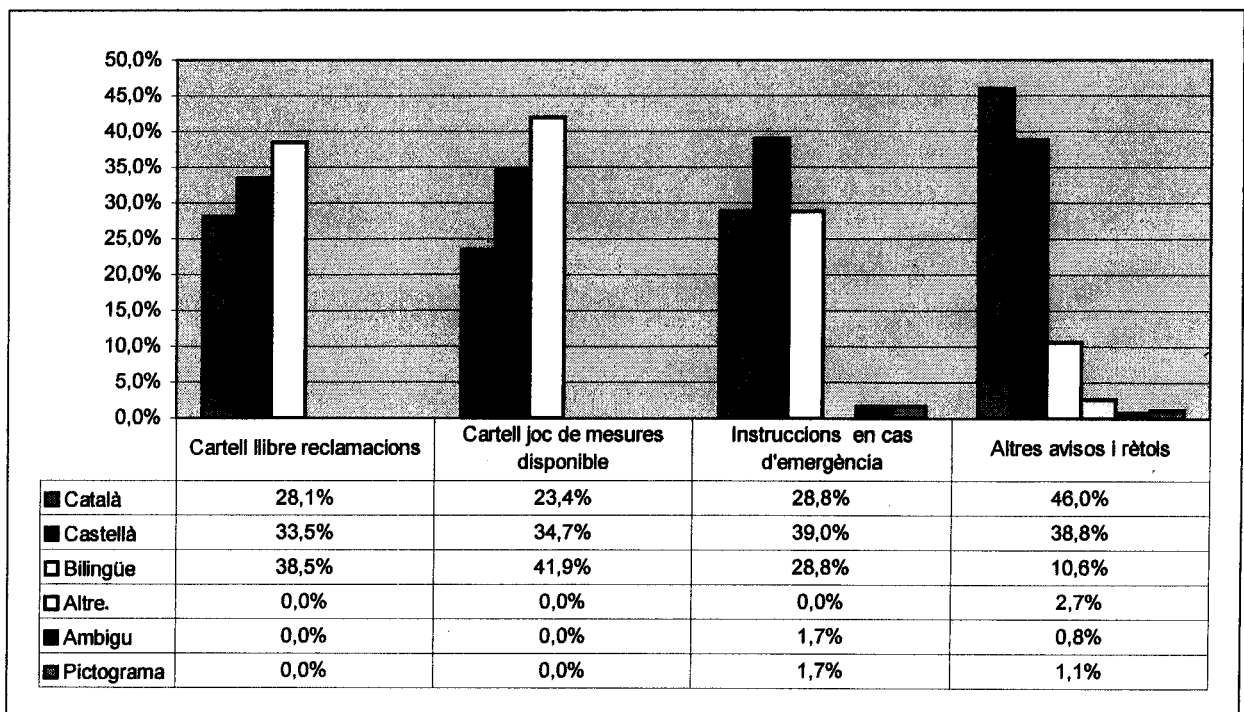
Quan es contrasten aquests usos amb la variable companyia (Cf. **Annex 4**), ens adonem que Campsa i Repsol formen el grup que més clarament es decanten cap al bilingüisme en aquest tipus de rètols, si bé continuen mantenint un ús ampli del castellà. Cepsa és la companyia amb una major presència del castellà en aquest tipus de rètols. BP i Total presenten una certa presència del català, quelcom superior àdhuc al bilingüisme, excepte pel que fa a noms de carburants on domina aquest. Petrocat és la companyia que més clarament opta pel català com a llengua base.

Gràfic 6:
Usos lingüístics a l'àrea de sortidors (2)



Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000

Gràfic 6:
Usos lingüístics a l'àrea de sortidors(3)



Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000

Globalment, s'observa que hi ha com unes pautes en els usos lingüístics a l'interior del recinte. D'una banda els rètols que contenen *les instruccions de funcionament* i, de l'altra, els *cartells de prohibicions*. Els primers (instruccions de funcionament dels sortidors, o què cal fer en cas d'emergència) tenen un perfil equilibrat en quant a llengua. Trobarem una excepció en el cas de les instruccions de pagament en l'àmbit d'anàlisi de la Caixa, que decididament opten per al castellà. En canvi, els cartells de prohibicions, més estandaritzats potser, són més clarament bilingües, tot i que esdevenen pictogrames en la mida que són més comuns (prohibit fumar o la indicació d'on hi ha els extintors).

Una altra excepció important és la que veiem en l'anàlisi de les enganxines que avisen de la presència de sistemes d'alarma. Com que acostumen a ser facilitades per les companyies de seguretat, aquestes les distribueixen majoritàriament en castellà. Una anàlisi detallada del sector (annex 4) permet d'indicar que en aquest tipus de retolació la companyia Cepsa té una línia clarament bilingüe, mentre que Campsa i Repsol es decanten més aviat cap al castellà, principalment la primera. Proporcionalment fan un ús del català més extens les companyies estrangeres com BP, Total o fins i tot Shell.

Cal tenir present també que els *rètols dels productes i preus incorporats a les màquines expenedores* formen un cas de monolingüisme en castellà (vegeu el **gràfic 6**), ja que la immensa majoria de les indicacions dels sortidors són en castellà (un 76% davant del 14,1% en català). Petrocat i, en menor mesura Total, i Shell, són l'excepció en aquest sentit. Els anuncis sonors en els sortidors es decanten per un ús prioritari del català.

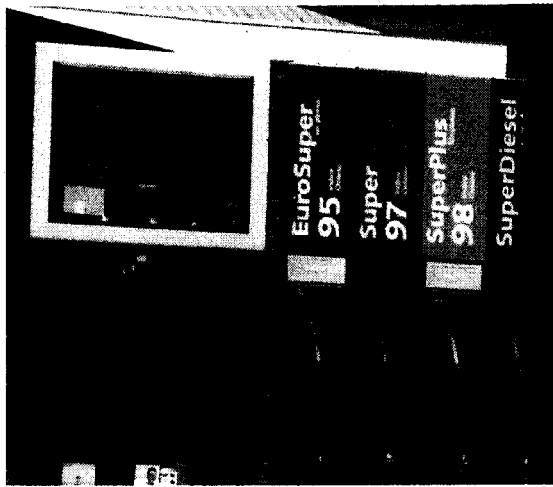
Ja hem indicat que en aquesta zona cèntrica de serveis hi ha aquella informació que, per llei, s'ha de presentar de forma explícita al consumidor. Ens referim als anuncis de «*no feu gasolina amb els fars encesos o el motor engegat*» (Meroil), al costat de versions castellaneres i/o de multiplicitat de pictogrames. Informació que pot estar recollida igualment amb tot d'altres avisos oficials -a voltes plurilingüe a les comarques frontereres o a les més

properes a la costa- en un rètol més/menys gran, normalment penjat d'una de les parets de l'oficina o botiga.

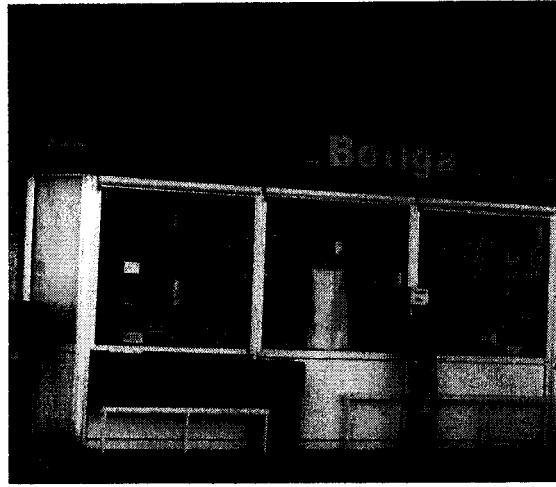
Aquest ràpid recorregut, explicat i documentat amb algunes il.lustracions fotogràfiques, ha permès d'introduir des d'una perspectiva etnogràfica alguns dels moments i indrets més usuals d'una visita a una estació de servei des de la perspectiva usos sociolingüístics a:

- 1.- l'entrada a l'àrea,
- 2.- situar la marquesina i les mànegues d'expedició en un indret de centralitat on poder obtenir el carburant que es necessita, fer una ullada potser al bar o als trens de rentat i ... pagar a
- 3.- la caixa¹ o mitjançant l'automat (fotografia 16), després d'entrar o no a la botiga, àmbit sociolingüístic que serà objecte d'un altre apartat.

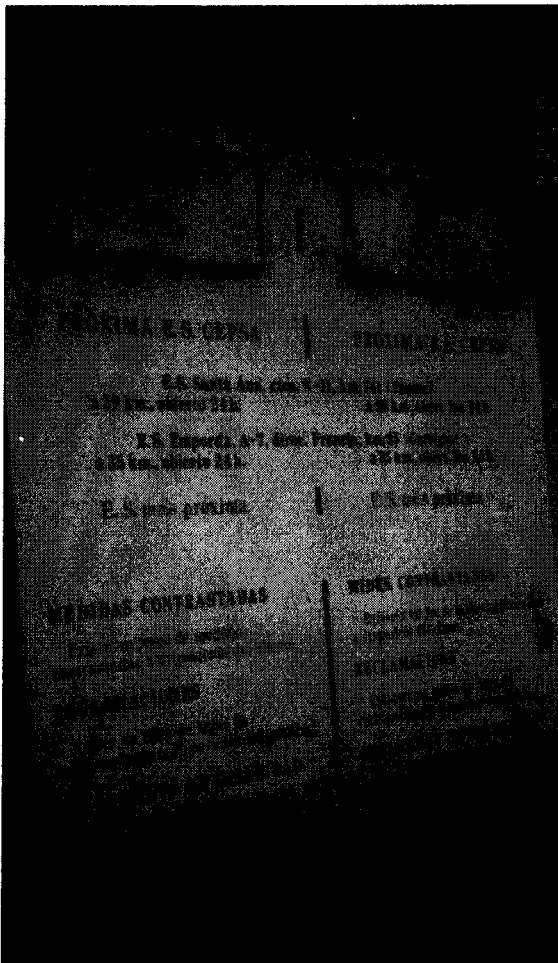
¹ Cal recordar que la caixa que hi ha en benzineres amb servei nocturn té una finestreta o calaix extern a l'edifici, per raons de seguretat (vegeu la fotografia 14, referida a BP).



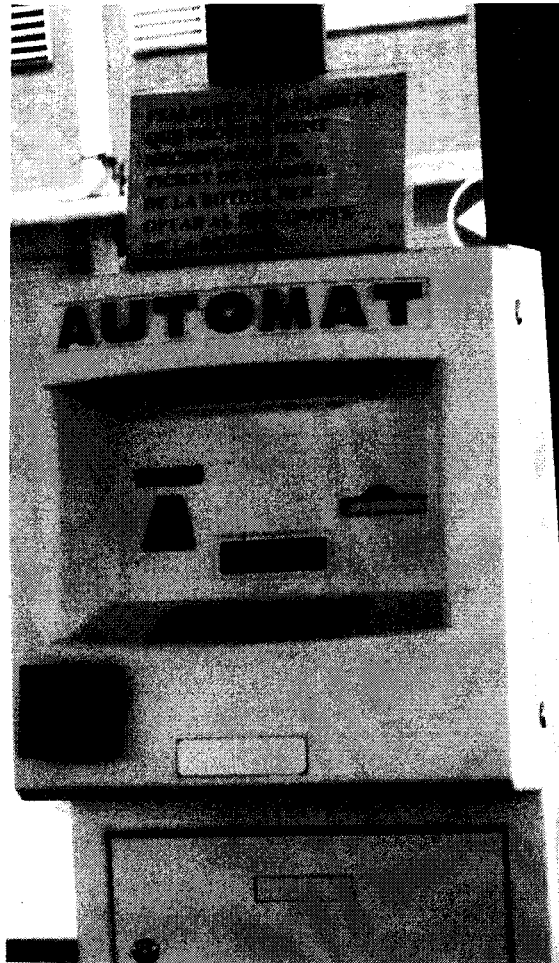
13: Nom i preu dels productes



14: Rètol de "caixa nocturna" i "botiga"



15: Bilingüisme als cartells de CEPSA



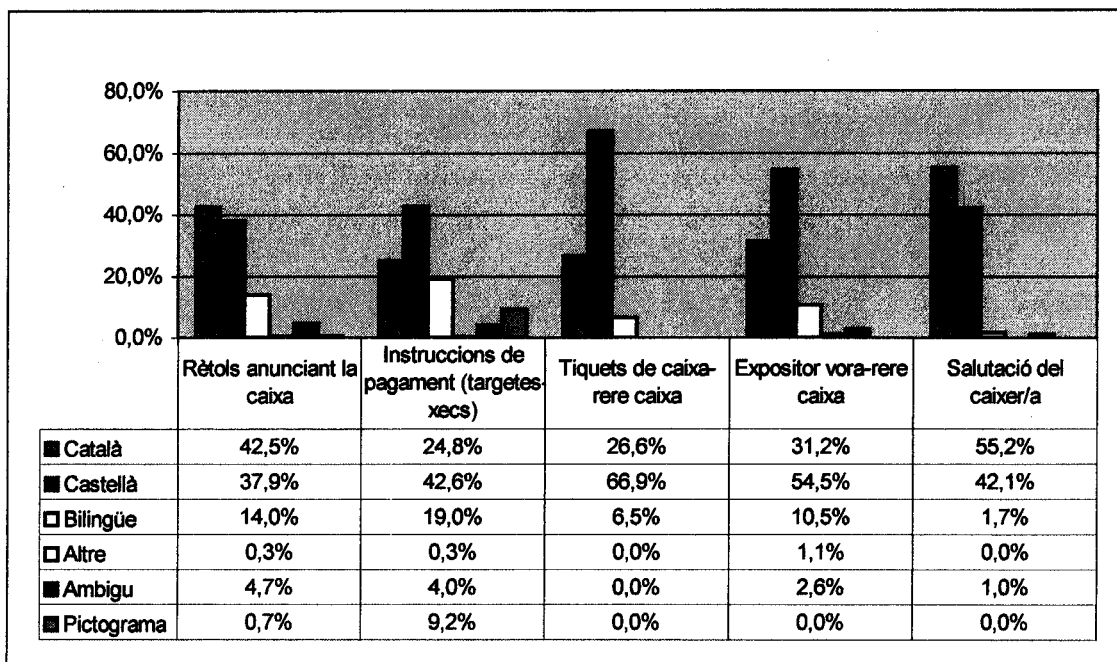
16: Rètol en català en àrea de Champion



2.2.3 La caixa

Formen aquest àmbit d'ús els *rètols de la caixa*, o el lloc on hi ha la caixa (Gràfic 7) i el caixer/a o l'encarregat/da en feines de cobrador; analitzarem els usos orals de la relació que s'estableix amb l'entrevistador/a a la part final d'aquest àmbit d'ús. Hem comprovat que hi ha més rètols de la caixa escrits en català, el 43% dels casos, encara que una bona part ho estan només en castellà: 38%. En aquest cas el recurs al bilingüisme o a l'ambigüitat té menys presència, i afecta globalment al 19% dels casos.

Gràfic 7:
 Usos lingüístics a l'àmbit de la caixa



Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000.*

L'entorn on hi ha la la caixa constitueix un altre punt important d'observació, ja que tothom ha de passar-hi i atès que sol haver-hi també les *instruccions de pagament*, expressades més en castellà que no pas en català (43% i 25% respectivament). El recurs al castellà és més elevat encara a l'hora d'ofertar *productes als expositors de vora de la caixa* (55%), i ateny els dos terços dels

casos quan allò que analitzem és precisament la llengua en què estan redactats els *rebuts* o *tiquets* de la màquina registradora: 67% en castellà, 27% en català.

Val a dir que en preguntar als empleats en quina llengua emet els tiquets de caixa la registradora de l'establiment, ho ignorava una àmplia majoria, la qual cosa va dur-nos a col·leccionar-ne un cert nombre, que mostrem i analitzem tot seguit.

La sorpresa més gran ve donada pel poti-poti lingüístic que es desprèn de la seva observació. Així, en l'anàlisi lingüística d'un tiquet de caixa et veus forçat a diferenciar-hi l'adreça del nom comercial de l'empresa a la capçalera¹; aquest pot estar escrit en català –com SARSA VALLÈS, pàg. 40, ESTACIÓ DE SERVEI INDÚSTRIA, S.L., pàg. 42-, en castellà –ESTACIÓN SERVICIO ALMOGAVARES, pàg. 43- o contenir un cert aiguabarreig lingüístic propiciat pels nom i l'adreça, fins a recórrer a la indefinició lingüística mitjançant l'ambigüitat ja assenyalada –REPSOL, CEPESA, ESPARGA- o mantenint-hi termes en una altra llengua: SHELL El mateix terme "tiquet" apareix escrit "ticket" –sic, pàg. 40- tot i anar seguit amb ..."de comptat". A les capçaleres, a més, es troben noms en català seguit de termes com "Calle Indústria" o "Dirección Girona" a l'adreça. Ben mirat, una anàlisi de tots els recursos lingüístics dels tiquets de caixa dona per analitzar les filigranes que acaben fent la gent a efectes lingüístics.

Sovint una lleugera línia de separació o un espai en blanc –cas de SARSA VALLÈS o altres- diferencien aquesta part del que és pròpiament el cos del rebut, amb nom i preu del producte consumit, amb l'IVA normalment desglosat de la Base imposable, així com la data d'emissió del tiquet. En aquesta part, bàsicament redactada en castellà, pot trobar-s'hi també qualsevol mena de sortida i d'enginy lingüístics; es tracta del cos central del rebut, on la relació i el

¹ Esperàvem que fóra pensable que en aquests tiquets i rebuts hi hagués coincidència lingüística entre el que consta en aquesta part alta i el nom amb què està registrada l'empresa al Departament d'Indústria, Comerç i Turisme, o que eventualment fos el mateix de la resta d'establiments de la cadena. No resulta pas fàcil en un primer intent de síntesi de poder-ho comprovar ni precisar amb exactitud.

nom dels serveis prestats o productes adquirits poden oferir també un ampli repertori per a la seva anàlisi lingüística. Veiem així encapçalaments amb "Producto, P. Venta, Cant " seguit del nom dels productes en castellà o en català –pàg. 42, 43-, al costat de "Codi, Article, Preu, Import" i la relació en castellà dels productes adquirits, o també "Prod., Quant., Preu, Total" al costat de "GAZPACHO". Tot un presagi de com es resol la situació lingüística a la part central d'un tiquet de caixa.

La gamma de recursos lingüístics és variada també a l'apartat de "CONTADO, Efectivo, Contravalor en Euros, Información Euro, Expendedor, Fecha, Justificante de entrega" al costat de "Caixer, Rebut –CEPSA-, Client, Domicili, Població", etc.- a ESPARGA, S.L, on resulta poc esclaridor que tot el rebut sigui en català llevat del "Gazpacho" i del "BUEN VIAJE". Per sucar-hi pa!

A la seva part baixa sol haver-hi una mica de tot, des d'agraïments –"Gracias por su visita", fins a les "Moltes gràcies" o "Moltes gràcies per la seva visita"-, a l'usual desig de "Buen viaje", "Bon viatge", "Mercès i bon viatge (sic)" fins a altres informacions i/o reclams publicitaris: "Vaya llenando las maletas y disfrute de una maravillosa noche de hotel. Pida los vales."

Dèiem que el cos del rebut està format per la informació dels productes adquirits i la llengua en què ve expressada aquesta informació. Era en principi el que interessava en la nostra recerca, ja que juntament amb el missatge final –redactat com aquesta segona part en català o castellà- apareixen combinacions lingüístiques d'allò més sucoses i enrevessades, fàcils d'homogeneïtzar, amb l'ajut de la informàtica, si el sector, degudament esperonat per la societat i/o l'administració, així ho desitgés i/o requerís.

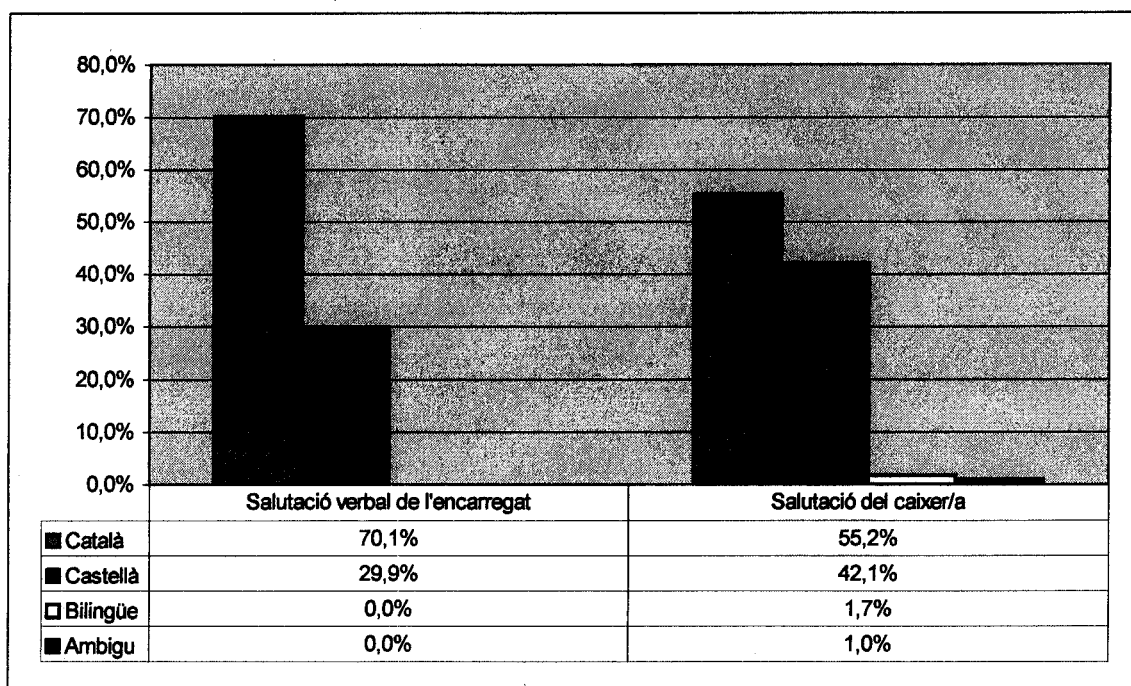
Vistes en detall, les combinacions lingüístiques que apareixen als rebuts són d'allò més diverses. En alguns casos, aquest fet pot atribuir-se a models de política lingüística del grup o empresa –cas de trobar-se amb gairebé total homogeneïtat lingüística en alguna marca o empresa, i mentre no es comprovi que canvien de llengua sense veure per què-. També al missatge final del rebut on la perplexitat augmenta en adonar-se que tampoc hi ha unanimitat en la

llengua, en la forma ni en el contingut entre establiments vinculats a una mateixa firma. El desori lingüístic en aquest ítem és considerable, com hem pogut posar de manifest en uns pocs rebuts de caixa.

2.2.3.1 Els clients

Havíem avançat també que incloem en l'àmbit d'usos de la caixa el tractament de la comunicació oral entrevistador-encarregat/da i/o caixer/a (Cf. Gràfic 8).

Gràfic 8:
Ús oral espontani



Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000.

Hem anat constatant l'existència ara d'un ús equilibrat adés desequilibrat entre català i castellà en diversos àmbits i ítems de retolació. Hem comprovat també un ús més aviat equilibrat català-castellà en la redacció de cartellera espontània. Aquesta mena de bilingüisme *de facto* contrasta amb la llengua que fan servir oralment els encarregats i/o caixers, ja que la salutació espontània adreçada pels encarregats als enquestadors va ser majoritàriament en català (70,% davant del 30,0% que es féu en castellà). Una proporció menor es va enregistrar amb els caixers/res (55,0% i 42,0%). Els entrevistadors tenien

instruccions de no condicionar la llengua preferida pel seu interlocutor. En contrastar els resultats d'aquest capteniment entre companyies veiem que són de bell nou poc significatives, tot i que el personal empleat de BP i de Cepsa facin servir una mica més el castellà (annex 4).

Vam observar que en aquest àmbit de relació i ha un altre nivell d'anàlisi, a més del constituït per la comunicació verbal espontània a l'establiment. Per això vam demanar quina és la llengua que segons l'informant parla majoritàriament la clientela, ja que constitueix un indicador de l'entorn lingüístic de l'establiment, i el paper del català en termes d'espontaneïtat hi queda una mica millor -entorn del 7% d'interaccions es duen a terme només en català al costat d'un 38% que també es produeixen més en català que no pas en castellà. A l'enunciat: "Podria dir-me quina llengua parla majoritàriament la clientela de l'establiment" els resultats obtinguts foren:

Taula 5
Llengua d'ús majoritari dels clients de les estacions de servei a Catalunya

Llengua:	Percentatges
1. Només català	7,2%
2.-Més català que castellà	28,0 %
3.-tant català com castellà	28,6%
4.-Més castellà que català	20,4%
5.-Només castellà	2,9%
6.-Una part molt important parla altres llengües	2,9%
Total	100%
N (casos)	(513)

Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística*. 2000.

Es va demanar, d'altra banda, quina és la llengua que es fa servir en les relacions quotidianes i administratives amb les companyies subministradores tant a nivell de documents interns de la companyia com quan cal encarregar-li carburant. En ambdós casos es comprova el pes de les petrolieres que operen en igualtat de condicions a nivell d'Estat en castellà (57% en el primer dels casos, i 48% en el segon), i contrasta amb el pes testimonial que el català

SARSA VALLES
 NIF A-58463522
 Ctra. Sabadell a
 Castellar km.6
 Tel.714.44.40
 Castellar del Valles
 08211 (BARCELONA)

17/07/00 21:54
 1- 49352 Automat 1

Maquina	2
Producto	GAS.A
Litros	8.95
Precio	112.9
Importe	1010

TOTAL 1010

CLIENTS
 9266000102130010

*** BON VIATGE ***

En castellà la part de productes

GARLINERA LA BELVA A-08240970
 DISTRIBUIDOR DE CARBURANTS S.A.
 AUTOPISTA A-7, KM.05 DIRECCION GIRONA
 MASSANET DE LA SELVA (GIRONA)

PRODUCTO	P.UNITA	CANT.	TOTAL
Marlboro light	400.0	1.00	400
			400
B.L.:	345 IVA:	55	2.40 EUROS
27-07-2000	19:22		

CONTADO

EXPENDEDOR: 16 CLIENTE

*** GRACIAS POR SU VISITA ***

Rebut en castellà.

REPSOL
 Dr. MARADON, 6 (BARCELONA)
 08028 BARCELONA
 TEL. 93 333 84 04 NIF A-80298839

TICKET DE COMPTAT
 TERMINAL 1 MATRIC.:
 DATA: 03-08-00 HORA: 11:25:22

TCK. Nº 1542/TROO

	Quantitat	P.V.P.
SUPERDIESEL		
17,26 LIT	115,9	2.000

BASE IMPOSABLE 1.724
 IVA 16 % 276

TOTAL IVA INCLOS.... 2.000

TOTAL EUROS ... 12,02

** MOLTES GRACIES PER LA SEVA VISITA **

Rebut en català. Repsol

A.S. EMPORDA

Areas Telf. 972-560301
 NIF: A-08225013 GARRIGAS (GIRONA)

***** Venda *****

Ticket: 00349113-2600 Tpv: 01006101-17
 Data: 27/07/2000 Hora: 07:57:09

Article	Unid.	Import
---------	-------	--------

FRUITA FRESCA	0,445	175
CARAMEL AMB ESTOIG	1	175

TOTAL: 2 350

**** IVA INCLOS ****

Rebut en català.

Mostra lingüística mitjançant rebuts d'algunes àrees de servei (1)

ESTACION DE SERVICIO AGIP-VIDRERES DCHA.

AGIP ESPAÑA S.A. C.I.F. : A-28188464
TRAVESERA DE GRACIA,56 08006 BARCELONA

MATRICULA:
NOMBRE :
DIRECCION:
N.I.F. :

PRODUCTO	P.VENTA	CANT	TOTAL
PRINGLES ORIGINA	325.0	1.00	325

325

B.I.: 304 IVA: 21 1.95 EUROS

FECHA: 27-07-2000 FACTURA: 2456

CONTADO

EXPENDEDOR: 1 CLIENTE

*** GRACIAS POR SU VISITA ***



Shell

E.S. SHELL COLLBLAN
Ctra. COLLBLAN 120
08906 L'HOSPITALET
Tel: 93 88 83 92

N.I.F.: A/80393813

2000 16:36:59 Nr:9766

5 Gasleo A 8.78 1000 Pt
Precio Litro: 113.9 Pt

Total 1000 Pt

Total Euros (166.386) 6.01 EU

** IVA incluido 16.00% 138Pt

NOMBRE:

N.I.F.:

Efectivo 1000 Pt

VAYA LLENANDO LAS HOJETAS Y DISFRUTE

DE UNA MARAVILLOSA NOCHE DE HOTEL

PIDA LOS VALES

Castellà a AGIP

GESOIL S.A. UNIPERSONAL
E.S. LA BISBAL
L'AIGUETA 236

MARLBORO LIG Pta	400 B
BOLSA MEDIAN Pta	185 A
NINIPIZZAS C Pta	160 A
CDCA-COLA CD Pta	150 A
CDCA-COLA CD Pta	150 A

Total Pta 1065
Total Eur 6.40
Tarjeta Cred Pta 1065
(166,386000 Pta = 1 Eur)

16,00% IVA B Pta 55
7,00% IVA A Pta 44
01/08/00 12:50 28718 02 0001

C.I.F.: A-79083796
Fecha Hora N.º. T. Op.
GRACIES PER LA SEVA VISITA

Productes en castellà. GESOIL

SHELL: Publicitat en castellà

E.S. n 5798 J. LLAUDER
C.I.F. 37.553.043
STA COLOMA DE FARNERS, Tel: 94 06 57

SURTIDOR 1 14.16 LITROS
MEZCLA P 141.9
PAGO CREDITO: 22001 PESETOS

CARBURANTE 1725 PESETOS
I.U.A. 16'08 2 276 PESETOS

VENTA: 9392

MIÉRCOL 19 JULIO 00 28401

MERCES I BON VIATJE

En castellà. Error a "Viatje"

Mostra lingüística mitjançant rebuts d'algunes àrees de servei (2)

C. Estaciones de Servicio, S.A.

Justificante de venta al contado		Fecha 19-7-2000	
Estación de Servicio Pedinya			
Cliente		Matriculo	
Producto		Importe (ptas.)	
Gasolina 97			
Gasolina sin plomo 95		139,90	1000
Gasolina sin plomo 98			
Gasóleo A			
Gasóleo B			
Gasóleo C			
C. ESTAC. SERVI. 34369		Total 1000,-	
C.I.F. A-78492782 Ctra. N-II, Km. 726 Telf. 972-49 80 05 Fax 972-49 81 38 17407 MONTIVÀ (Gimnà)			

Mod 001

ESTACION DE SERVEI INDUSTRIA, S.L.

CALLE INDUSTRIA, 371 08912 BADALONA
 C.I.F. : B-59877903 TEL: 480.00.83

PRODUCTO	P.VENTA	CANT	TOTAL
AGUA FORT SELVA	75.0	1.00	75
SNIPS PALADINO L	100.0	1.00	100
BOCA COLA 300	150.0	1.00	150
			325

BASE IMP.: 306 I.V.A.: 100

FECHA: 18-07-2000

CONTADO

EXPENDEDOR: 1 CLIENTE

*** GRACIAS POR SU VISITA ***

Rebut quasi tot en castellà

CEPSA EE. SS.
 34269 CLAU
 CIF/NIF: A-17031139
 PASSEIG MARQUES DE CAMPS, 79
 17190 SALT

Unit.	Codi	Article	Preu	Import
	7.15	023574 S.FLORO	139.90	1000
TOTAL:			Pt.	1000
CONTADO			Pt.	1000
IVA 16.0% Base: 862			Quota:	138
Equiv. en EURS			EUR	6.01

Caixer...: 1
 Rebut...: 0.1.0.2 21/07/2000 13:19:44
 Ref.....: 030100001

MOLTES GRACIES

Rebut quasi tot en castellà

DASOLINERA BADALONA A-0824098E
 ESTACIONES DE SERVEI D'AUTOPISTES S.A.
 C/ SANT BRU, 17
 08911 BADALONA

PRODUCTE	P.VENTA	CANT	TOTAL
REFRESCOS G807	150.0	1.00	150
			150
BASE IMP.:	129	I.V.A.:	21
18-07-2000 15:47			
CONTADO			
EXPENDEDOR: 4		CLIENTE	
*** GRACIAS POR SU VISITA ***			

CEPSA: Més català que castellà

Bàsicament castellà

Mostra lingüística mitjançant rebuts d'algunes àrees de servei (3)

ESTACION SERVICIO ALMOGAVARES - E S C A

ALMOGAVARES SERVICIOS S.L. B-58248568
ALMOGAVARES, 159 08018 BARCELONA

PRODUCTO	P.VENTA	CANT	TOTAL
FONT SELVA 500CL	75.0	1.00	75
			75

B.I.: 70 IVA: 5 0.45 EUROS

FECHA: 18-07-2000

CONTADO

EXPENDEDOR: 1 CLIENTE

*** GRACIAS POR SU VISITA ***

Tot en castellà

ESSO ESPAÑOLA, S.A.
E.S. DIAGONAL MAR
BAC DE RODA ESQUINA FUJADES
A-28190858 BARCELONA

No	UNI	DESCRIPCION	PRECIO IVA
1)		ONDULADAS JAMON	145 N
TOTAL			145
EFFECTIVO			145
IVA	7%		9 N

INFORMACION EURO			
IVA	TOTAL	EURO	
7%		0.87	0.05 N

----- Datos solamente informativos -----

Muchas Gracias por su visita
IVA INCLUIDO
JUSTIFICANTE DE ENTREGA

Código cajero: 001
Caja número : 01 Ticket n. : 1141
Fecha: 18.07.2000 Hora : 18:22

Tot en castellà

Mostra lingüística mitjançant rebuts d'algunes àrees de servei (4)

C. ESTACIONES DE SERVICIO S.A.
E.S. POBLE NOU
Nº de Concesión 11893
CIF. A-78492782

No	UNI	DESCRIPCION	PRECIO IVA
1)		FANTA LIMON LATA	125 0
TOTAL			125
EFFECTIVO			125
IVA	7%		8 9

CONTRAVALOR EUROS			
IVA	TOTAL	EUR	
7%		0.75	0.05 0

CAMBIO: 1 Euro = 166.38600 Ptas

----- Datos solamente informativos -----

GRACIAS POR SU VISITA

Código cajero: 001
Caja número : 01 Ticket n. : 0102
Fecha: 18.07.2000 Hora : 17:28

Tot en castellà

ESPARGA S.L.
C/ Diputació 371 C.I.F: B-59838029
Tel. 93 232 81 66 08013-BARCELONA
20/07/00 17:47 Fra. num. 95165
ACCESSORIS

Prod.	Quant.	Preci	Total
GAZPACHO L	2	175	350

Total brat.....	327
Base 7% 327 IVA 7%	23
Total IVA inclou.....	350
TOTAL EUROS.....	2.10

Client :
Domicili :
Població :
N.I.F. :
Matriculat

**** BUEN VIAJE ****

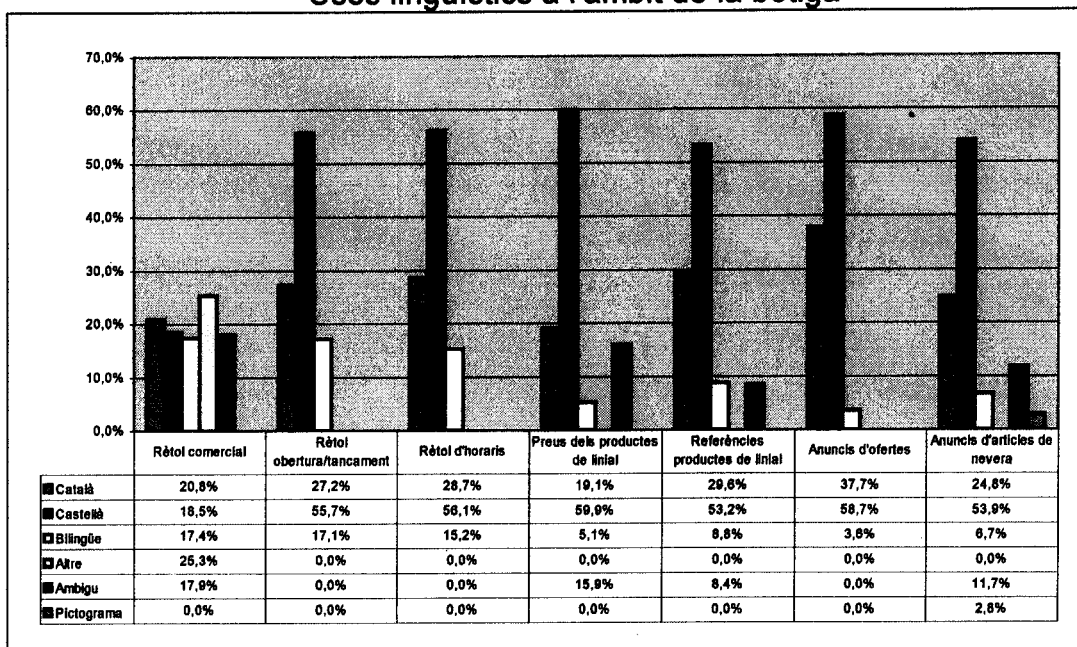
Quasi tot en català

2.2.4 La botiga/oficina

La gran majoria d'estacions de servei destinen un lloc més/menys espaiós per a l'"altra farmàcia de guàrdia", fórmula amb què es caracteritzen les botigues de les benzineres (gràfic 9). Al seu interior, és la retolació en castellà la que ateny un predomini més clar, tant en els preus de productes de linial(60%), com en els anuncis d'ofertes (59%), en els articles de nevera (54%), i/o les referències dels productes (53%), bàsicament etiquetats en castellà. Els rètols d'horaris, obertura/tancament solen ser a la columna d'entrada i en el 56% dels casos són en castellà.

L'ús del català resta relegat en aquest àmbit a un modest segon terme en alguns ítems, ja que està situat en una franja entre el 20-30% dels casos; millora la seva posició tan sols en el cas d'ofertes puntuals en què l'espontaneïtat del personal pot jugar-li a favor. Destaquen en l'observació detallada d'aquest àmbit els resultats de la seva retolació comercial, en què, com indicàvem, té incidència el recurs a altres llengües, amb solucions de l'estil de *petroshop*, *repshop*, *boutique* per tal sols assenyalar-ne algunes.

Gràfic 9:
Usos lingüístics a l'àmbit de la botiga

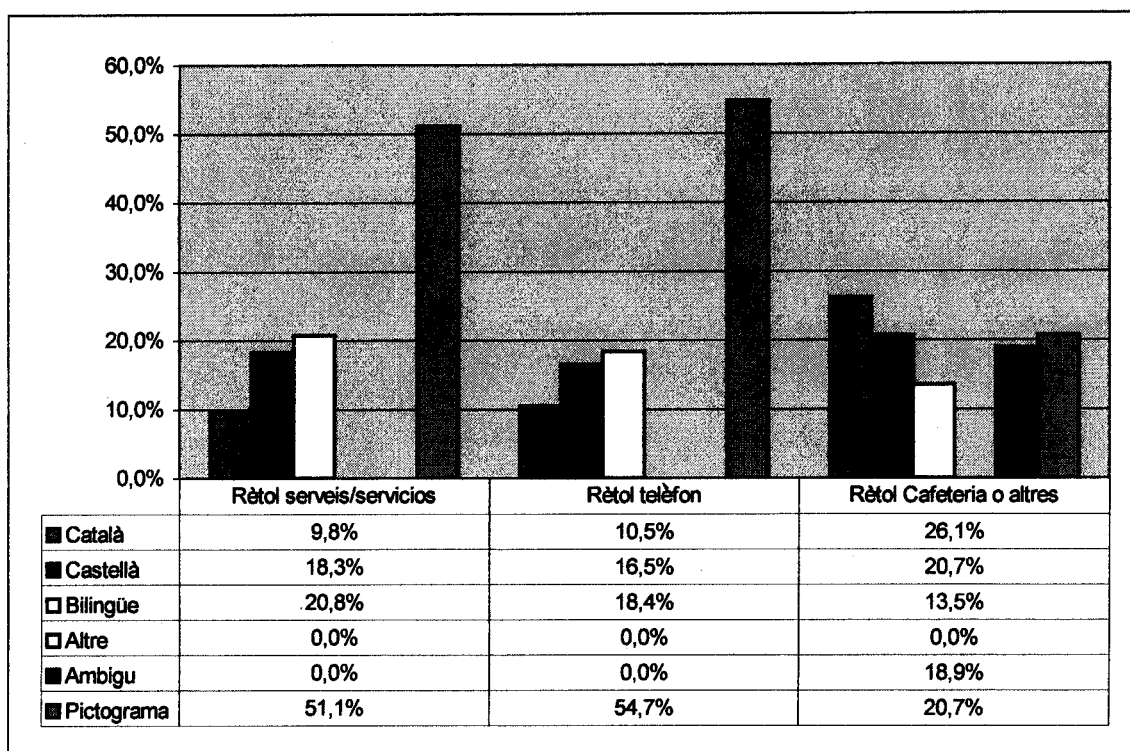


Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000

2.2.5 Els rètols dels serveis

Englobem en aquest àmbit d'observació de l'ús del català els rètols que anuncien l'existència de *telèfon públic* al recinte, els *servicios/serveis* i eventualment els rètols de *bar/cafeteria* (Gràfic 10). El recurs al pictograma és el mètode comunicatiu més sovintejat en els dos primers casos, amb índexs que superen la meitat d'observacions. És important de fer notar el pes que obté el recurs al bilingüisme (21% dels casos pel que fa als serveis i 18% en el cas del telèfon). Els resultats de l'ús exclusiu del català o del castellà són similars també en ambdós ítems on, tanmateix, el castellà obté índexs més elevats d'ús.

Gràfic 10:
Usos lingüístics a l'àmbit dels serveis



Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000*

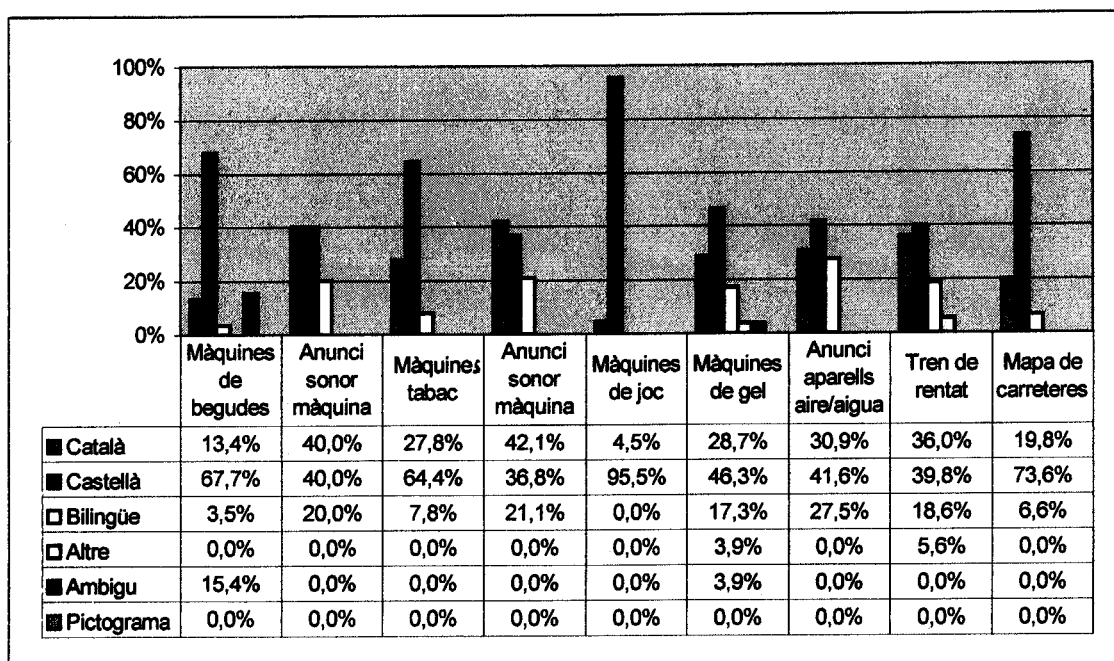
2.2.6 La sortida: altres rètols i anuncis

Una ullada final al recinte de l'estació de servei abans de sortir-ne ens permet de copsar encara el paper desigual que el català manté respecte del castellà en

la relació dels altres serveis oferts en aquest àmbit (gràfic 11), o tram final del recorregut. El recurs a retolar en castellà continua marcant diferències respecte del català tant a l'hora d'anunciar la presència de màquines de begudes (68% en castellà), com en les de joc (95%), de tabac (64%) o les de gel, força comuns a les benzineres (46% en castellà). Escassegen, com hem dit, els anuncis sonors a les màquines de begudes i a les de tabac, per la qual cosa estalviem fer-ne comentaris.

Gràfic 11:

Usos lingüístics a l'àmbit de la sortida



Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000*

En un altre ordre de serveis, resten encara mapes en parets d'algunes benzineres la retolació dels quals és prioritàriament en castellà (74% dels casos). El predomini d'aquesta llengua respecte del català és menor pel que fa als cartells de "tren de rentat (36% català, 40% castellà, i 19% bilingüe), i de la presència al recinte de mànegues d'aire i aigua (31% català, 42% castellà, i 27% bilingüe).

Val a dir que molt sovint la retolació de màquines com les de beguda, joc, tabac, gel, els rètols dels aparells de l'aire/aigua i dels anomenats trens de rentat depèn tal vegada ben poc del propietari de la benzinera, o de la

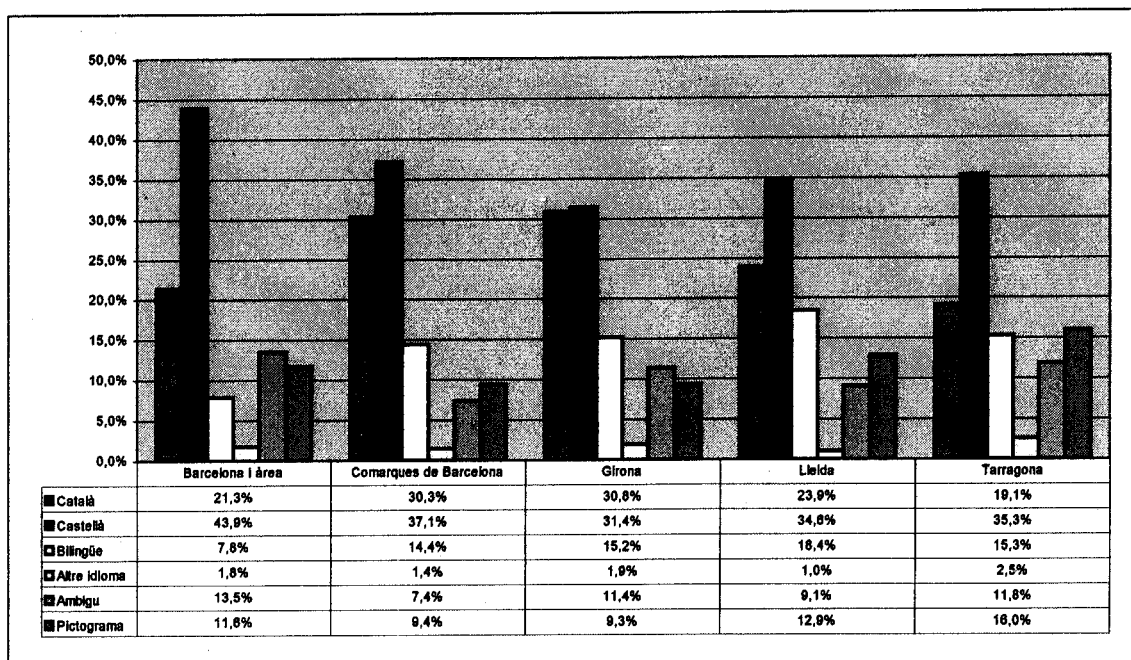
companyia de subministrament; ara bé sumant-los o restant-los un a un, tenen la seva importància en or per a la definició de la coherència lingüística global de l'establiment i de la seva imatge on, com indicàvem tot just encetar el capítol, la llengua predominant del conjunt de rètols i la interacció verbal és el castellà.

2.3 Resultats globals, i per àmbits d'ús, segons la província

Presentem en aquest apartat una visió general de la situació lingüística del sector de carburants. Engloba els resultats obtinguts en els diversos àmbits observats durant el recorregut fet a les estacions, en contrast amb la variable província, bo i diferenciant Barcelona Comarques de Barcelona-ciutat i municipis de l'Àrea Metropolitana.

Gràfic 12:

Usos lingüístics per província. Visió general



Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000*

Una ràpida ullada al gràfic 12, que és global per a tot el sector, permet de dir que la presència del castellà a les benzineres dobla en escreix la del català a l'àrea barcelonina (44% castellà, 21% català), i que en el cas de Tarragona i les

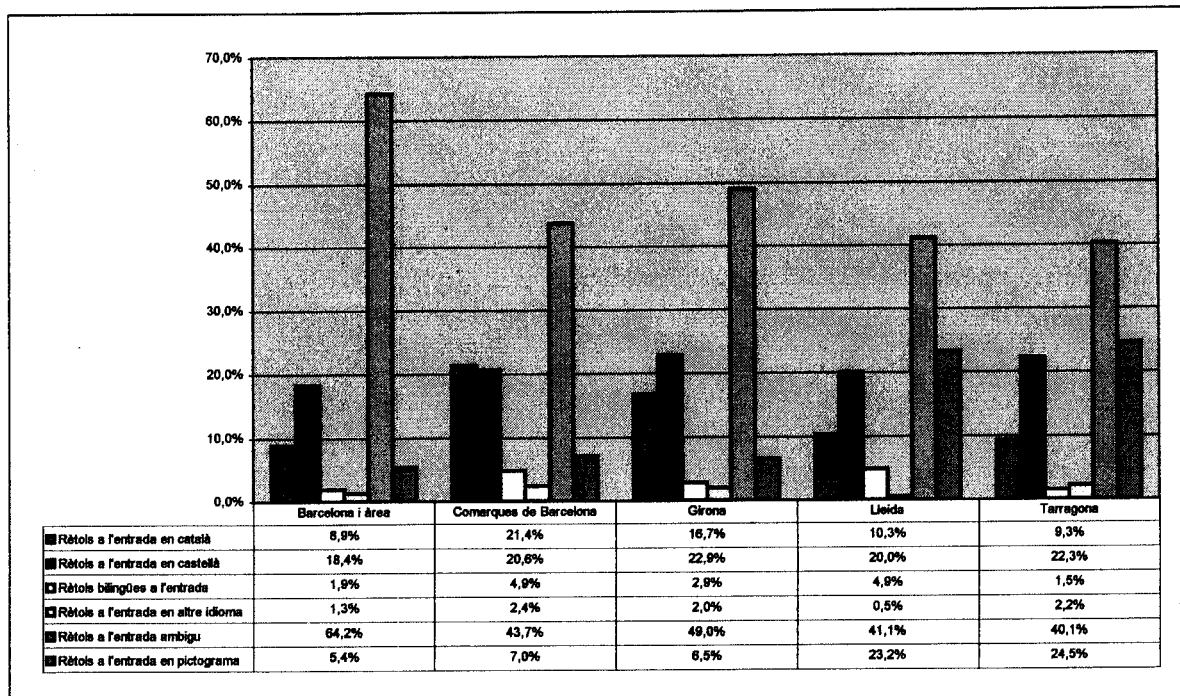
seves comarques la diferència d'ús entre ambdues llengües (35% castellà, 19% català) s'acosta força a les pautes que observem a l'àrea metropolitana de Barcelona. Aquesta major presència del castellà a les benzineres tendeix a disminuir a les comarques de ponent i a les barcelonines, i s'igualava quan observem el mateix fenomen a les comarques gironines, amb percentatges propers al 31% per ambdues llengües). Les benzineres de les comarques de Lleida excel·leixen respecte a la resta de províncies en el recurs al bilingüisme (18%) amb percentatges lleugerament superiors a Tarragona, Girona i a les comarques barcelonines. A Barcelona ciutat i a la seva Àrea Metropolitana hi destaquen els rètols i missatges emesos de forma ambigua (14%), mentre que a Tarragona abunda més el recurs a pictogrames (16%), respecte a la resta de províncies.

2.3.1 La retolació a l'àmbit de l'entrada per província

Si ens fixem amb major detall en els àmbits d'ús, veiem que els resultats obtinguts en la retolació externa de les benzineres - àmbit **entrada a l'establiment**, segons la variable província (**annex 5, gràfic 13**)-, permet de dir que no es detecten diferències gaire significatives entre províncies pel que a la presència del català i del castellà en aquest àmbit. És a Barcelona comarques (amb percentatges propers al 21%) i a Girona (21% i 17%) on és més paritari l'ús del català i del castellà. Tractant-se però del rètol d'entrada, el que calia esperar que excel·lís, i així ocorre, és el recurs a l'ambigüitat a la totalitat de províncies i sobretot a l'Àrea barcelonina on 2/3 dels rètols d'entrada són lingüísticament ambigus. Una ambigüitat que és important també a les comarques de Girona i de Barcelona, i que disminueix força a Tarragona i a Lleida, on abunden més els pictogrames.

Gràfic 13:

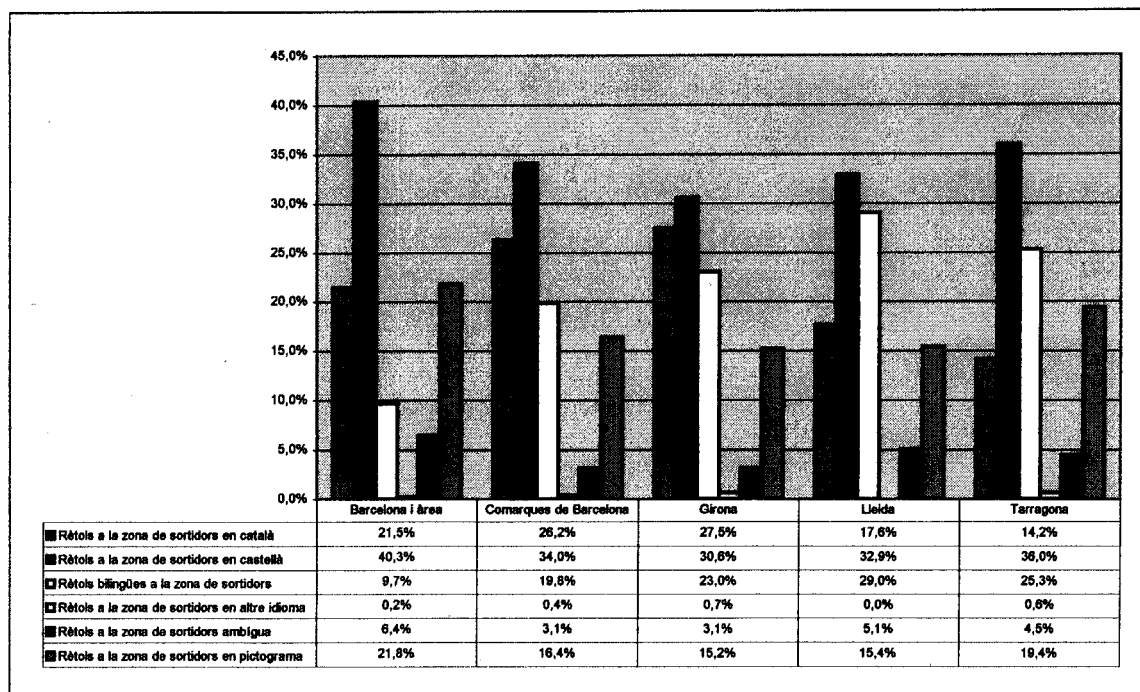
Usos lingüístics a l'entrada de l'establiment, per província



Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000

Gràfic 14:

Usos lingüístics a l'àmbit de sortidors, per província



Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000

2.3.2 La retolació a l'àmbit de sortidors, per província

A l'àmbit dels **sortidors** (Gràfic 14) és com hem indicat on més anuncis, instruccions, missatges, rètols, cartells i pictogrames hi ha de tot el recorregut per l'estació. La retolació és predominant en castellà a totes les províncies, sobretot a l'Àrea Metropolitana i a Tarragona (40% i 36% respectivament). A les comarques de Girona i a les de Barcelona en segon terme és on el català obté millors resultats (27% i 26%), la qual cosa contrasta amb la situació d'aquesta llengua a les de Tarragona i de Lleida, on la posició de la retolació en català es veu àmpliament depassada en favor del recurs al bilingüisme (29% i 25% respectivament).

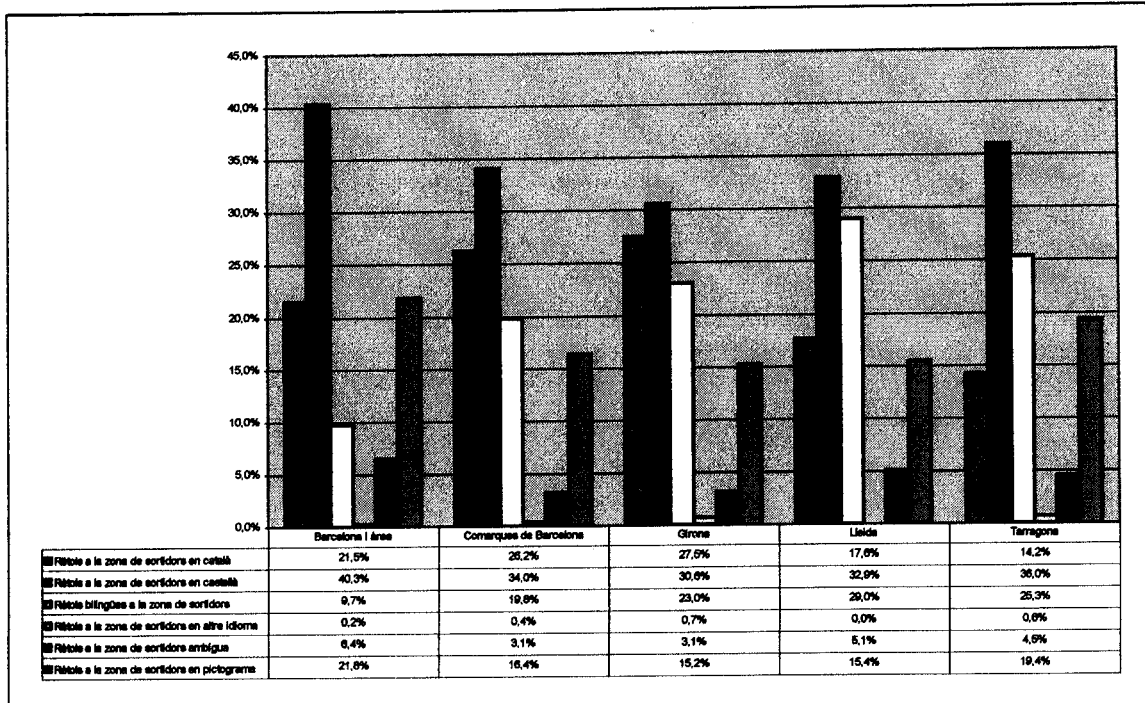
2.3.3 La retolació a l'àmbit de la caixa, per província

En l'anàlisi de l'àmbit de la **Caixa** observarem de bell nou dues situacions lingüístiques ben diferents en el seu comportament: la retolació i els usos orals dels empleats atenent els entrevistadors (Gràfics 15 i 16). El castellà és la llengua dominant en totes les províncies amb 9-12 punts de diferència respecte del català, llevat de l'Àrea barcelonina on aquesta diferència ateny 42 punts. Fora d'una certa presència de rètols bilingües, sobretot a les comarques de ponent i en menor mesura a les gironines, en aquest àmbit d'observació no era esperable que la resta d'opcions o recursos aconseguissin gaire protagonisme.

És precisament en aquestes comarques on millor posició obté el català pel que fa a usos orals (91% i 89% respectivament). El castellà continua sent dominant en aquest cas només a l'Àrea metropolitana, on 2/3 de les converses continua desenvolupant-se en castellà, comportament lingüístic que és precisament just el contrari del que ocorre a la resta de la província barcelonina.

Gràfic 15:

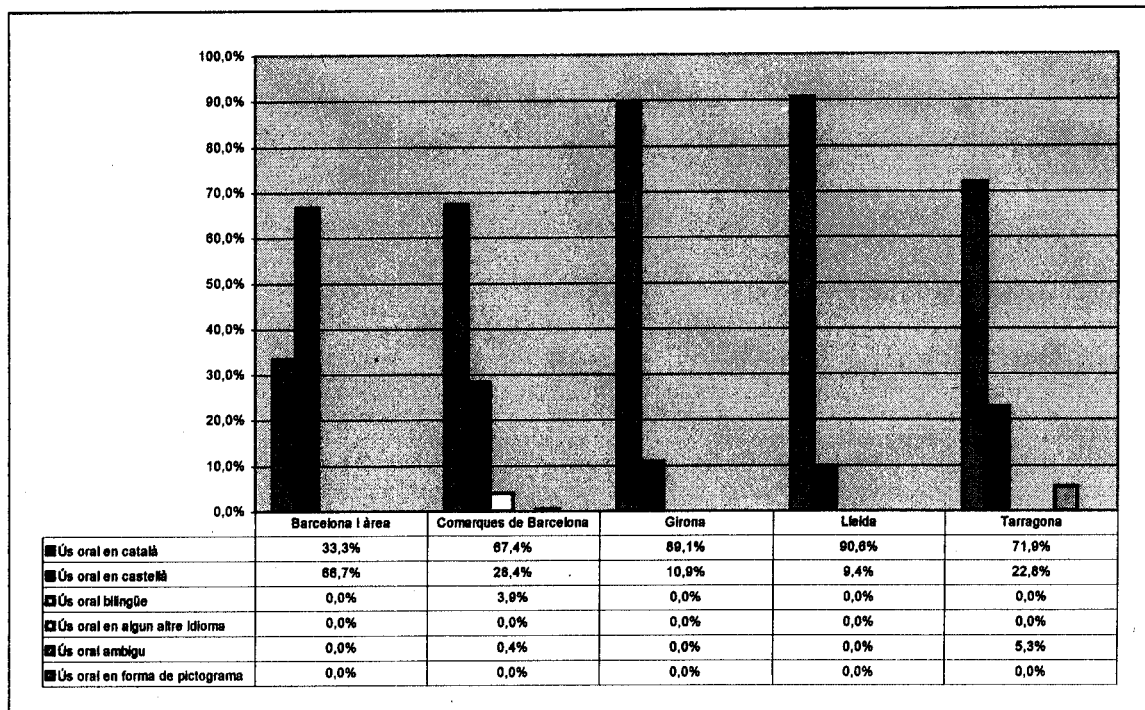
Usos lingüístics a l'àmbit de la caixa, per província



Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000

Gràfic 16:

Usos lingüístics orals, per província



Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000

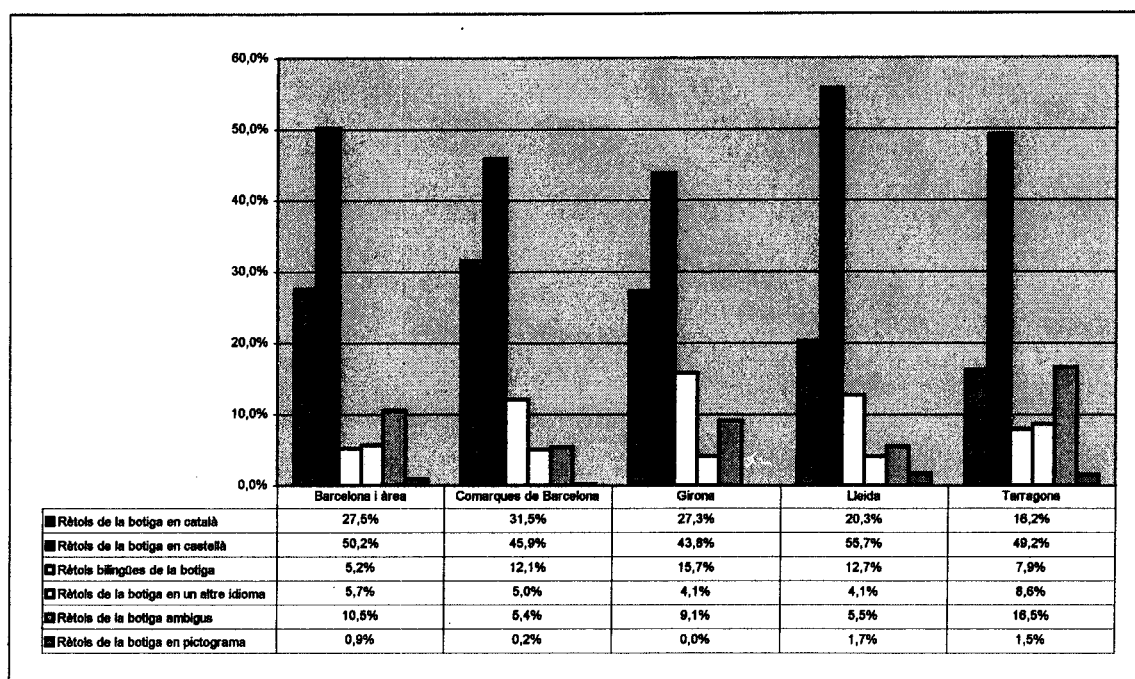
2.3.4 La retolació a l'àmbit de la botiga, per província

Crida l'atenció la distribució dels usos lingüístics que s'estableix en l'àmbit de la botiga (gràfic 17) i l'estructura bipolar que s'hi genera des de l'òptica provincial. Una observació atenta del gràfic indica que des d'aquest àmbit hi ha a les províncies de Catalunya com dos models de comportament lingüístic. Les comarques de Barcelona i de Girona formen el primer, i presenten un comportament lingüístic molt similar amb predomini desigual del castellà, sobretot a l'Àrea Metropolitana, i un cert manteniment del català entorn 27-31% dels casos.

El segon model seria el format per les comarques de Lleida i Tarragona, on el recurs al castellà augmenta molt més amb valors propers o superiors al 50%, en perjudici d'un ús menor del català: el 20% en el cas de Lleida i el 16% a Tarragona, on una certa ambigüitat lingüística dels noms dels productes i de les seves referències podrien explicar aquest increment sobtat i poc esperable del recurs a l'ambigüitat en aquest àmbit.

Gràfic 17:

Usos lingüístics a l'àmbit de la botiga, per província

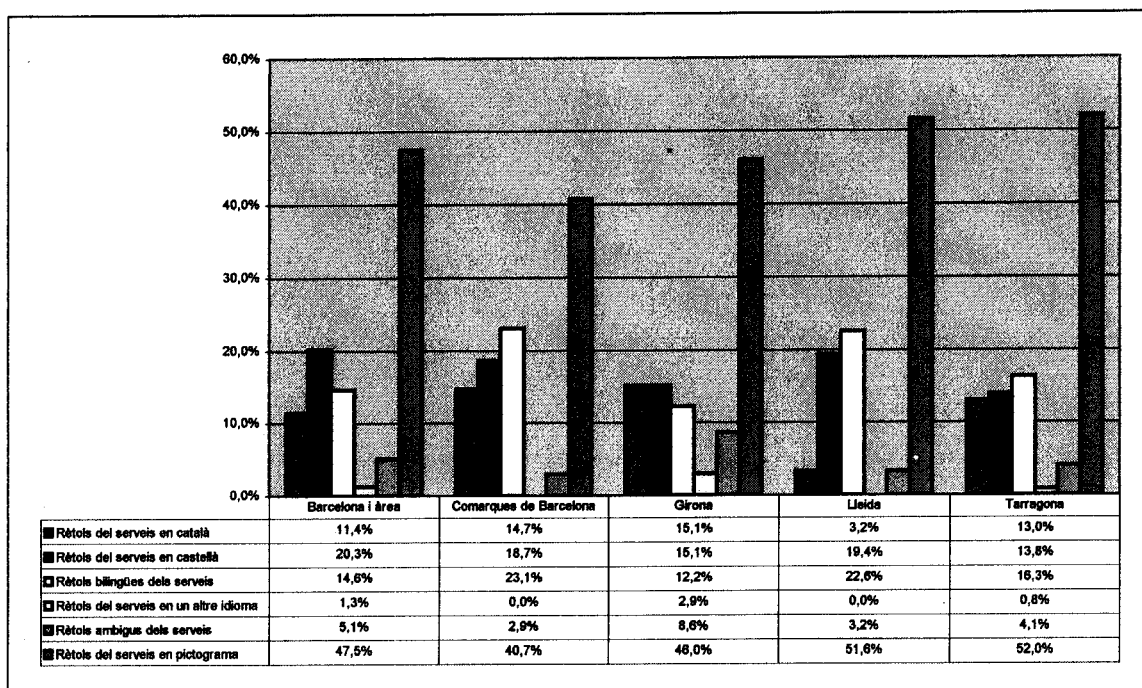


Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000*

2.3.5 La retolació a l'àmbit de serveis, per província

Ja hem constatat anteriorment que la comunicació en l'àmbit dels serveis (Gràfic 18) passa més per la forma del pictograma i/o pel cartellet en bilingüe que no pas per cap forma monolingüe en castellà i menys encara en català. Tot just a les comarques de Girona i Tarragona el català ve a equiparar-se al castellà en aquest àmbit. A Lleida i a l'Àrea Metropolitana és on el català obté pitjors resultats.

Gràfic 18:
Usos lingüístics a l'àmbit de serveis, per província



Font: La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació oiciolingüística. 2000

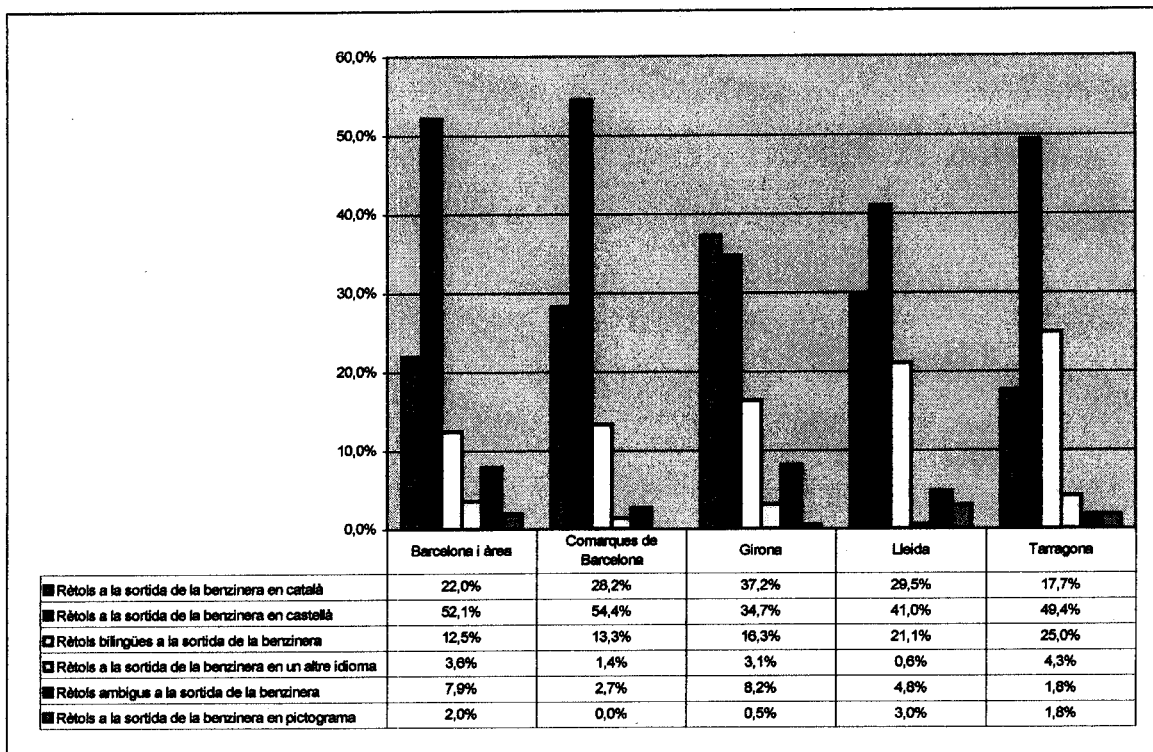
2.3.6 La retolació en sortir de la benzina, per província

La imatge lingüística dels rètols de la sortida de les estacions de serveis (Gràfic 19) pel que fa a retolació en català o castellà manté una estructura similar a la que puguem copsar a l'àmbit de la caixa, salvades algunes diferències: més distància castellà-català i una quota més elevada de bilingüisme. L'ús del castellà duplica a bastament el català a les estacions de Tarragona i de l'Àrea Metropolitana, és molt superior també a les comarques

barcelonines, mentre que aquesta diferència decreix a Lleida, i el català acaba superant en poc al castellà a les de Girona, Tarragona i Lleida assolint-hi uns percentatges força elevats de bilingüisme.

Gràfic 19:

Usos lingüístics en sortir de l'establiment, per província



Font: *La llengua a les estacions de servei de Catalunya. Aportació sociolingüística. 2000*

Fem, a mode de síntesi, una darrera mirada a l'anàlisi lingüística per àmbits i províncies, ja que ens permet d'indicar que la situació global del català és deficitària en el sector dels carburants, sobretot en tot allò que fa referència a retolació. Si bé és cert que això afecta poc a l'entrada dels recintes de les benzineres, on preval l'ambigüitat lingüística i els pictogrames en l'àmbit dels serveis, ho és també que als àmbits o zones de sortidors, caixa, botiga i altres instal·lacions i fins a la sortida la retolació és prioritàriament en castellà. Els usos orals, en canvi, entre empleats i entrevistadors s'esdevenen majoritàriament en català, llevat de l'Àrea Metropolitana on es posa de manifest un cop més l'existència de dèficits lingüístics en aquest cas en el sector dels carburants. La presència del català és gairebé similar a la del castellà a les comarques gironines i consegueix no distanciar-se'n

excessivament a les barcelonines. A nivell de territori, qualsevol actuació encaminada a fomentar l'ús del català hauria d'incloure les comarques tarragonines a més de l'Àrea Metropolitana, que és on es concentren més dèficits, una xarxa d'estacions més nombrosa, més oferta i més demanda, alhora que una diversitat de marques més heterogènia en viure-hi i afectar a contingents més elevats de població.



Generalitat de Catalunya
Departament de Cultura
Direcció General de Política Lingüística
Institut de Sociolingüística Catalana
Centre de Documentació
Passatge de la Banca, 1-3
08002 Barcelona

2.4 Anàlisi de tres àmbits d'ús: retolació, documentació i ús oral del català

L'extrema diversitat del sector carburants, conseqüència de l'estructura que presenta per marques, per la ubicació i pel tamany dels establiments, així com per l'heterogeneïtat en les formes de venda i en les estratègies de mercat, incideix notablement en els usos lingüístics i en els processos que condueixen a una escassa estandarització de tot el sector. Els resultats de les anàlisis descriptives anteriors per cadascun dels àmbits proporcionen la base per a estudiar l'ús del català d'una manera sintètica. Per tant, a fi de poder sintetitzar l'ús lingüístic del català en tot aquest sector, hem construït tres índex d'ús del català que sistematitzen els valors atesos per aquest ús en cadascun dels àmbits referenciats: la retolació, la documentació i l'ús oral.

1.-Anomenarem al primer d'ells *índex d'ús del català en la retolació*; l'expliquem a bastament a l'apartat 2.3.1 i ens en servim per mesurar la presència del català en un gran nombre de rètols i cartells.

2.-Hem construït també un segon valor o índex –anomenat *d'ús en la documentació escrita*-, mitjançant el qual analitzem globalment l'ús del català en la documentació comercial. Ho fem observant amb quins instruments es comuniquen i amb quina llengua es relacionen els responsables de les estacions amb la companyia subministradora de carburant¹.

3.-Hem creat, finalment, un tercer índex que anomenem *ús del català oral*, per tal de recollir l'ús oral del català que fan les persones amb qui hagi interactuat l'observador durant el procés d'observació: el caixer/a i l'encarregat/da.

Vistos els tres diferents tipus d'índex que hem elaborat (Annexos 6,7,8,9), proposem a les pàgines següents l'anàlisi de la relació que s'estableix entre aquests índexs i tot d'altres variables que poden incidir des d'una perspectiva territorial en el grau d'ús del català, en el seu context, i en les situacions de predomini d'una o altra llengua.

¹ Hem d'indicar que aquest segon índex només s'ha pogut processar en aquells casos que els entrevistats hagin volgut respondre a la pregunta que els formulàrem. Si l'interlocutor volia i disposava de la informació requerida decidia si la facilitava o no. Cas de no fer-ho, a més de dificultar-ne enormement l'obtenció n'impedia també la consegüent anàlisi.

2.4.1 L'ús del català en la retolació.

Per tal de dibuixar un perfil de l'ús del català en la retolació de les estacions de servei, proposem com a indicador un índex construït en base a sumar la presència de retolació en català en tot un conjunt d'ítems o aspectes que poden marcar les diferències, i que vam anotar en els diversos àmbits d'observació durant el recorregut del treball de camp. En crear aquest índex sobre l'ús en la retolació només seleccionem els casos on s'hagi marcat l'ús del català, la qual cosa exclou altres possibles plantejaments previstos de caràcter ambigu o bilingüe. En la seva construcció s'han utilitzat les dades dels rètols o ítems dels diversos àmbits:

L'entrada de l'establiment:

1. Llengua del rètol de preus

Els sortidors o àrea d'aprovisionament:

2. Llengua del rètol del nom dels productes
3. Llengua del rètol del preu i volum
4. Llengua de les instruccions de funcionament dels sortidors
5. Llengua de l'anunci sonor dels productes (com a rètol sonor)
6. Llengua del cartell de prohibit fumar
7. Llengua del cartell d'apagar els llums
8. Llengua del cartell d'apagar el motor
9. Llengua del cartell de fulls de reclamacions disponibles (rètol obligatori)
10. Llengua del cartell de jocs de mesures disponibles (rètol obligatori)
11. Llengua en altres avisos i rètols

La Caixa:

12. Llengua del rètol de Caixa
13. Llengua a les instruccions de pagament
14. Llengua dels expositors vora-rere la caixa

La botiga o l'oficina:

15. Llengua del rètol comercial
16. Llengua dels preus de producte del linial
17. Llengua de les referències dels productes del linial
18. Llengua dels anuncis d'ofertes
19. Llengua dels anuncis d'articles de nevera

La sortida:

20. Llengua de l'anunci a les màquines de gel
21. Llengua de l'anunci d'aparells d'aire/aigua
22. Llengua de les instal·lacions Tren de rentat on n'hi havia

Els ítems exclosos directament en la construcció de l'índex són els de l'àmbit de serveis pel gran predomini de pictogrames que hi ha. Hem exclòs també els valors d'aquelles situacions que es donen amb poca assiduïtat, com per exemple els anuncis sonors a les màquines de tabac, l'horari d'obrir/tancar la botiga o els rètols anunciadors de l'horari de funcionament de l'àrea de servei².

Com a indicador d'informació lingüística, mantenim inclosa també les dades lingüístiques obtingudes en observar la llengua en què són escrits els rètols dels fulls de reclamacions i el del *joc de mesures*³.

Fetes aquestes matisacions, passem a comentar els resultats de la taula elaborada per a l'*ús del català en la retolació* –vegeu Annex 6-, on es mostra quina és la distribució d'aquest indicador per totes les estacions entrevistades⁴. Així, el valor 1,00 denota que la totalitat dels 22 rètols revisats en una mateixa benzinera eren en català –dada que només es dona en l'1,2% de les estacions estudiades-; en canvi, el valor 0,00 (zero) indica que dels 22 rètols a observar no n'hi havia cap en català –fenomen que es produeix en el 25% de les benzineres del Principat- i/o que no existia cap rètol.

Tot i que no hàgim inclòs la presència de rètols bilingües en la construcció d'aquests índexs, i que puguin donar-se situacions on els rètols que calia observar no hi eren, el que posa realment de manifest la construcció d'aquest índex és l'escassa presència del català en la retolació del sector de carburants: La meitat d'establiments té entre 0 i menys de 10 cartells o rètols presents en català dels 22 observats. En un de cada quatre establiments no hi ha presència del català en la seva retolació.

² En aquest context, cal indicar que sovint no es troba el rètol on s'especifica si la botiga/oficina està oberta o tancada; és una forma fefaent de donar per sobreentès que segueix l'horari de tota l'àrea de servei. Aquest rètol d'horari sol formar part de la informació del rètol d'entrada, i no es repeteix a la porta de l'oficina/botiga. Ja de nit, aquesta informació d'obertura/tancament de l'establiment pot venir donada també amb la presència/absència de més o menys lluminositat a les instal·lacions.

³ ... atès que la seva presència és obligada en un lloc clar i visible a l'estació, tot i que sovint no sigui així, tal com hem indicat a l'apartat 1.2.

⁴ Recordem que aquest indicador és el resultat de sumar els rètols escrits només en català, dividit pel nombre total de rètols usats per a construir-lo, 22 rètols o ítems en total.

Si contrastem aquest fet amb la marca que figura al rètol principal en entrar, detectem de nou que Cepsa sembla haver adoptat una política clara de bilingüisme o una determinada línia comunicativa amb el mercat -24 de les benzineres estudiades pertanyen o estan abanderades per aquesta empresa. Des d'aquesta perspectiva, comprovem també que les que menys presència tenen del català són les benzineres amb el rètol principal⁵ de REPSOL i CAMPSA. Recordem que en comptabilitzar només els rètols en català a l'hora de construir l'índex hem anul.lat el pes específic que puguin tenir l'ambigüitat o el recurs al bilingüisme.

Taula 6

La no-presència del català per marca (N=88)

Marca dels carburants	No presència del català en la retolació
CEPSA	27,3
CAMPSA	21,6
REPSOL	20,5
PETRONOR	4,5
BP	6,8
AGIP	1,1
FINA	2,3
TOTAL	1,1
SHELL	5,7
GALP	1,1
ESSO	2,3
GM	2,3
LUVIRR	1,1
MEROIL	2,3
TOTAL	100

En comprovar, finalment, si aquesta escassa o nul.la presència del català pot tenir relació amb el factor o variable estacions renovades recentment o no, veiem que, efectivament, en el 33% dels casos es tracta d'establiments que no han estat renovats els darrers anys –la qual cosa permetria suggerir algun tipus d'actuació lingüística per al moment de la seva renovació, a no ser que es tracti ja d'edificis i instal.lacions de recent implantació-.

Des de la vessant règim de tinença, comprovem també que més del 60% d'aquestes àrees de serveis són propietat d'un particular o d'una cooperativa, i

⁵ Cal recordar, de tota manera, que no és fàcil extreure conclusions suficientment contrastades, atesa l'actual complexitat contractual del sector i els constants canvis i diversitat de formes en la titularitat o abanderament dels establiments.

que prop 1/3 no tenen rètol de cap petroliera multinacional. La qual cosa ens fa pensar que qualsevol mesura incentivadora d'una presència més gran del català, destinada a aquest grup d'estacions, hauria d'avaluar-se prèviament en termes de rendibilitat i de l'impacte real que tindria per al sector. En aquest hipotètic procés una de les variables a tenir en compte fóra de nou avaluar els serveis que ofereix l'establiment –noció de mida-, alhora que la seva ubicació en la xarxa real d'establiments.

2.4.2 L'ús del català en la documentació escrita

El segon indicador computat és l'índex d'ús en la documentació escrita. Inclou una pregunta referida a la llengua en què reben la comunicació per part de les companyies subministradores de carburant, i en la que ells encarreguen aquest subministrament.

El 74% diuen que no fan cap ús del català a l'hora d'encarregar el carburant a les companyies (o afirmen també que no saben en quina llengua l'encarregat o el propietari es relaciona amb la companyia subministradora)⁶. Malgrat tot es pot afirmar que en un 20% dels casos hi ha comunicació escrita en català. Cal prendre les dades d'aquest indicador amb extrema prudència, atesa la presència minoritària de la llengua catalana en el sector i activitat.

Un altre element que hem volgut tenir en compte respecte a l'ús lingüístic és el tiquet de caixa. La informació recollida -no tabulada- mostra que hi ha dificultats importants per a classificar els tiquets de caixa, ja que bona part són una barreja idiomàtica on difícilment es pot clarificar amb quins criteris i ordre actua el sector pel que fa a la llengua en què són emesos els tiquets de les màquines registradores. En un mateix tiquet pot trobar-s'hi des de salutacions en català barrejades amb acomiadaments en castellà, fins a termes en anglès. És curiós analitzar els noms dels productes, al costat de la base imposable, l'IVA, els agraïments i les capçaleres de l'empresa.

⁶. Cal dir que a l'estiu hi havia un cert percentatge de personal de vacances i que els seus substituïts desconeixien sovint aquesta mena d'informació.

2.4.3 Ús del català oral

El tercer indicador sintètic elaborat recull la pràctica oral espontània del caixer/a o encarregat/da (Annex 8). Va construir-se aquest ítem o model de pregunta enlloc de quelcom relacionat amb la qualitat oral fonètica i terminològica del català, en considerar l'equip realitzador i els entrevistadors que no seria fàcil ni pertinent avaluar potser la qualitat lingüística de l'interlocutor durant una entrevista que les més de les vegades esdevé necessàriament amb presses, de forma breu o molt breu, ambigua o s'han d'esquivar massa dificultats, atesa la premura de feina del personal en el lloc de treball. Si s'hagués entrat en una valoració més completa sobre la qualitat en termes de terminologia i de fonètica de l'interlocutor tal vegada hauria resultat encara més difícil no només l'obtenció de dades sinó també la presència oral del català.

Segons aquest valor o índex al voltant del 42% dels establiments visitats la conversa entre entrevistador i informant va produir-se en català amb el caixer/a i/o l'encarregat. Va observar-se també que en prop del 21% dels casos l'encarregat/da o caixer/a s'adrecen en català a l'entrevistador. No a totes les estacions de servei hi havia dues persones.

S'ha comprovat també que en el 37% dels casos el personal de les estacions de servei no s'adreça espontàniament en català als seus clients. Hi ha a més alguns establiments en règim d'autoservei on l'ús oral del català per part de l'empresa és zero absolut. I és previsible que aquest tipus d'instal·lació sense personal augmenti fins a situar-se al nivell d'altres països veïns.

2.4.4 Relació entre els diferents àmbits d'ús del català.

Els tres àmbits d'ús del català estan lleugerament relacionats entre ells (Annex 9). La relació més forta es produeix entre l'ús oral i la retolació, i obliga a contrastar les dades de les taules descriptives on es comprova que la part estrictament relacionada amb l'activitat empresarial està retolada en castellà (per exemple màquines expenedores i de refresc), mentre que augmenta l'ús del català en àmbits menys formals del sector.

En el llarg i complex procés d'encreuament i anàlisi de dades apareix una altra possible relació. Havíem anotat en arribar en una benzinera el nombre de vehicles que hi havia repostant aquell moment com a indicador de la feina i del dinamisme que hi ha a cada establiment, a fi de veure llavors si les benzineres amb més moviment de vehicles hi ha també més presència del català. Es pretén d'aquesta manera elaborar una mena d'índex d'impacte de l'ús del català sobre els usuaris. Així, del contrast entre el nombre de vehicles que hi havia a la benzinera en arribar a fer l'observació, i els índexs de major o menor presència del català posaven de manifest que on hi ha més rètols en català, hi ha també més vehicles repostant. Tot i que no se'n pot extreure una relació de causalitat, sí que permet d'analitzar l'impacte que l'increment de l'ús del català pot tenir sobre l'entorn en què es produeix.

S'han detectat sis benzineres on conflueixen ambdós fenòmens: molta feina, molt dinamisme i molt trànsit de públic en paral·lel a una àmplia presència de rètols en català. Se'n varen detectar moltes, entorn del 14%, on escassejava la presència de vehicles –no n'hi havia repostant mentre es feia l'observació, i també la del català. Vol dir això que l'increment del nombre de rètols en català és un esfer sufficient, és prou atractiu per afavorir l'aturada i l'augment de clients? No es tracta només d'això, sinó que el nombre de vehicles és exponent de més activitat empresarial i aquesta pot ser conseqüència també de temes relacionats amb la imatge externa que dóna l'establiment, a més de la idoneïtat de la seva ubicació, de formar part o no d'allò que se'n diu llocs d'aturada obligada, tradicional –moda- i d'altres fenòmens relacionats amb el mimetisme social que òbviament incideix sobre els hàbits del consumidor.

2.5: Aproximació als usos lingüístics de les companyies.

Presentem les gran línees que s'observen en els usos lingüístics de les companyies (vegeu Gràfic 20) . Si sumem els valors que la variable lingüística adopta en tots els rètols que hem trobat en àrees de servei on el rètol principal duu imatge de marca, podem fer gràfics en què es comparin aquests usos diferents per marques. Aquesta comparació permet veure un primer grup de marques o companyies que provenen de l'antic monopoli a Espanya i que mantenen com a llengua predominant el castellà amb percentatges que sobrepassen el 40% dels rètols totals. En aquests casos la presència del català és igual o inferior al 20%. Cepsa presenta una imatge més decidida en favor d'una política lingüística que tira vers el bilingüisme. Campsa i Petronor són les que mantenen més el castellà i les que fan un ús menor del recurs del bilingüisme. Hi ha un segon grup de companyies petrolieres multinacionals d'origen europeu i nord americà que practiquen més clarament un cert bilingüisme *de facto*. El català apareix com a llengua predominant quasi sempre (amb l'excepció de BP). A diferència de les d'origen espanyol, la retolació bilingüe decreix. Petrocat es distancia de tota la resta per l'ús intensiu del català i formaria gairebé un grup a part. Agip i Total, també Shell, mantenen una presència del català que supera la del castellà.

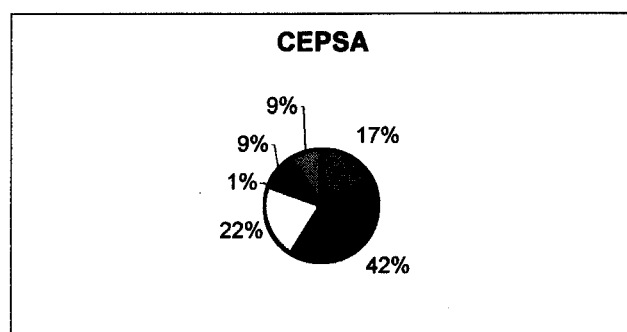
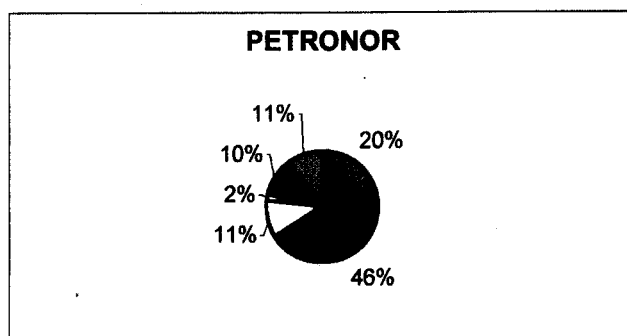
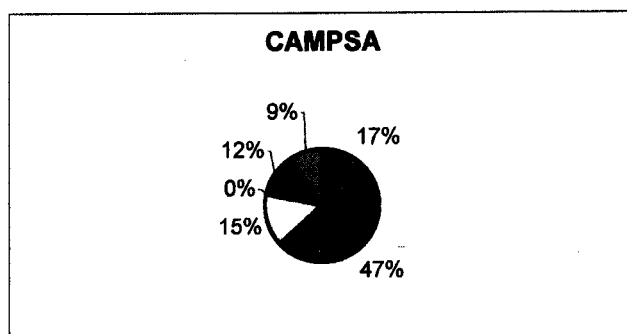
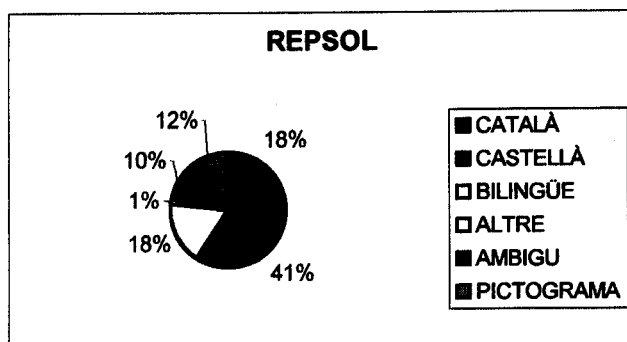
Ja hem indicat anteriorment que a efectes operatius vam construir la categoria *altres companyies* tot i saber que és una mena de calaix de sastre on integrem les estacions de les petites cadenes de particulars, les dels supermercats, dels ports i les cooperatives i les benzineres que posseeixen particulars no abanderats. Algunes d'elles provenen del monopoli, altres s'han implantat pel seu compte i no són abanderades. La situació bilingüe apareix de forma molt semblant per a cada una de les llengües amb un lleuger predomini del castellà. L'opció del bilingüisme ateny el 10% dels casos i està per sota de la resta.

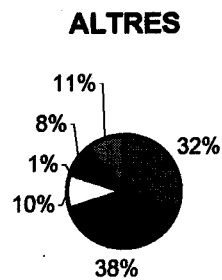
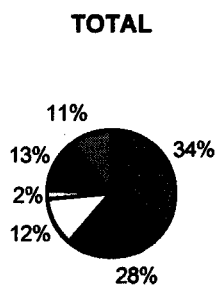
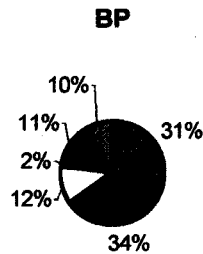
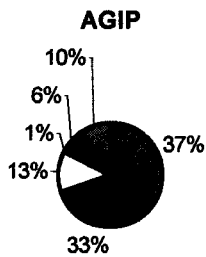
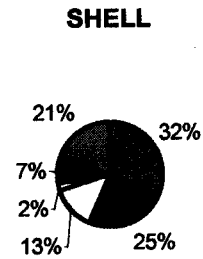
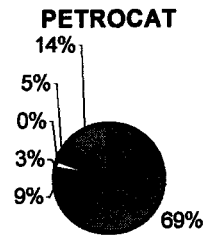
El recurs del pictograma dins d'aquest mercat comunicatiu representa al voltant del 10%, llevat de Shell on la força de la petxina ha esbiaixat tal vegada els resultats obtinguts. Com en el cas dels pictogrames, el recurs a l'ambigüitat representa entorn d'un altre 10% de promig. Es tracta probablement de recursos ben establerts per a la totalitat de les marques en el moment de comunicar aspectes concrets com el nom de la marca (ambigüitat) o en el moment d'indicar accions o objectes que resulten fàcils d'identificar (serveis, telèfon), també en el moment de complir normatives (apagar llums, aturar el motor; informació de la ubicació d'extintors; prohibit fumar).

Atesa la situació d'estabilitat i l'eficàcia comunicativa establerta arreu del món per aquests recursos, no és previsible que puguin ser fàcilment substituïts per altres formes que requereixin del llenguatge escrit o parlat, per la qual cosa caldria pensar en tot cas en formulacions escaients i curtes en català per a reforçar-ne lingüísticament el missatge i incrementar d'aquesta manera la presència del català en aquests recintes.

Gràfic 20:

Els usos lingüístics comparats per marques





Segon grup: Més presència del català, sobretot a Petrocat

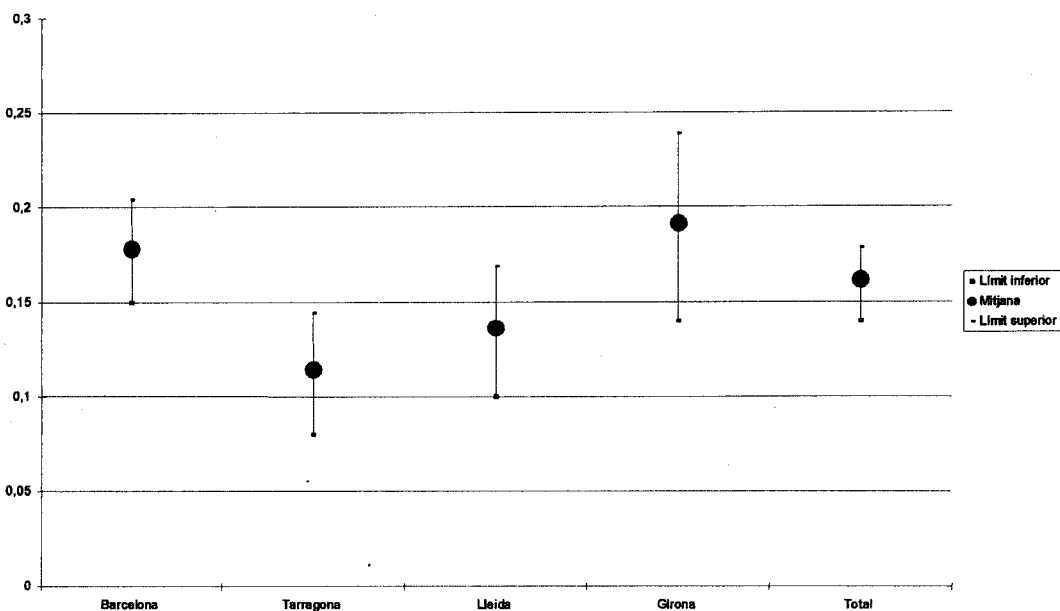
Tercer Grup: Més presència del castellà. Índexs de bilingüisme semblants als de Petronor, Agip, Total

Capítol 3 Variables que influeixen en l'ús del català

3.1 Usos lingüístics segons la província

En analitzar l'índex de retolació en català a les estacions de servei, ens adonem que a Girona i Barcelona (Gràfic 21) és on en promig hi ha un nombre més gran d'estacions retolades en català. A nivell percentual, aquesta major presència del català seria del 19% en el cas de Girona, i del 17% a les retolacions de Barcelona. Les diferències territorials que detecta de fet aquest índex indiquen que hi ha més presència de benzineres retolades exclusivament en català en aquestes unitats territorials i/o administratives. Això no obstant, l'heterogeneïtat existent a l'interior de cada província fa difícil treure gaire conclusions, ja que els resultats queden afectats pels usos lingüístics que es produeixen a les comarques, municipis i vies de trànsit més extremes.

Gràfic 21: Índex de retolació del català per província

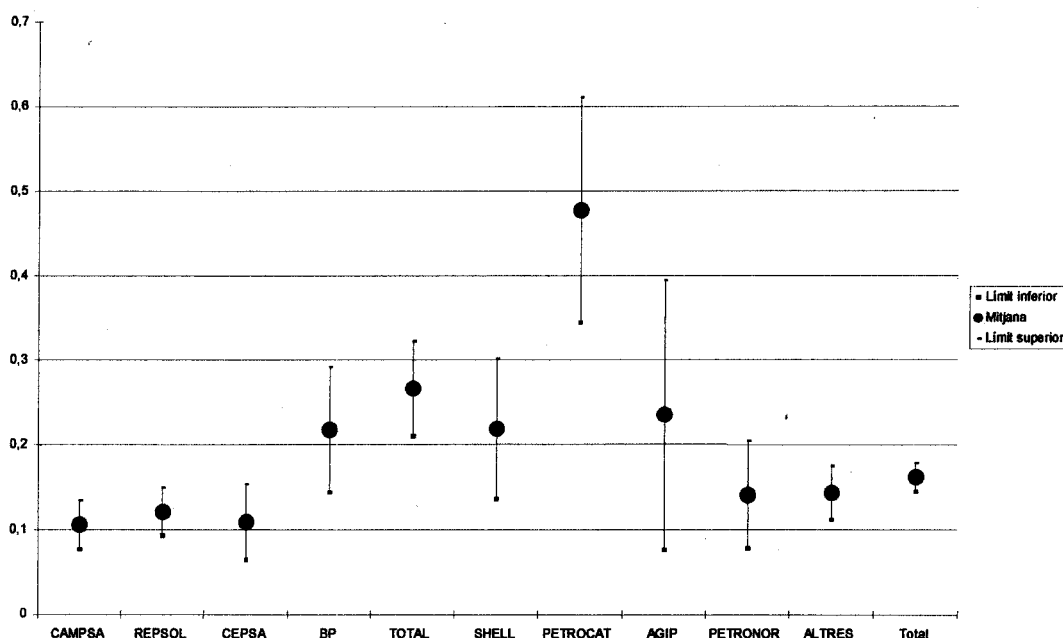


Globalment i des d'aquesta variable territorial es detecten dos grups de comportaments lingüístics amb trets similars, Girona i Barcelona per una banda, i de l'altra Tarragona i Lleida, essent les comarques tarragonines on es produeixen més mancances en l'ús del català.

3.2 Usos lingüístics a les benzineres segons la marca

En analitzar com es diferencien les grans companyies en la retolació del català (Gràfic 22), comprovem que Petrocat es distancia clarament de la resta en obtenir un promig de quasi 1 de cada 2 rètols, en català. De manera que tot i l'extrema diversitat lingüística que hi ha entre les diferents marques pot, tanmateix, establir-se com dos grups: el format per Petrocat, Total, Agip, Shell i BP que estan força retolats en català i l'altre el de Campsa, Repsol, Cepsa, Petronor i Altres, la retolació mitjana dels quals és inferior al promig total per a totes les marques.

Gràfic 22: Index de retolació amb català per marques

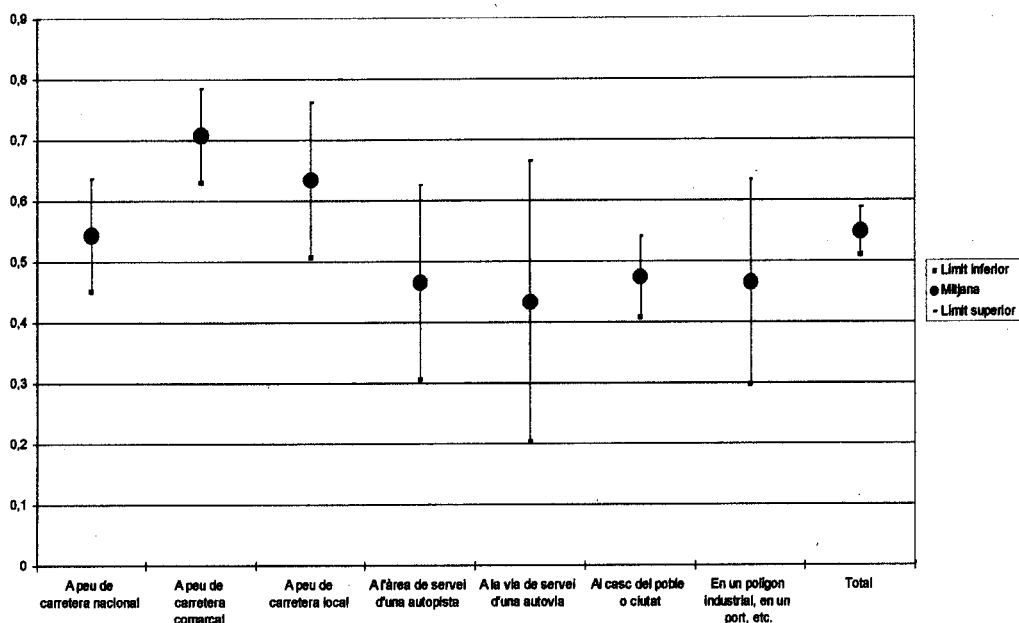


3.3 Usos lingüístics segons la ubicació i el règim de propietat

La ubicació de la benzinera repercuteix en un menor o major ús del català segons les dades obtingudes (Gràfic 23). És efectivament, a les carreteres comarcals, locals o nacionals on per promig augmenta la retolació en català, tot i que en l'anàlisi no es troben diferències estadísticament significatives.

Semblantment ocorre amb la propietat¹ de les estacions, variable que no permet detectar tampoc diferències estadísticament significatives.

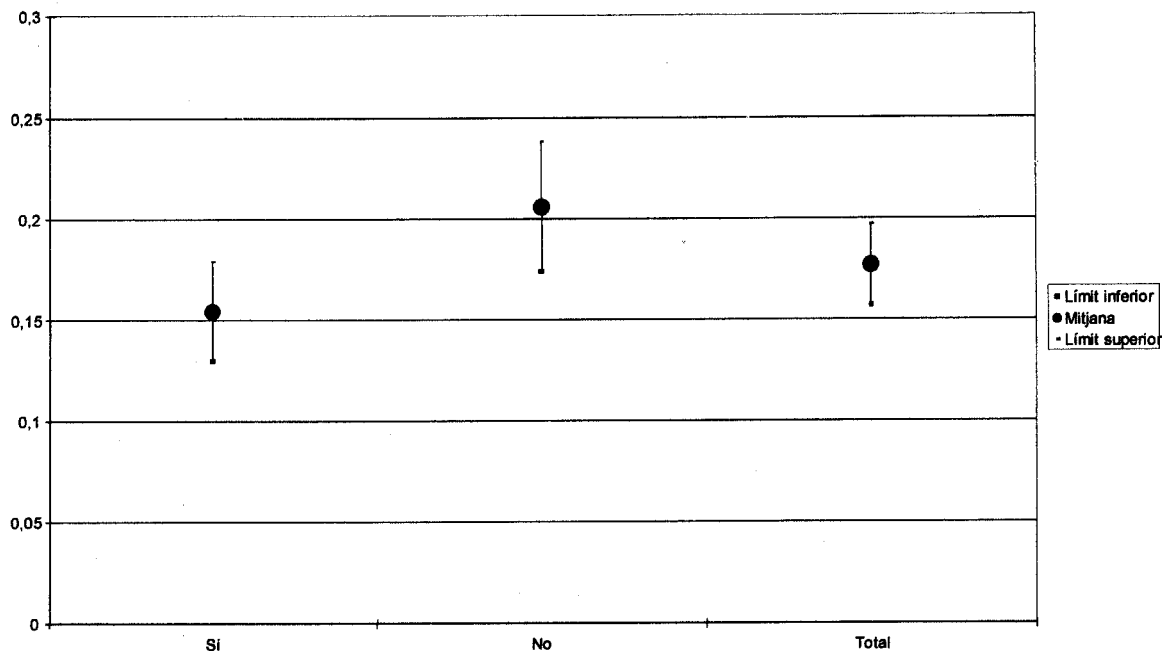
Gràfic 23: Índex d'ús oral del català per l'indret on està situada l'àrea



3.4 La renovació de les estacions de servei i la presència del català

Hom podria esperar que aquelles estacions que hagin estat renovades els darrers anys presentin en promig índexs més elevats de retolació en català (Gràfic 24). L'anàlisi estadística de les dades indica precisament el contrari, i en aquest cas, sí que la diferència és estadísticament significativa. Val a dir, però, que no ha estat fàcil saber si totes havien estat remodelades o bé si algunes eren precisament tan recents en la seva implantació que no hagi calgut renovar-les de moment. Aprofundir en aquesta temàtica requeriria fer front a aquesta diferenciació a part d'explorar altres variables de tipus territorial, marca, etc. Cal indicar també que les remodelacions solen ser en la línia d'actualitzar les mesures de control mediambiental, i afegir línies de serveis i negoci, tipus tren de rentat i botiga de pas i/o proximitat.

¹ Les categories de la variable propietat són: propietat privada d'una persona particular, propietat privada d'una associació o cooperativa, propietat d'una companyia no petrolera, propietat d'una companyia petrolera.



3.5 Els Usos orals segons diverses variables

L'ús oral del català (Gràfic 25) presenta un comportament molt diferent a l'indicat en els àmbits d'ús anteriors. Les diferències estadísticament significatives apareixen quan creuem aquest índex d'ús oral amb les variables província i ubicació de la benzinera, mentre que el règim de tinença de l'establiment o la marca que hi ha al rètol no es demostra que tinguin influència en l'ús oral del català.

3.5.1 Els Usos orals per província i ubicació de la benzinera

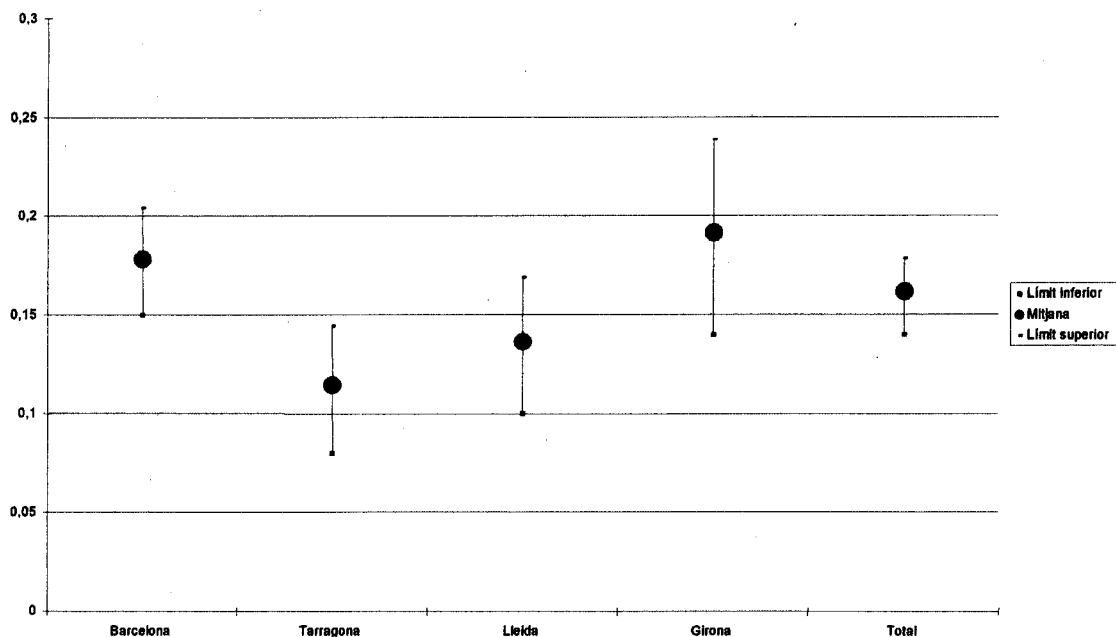
Per província, l'ús oral del català és més elevat a Girona i a Lleida, amb índexs força superiors als obtinguts a Barcelona i a Tarragona.

És probable que aquestes diferències per indret territorial guardin relació i/o contribueixin a accentuar les diferències entre les estacions situades en el casc urbà de les que hi ha a carreteres locals, comarcals i nacionals. En aquest context, sembla obvi que la ubicació de benzineres a l'autopista hauria de mostrar diferències; ara bé, no se'n capten de significatives atesa la reduïda mida de la mostra i sobretot al fet que tampoc hi hagi gaire kms. d'autopista ni moltes benzineres en aquesta mena de vial.

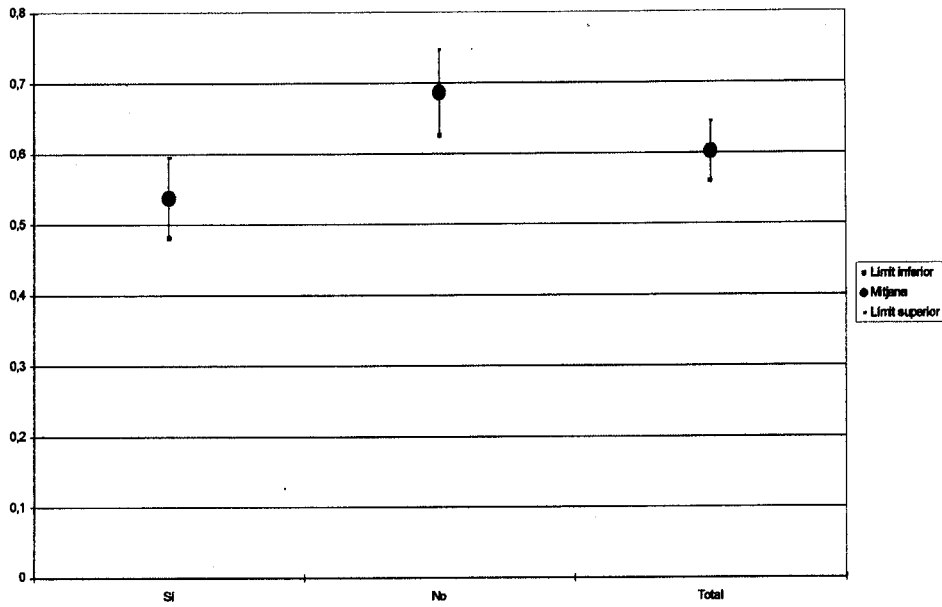
3.5.2 Els Usos orals i l'estat de renovació de la benzinera

Les estacions de servei que han estat reformades presenten una lleugera diferència respecte dels usos orals (Gràfic 26) que sí que es mostra significativa a nivell estadístic. A les benzineres no reformades l'atenció als entrevistadors és en català en un 70% de les vegades; mentre que en les reformades només en un 53%. A nivell territorial, aquest sector ha sofert relativament poques renovacions a les comarques gironines.

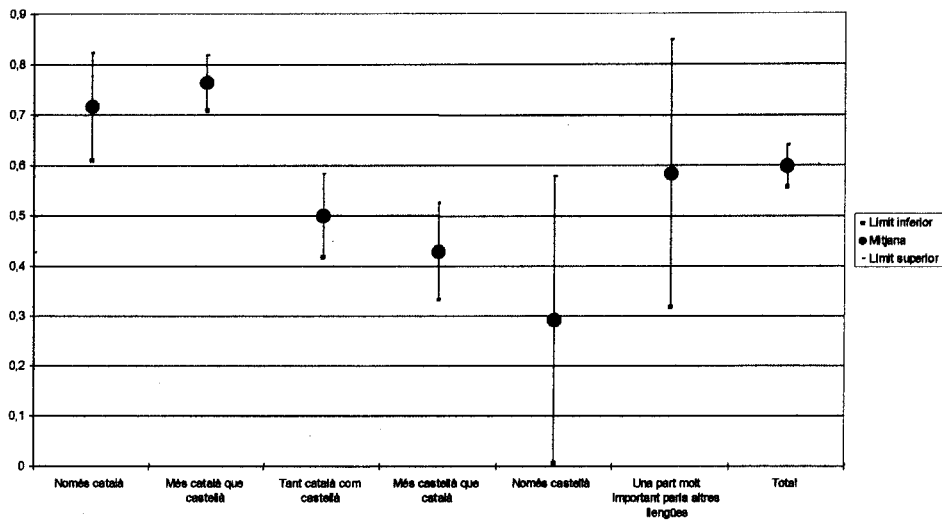
Gràfic 25: Índex d'ús oral del català per província



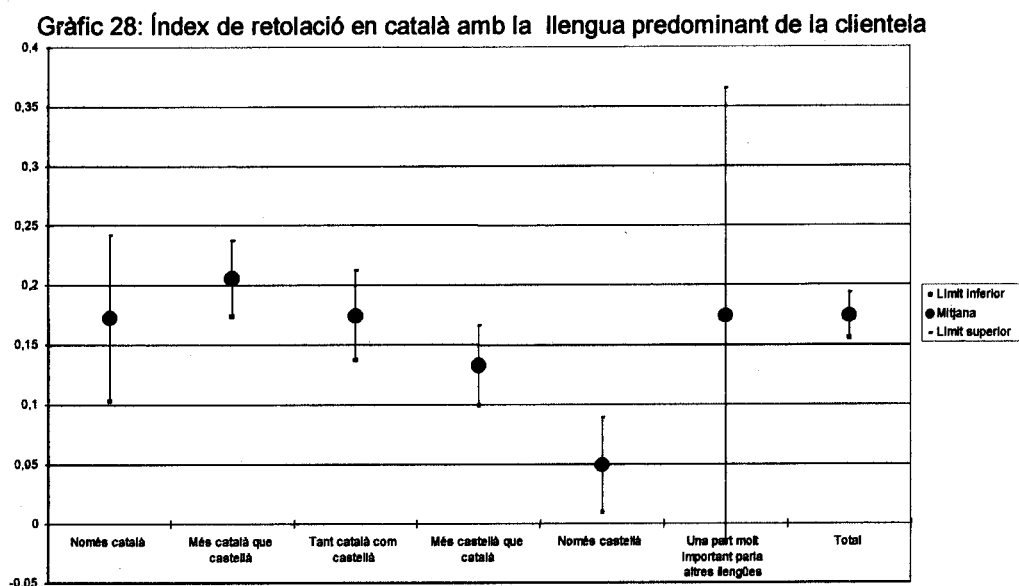
Gràfic 26: Índex d'ús oral del català per estat de renovació de la benzineria



Gràfic 27: Índex d'ús oral per orientació lingüística de la clientela



3.5.3 Els usos orals i la llengua dominant dels clients



La pressió que pugui exercir l'entorn de les benzineres en els seus usos lingüístics explica que quan la clientela és majoritàriament catalanoparlant la retolació en català augmenti en la benzinera (Gràfic 27), i hi hagin més probabilitats de trobar treballadors disposats a atendre en català (Gràfic 28). En contrastar, però, aquesta hipòtesi de treball amb la retolació s'hi mostren lleugeres diferències que en conjunt són estadísticament significatives, encara que en fer-ho categoria per categoria sigui irrellevant estadísticament la significació d'aquestes diferències. Això pot deure's a la no homogeneïtat de les variàncies. També és cert que el comportament detectat en termes de retolació sembla actuar amb independència de quins siguin els usos lingüístics -en el fons orals- de la clientela de l'establiment. En canvi, la relació que es mostra més íntimament lligada és la de la variable ús lingüístic de la clientela i l'ús oral del català que fan els empreuts. Es produeix amb certa facilitat una gran adaptació lingüística a l'entorn immediat, que ve possiblement influïda per la contractació de personal dins de mateix entorn lingüístic.



Conclusions i alguns suggeriments d'actuació

El sector carburants té a Catalunya més d'un miler d'estacions de servei. Estan distribuïdes per tot el territori, en medis urbans i rurals, bo i aprofitant la xarxa viària local, comarcal o nacional, incloent-hi autopistes, autovies així com els ports, les cooperatives i les grans superfícies comercials com a punts de venda.

Aquesta xarxa viària és lloc de tràfec i les estacions de servei, a més de bars i fondes per al trànsit rodat, aeri o marítim, són punt de venda de tota mena d'articles ocasionals: fan de quiosc, de fleca, de minimercat, on hom pot trobar-hi també articles de fotografia, souvenirs i regals. Les benzineres distribueixen alhora un ampli repertori de productes i recanvis per al vehicle, i són, per últim, lloc de relació, d'informació i de comunicació, basada en tota classe de missatges orals, sonors, escrits i/o mitjançant logos i pictogrames, molt comuns per a anunciar serveis.

Entrar en una àrea de servei i fer-hi el recorregut usual –omplir el dipòsit, passar per la caixa, l'oficina i/o la botiga, pel bar, restaurant, tren de rentat, pagar i sortir-ne- comporta rebre almenys una cinquantena de missatges lingüístics diferents en alguna o més de les llengües oficials i/o estrangeres, més o menys habituals en el mapa lingüístic del país. Missatges emesos en català, instruccions redactades en castellà, rètols i cartells bilingües, logos ambigus, factures, rebuts i tiquets presentats en un veritable aiguabarreig lingüístic ... que impacten cada dia aquesta multitud d'usuaris en aturar-se en una estació de servei. Una observació detallada de tot aquest panorama ens ha dut a extreure una sèrie de conclusions i a reprendre alguns dels suggeriments que hem anat esbossant en el decurs de l'exposició.

- A les benzineres de Catalunya perviu una forta presència del castellà escrit en tot el que és la retolació a l'entrada, a l'àmbit d'aprovisionament, a la zona de caixa/botiga i en la resta de serveis que ofereix el sector: botigues, bars,

restaurants i tallers de manteniment per al vehicle, fins al punt que la presència del català es dona tan sols en un de cada quatre missatges.

-Els dèficits més greus de català estan concentrats en quatre grans companyies espanyoles, hereves del període monopolístic: Repsol, Campsa, Petronor i Cepsa. És també sota les banderes dels grups Repsol i Cepsa on es produeixen les taxes més altes de deixadesa en la normativa de l'ús del català.

-Tan sols les companyies noves que s'implanten al sector, les d'origen estranger sobretot, tendeixen a respectar més el bilingüisme pel que fa a la retolació. Petrocat, amb la seva voluntat manifesta de retolació en català i, tot i que ocupi una situació de poca incidència en termes de quota de mercat, contribueix granment amb el seu capteniment lingüístic a incrementar els índexs globals d'ús del català, davant d'una certa heterogeneïtat del sector.

-En la gestió interna (oral i escrita) de les empreses del sector, el castellà és quasi l'única llengua d'ús. El sector dels carburants parla castellà internament degut a una alta centralització organitzativa i al fet que, tot i el procés de desmonopolització, una part important del mercat continua sota l'òrbita de les espanyoles del grup Repsol, de Cepsa i d'algunes altres empreses estrangeres.

-L'ús oral i espontani del català és força extès, tot i que presenta diferències territorials sovint importants, i que està sotmès a la parla majoritària de la clientela, al mateix temps que a la capacitat lingüística del personal que atén aquesta clientela. Mentre el català sembla ocupar un espai important en els usos informals, el castellà l'ocupa en els aspectes formals i empresarials.

-Per més que la Llei de Política Lingüística (1/1998) prevegi que la senyalització i l'oferta de serveis al públic hagin d'estar redactats en català, comprovem que els usos escrits en la retolació interna o externa de l'establiment solen estar redactats en castellà, i que aquests usos lingüístics estan molt mediatitzats per la imatge i/o titularitat de la marca, la ubicació

territorial de l'establiment o per altres variables que també intervenen en la forja del fenomen.

-En més del 80% de les benzineres de Catalunya hi ha establerta una àmplia estructura de botigues, la retolació de les quals és globalment en castellà. El tipus d'article que ofereixen no sol ser de retolació autòctona, tot i que paradoxalment s'exposin en algunes d'elles articles amb denominació d'origen.

-Barcelona i l'Àrea metropolitana, així com Tarragona, no arriben a tenir en promig el 50% de l'atenció oral en català. Destaquen també Tarragona i Lleida pel baix índex de retolació en català.

-Cal ser amatents i analitzar a fons l'extès recurs a l'ambigüitat lingüística en tot el sector i a l'ús del pictograma. Una primera interpretació duu a esbandir el tema tot adduint criteris de pragmàtica i d'economia comunicativa. Són en qualsevol cas indicis de canvis en els usos lingüístics de la població; són probablement resultat de canvis socials i, a petita escala i en un àmbit diferent, reflex de processos d'uniformització social, com el de la macdonalització.

Siguin quines siguin les raons o processos que ho expliquin, el crit d'alerta i d'aprofundiment respecte a aquest fenomen no és només una invitació a ser-hi sensibles sinó fins i tot a entendre i a intentar de liderar el procés a nivell empresarial i cultural. En aquest sentit, tal vegada seria convenient que el Departament de Cultura obrís un debat i liderés l'anàlisi i la reflexió sobre aquests canvis d'usos lingüístics, que són el resultat de profunds canvis estructurals i socioculturals.

-La gran diversitat de variables que influeixen en els comportaments lingüístics observats del sector provoca aquesta extrema heterogeneïtat lingüística, per a l'anàlisi de la qual s'ha proposat la creació de tres índexs o indicadors d'ús, que hem contrastat amb algunes de les variables més rellevants.

És evident que, davant de l'escassa presència del català en tot aquest sector, cal anar buscant i proposant tot de mesures imaginatives –no necessàriament

gaire costoses ni coactives- per tal d'incrementar aquesta presència, i trencar amb tot d'estereotips i rutines lingüístiques heredades. Pot semblar considerable l'esforç que cal fer per tal d'introduir una major presència del català en tots els circuits comunicatius, tant els emesos des dels serveis centrals com des de les delegacions i/o des de l'àmplia xarxa d'establiments. Sortosament les noves tecnologies de la comunicació ofereixen avui, en la flexibilitat del programari, solucions ràpides i de fàcil ús, si de debò es volen trencar els xips rutinitzats, i tant si la intercomunicació s'estableix via Internet, per Fax, per correu i mitjançant trucada telefònica. Sortosament també l'oferta ha d'anar variant d'acord als nous estils i a les exigències del consumidor, bo i seguint les pròpies necessitats de modernització d'un sector que està renovant-se permanentment a fi d'adaptar-se a les exigències d'un mercat cada vegada més competitiu. En aquest sentit, cal ser molt amatents i explorar les possibilitats que ofereix la formació permanent, també a nivell lingüístic, com indiquem posteriorment.

La mesura cabdal que caldria endegar a nivell de delegacions a Catalunya de les grans petrolieres és estudiar la viabilitat d'un projecte prou ambiciós de normalització lingüística en la retolació de tot el sector, que no descuidi també els aspectes comunicatius de la seva gestió interna. En qualsevol cas, l'única regla d'or a respectar en aquest sentit consistiria en plantejar-los-ho molt i molt fàcil, fer-los-ho prou viable i atractiu en termes de marqueting, després d'analitzar els textos més comuns d'ús- des de les fitxes de petició o demanda del producte fins als fulls de nòmina, impresos de rebuts, etc.-, textos que, al cap i a la fi, són merament rutinaris, repetitius, d'ús fàcil, contribuint des de l'administració si cal al seu plantejament i realització amb recursos tecnològics, programàtics o econòmics. En aquest sentit, cal fer arribar als respectius directius de les corporacions empresarials els resultats d'estudis ja realitzats en altres sectors empresarials que mostren que el client no és reticent a veure retolats ni etiquetats en català la resta de productes que hi ha al mercat.

Aquest projecte global d'adequació del sector a les necessitats lingüístiques del país hauria d'incloure mesures tendents a incrementar la presència del català a tot el sector, des de la imatge externa corporativa de les àrees de servei -logo,

publicitat i formes de retolació- fins a totes i cadascuna de les seves zones de serveis -àrea de marquesina i sortidors-, a més de dependències com la Caixa/Oficina, tallers i rentat de cotxes, bar/restaurant i botiga amb tot el que això suposa a nivell de retolació dels serveis i productes que ofereixen al consumidor.

Les companyies estrangeres han estat les darreres en anar ocupant parcel·les en el mercat català; hi ha també noves incorporacions en la implantació d'estacions alhora que és constant la dinàmica de renovar les ja existents a fi d'adaptar-les a les normatives de seguretat i medioambientals vigents, alhora que respondre a les exigències del mercat i dels consumidors i usuaris. Cal aprofitar tant la instal·lació de noves implantacions com la renovació de les ja existents per a facilitar -i si fa el cas exigir- el compliment de les normatives previstes en la Llei de Política Lingüística, també en la normativa dels Drets del Consumidor i Usuari i en la Defensa del Medi Ambient en el moment de la seva implantació, en els processos d'inspecció i sanció posteriors.

Atès que la totalitat d'estacions han d'anar-se renovant amb els anys de funcionament sigui per raons d'imatge, de marqueting empresarial i/o compliment de noves normatives, convindria establir mecanismes amb els responsables dels Departaments d'Indústria, Urbanisme i Medi Ambient alhora que amb els corresponents òrgans municipals per tal que vetllin també per a una major presència del català en els anuncis i en el compliment estricte de la normativa dels cartells que han d'estar almenys en català, per llei, i molt visibles -i no és pas el cas en gairebé la meitat de les estacions estudiades.

Per tal de no aparèixer només com a persecutors i/o sancionadors, caldria difondre la normativa i facilitar-ne el compliment en el moment que es demana llicències d'obres, permisos de construcció i/o renovació i l'obertura d'establiments. Proposem en aquest sentit dissenyar i difondre en català un tipus de cartells prou atractius que puguin col·locar-se en lloc ben visible -com preveu la llei en el cas dels rètols de prohibició de fumar, d'usar mòbils, repostar amb els llums encesos o el motor engegat-, fent joc amb les columnes de les marquesines, formant part de les màquines expenedores o fàcils de

col·locar a la façana principal a fi substituir-ne d'antics, redactats alguns només en castellà, fets amb lletra molt menuda en el cas dels bilingües, quan no contenen errors ortogràfics.

Sub
Val a dir, en aquest sentit, que és limitat el nombre de fabricants de màquines expenedores, i que aquests solen tenir contractes en exclusiva per al seu subministrament a les grans petrolieres. Suggerim en aquest sentit establir els contactes informals i formals que calguin, tant amb el sector dels fabricants com entre les grans petrolieres que operen a Catalunya, per tal de retolar en català els noms dels productes, el volum i el preu alhora que altres possibles cartells sobre el funcionament de les mànegues en cas d'autoservei. Cal recordar, a més, que és precisament la forma d'autoservei i/o màquines Automat -sovint proveïdes de missatges sonors a més dels escrits- el que amb tota probabilitat anirà imperant en el sector. Això farà probablement necessari incrementar la informació oral o escrita al client sobre el funcionament dels aparells; tasca que pot recaure en el fabricant de les màquines expenedores i/o de cobrament, o estar d'alguna manera en mans dels empresaris del sector. Sigui quina sigui la forma més idònea, el cert és que el moment d'autoritzar-ne la implantació, és probablement el més adequat per a incidir en el fet que és indispensable que aquests missatges estiguin fets correctament i en català.

Concentrar esforços en la comunicació i en la inspecció d'aquestes estacions de servei forma part naturalment del que podríem dir-ne accions prioritàries i de gran repercussió i impacte al sector – efecte mirall-, sobretot si els contractes s'estableixen amb aquelles companyies petrolieres que tenen avui una implantació més forta en el mercat, i presenten el nombre de deficiències lingüístiques més gran. Tanmateix, cal explorar prèviament la pressumpta ambigüïtat i complicació de la relació contractual entre les companyies i les persones que exploten el negoci, sobretot en el cas dels abanderaments. Caldria centrar més aviat els esforços institucionals sobre les petrolieres per raons òbvies de rendibilitat i d'impacte, pel fet que poden ser aquestes les responsables de tot el sistema publicitari i d'ajardinament del recinte, per la facilitat en els processos de control i sanció si cal, i pel fet que una part important d'aquestes estan establertes des de fa anys i van renovant-se

Ter

paulatinament, incorporant retolacions lingüístiques i tanques publicitàries noves, a més d'incrementar l'oferta de serveis al client.

És indispensable compartir tot el procés de negociació, difusió i compliment de la normativa amb la patronal del sector, atès que com a organisme pot arribar més fàcilment a la totalitat dels seus afiliats, reflexionar i presionar conjuntament sobre les grans companyies petrolieres. Cal recordar que moltes estacions de servei de l'antic monopoli (de les marques esmenades) estan revisant en aquest moment els contractes de subministrament i abanderament, de forma que els costos afegits que pugui suposar canviar la cartelleria (i la retolació dels productes alimentaris comprats mitjançant contracte d'obligació) poden ser més assumibles en termes de cost econòmic en el moment de dissenyar i executar canvis, modificacions i renovacions, que no pas quan el disseny i/o la realització ja s'hagi dut a terme. Caldria en aquest sentit estar molt a l'aguait de totes aquelles que volen iniciar el procés de renovació de les instal·lacions o que encara no han estat renovades.

↓ Ita

Volem recordar també que ran de l'estudi lingüístic del sector dels carburants sabem que Catalunya disposa de prop d'un miler de botigues, a més dels bars, cafeteries, restaurants i tallers. Cal comptar-hi en tractar de l'actual estructura comercial del país. Els articles exposats són en general de conveniència, productes d'alimentació, també peces de recanvi i de manteniment del vehicle la retolació dels quals és difícilment en català. S'hi fa sovint promoció i ofertes de productes de baix preu. Atès el gran nombre d'establiments comercials que suposa l'existència de botigues a les estacions de servei, i en un tendència més aviat a incrementar-ne el nombre, cal pensar que ha d'arribar a aquest sector qualsevol acció formativa adreçada al món dels botiguers i/o supermercats, tant si es tracta de glossaris, reculls de frases fetes o de vocabularis específics dels tallers de mecànica, com si l'oferta és de cursos destinats a la millora professional i lingüísticocomunicativa del personal que, no ho oblidem, està atenent la clientela en un lloc públic.

Formar lingüísticament en català aquest personal facilita no només que atenguin en català els clients sinó que, a més, posseeixin prou competència

lingüística per a redactar els rètols informatius en aquesta llengua. Val a dir, a nivell formatiu, que una bona manera d'incidir sobre la formació professional i lingüística del sector fóra combinar cursos molt atractius per al sector amb temàtiques adequades sobre riscos laborals, tècniques d'atenció al client, i algunes aplicacions informàtiques impartides només en català. Cas de recórrer a accions complementàries del FORCEM, caldria vetllar també per tal que, amb independència dels continguts, la docència es dugués a terme també en català.

Entenem que són nombroses i heterogènies les mesures tendents a incentivar la presència i l'ús del català en el sector dels carburants, on aquesta presència a nivell de retolació i usos orals, sobretot en algunes àrees geogràfiques i/o companyies, és clarament deficitària. Pensem també que no cal esperar grans plans o projectes globals per a iniciar una transformació lingüística de tot el sector, sinó que és cert que pot anar-se avançant, formulant i concretant petites actuacions en alguns aspectes, establir els pactes, convenis o ajuts que calgui bo i fent, sobretot, el seguiment de les actuacions endegades, i avaluar-ne el procés de compliment i dels resultats. En aquest sentit, considerem que qualsevol actuació ha d'anar seguida del seu corresponent procés d'avaluació i, si fa el cas, de revisió.

Bibliografia

Albertí, X i Vicens, J. (1994) *El català a l'empresa: l'empresa de normalitzar*. Federació d'Organitzacions empresarials de Girona. Girona

Farràs, J et al. (1992) *Coneixement i ús del català en els comerços i indústries de Sant Pere de Ribes*. Ajuntament de Sant Pere de Ribes, mimeografiat.

Farràs, J, Torres, j. I Vila, X. (2000) *El coneixement del català. 1996. Mapa sociolingüístic de Catalunya. Anàlisi sociolingüística de l'enquesta oficial de població de 1996*. Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura, Direcció General de Política Lingüística.

Aguilera, M. I Romani, J.M. (1995) *Actituds dels consumidors catalans davant de l'ús comercial del català*. Barcelona. Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística. Institut de Sociolingüística Catalana.

Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura (1997) *Estudi d'observació de l'idioma de la publicitat exterior*. Encàrrec de la Direcció General de Política Lingüística, estudi realitzat per Eco consulting.

Solé Camardons, J. (1997) *Publicitat i comunicació empresarials: reculls d'estudis*. Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística. Institut de Sociolingüística Catalana.

Romani, J. M. I Solé Camardons, J. (1997) *Els usos lingüístics en la retolació a Barcelona a l'any 1997*. Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. Direcció General de Política Lingüística. Institut de Sociolingüística Catalana.

Annex 2:
Distribució de les estacions de servei per comarca
i per marques. Percentatges

	CAMPSA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETRO-CAT	AGIP	PETRO-NOR	ALTRES	TOTALS
Alt Camp	37,5	12,5	12,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	37,5	100,0
Alt Empordà	19,0	9,5	14,3	14,3	9,5	0,0	0,0	14,3	0,0	19,0	100,0
Alt Penedès	11,1	11,1	11,1	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	55,6	100,0
Alt Urgell	33,3	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	100,0
Alta Ribagorça	33,3	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	100,0
Anoia	9,1	18,2	0,0	0,0	9,1	9,1	9,1	0,0	18,2	27,3	100,0
Bages	26,3	10,5	15,8	10,5	5,3	0,0	5,3	0,0	10,5	15,8	100,0
Baix Camp	20,0	20,0	15,0	5,0	10,0	10,0	0,0	0,0	5,0	15,0	100,0
Baix Ebre	25,0	6,3	6,3	0,0	0,0	0,0	12,5	6,3	6,3	37,5	100,0
Baix Empordà	25,0	0,0	0,0	25,0	12,5	0,0	0,0	12,5	0,0	25,0	100,0
Baix Llobregat	7,4	7,4	7,4	14,8	14,8	3,7	7,4	0,0	3,7	33,3	100,0
Baix Penedès	0,0	16,7	16,7	0,0	0,0	0,0	16,7	16,7	16,7	16,7	100,0
Barcelonès	16,9	9,9	11,3	14,1	9,9	5,6	1,4	0,0	2,8	28,2	100,0
Berguedà	33,3	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	0,0	0,0	11,1	44,4	100,0
Cerdanya	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	60,0	100,0
Conca de Barberà	0,0	25,0	25,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	25,0	25,0	100,0
Garraf	11,1	22,2	22,2	0,0	0,0	0,0	11,1	0,0	0,0	33,3	100,0
Garrigues	33,3	0,0	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Garrotxa	33,3	16,7	16,7	0,0	0,0	16,7	0,0	16,7	0,0	0,0	100,0
Gironès	21,1	21,1	15,8	10,5	10,5	5,3	0,0	0,0	5,3	10,5	100,0
Maresme	23,8	14,3	33,3	9,5	4,8	0,0	9,5	4,8	0,0	0,0	100,0
Montsià	10,0	20,0	10,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	50,0	100,0
Noguera	0,0	11,1	22,2	0,0	0,0	0,0	11,1	11,1	0,0	44,4	100,0
Osona	5,6	22,2	0,0	5,6	27,8	0,0	11,1	0,0	0,0	27,8	100,0
Pallars Jussà	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Pallars Sobirà	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	33,3	100,0
Pla de l'Estany	0,0	60,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0	0,0	20,0	100,0
Pla d'Urgell	7,7	46,2	7,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	38,5	100,0
Priorat	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Ribera d'Ebre	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	33,3	100,0
Ripollès	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Segarra	28,6	14,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	57,1	100,0
Segrià	25,0	8,3	25,0	0,0	0,0	4,2	0,0	0,0	8,3	29,2	100,0
Selva	21,4	0,0	0,0	21,4	0,0	0,0	0,0	28,6	0,0	28,6	100,0
Solsonès	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0	100,0
Tarragonès	10,0	30,0	20,0	5,0	0,0	20,0	5,0	5,0	0,0	5,0	100,0
Terra Alta	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Vallès Occidental	11,1	24,1	16,7	5,6	9,3	5,6	5,6	3,7	0,0	18,5	100,0
Vallès Oriental	8,0	16,0	4,0	4,0	8,0	0,0	4,0	4,0	8,0	44,0	100,0
TOTAL	16,4	15,8	12,9	7,2	6,6	4,1	3,9	3,3	3,9	25,9	100,0

Annex 3: Utilització del català a les benzineres de Catalunya. Absoluts

	Català	Castellà	Bilingüe	Altre	Ambigu	Pictograma	TOTAL
Àmbit informatiu a l'entrada							
Logo de l'estació de servei	18	13	6	0	148	145	330
Rètol comercial	47	24	9	15	356	18	469
Rètol de preus	95	213	15	6	112	0	441
Pantalla lluminosa	39	45	18	0	74	0	176
TOTAL	199	295	48	21	690	163	1416
Àmbit de subministrament							
Rètol del nom dels productes	101	272	21	0	83	0	477
Rètol del preu i volum	67	360	17	0	30	0	474
Instruccions funcionament sortidors	85	115	113	0	0	0	313
Anunci sonor dels productes	45	35	11	0	0	0	91
Cartells de prohibit fumar	47	49	35	0	0	361	492
Cartells d'apagar els llums	99	73	162	0	0	81	415
Cartells d'apagar el motor	98	79	167	0	0	68	412
Cartells d'apagar els telèfons mòbils	23	13	14	0	0	58	108
Rètols informant extintors i mànegues	21	13	12	0	43	116	205
Enganxines de sistemes d'alarma	27	76	14	0	0	15	132
Cartell llibre reclamacions	73	87	100	0	0	0	260
Cartell joc de mesures disponible	52	77	93	0	0	0	222
Instruccions en cas d'emergència	17	23	17	0	1	1	59
Altres avisos i rètols	121	102	28	7	2	3	263
Salutació verbal de l'encarregat	282	120	0	0	0	0	402
TOTAL	1158	1494	804	7	159	703	4325
Àmbit de la Caixa							
Rètols anunciant la caixa	128	114	42	1	14	2	301
Instruccions de pagament (targetes-xecs)	81	139	62	1	13	30	326
Tiquets de caixa-rere caixa	66	166	16	0	0	0	248
Expositor vora-rere caixa	83	145	28	3	7	0	266
Salutació del caixer/a	164	125	5	0	3	0	297
TOTAL	522	689	153	5	37	32	1438
Àmbit de la Botiga							
Rètol comercial	79	70	66	96	68	0	379
Rètol obertura/tancament	62	127	39	0	0	0	228
Rètol d'horaris	64	125	34	0	0	0	223
Preus dels productes de linial	60	188	16	0	50	0	314
Referències productes de linial	88	158	26	0	25	0	297
Anuncis d'ofertes	95	148	9	0	0	0	252
Anuncis d'articles de nevera	70	152	19	0	33	8	282
TOTAL	518	968	209	96	176	8	1975
Àmbit dels Serveis							
Rètol serveis/servicios	39	73	83	0	0	204	399
Rètol telèfon	28	44	49	0	0	146	267
Rètol Cafeteria o altres	29	23	15	0	21	23	111
TOTAL	96	140	147	0	21	373	777
Àmbit de la sortida							
Màquines de begudes	27	136	7	0	31	0	201
Anunci sonor màquina	8	8	4	0	0	0	20
Màquina tabac	25	58	7	0	0	0	90
Anunci sonor màquina tabac	8	7	4	0	0	0	19
Màquines de joc	1	21	0	0	0	0	22
Màquines de gel	88	142	53	12	12	0	307
Anunci aparells aire/aigua	118	159	105	0	0	0	382
Tren de rentat	58	64	30	9	0	0	161
Mapa de carreteres	18	67	6	0	0	0	91
TOTAL	351	662	216	21	43	0	1293

Utilització del català a les benzineres de Catalunya. Percentatges

Àmbit Informatiu a l'entrada	Català	Castellà	Bilingüe	Altre	Ambigu	Pictograma	TOTAL
Logo de l'estació de servei	5,4	3,9	1,8	0,0	44,8	43,9	100,0
Rètol comercial	10,0	5,1	1,9	3,2	75,9	3,8	100,0
Rètol de preus	21,5	48,3	3,4	1,4	25,4	0,0	100,0
Pantalla lluminosa	22,2	25,6	10,2	0,0	42,0	0,0	100,0
TOTAL	14,0	20,8	3,4	1,5	48,7	11,5	100,0
Àmbit de subministrament	Català	Castellà	Bilingüe	Altre	Ambigu	Pictograma	TOTAL
Rètol del nom dels productes	21,2	57,0	4,4	0,0	17,4	0,0	100,0
Rètol del preu i volum	14,1	75,9	3,6	0,0	6,3	0,0	100,0
Instruccions funcionament sortidors	27,2	36,7	36,1	0,0	0,0	0,0	100,0
Anunci sonor dels productes	49,4	38,5	12,1	0,0	0,0	0,0	100,0
Cartells de prohibir fumar	9,5	10,0	7,1	0,0	0,0	73,4	100,0
Cartells d'apagar els llums	23,9	17,6	39,0	0,0	0,0	19,5	100,0
Cartells d'apagar el motor	23,8	19,2	40,5	0,0	0,0	16,5	100,0
Cartells d'apagar els telèfons mòbils	21,3	12,0	13,0	0,0	0,0	53,7	100,0
Rètols informant extintors i mànegues	10,2	6,34	5,8	0,0	21,0	57,0	100,0
Enganxines de sistems d'alarma	20,4	57,6	10,6	0,0	0,0	11,4	100,0
Cartell llibre reclamacions	28,1	33,5	38,5	0,0	0,0	0,0	100,0
Cartell joc de mesures disponible	23,4	34,7	41,9	0,0	0,0	0,0	100,0
Instruccions en cas d'emergència	28,8	39,8	28,8	0,0	1,7	1,7	100,0
Altres avisos i rètols	46,0	38,8	10,6	2,7	0,8	1,1	100,0
Salutació verbal de l'encarregat	70,1	29,8	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
TOTAL	26,8	34,5	18,6	0,2	3,7	16,2	100,0
Àmbit de la Caixa	Català	Castellà	Bilingüe	Altre	Ambigu	Pictograma	TOTAL
Rètols anunciant la caixa	42,5	37,9	13,9	0,3	4,6	0,7	100,0
Instruccions de pagament	24,8	42,6	19,0	0,3	4,0	9,2	100,0
Tiquets de caixa-rere caixa	26,6	66,9	6,4	0,0	0,0	0,0	100,0
Expositor vora-rere caixa	31,2	54,5	10,5	1,1	2,6	0,0	100,0
Salutació del caixer/a	55,2	42,1	1,7	0,0	1,0	0,0	100,0
TOTAL	36,3	47,9	10,6	0,3	2,6	2,2	100,0
Àmbit de la Botiga	Català	Castellà	Bilingüe	Altre	Ambigu	Pictograma	TOTAL
Rètol comercial	20,8	18,5	17,4	25,3	17,9	0,0%	100,0
Rètol obertura/tancament	27,2	55,7	17,1	0,0	0,0	0,0	100,0
Rètol d'horaris	28,7	56,0	15,2	0,0	0,0	0,0	100,0
Preus dels productes de linial	19,1	59,8	5,1	0,0	15,9	0,0	100,0
Referències productes de linial	29,6	53,2	8,7	0,0	8,4	0,0	100,0
Anuncis d'ofertes	37,7	58,7	3,6	0,0	0,0	0,0	100,0
Anuncis d'articles de nevera	24,8	53,9	6,7	0,0	11,7	2,8	100,0
TOTAL	26,2	49,0	10,6	4,9	8,9	0,4	100,0
Àmbit dels Serveis	Català	Castellà	Bilingüe	Altre	Ambigu	Pictograma	TOTAL
Rètol serveis/servicios	9,8	18,3	20,8	0,0	0,0	51,1	100,0
Rètol telefon	10,5	16,5	18,3	0,0	0,0	54,7	100,0
Rètol Cafeteria o altres	26,1	20,7	13,5	0,0	18,9	20,7	100,0
TOTAL	12,3	18,0	18,9	0,0	2,7	48,0	100,0
Àmbit de sortida de l'establiment	Català	Castellà	Bilingüe	Altre	Ambigu	Pictograma	TOTAL
Màquines de begudes	13,4	67,7	3,5	0,0	15,4	0,0	100,0
Anunci sonor màquina	40,0	40,0	20,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Màquines de tabac	27,8	64,4	7,8	0,0	0,0	0,0	100,0
Anunci sonor màquina tabac	42,1	36,8	21,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Màquines de joc	4,5	95,4	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Màquines de gel	28,7	46,2	17,3	3,9	3,9	0,0	100,0
Anunci aparells aire/aigua	30,9	41,6	27,5	0,0	0,0	0,0	100,0
Tren de rentat	36,0	39,7	18,6	5,6	0,0	0,0	100,0
Mapa de carreteres	19,8	73,6	6,6	0,0	0,0	0,0	100,0
TOTAL	27,1	51,2	16,7	1,6	3,3	0,0	100,0

Annex 4

Taula 1. Distribució d'usos lingüístics en l'àmbit de l'entrada segons el nom de la companyia petrolera que consta en el rètol principal.

	CAMPESA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETROCAT	AGIP	PETRONOR	ALTRES	TOTALS	TOTALS
RÈTOL COMERCIAL												
CATALÀ	6,38%	8,51%	4,26%	21,28%	4,26%	0,00%	14,89%	6,38%	0,00%	34,04%	100,00%	47
CASTELLÀ	16,67%	12,50%	20,83%	4,17%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	8,33%	37,50%	100,00%	24
BILINGÜE	11,11%	11,11%	33,33%	11,11%	0,00%	11,11%	0,00%	0,00%	11,11%	11,11%	100,00%	9
ALTRE	0,00%	6,67%	0,00%	6,67%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	66,67%	100,00%	15
AMBIGU	20,22%	19,38%	15,45%	7,02%	8,99%	1,69%	3,65%	3,65%	4,49%	15,45%	100,00%	356
PICTOGRAMA	11,11%	5,56%	0,00%	0,00%	0,00%	55,56%	5,56%	5,56%	5,56%	11,11%	100,00%	18
TOTALS	17,48%	16,84%	13,86%	8,10%	7,25%	4,26%	4,48%	3,62%	4,26%	19,83%	100,00%	469
RÈTOL DE PREUS												TOTALS
CATALÀ	2,20%	2,20%	2,20%	2,20%	14,29%	9,89%	14,29%	13,19%	0,00%	39,56%	100,00%	91
CASTELLÀ	22,07%	21,13%	20,66%	4,23%	0,94%	3,76%	0,00%	2,35%	6,57%	18,31%	100,00%	213
BILINGÜE	26,67%	13,33%	20,00%	13,33%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	6,67%	13,33%	100,00%	15
ALTRE	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	83,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%	100,00%	6
AMBIGU	24,07%	24,07%	12,04%	15,74%	10,19%	0,00%	0,93%	0,00%	2,78%	10,19%	100,00%	108
PICTOGRAMA	40,00%	20,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	20,00%	100,00%	5
TOTALS	18,49%	17,35%	14,38%	6,85%	7,08%	4,11%	3,20%	3,88%	4,11%	20,55%	100,00%	438
PANTALLA LLUMINOSA												TOTALS
CATALÀ	12,82%	7,69%	2,56%	15,38%	2,56%	12,82%	12,82%	7,69%	2,56%	23,08%	100,00%	39
CASTELLÀ	17,78%	31,11%	22,22%	2,22%	2,22%	6,67%	0,00%	0,00%	4,44%	13,33%	100,00%	45
BILINGÜE	6,25%	31,25%	37,50%	12,50%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	100,00%	16
AMBIGU	25,00%	15,79%	11,84%	7,89%	13,16%	1,32%	2,63%	1,32%	5,26%	15,79%	100,00%	76
TOTALS	18,75%	19,32%	14,77%	8,52%	6,82%	5,11%	3,98%	2,27%	3,98%	16,48%		176
LOGO ESTACIÓ												TOTALS
CATALÀ	10,53%	10,53%	5,26%	10,53%	5,26%	10,53%	15,79%	10,53%	0,00%	21,05%	100,00%	19
CASTELLÀ	7,69%	15,38%	30,77%	0,00%	0,00%	7,69%	0,00%	0,00%	7,69%	30,77%	100,00%	13
BILINGÜE	0,00%	40,00%	40,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	5
AMBIGU	20,81%	13,42%	13,42%	10,74%	10,07%	1,34%	1,34%	2,01%	6,71%	20,13%	100,00%	149
PICTOGRAMA	22,76%	20,00%	13,79%	1,38%	4,83%	7,59%	2,76%	4,83%	4,83%	17,24%	100,00%	145
TOTALS	20,24%	16,62%	14,20%	6,34%	6,95%	4,83%	2,72%	3,63%	5,44%	19,03%	100,00%	331

Taula 2. Distribució d'usos lingüístics en la retolació de l'àmbit de subministrament de carburants segons el nom de la companyia petrolera que consta en el rètol principal.

RÈTOL PRODUCTES	CAMPSA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETROCAT	AGIP	PETRONOR	ALTRES	TOTALS	TOTALS
CATALÀ	3,06%	2,04%	5,10%	4,08%	14,29%	10,20%	18,37%	5,10%	2,04%	38,78%	103,06%	98
CASTELLÀ	23,64%	23,18%	22,27%	7,27%	3,18%	4,55%	0,00%	5,45%	7,73%	26,36%	123,64%	220
BILINGÜE	35,29%	17,65%	17,65%	11,76%	29,41%	0,00%	5,88%	0,00%	0,00%	17,65%	135,29%	17
AMBIGU	34,43%	37,70%	11,48%	24,59%	13,11%	0,00%	1,64%	0,00%	1,64%	9,84%	134,43%	61
TOTALS	20,71%	19,95%	16,16%	9,34%	8,59%	5,05%	5,05%	4,29%	5,05%	26,52%	120,71%	396
PREU I VOLUM												
CATALÀ	3,03%	3,03%	3,03%	3,03%	24,24%	12,12%	21,21%	6,06%	0,00%	24,24%	100,00%	66
CASTELLÀ	20,00%	19,72%	15,28%	7,78%	2,50%	3,33%	1,11%	3,61%	4,72%	21,94%	100,00%	360
BILINGÜE	23,53%	11,76%	23,53%	5,88%	11,76%	0,00%	0,00%	0,00%	5,88%	17,65%	100,00%	17
AMBIGU	16,67%	16,67%	10,00%	13,33%	13,33%	0,00%	0,00%	0,00%	10,00%	20,00%	100,00%	30
TOTALS	17,55%	16,91%	13,53%	7,40%	6,55%	4,23%	3,81%	3,59%	4,44%	21,99%	100,00%	473
INSTRUCCIONS												
CATALÀ	8,24%	5,88%	3,53%	8,24%	18,82%	9,41%	16,47%	2,35%	3,53%	23,53%	100,00%	85
CASTELLÀ	19,66%	24,79%	8,55%	6,84%	4,27%	3,42%	0,00%	1,71%	4,27%	26,50%	100,00%	117
BILINGÜE	12,61%	19,82%	34,23%	5,41%	5,41%	0,00%	0,90%	6,31%	1,80%	13,51%	100,00%	111
TOTALS	14,06%	17,89%	16,29%	6,71%	8,63%	3,83%	4,79%	3,51%	3,19%	21,09%	100,00%	313
ANUNCIS SONORS												
CATALÀ	26,67%	22,22%	4,44%	4,44%	6,67%	0,00%	11,11%	4,44%	4,44%	15,56%	100,00%	45
CASTELLÀ	34,29%	28,57%	8,57%	11,43%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	17,14%	100,00%	35
BILINGÜE	9,09%	9,09%	36,36%	9,09%	9,09%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	27,27%	100,00%	11
TOTALS	27,47%	23,08%	9,89%	7,69%	4,40%	0,00%	5,49%	2,20%	2,20%	17,58%	100,00%	91
PROHIBIT FUMAR												
CATALÀ	14,89%	6,38%	6,38%	8,51%	6,38%	10,64%	14,89%	4,26%	2,13%	25,53%	100,00%	47
CASTELLÀ	18,37%	18,37%	6,12%	4,08%	2,04%	6,12%	2,04%	6,12%	4,08%	32,65%	100,00%	49
BILINGÜE	8,57%	8,57%	31,43%	8,57%	2,86%	5,71%	0,00%	2,86%	0,00%	31,43%	100,00%	35
PICTOGRAMA	18,01%	18,56%	13,57%	8,31%	7,48%	4,99%	3,60%	2,77%	4,43%	18,28%	100,00%	361
TOTALS	17,07%	16,67%	13,41%	7,93%	6,50%	5,69%	4,27%	3,25%	3,86%	21,34%	100,00%	492
APAGAR LLUMS												
CATALÀ	14,14%	9,09%	4,04%	15,15%	10,10%	6,06%	8,08%	4,04%	7,07%	22,22%	100,00%	99
CASTELLÀ	17,81%	27,40%	5,48%	1,37%	4,11%	6,85%	0,00%	0,00%	2,74%	34,25%	100,00%	73
BILINGÜE	22,22%	21,60%	20,99%	10,49%	2,47%	1,85%	0,00%	4,94%	4,32%	11,11%	100,00%	162
PICTOGRAMA	11,11%	19,75%	2,47%	6,17%	7,41%	7,41%	16,05%	2,47%	2,47%	24,69%	100,00%	81
TOTALS	17,35%	19,28%	10,60%	9,16%	5,54%	4,82%	5,06%	3,37%	4,34%	20,48%	100,00%	415

	CAMPSA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETROCAT	AGIP	PETRONOR	ALTRES	TOTALS	TOTALS
APAGAR MOTOR												
CATALÀ	14,29%	9,18%	4,08%	15,31%	9,18%	6,12%	7,14%	4,08%	8,16%	22,45%	100,00%	98
CASTELLÀ	20,25%	24,05%	6,33%	2,53%	3,80%	6,33%	0,00%	0,00%	3,80%	32,91%	100,00%	79
BILINGÜE	21,95%	21,95%	20,73%	10,37%	2,44%	1,83%	0,00%	4,88%	4,27%	11,59%	100,00%	164
PICTOGRAMA	11,27%	15,49%	2,82%	7,04%	8,45%	11,27%	7,04%	2,82%	1,41%	32,39%	100,00%	71
TOTALS	17,96%	18,20%	10,92%	9,47%	5,34%	5,34%	2,91%	3,40%	4,61%	21,84%	100,00%	412
APAGAR MÒBILS												TOTALS
CATALÀ	8,70%	4,35%	13,04%	8,70%	4,35%	8,70%	21,74%	8,70%	0,00%	21,74%	100,00%	23
CASTELLÀ	7,69%	15,38%	23,08%	7,69%	15,38%	0,00%	0,00%	7,69%	0,00%	23,08%	100,00%	13
BILINGÜE	21,43%	14,29%	14,29%	28,57%	7,14%	7,14%	0,00%	0,00%	0,00%	7,14%	100,00%	14
PICTOGRAMA	8,62%	15,52%	0,00%	18,97%	6,90%	22,41%	3,45%	0,00%	6,90%	17,24%	100,00%	58
TOTALS	10,19%	12,96%	7,41%	16,67%	7,41%	14,81%	6,48%	2,78%	3,70%	17,59%	100,00%	108
EXTINTORS-MÀNEGUES												TOTALS
CATALÀ	9,52%	4,76%	19,05%	9,52%	14,29%	0,00%	23,81%	9,52%	0,00%	9,52%	100,00%	21
CASTELLÀ	7,69%	7,69%	30,77%	7,69%	7,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	38,46%	100,00%	13
BILINGÜE	33,33%	16,67%	33,33%	8,33%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	12
AMBIGU	11,63%	11,63%	20,93%	4,65%	18,60%	6,98%	4,65%	0,00%	2,33%	18,60%	100,00%	43
PICTOGRAMA	12,93%	12,93%	17,24%	6,03%	6,90%	9,48%	6,03%	6,03%	7,76%	14,66%	100,00%	116
TOTALS	13,17%	11,71%	20,00%	6,34%	10,24%	6,83%	6,83%	4,39%	4,88%	15,61%	100,00%	205
ENGANXINES												TOTALS
ALARMA												
CATALÀ	18,52%	7,41%	18,52%	11,11%	7,41%	0,00%	11,11%	7,41%	0,00%	18,52%	100,00%	27
CASTELLÀ	18,42%	17,11%	15,79%	5,26%	7,89%	7,89%	0,00%	1,32%	5,26%	21,05%	100,00%	76
BILINGÜE	35,71%	7,14%	14,29%	14,29%	14,29%	0,00%	0,00%	7,14%	0,00%	7,14%	100,00%	14
PICTOGRAMA	20,00%	20,00%	0,00%	6,67%	13,33%	0,00%	13,33%	0,00%	6,67%	20,00%	100,00%	15
TOTALS	20,45%	14,39%	14,39%	7,58%	9,09%	4,55%	3,79%	3,03%	3,79%	18,94%	100,00%	132
FULLS DE RECLAMACIÓ												TOTALS
CATALÀ	12,16%	16,22%	8,11%	9,46%	6,76%	4,05%	10,81%	6,76%	6,76%	18,92%	100,00%	74
CASTELLÀ	27,27%	20,45%	12,50%	6,82%	4,55%	0,00%	0,00%	3,41%	6,82%	18,18%	100,00%	88
BILINGÜE	16,33%	24,49%	27,55%	2,04%	5,10%	5,10%	0,00%	5,10%	2,04%	12,24%	100,00%	98
TOTALS	18,85%	20,77%	16,92%	5,77%	5,38%	3,08%	3,08%	5,00%	5,00%	16,15%	100,00%	260

JOC MESURES	CAMPSA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETROCAT	AGIP	PETRONOR	ALTRES	TOTALS	TOTALS
CATALÀ	11,54%	11,54%	7,69%	9,62%	5,77%	3,85%	13,46%	9,62%	7,69%	19,23%	100,00%	52
CASTELLÀ	25,97%	16,88%	14,29%	10,39%	5,19%	1,30%	1,30%	2,60%	6,49%	15,58%	100,00%	77
BILINGÜE	16,13%	24,73%	27,96%	2,15%	4,30%	4,30%	0,00%	4,30%	3,23%	12,90%	100,00%	93
TOTALS	18,47%	18,92%	18,47%	6,76%	4,95%	3,15%	3,60%	4,95%	5,41%	15,32%	100,00%	222
INST. CAS												TOTALS
EMERGÈNCIA												
CATALÀ	11,76%	11,76%	11,76%	11,76%	5,88%	5,88%	17,65%	11,76%	0,00%	11,76%	100,00%	17
CASTELLÀ	21,74%	13,04%	21,74%	17,39%	8,70%	0,00%	0,00%	0,00%	8,70%	8,70%	100,00%	23
BILINGÜE	17,65%	17,65%	29,41%	5,88%	17,65%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	11,76%	100,00%	17
TOTALS	17,54%	14,04%	21,05%	12,28%	10,53%	1,75%	5,26%	3,51%	3,51%	10,53%	100,00%	57
AVISOS I												TOTALS
RÈTOLS												
CATALÀ	12,40%	18,18%	6,61%	5,79%	6,61%	3,31%	12,40%	4,96%	4,13%	25,62%	100,00%	121
CASTELLÀ	23,53%	16,67%	14,71%	7,84%	8,82%	2,94%	0,00%	2,94%	3,92%	18,63%	100,00%	102
BILINGÜE	26,67%	16,67%	16,67%	6,67%	10,00%	10,00%	0,00%	3,33%	0,00%	10,00%	100,00%	30
AMBIGU	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	20,00%	20,00%	0,00%	0,00%	20,00%	20,00%	100,00%	5
TOTALS	18,22%	17,44%	10,85%	6,59%	8,14%	4,26%	5,81%	3,88%	3,88%	20,93%	100,00%	258
SALUTACIÓ												TOTALS
ENCARREGAT												
CATALÀ	17,44%	18,15%	11,74%	7,47%	6,05%	3,56%	4,27%	3,56%	4,98%	22,78%	100,00%	281
CASTELLÀ	16,53%	14,88%	17,36%	11,57%	9,09%	4,13%	1,65%	4,96%	4,13%	15,70%	100,00%	121
TOTALS	17,16%	17,16%	13,43%	8,71%	6,97%	3,73%	3,48%	3,98%	4,73%	20,65%	100,00%	402

Taula 3. Distribució d'usos lingüístics en l'àmbit de caixa segons el nom de la companyia petrolera que consta en el rètol principal.

RÈTOL CAIXA	CAMPSA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETROCAT	AGIP	PETRONOR	ALTRES	TOTALS	TOTALS
CATALÀ	7,03%	16,41%	15,63%	9,38%	13,28%	2,34%	8,59%	3,13%	2,34%	21,88%	100,00%	128
CASTELLÀ	21,93%	18,42%	17,54%	5,26%	5,26%	1,75%	0,00%	2,63%	5,26%	21,93%	100,00%	114
BILINGÜE	19,05%	14,29%	19,05%	4,76%	7,14%	4,76%	0,00%	7,14%	0,00%	23,81%	100,00%	42
AMBIGU	41,18%	29,41%	0,00%	5,88%	11,76%	0,00%	0,00%	0,00%	5,88%	5,88%	100,00%	17
TOTALS	16,28%	17,61%	15,95%	6,98%	9,30%	2,33%	3,65%	3,32%	3,32%	21,26%	100,00%	301
INST. DE PAGAMENT												TOTALS
CATALÀ	7,61%	13,04%	8,70%	6,52%	13,04%	1,09%	11,96%	5,43%	3,26%	29,35%	100,00%	92
CASTELLÀ	24,20%	20,38%	15,29%	8,28%	5,10%	1,91%	0,64%	2,55%	5,73%	15,92%	100,00%	157
BILINGÜE	7,89%	21,05%	28,95%	5,26%	5,26%	9,21%	1,32%	6,58%	1,32%	13,16%	100,00%	76
TOTALS	15,69%	18,46%	16,62%	7,08%	7,38%	3,38%	4,00%	4,31%	4,00%	19,08%	100,00%	325
TIQUETS DE CAIXA												TOTALS
CATALÀ	12,12%	15,15%	4,55%	9,09%	7,58%	1,52%	15,15%	6,06%	1,52%	27,27%	100,00%	66
CASTELLÀ	18,07%	16,87%	16,27%	9,04%	6,63%	1,81%	1,20%	5,42%	6,02%	18,67%	100,00%	166
BILINGÜE	12,50%	12,50%	12,50%	6,25%	37,50%	6,25%	0,00%	0,00%	0,00%	12,50%	100,00%	16
TOTALS	16,13%	16,13%	12,90%	8,87%	8,87%	2,02%	4,84%	5,24%	4,44%	20,56%	100,00%	248
EXPOSITORS VORA CAIXA												TOTALS
CATALÀ	9,64%	10,84%	20,48%	8,43%	8,43%	4,82%	9,64%	3,61%	3,61%	20,48%	100,00%	83
CASTELLÀ	17,24%	20,69%	11,72%	9,66%	9,66%	1,38%	0,69%	5,52%	6,90%	16,55%	100,00%	145
BILINGÜE	20,00%	16,00%	4,00%	16,00%	8,00%	4,00%	0,00%	4,00%	4,00%	24,00%	100,00%	25
AMBIGU	57,14%	28,57%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	14,29%	100,00%	7
TOTALS	16,15%	17,31%	13,46%	9,62%	8,85%	2,69%	3,46%	4,62%	5,38%	18,46%	100,00%	260
SALUTACIÓ CAIXER												TOTALS
CATALÀ	15,67%	17,54%	12,69%	6,34%	7,09%	4,48%	4,48%	4,48%	4,10%	23,13%	100,00%	268
CASTELLÀ	20,93%	19,38%	14,73%	10,08%	7,75%	3,10%	1,55%	3,88%	3,88%	14,73%	100,00%	129
TOTALS	17,38%	18,14%	13,35%	7,56%	7,30%	4,03%	3,53%	4,28%	4,03%	20,40%	100,00%	397

Taula 4. Distribució d'usos lingüístics en la botiga segons el nom de la companyia petrolera que consta en el rètol principal.

BOTIGA: RÈTOL	CAMPSA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETROCAT	AGIP	PETRONOR	ALTRES	TOTALS	TOTALS
CATALÀ	8,86%	10,13%	6,33%	18,99%	3,80%	6,33%	12,86%	2,53%	1,27%	29,11%	100,00%	79
CASTELLÀ	27,14%	8,57%	27,14%	4,29%	1,43%	1,43%	1,43%	4,29%	4,29%	20,00%	100,00%	70
BILINGÜE	27,27%	37,88%	9,09%	0,00%	1,52%	6,06%	1,52%	0,00%	1,52%	15,15%	100,00%	66
ALTRE	6,87%	25,56%	18,89%	8,89%	14,44%	6,67%	1,11%	3,33%	10,00%	4,44%	100,00%	90
AMBIGU	29,69%	18,75%	14,06%	4,69%	18,75%	3,13%	1,56%	4,69%	4,69%	0,00%	100,00%	64
TOTALS	18,70%	20,05%	15,18%	7,86%	8,13%	4,88%	3,79%	2,98%	4,61%	13,82%	100,00%	369
OBERTURATANCAMENT												TOTALS
CATALÀ	9,84%	11,48%	6,56%	14,75%	11,48%	6,56%	8,20%	8,20%	3,28%	19,67%	100,00%	61
CASTELLÀ	30,71%	19,89%	16,54%	6,30%	1,57%	0,00%	1,57%	0,79%	7,09%	15,75%	100,00%	127
BILINGÜE	12,50%	10,00%	40,00%	10,00%	7,50%	7,50%	0,00%	0,00%	2,50%	10,00%	100,00%	40
TOTALS	21,93%	15,79%	17,98%	9,21%	5,26%	3,07%	3,07%	2,63%	5,26%	15,79%	100,00%	228
RETOL D'HORARIS												TOTALS
CATALÀ	9,68%	12,90%	6,45%	14,52%	12,90%	6,45%	9,68%	8,08%	3,23%	16,13%	100,00%	62
CASTELLÀ	31,97%	18,03%	18,85%	6,58%	0,82%	0,00%	0,82%	0,00%	7,38%	14,75%	100,00%	122
BILINGÜE	15,38%	10,26%	33,33%	10,26%	7,69%	7,69%	0,00%	0,00%	0,00%	15,38%	100,00%	39
TOTALS	22,87%	15,25%	17,94%	9,42%	5,38%	3,14%	3,14%	2,69%	4,93%	15,25%	100,00%	223
PRODUCTES LINIAL												TOTALS
CATALÀ	11,87%	15,00%	13,33%	13,33%	10,00%	3,33%	10,00%	5,00%	1,67%	16,67%	100,00%	60
CASTELLÀ	19,15%	20,74%	14,89%	6,38%	9,57%	2,13%	2,13%	4,26%	5,85%	14,89%	100,00%	188
BILINGÜE	41,18%	17,65%	17,65%	0,00%	5,88%	5,88%	0,00%	0,00%	0,00%	11,76%	100,00%	17
AMBIGU	16,67%	14,58%	22,92%	6,25%	4,17%	14,58%	0,00%	2,08%	4,17%	14,58%	100,00%	48
TOTALS	18,53%	18,53%	15,97%	7,35%	8,63%	4,47%	3,19%	3,83%	4,47%	15,02%	100,00%	313
REFERÈNCIES LINIAL												TOTALS
CATALÀ	12,50%	19,32%	22,73%	11,36%	7,95%	2,27%	7,95%	3,41%	1,14%	11,36%	100,00%	88
CASTELLÀ	24,68%	23,42%	13,29%	5,70%	7,59%	1,90%	1,90%	3,80%	4,43%	13,29%	100,00%	158
BILINGÜE	32,14%	35,71%	10,71%	3,57%	3,57%	3,57%	0,00%	0,00%	0,00%	10,71%	100,00%	28
AMBIGU	13,04%	13,04%	21,74%	8,70%	4,35%	21,74%	0,00%	0,00%	0,00%	17,39%	100,00%	23
TOTALS	20,88%	22,56%	16,50%	7,41%	7,07%	3,70%	3,37%	3,03%	2,69%	12,79%	100,00%	297
OFERTES												TOTALS
CATALÀ	9,57%	24,47%	9,57%	7,45%	9,57%	3,19%	9,57%	6,38%	4,26%	15,96%	100,00%	94
CASTELLÀ	23,13%	17,01%	14,97%	9,52%	8,84%	5,44%	0,68%	4,08%	4,08%	12,24%	100,00%	147
BILINGÜE	13,33%	13,33%	33,33%	6,67%	13,33%	6,67%	0,00%	0,00%	0,00%	13,33%	100,00%	15
TOTALS	17,58%	19,53%	14,06%	8,59%	9,38%	4,69%	3,91%	4,69%	3,91%	13,67%	100,00%	256
ARTICLES NEVERA												TOTALS
CATALÀ	15,71%	8,57%	17,14%	10,00%	11,43%	4,29%	10,00%	4,29%	4,29%	14,29%	100,00%	70
CASTELLÀ	20,92%	18,95%	18,95%	7,84%	7,84%	3,92%	0,65%	3,92%	3,92%	13,07%	100,00%	153
BILINGÜE	21,74%	30,43%	17,39%	4,35%	4,35%	8,70%	0,00%	0,00%	0,00%	13,04%	100,00%	23
AMBIGU	25,00%	17,86%	10,71%	3,57%	3,57%	3,57%	0,00%	10,71%	10,71%	14,29%	100,00%	28
TOTALS	20,07%	17,15%	17,52%	7,66%	8,03%	4,38%	2,92%	4,38%	4,38%	13,50%	100,00%	274

Taula 5. Distribució d'usos lingüístics en els serveis segons el nom de la companyia petrolera que consta en el rètol principal.

RÈTOL	CAMPSA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETROCAT	AGIP	PETRONOR	ALTRES	TOTALS	TOTALS
"SERVEIS"												
CATALÀ	7,69%	7,69%	7,69%	10,26%	12,82%	10,26%	10,26%	12,82%	2,56%	17,95%	100,00%	39
CASTELLÀ	42,47%	12,33%	9,59%	2,74%	2,74%	1,37%	0,00%	0,00%	8,22%	20,55%	100,00%	73
BILINGÜE	26,51%	32,53%	8,43%	2,41%	3,61%	1,20%	1,20%	2,41%	12,05%	9,64%	100,00%	83
PICTOGRAMA	10,78%	19,61%	20,10%	9,80%	7,35%	5,88%	4,41%	4,90%	1,47%	15,69%	100,00%	204
TOTALS	19,55%	19,80%	14,54%	7,02%	6,27%	4,51%	3,51%	4,26%	5,01%	15,54%	100,00%	399
RÈTOL												TOTALS
TELEFON												
CATALÀ	14,29%	7,14%	14,29%	10,71%	10,71%	10,71%	14,29%	14,29%	0,00%	3,57%	100,00%	28
CASTELLÀ	20,45%	20,45%	18,18%	6,82%	2,27%	0,00%	0,00%	9,09%	4,55%	18,18%	100,00%	44
BILINGÜE	11,76%	21,57%	27,45%	1,96%	11,76%	3,92%	9,80%	3,92%	0,00%	7,84%	100,00%	51
PICTOGRAMA	15,97%	27,08%	13,89%	4,86%	6,25%	3,47%	3,47%	2,78%	6,25%	15,97%	100,00%	144
TOTALS	15,73%	22,85%	17,23%	5,24%	7,12%	3,75%	5,24%	5,24%	4,12%	13,48%	100,00%	267
RÈTOL												TOTALS
CAFETERIA												
CATALÀ	6,90%	10,34%	17,24%	10,34%	10,34%	6,90%	13,79%	6,90%	0,00%	17,24%	100,00%	29
CASTELLÀ	21,74%	8,70%	17,39%	4,35%	4,35%	4,35%	0,00%	4,35%	4,35%	30,43%	100,00%	23
BILINGÜE	13,33%	20,00%	33,33%	0,00%	20,00%	0,00%	0,00%	0,00%	6,67%	6,67%	100,00%	15
AMBIGU	9,52%	38,10%	4,76%	0,00%	4,76%	9,52%	0,00%	9,52%	4,76%	19,05%	100,00%	21
PICTOGRAMA	4,35%	13,04%	8,70%	0,00%	13,04%	8,70%	13,04%	8,70%	4,35%	26,09%	100,00%	23
TOTALS	10,81%	17,12%	15,32%	3,60%	9,91%	6,31%	6,31%	6,31%	3,60%	20,72%	100,00%	111

Taula 6. Distribució d'usos lingüístics en les màquines presents a la zona de sortida de l'establiment segons el nom de la companyia petrolera que consta en el rètol principal.

MÀQUINES	CAMPESA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETROCAT	AGIP	PETRONOR	ALTRES	TOTALS	TOTALS
MÀQUINES BEGUDES												
CATALÀ	18,52%	3,70%	14,81%	11,11%	3,70%	0,00%	7,41%	7,41%	11,11%	22,22%	100,00%	27
CASTELLÀ	19,85%	18,38%	13,97%	8,09%	7,35%	0,74%	2,94%	4,41%	5,15%	19,12%	100,00%	136
BILINGÜE	11,11%	44,44%	22,22%	0,00%	22,22%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	9
AMBIGU	34,48%	10,34%	6,90%	6,90%	6,90%	10,34%	0,00%	3,45%	0,00%	20,89%	100,00%	29
TOTALS	21,39%	16,42%	13,43%	7,96%	7,46%	1,99%	2,99%	4,48%	4,98%	18,91%	100,00%	201
ANUNCIS SONORS												
CATALÀ	0,00%	0,00%	25,00%	12,50%	0,00%	0,00%	25,00%	25,00%	12,50%	0,00%	100,00%	8
CASTELLÀ	33,33%	22,22%	44,44%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	9
BILINGÜE	0,00%	33,33%	33,33%	0,00%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	3
TOTALS	15,00%	15,00%	35,00%	5,00%	5,00%	0,00%	10,00%	10,00%	5,00%	0,00%	100,00%	20
MÀQUINES TABAC												
CATALÀ	17,39%	13,04%	8,70%	0,00%	0,00%	0,00%	8,70%	8,70%	8,70%	34,78%	100,00%	23
CASTELLÀ	21,15%	19,23%	13,46%	0,00%	9,62%	1,92%	0,00%	3,85%	9,62%	21,15%	100,00%	52
BILINGÜE	11,11%	22,22%	33,33%	0,00%	22,22%	0,00%	0,00%	11,11%	0,00%	0,00%	100,00%	9
TOTALS	19,05%	17,86%	14,29%	0,00%	8,33%	1,19%	2,38%	5,95%	8,33%	22,62%	100,00%	84
MÀQUINES TABAC (SONOR)												
CATALÀ	0,00%	0,00%	25,00%	12,50%	0,00%	0,00%	25,00%	25,00%	0,00%	12,50%	100,00%	8
CASTELLÀ	25,00%	25,00%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	8
BILINGÜE	0,00%	33,33%	33,33%	0,00%	33,33%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	3
TOTALS	10,53%	15,79%	36,84%	5,26%	5,26%	0,00%	10,53%	10,53%	0,00%	5,26%	100,00%	19
MÀQUINES DE JOC												
CATALÀ	10,00%	0,00%	20,00%	10,00%	0,00%	0,00%	30,00%	20,00%	0,00%	10,00%	100,00%	10
CASTELLÀ	9,09%	22,73%	36,36%	4,55%	18,18%	0,00%	0,00%	9,09%	0,00%	0,00%	100,00%	22
TOTALS	9,38%	15,63%	31,25%	6,25%	12,50%	0,00%	9,38%	12,50%	0,00%	3,13%	100,00%	32
MÀQUINES DE GEL												
CATALÀ	14,77%	21,59%	7,95%	10,23%	11,36%	2,27%	5,68%	5,68%	1,14%	19,32%	100,00%	88
CASTELLÀ	15,49%	16,90%	22,54%	8,45%	8,45%	0,70%	5,63%	4,93%	4,93%	11,97%	100,00%	142
BILINGÜE	20,75%	22,64%	9,43%	3,77%	7,55%	5,66%	1,89%	3,77%	9,43%	15,09%	100,00%	53
ALTRE	8,33%	0,00%	16,67%	41,67%	0,00%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%	25,00%	100,00%	12
AMBIGU	16,67%	25,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	16,67%	100,00%	12
TOTALS	15,96%	18,89%	14,98%	9,12%	8,47%	2,28%	4,56%	4,56%	4,89%	16,29%	100,00%	307

	CAMPSA	REPSOL	CEPSA	BP	TOTAL	SHELL	PETROCAT	AGIP	PETRONOR	ALTRES	TOTALS	TOTALS
APARELLS												
AIRE/AIGUA												
CATALÀ	13,88%	6,84%	5,13%	14,53%	12,82%	6,84%	11,97%	1,71%	1,71%	24,79%	100,00%	117
CASTELLÀ	17,72%	20,89%	22,15%	5,70%	4,43%	3,16%	0,63%	4,43%	6,33%	14,56%	100,00%	158
BILINGÜE	17,59%	26,85%	14,81%	4,63%	6,48%	4,63%	0,93%	2,78%	5,56%	15,74%	100,00%	108
TOTALS	16,45%	18,28%	14,88%	8,09%	7,57%	4,70%	4,18%	3,13%	4,70%	18,02%	100,00%	383
RÈTOL TREN												
DE RENTAT												
CATALÀ	15,00%	10,00%	6,67%	10,00%	8,33%	11,67%	10,00%	3,33%	3,33%	21,67%	100,00%	60
CASTELLÀ	17,91%	17,91%	19,40%	7,46%	2,99%	1,49%	1,49%	2,99%	4,48%	23,88%	100,00%	67
BILINGÜE	20,00%	20,00%	8,00%	8,00%	12,00%	4,00%	4,00%	8,00%	8,00%	8,00%	100,00%	25
ALTRE	0,00%	11,11%	0,00%	22,22%	0,00%	11,11%	0,00%	11,11%	0,00%	44,44%	100,00%	9
TOTALS	16,15%	14,91%	11,80%	9,32%	6,21%	6,21%	4,97%	4,35%	4,35%	21,74%	100,00%	161
MAPA DE												
CARRETERES												
CATALÀ	5,56%	0,00%	11,11%	5,56%	11,11%	5,56%	22,22%	16,67%	0,00%	22,22%	100,00%	18
CASTELLÀ	19,12%	20,59%	19,12%	11,76%	8,82%	4,41%	0,00%	1,47%	2,94%	11,76%	100,00%	68
BILINGÜE	0,00%	14,29%	35,71%	0,00%	7,14%	7,14%	0,00%	0,00%	14,29%	21,43%	100,00%	14
TOTALS	14,00%	16,00%	20,00%	9,00%	9,00%	5,00%	4,00%	4,00%	4,00%	15,00%	100,00%	100

Annex 5

Taula 1. Distribucions d'usos lingüístics en l'àmbit d'entrada segons la província on està ubicada l'estació de servei.

	Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona	TOTAL	n
RÈTOL COMERCIAL						
CATALÀ	55,32	12,77	17,02	14,89	100,00%	47
CASTELLÀ	41,67	25,00	25,00	8,33	100,00%	24
BILINGÜE	66,67	0,00	22,22	11,11	100,00%	9
ALTRE	60,00	20,00	6,67	13,33	100,00%	15
AMBIGU	52,25	18,82	12,64	16,29	100,00%	356
PICTOGRAMA	38,89	33,33	0,00	27,78	100,00%	18
TOTALS	52,03	18,76	13,22	15,99	100,00%	469
RÈTOL DE PREUS						
CATALÀ	56,84	16,84	6,32	20,00	100,00%	95
CASTELLÀ	45,07	20,66	15,96	18,31	100,00%	213
BILINGÜE	60,00	0,00	26,67	13,33	100,00%	15
ALTRE	50,00	16,67	0,00	33,33	100,00%	6
AMBIGU	55,36	15,18	15,18	14,29	100,00%	112
TOTALS	50,79	17,69	13,83	17,69	100,00%	441
PANTALLA LLUMINOSA						
CATALÀ	46,15	20,51	10,26	23,08	100,00%	39
CASTELLÀ	48,89	26,67	2,22	22,22	100,00%	45
BILINGÜE	38,89	27,78	16,67	16,67	100,00%	18
AMBIGU	58,11	25,68	0,00	16,22	100,00%	74
TOTALS	51,14	25,00	4,55	19,32	100,00%	176
LOGO ESTACIÓ						
CATALÀ	61,11	5,56	0,00	33,33	100,00%	18
CASTELLÀ	69,23	0,00	0,00	30,77	100,00%	13
BILINGÜE	66,67	0,00	0,00	33,33	100,00%	6
AMBIGU	55,41	12,16	8,78	23,65	100,00%	148
PICTOGRAMA	26,90	37,24	31,03	4,83	100,00%	145
TOTALS	43,94	22,12	17,58	16,36	100,00%	330

Taula 2. Distribucions d'usos lingüístics en la retolació de l'àmbit de subministrament de carburants segons la província on està ubicada l'estació de servei.

RÈTOL PRODUCTES	Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona	TOTAL	n
CATALÀ	57,43	17,82	10,89	13,86	100,00%	101
CASTELLÀ	45,59	19,85	15,44	19,12	100,00%	272
BILINGÜE	85,71	0,00	4,76	9,52	100,00%	21
AMBIGU	53,01	20,48	13,25	13,25	100,00%	83
TOTALS	51,15	18,66	13,63	16,56	100,00%	477
PREU I VOLUM						
CATALÀ	53,73	14,93	10,45	20,90	100,00%	67
CASTELLÀ	46,94	22,78	12,78	17,50	100,00%	360
BILINGÜE	76,47	5,88	17,65	0,00	100,00%	17
AMBIGU	63,33	6,67	26,67	3,33	100,00%	30
TOTALS	50,00	20,04	13,50	16,46	100,00%	474
INSTRUCCIONS						
CATALÀ	57,65	16,47	9,41	16,47	100,00%	85
CASTELLÀ	63,48	13,04	13,04	10,43	100,00%	115
BILINGÜE	46,02	15,93	15,93	22,12	100,00%	113
TOTALS	55,59	15,02	13,10	16,29	100,00%	313
ANUNCIS SONORS						
CATALÀ	64,44	8,89	11,11	15,56	100,00%	45
CASTELLÀ	74,29	11,43	5,71	8,57	100,00%	35
BILINGÜE	90,91	0,00	0,00	9,09	100,00%	11
TOTALS	71,43	8,79	7,69	12,09	100,00%	91
PROHIBIT FUMAR						
CATALÀ	51,06	17,02	10,64	21,28	100,00%	47
CASTELLÀ	59,18	22,45	6,12	12,24	100,00%	49
BILINGÜE	37,14	22,86	11,43	28,57	100,00%	35
PICTOGRAMA	50,42	21,61	13,02	14,96	100,00%	361
TOTALS	50,41	21,34	11,99	16,26	100,00%	492
APAGAR LLUMS						
CATALÀ	51,52	8,08	11,11	29,29	100,00%	99
CASTELLÀ	58,90	15,07	13,70	12,33	100,00%	73
BILINGÜE	37,65	28,40	17,90	16,05	100,00%	162
PICTOGRAMA	74,07	8,64	4,94	12,35	100,00%	81
TOTALS	51,81	17,35	13,01	17,83	100,00%	415
APAGAR MOTOR						
CATALÀ	50,00	8,16	12,24	29,59	100,00%	98
CASTELLÀ	59,49	15,19	12,66	12,66	100,00%	79
BILINGÜE	38,32	28,74	17,37	15,57	100,00%	167
PICTOGRAMA	79,41	5,88	5,88	8,82	100,00%	68
TOTALS	51,94	17,48	13,35	17,23	100,00%	412
APAGAR MÒBILS						
CATALÀ	82,61	4,35	0,00	13,04	100,00%	23
CASTELLÀ	69,23	7,69	0,00	23,08	100,00%	13
BILINGÜE	50,00	28,57	0,00	21,43	100,00%	14
PICTOGRAMA	67,24	15,52	5,17	12,07	100,00%	58
TOTALS	68,52	13,89	2,78	14,81	100,00%	108
EXTINTORS-MÀNEGUES						
CATALÀ	71,43	4,76	4,76	19,05	100,00%	21
CASTELLÀ	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00%	13
BILINGÜE	91,67	0,00	8,33	0,00	100,00%	12
AMBIGU	44,19	34,88	11,63	9,30	100,00%	43
PICTOGRAMA	46,55	25,86	18,97	8,62	100,00%	116
TOTALS	54,63	22,44	14,15	8,78	100,00%	205

Taula 3. Distributions d'usos lingüístics en la retolació de l'àmbit de subministrament de carburants segons la província on està ubicada l'estació de servei.

	Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona	TOTAL	n
ENGANXINES ALARMA						
CATALÀ	51,85	37,04	0,00	11,11	100,00%	27
CASTELLÀ	56,58	25,00	11,84	6,58	100,00%	76
BILINGÜE	78,57	14,29	0,00	7,14	100,00%	14
PICTOGRAMA	73,33	6,67	13,33	6,67	100,00%	15
TOTALS	59,85	24,24	8,33	7,58	100,00%	132
LLIBRE RECLAMACIONS						
CATALÀ	65,75	12,33	9,59	12,33	100,00%	73
CASTELLÀ	77,01	8,05	10,34	4,60	100,00%	87
BILINGÜE	35,00	17,00	27,00	21,00	100,00%	100
TOTALS	57,69	12,69	16,54	13,08	100,00%	260
JOC MESURES						
CATALÀ	61,54	11,54	11,54	15,38	100,00%	52
CASTELLÀ	76,62	5,19	11,69	6,49	100,00%	77
BILINGÜE	35,48	13,98	29,03	21,51	100,00%	93
TOTALS	55,86	10,36	18,92	14,86	100,00%	222
INST. CAS EMERGÈNCIA						
CATALÀ	70,59	5,88	0,00	23,53	100,00%	17
CASTELLÀ	91,30	0,00	0,00	8,70	100,00%	23
BILINGÜE	52,94	17,65	5,88	23,53	100,00%	17
TOTALS	73,68	7,02	1,75	17,54	100,00%	57
AVISOS I RÈTOLS						
CATALÀ	56,20	21,49	8,26	14,05	100,00%	121
CASTELLÀ	63,73	17,65	7,84	10,78	100,00%	102
BILINGÜE	64,29	17,86	14,29	3,57	100,00%	28
ALTRE	42,86	14,29	0,00	42,86	100,00%	7
TOTALS	59,69	19,38	8,53	12,40	100,00%	258
SALUTACIÓ ENCARREGAT						
CATALÀ	46,45	19,15	17,02	17,38	100,00%	282
CASTELLÀ	72,50	18,33	5,00	4,17	100,00%	120
TOTALS	54,23	18,91	13,43	13,43	100,00%	402


 Generalitat de Catalunya
 Departament de Cultura
 Direcció General de Política Lingüística
 Institut de Sociolingüística Catalana
 Centre de Documentació
 Passatge de la Banca, 1-3
 08002 Barcelona

Taula 4. Distribucions d'usos lingüístics en l'àmbit de caixa segons la província on està ubicada l' estació de servei.

RÈTOL CAIXA	Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona	TOTAL	n
CATALÀ	59,38	17,97	9,38	13,28	100,00%	128
CASTELLÀ	68,42	10,53	13,16	7,89	100,00%	114
BILINGÜE	57,14	7,14	19,05	16,67	100,00%	42
AMBIGU	29,41	11,76	47,06	11,76	100,00%	17
TOTALS	60,80	13,29	14,29	11,63	100,00%	301
INST. DE PAGAMENT						
CATALÀ	59,78	11,96	15,22	13,04	100,00%	92
CASTELLÀ	62,09	15,03	17,65	5,23	100,00%	153
BILINGÜE	37,97	16,46	24,05	21,52	100,00%	79
TOTALS	55,56	14,51	18,52	11,42	100,00%	324
TIQUETS DE CAIXA						
CATALÀ	60,61	6,06	9,09	24,24	100,00%	66
CASTELLÀ	60,84	9,64	7,83	21,69	100,00%	166
TOTALS	60,78	8,62	8,19	22,41	100,00%	232
EXPOSITORS VORA CAIXA						
CATALÀ	43,37	19,28	20,48	16,87	100,00%	83
CASTELLÀ	65,52	6,90	9,66	17,93	100,00%	145
BILINGÜE	37,93	10,34	24,14	27,59	100,00%	29
AMBIGU	44,44	0,00	11,11	44,44	100,00%	9
TOTALS	54,89	10,90	14,66	19,55	100,00%	266
SALUTACIÓ CAIXER						
CATALÀ	45,72	13,75	17,47	23,05	100,00%	269
CASTELLÀ	72,66	15,63	4,69	7,03	100,00%	128
TOTALS	54,41	14,36	13,35	17,88	100,00%	397

Taula 5. Distribucions d'usos lingüístics en la botiga segons la província on està ubicada l'estació de servei.

BOTIGA: RÈTOL	Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona	TOTAL	
CATALÀ	63,29	10,13	3,80	22,78	100,00%	79
CASTELLÀ	48,57	18,57	15,71	17,14	100,00%	70
BILINGÜE	34,85	22,73	21,21	21,21	100,00%	66
ALTRE	47,92	27,08	12,50	12,50	100,00%	96
AMBIGU	57,35	20,59	14,71	7,35	100,00%	68
TOTALS	50,66	20,05	13,19	16,09	100,00%	379
OBERTURA/TANCAMENT						n
CATALÀ	61,29	8,06	6,45	24,19	100,00%	62
CASTELLÀ	44,88	12,60	31,50	11,02	100,00%	127
BILINGÜE	46,15	0,00	20,51	33,33	100,00%	39
TOTALS	49,56	9,21	22,81	18,42	100,00%	228
RETOL D'HORARIS						
CATALÀ	60,94	15,63	6,25	17,19	100,00%	64
CASTELLÀ	45,60	10,40	32,00	12,00	100,00%	125
BILINGÜE	35,29	5,88	23,53	35,29	100,00%	34
TOTALS	48,43	11,21	23,32	17,04	100,00%	223
PRODUCTES LINIAL						
CATALÀ	63,33	8,33	13,33	15,00	100,00%	60
CASTELLÀ	60,11	17,02	10,11	12,77	100,00%	188
BILINGÜE	75,00	0,00	6,25	18,75	100,00%	16
AMBIGU	18,00	54,00	6,00	22,00	100,00%	50
TOTALS	54,78	20,38	9,87	14,97	100,00%	314
REFERÈNCIES LINIAL						
CATALÀ	51,14	17,05	17,05	14,77	100,00%	88
CASTELLÀ	50,63	15,82	15,82	17,72	100,00%	158
BILINGÜE	61,54	15,38	3,85	19,23	100,00%	26
AMBIGU	40,00	12,00	20,00	28,00	100,00%	25
TOTALS	50,84	15,82	15,49	17,85	100,00%	297
OFERTES						
CATALÀ	55,79	16,84	10,53	16,84	100,00%	95
CASTELLÀ	54,05	12,84	10,14	22,97	100,00%	148
BILINGÜE	77,78	0,00	22,22	0,00	100,00%	9
TOTALS	55,56	13,89	10,71	19,84	100,00%	252
ARTICLES NEVERA						
CATALÀ	48,57	8,57	20,00	22,86	100,00%	70
CASTELLÀ	48,68	20,39	11,18	19,74	100,00%	152
BILINGÜE	47,37	10,53	15,79	26,32	100,00%	19
AMBIGU	42,42	15,15	15,15	27,27	100,00%	33
TOTALS	47,81	16,06	14,23	21,90	100,00%	274

Taula 6. Distributions d'usos lingüístics en els serveis segons la província on està ubicada l'estació de servei.

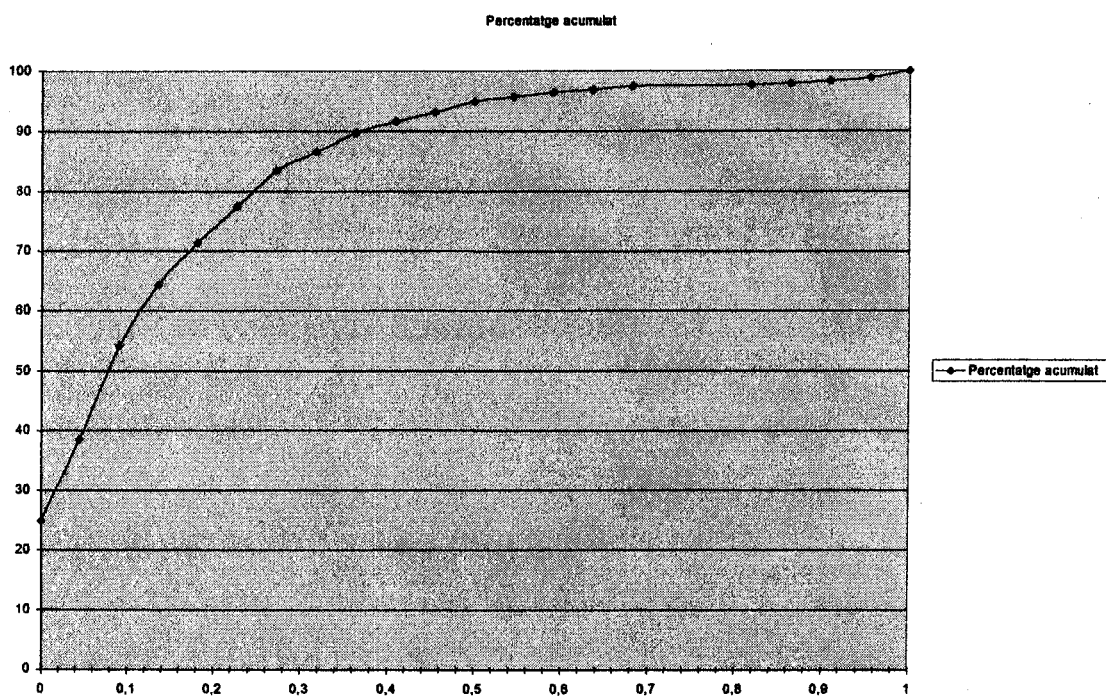
RÈTOL "SERVEIS"	Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona	TOTAL	n
RÈTOL "SERVEIS"						
CATALÀ	43,59	25,64	2,56	28,21	100,00%	39
CASTELLÀ	50,68	20,55	19,18	9,59	100,00%	73
BILINGÜE	50,80	21,69	15,66	12,05	100,00%	83
PICTOGRAMA	46,57	17,65	14,71	21,08	100,00%	204
TOTALS	47,87	19,80	14,54	17,79	100,00%	399
RÈTOL TELEFON						
CATALÀ	57,14	17,86	7,14	17,86	100,00%	28
CASTELLÀ	54,55	6,82	6,82	31,82	100,00%	44
BILINGÜE	42,86	26,53	14,29	16,33	100,00%	49
PICTOGRAMA	58,22	15,07	11,64	15,07	100,00%	146
TOTALS	54,68	16,10	10,86	18,35	100,00%	267
RÈTOL CAFETERIA						
CATALÀ	62,07	20,69	0,00	17,24	100,00%	29
CASTELLÀ	82,61	13,04	4,35	0,00	100,00%	23
BILINGÜE	80,00	6,67	6,67	6,67	100,00%	15
AMBIGU	33,33	28,57	9,52	28,57	100,00%	21
PICTOGRAMA	65,22	8,70	4,35	21,74	100,00%	23
TOTALS	63,96	16,22	4,50	15,32	100,00%	111

Taula 7. Distribucions d'usos lingüístics en les màquines presents a l'àmbit de sortida de l'establiment segons la província on està ubicada l'estació de servei.

MÀQUINES BEGUDES	Barcelona	Tarragona	Lleida	Girona	TOTAL	
CATALÀ	44,44	11,11	25,93	18,52	100,00%	27
CASTELLÀ	55,88	16,18	11,76	16,18	100,00%	136
BILINGÜE	42,86	14,29	42,86	0,00	100,00%	7
AMBIGU	41,94	19,35	19,35	19,35	100,00%	31
TOTALS	51,74	15,92	15,92	16,42	100,00%	201
ANUNCIS SONORS						
CATALÀ	62,50	0,00	0,00	37,50	100,00%	8
CASTELLÀ	75,00	12,50	0,00	12,50	100,00%	8
BILINGÜE	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00%	4
TOTALS	75,00	5,00	0,00	20,00	100,00%	20
MÀQUINES TABAC						
CATALÀ	48,00	8,00	24,00	20,00	100,00%	25
CASTELLÀ	72,41	12,07	8,62	6,90	100,00%	58
BILINGÜE	57,14	0,00	0,00	42,86	100,00%	7
TOTALS	64,44	10,00	12,22	13,33	100,00%	90
MÀQUINES TABAC (SONOR)						
CATALÀ	62,50	0,00	0,00	37,50	100,00%	8
CASTELLÀ	100,00	0,00	0,00	0,00	100,00%	7
BILINGÜE	75,00	25,00	0,00	0,00	100,00%	4
TOTALS	78,95	5,26	0,00	15,79	100,00%	19
MÀQUINES DE JOC						
CATALÀ	72,73	0,00	0,00	27,27	100,00%	11
CASTELLÀ	85,71	0,00	4,76	9,52	100,00%	21
TOTALS	81,25	0,00	3,13	15,63	100,00%	32
MÀQUINES DE GEL						
CATALÀ	42,05	14,77	19,32	23,86	100,00%	88
CASTELLÀ	70,42	10,56	9,15	9,86	100,00%	142
BILINGÜE	49,06	24,53	13,21	13,21	100,00%	53
ALTRE	66,67	16,67	0,00	16,67	100,00%	12
AMBIGU	41,67	0,00	41,67	16,67	100,00%	12
TOTALS	57,33	14,01	13,68	14,98	100,00%	307
APARELLS AIRE/AIGUA						
CATALÀ	62,71	11,86	12,71	12,71	100,00%	118
CASTELLÀ	57,23	20,13	11,32	11,32	100,00%	159
BILINGÜE	38,10	29,52	17,14	15,24	100,00%	105
TOTALS	53,66	20,16	13,35	12,83	100,00%	382
RÈTOL TREN DE RENTAT						
CATALÀ	55,17	17,24	6,90	20,69	100,00%	58
CASTELLÀ	73,44	10,94	6,25	9,38	100,00%	64
BILINGÜE	36,67	16,67	10,00	36,67	100,00%	30
ALTRE	22,22	22,22	11,11	44,44	100,00%	9
TOTALS	57,14	14,91	7,45	20,50	100,00%	161
MAPA DE CARRETERES						
CATALÀ	66,67	5,56	0,00	27,78	100,00%	18
CASTELLÀ	79,10	2,99	17,91	0,00	100,00%	67
AMBIGU	66,67	16,67	0,00	16,67	100,00%	6
TOTALS	75,82	4,40	13,19	6,59	100,00%	91

Annex 6: Índex de retolació

Vàlids	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
00	127	24,	24,	24,
05	70	13,	13,	38,
09	80	15,	15,	54,
14	53	10,	10,	64,
18	36	7,0	7,0	71,
23	31	6,0	6,0	77,
27	31	6,0	6,0	83,
32	16	3,1	3,1	86,
36	16	3,1	3,1	89,
41	10	1,9	1,9	91,
,50	8	1,6	1,6	93,
,55	9	1,8	1,8	94,
,59	4	,8	,8	95,
,64	4	,8	,8	96,
,68	2	,4	,4	96,
,82	3	,6	,6	97,
,86	1	,2	,2	97,
,91	1	,2	,2	97,
,95	2	,4	,4	98,
1,0	3	,6	,6	98,
Total	512	100	100	100,



Annex 7:**Índex d'ús del català en la documentació escrita i en l'ús del català oral**

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Vàlids	,00	378	73,	73,
	,50	107	20,	94,
	1,0	28	5,4	100,
Total	513	100,	100,	

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentat acumulat
Vàlids	,00	190	37,	37,
	,50	107	20,	58,
	1,0	216	42,	100,
Total	513	100,	100,	

Annex 8:**Índex d'ús del català en la documentació escrita i en l'ús del català oral****Nivell de correcció del català de l'encarrecat**

	Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Vàlids	0	43	8,6	12,
	1	10	1,9	15,
	2	4	,8	17,
	3	8	1,6	19,
	4	9	1,8	22,
	5	17	3,3	27,
	6	33	6,4	36,
	7	50	9,7	51,
	8	24	4,7	58,
	9	141	27,	100,
Total	340	66,	100,	
Perduts	Sistema	174	33,	
Total	513	100,		

		Freqüència	Percentatge	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Vàlids	0	53	10,	14,	14,
	1	12	2,3	3,2	17,
	2	6	1,2	1,6	19,
	3	11	2,1	2,9	22,
	4	18	3,5	4,8	26,
	5	22	4,3	5,9	32,
	6	54	10,	14,	47,
	7	55	10,	14,	61,
	8	26	5,1	6,9	68,
	9	118	23,	31,	100,
	Total	376	73,	100,	
Perduts	Sistema	138	26,		
Total		513	100,		

Annex 9: Correlacions entre índexs

Correlaciones

		VEHICLES	INDEX2 indicador comunicació escrita en catala	INDEX3 indicador catala oral	INDEX1 indicador retols en catala
VEHICLES	Correlación de Pearson				
	Sig. (bilateral)				
	N				
INDEX2 indicador comunicació escrita en catala	Correlación de Pearson	-,007			
	Sig. (bilateral)	,871			
	N	514			
INDEX3 indicador catala oral	Correlación de Pearson	,062	,108*		
	Sig. (bilateral)	,157	,015		
	N	514	514		
INDEX1 indicador retols en catala	Correlación de Pearson	,278**	,114**	,339**	
	Sig. (bilateral)	,000	,010	,000	
	N	514	514	514	

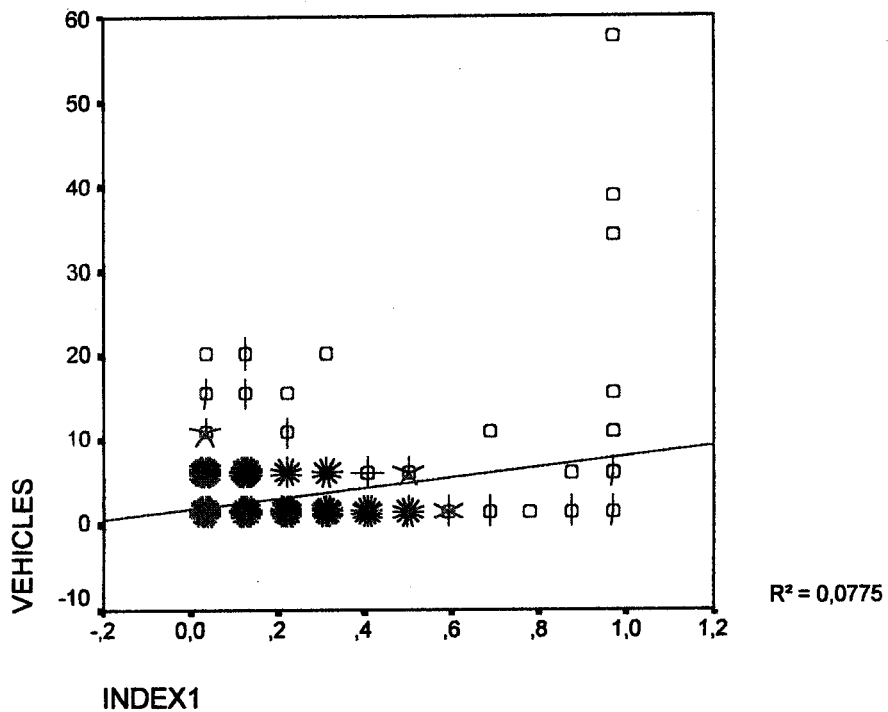
** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).



Correlaciones

		INDEX1 indicador retols en catala	INDEX2 indicador comunicació escrita en catala	INDEX3 indicador catala oral
INDEX1 indicador retols en catala	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N			
INDEX2 indicador comunicació escrita en catala	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,114 ,010 514		
INDEX3 indicador catala oral	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	,339 ,000 514	,108 ,015 514	



EXCLÒS
DE PRÉSTEC

1031022774

R-1089