

Llengua i economia a Catalunya

Anàlisi del procés de negociació de la Llei 1/1998,
del 7 de gener, de política lingüística per mitjà
de la teoria de conjunts borrosos

*Carlota Solé
Amado Alarcón*

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS

treballs de la secció de filosofia i ciències socials. XXVIII

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS
TREBALLS DE LA SECCIÓ DE FILOSOFIA I CIÈNCIES SOCIALS, XXVIII

CARLOTA SOLÉ
AMADO ALARCÓN

LLENGUA I ECONOMIA A CATALUNYA

ANÀLISI DEL PROCÉS DE NEGOCIACIÓ
DE LA LLEI 1/1998, DEL 7 DE GENER, DE POLÍTICA
LINGÜÍSTICA PER MITJÀ DE LA TEORIA
DE CONJUNTS BORROSOS

BARCELONA
2001

LLENGUA I ECONOMIA A CATALUNYA
ANÀLISI DEL PROCÉS DE NEGOCIACIÓ DE LA LLEI 1/1998,
DEL 7 DE GENER, DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA
PER MITJÀ DE LA TEORIA DE CONJUNTS BORROSOS

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS
TREBALLS DE LA SECCIÓ DE FILOSOFIA I CIÈNCIES SOCIALS, XXVIII

CARLOTA SOLÉ
AMADO ALARCÓN

LLENGUA I ECONOMIA A CATALUNYA

ANÀLISI DEL PROCÉS DE NEGOCIACIÓ
DE LA LLEI 1/1998, DEL 7 DE GENER, DE POLÍTICA
LINGÜÍSTICA PER MITJÀ DE LA TEORIA
DE CONJUNTS BORROSOS

BARCELONA
2001

Biblioteca de Catalunya. Dades CIP

Solé, Carlota

Llengua i economia a Catalunya : anàlisi del procés de negociació de la Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística per mitjà de la teoria de conjunts borrosos. — (Treballs de la Secció de Filosofia i Ciències Socials ; 28)

Bibliografia

ISBN 84-7283-574-X

I. Alarcón, Amado II. Institut d'Estudis Catalans III. Títol

IV. Col·lecció: Treballs de la Secció de Filosofia i Ciències Socials ; 28

1. Llenguatge i llengües — Aspectes econòmics — Catalunya 2. Català comercial — Ús

3. Catalunya — Llengües — Ús 4. Catalunya — Política lingüística

804.99:65

© Carlota Solé i Amado Alarcón

© 2001, Institut d'Estudis Catalans, per a aquesta edició

Carrer del Carme, 47. 08001 Barcelona

Primera edició: juny de 2001

Tiratge: 450 exemplars

Text revisat lingüísticament pel Servei de Correcció de l'IEC

Compost per Víctor Igual, SL

Carrer de Còrsega, 237, baixos. 08036 Barcelona

Imprès a Limpergraf, SL

Polígon industrial Can Salvatella. Carrer de Mogoda, 29-31. 08210 Barberà del Vallès

ISBN: 84-7283-574-X

Dipòsit Legal: B. 22380-2001

Són rigorosament prohibides, sense l'autorització escrita dels titulars del *copyright*, la reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol procediment i suport, incloent-hi la reprografia i el tractament informàtic, la distribució d'exemplars mitjançant lloguer o préstec comercial, la inclusió total o parcial en bases de dades i la consulta a través de xarxa telemàtica o d'Internet. Les infraccions d'aquests drets estan sotmeses a les sancions establertes per les lleis.

TAULA

ABREVIACIONS	7
INTRODUCCIÓ	9
1. L'ECONOMIA DEL LLENGUATGE	15
1.1. Introducció a l'economia del llenguatge	15
1.2. Mercat lingüístic	17
1.3. Racionalització lingüística	23
1.4. La política lingüística com a política econòmica	26
2. LA LLENGUA EN L'ACTIVITAT SOCIOECONÒMICA DE CATALUNYA	33
2.1. Principals dades al voltant de les llengües en l'activitat socioeconòmica	34
2.1.1. Capítol lingüístic de treballadors i consumidors	34
2.1.2. L'ús del català en l'activitat socioeconòmica	39
2.2. Mercat de treball i llengua	43
2.2.1. Mercat de treball i esfera pública	43
2.2.2. Mercat de treball i esfera privada	46
2.2.3. La interacció oferta-demanda	53
2.3. Consum i llengua	56
2.3.1. Serveis personalitzats	56
2.3.2. Serveis no personals: etiquetatge, correu comercial, retolació, informació escrita i indústria cultural	59
2.4. Procés productiu i llengua	63
3. LA PLANIFICACIÓ LINGÜÍSTICA EN L'ÀMBIT SOCIOECONÒMIC	73
3.1. Factors generals de la situació actual de les llengües a Catalunya	74
3.2. Trets essencials del procés de normalització	76
3.3. Intervenció lingüística promotora i protectora	82
3.3.1. La promoció de la llengua	83
3.3.2. La protecció lingüística	108

This One



B3DG-FEP-90HR

Annex	Criteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97) i Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística	119
4.	FORMALITZACIÓ DEL PROCÉS DE NEGOCIACIÓ I RESULTAT DE LA LLEI 1/1998, DEL 7 DE GENER, DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA ENTORN DELS CONCEPTES DE <i>RESTITUCIÓ, PROMOCIÓ I PROTECCIÓ</i>	129
4.1.	Teories de la formació de coalicions	129
4.2.	Hipòtesis de treball	131
4.3.	Les unitats d'anàlisi i d'observació	133
4.4.	Operacionalització de conceptes: les categories de les proposicions de l'agenda lingüística	134
4.5.	La teoria de conjunts borrosos: implicacions del mesurament dels posicionaments dels partits polítics i el tractament del procés de formació de coalicions en un context de subjectivitat i no exclusivitat	136
4.6.	El qüestionari i la recollida d'informació	149
4.7.	Els resultats de la investigació	149
4.8.	Consideracions sobre el procés seguit en la formació de coalicions. Conseqüències per als partits i per al resultat	164
Annex 1.	Qüestionari	169
Annex 2.	Resultats agregats de l'enquesta «Llengua i món socioeconòmic»	181
Annex 3.	Principals elements de la teoria de conjunts borrosos	187
5.	CONSIDERACIONS FINALS	195
6.	BIBLIOGRAFIA	203

ABREVIACIONS

ABC	Associació de Botiguers de Catalunya	CCRTV	Corporació Catalana de Ràdio i Televisió
ACEM	Associació Catalana d'Estacions d'Esquí i Alta Muntanya	CDC	Convergència Democràtica de Catalunya
ACP	Països de l'Àfrica, el Carib i el Pacífic	CEDAC	Consell d'Empreses Distribuïdores d'Alimentació de Catalunya
ACPET	Associació Catalana de Ports Esportius i Turístics	CEE	Comunitat Econòmica Europea
ADEC	Associació de Defensa de l'Etiquetatge en Català	CF Navarra	Comunitat Foral de Navarra
AEI	Agrupació Empresarial Independent	CGT	Confederació General del Treball
AL	agenda lingüística	CiU	Convergència i Unió
art.	article	CIS	Centro de Investigaciones Sociológicas
ASITEL	Telecomunicació Internacional en Petites i Mitjanes Empreses	CM	cost marginal
BM	benefici marginal	CME	cost marginal extern
BME	benefici marginal extern	CMP	cost marginal privat
BMP	benefici marginal privat	CONC	Comissió Obrera Nacional de Catalunya
card.	cardinalitat		
CATAC	Candidatura Autònoma de Treballadors i Treballadores de l'Administració de Catalunya	CPNL	Consorci per a la Normalització Lingüística
		CTC	Confederació de Treballadors de Catalunya
CCC	Confederació de Comerç de Catalunya	DGPL	Direcció General de Política Lingüística
CCC	Confederació de Cooperatives de Catalunya	EEE	Espai Econòmic Europeu
CCL	Centre de Consulta Lingüística	EGB	Ensenyament General Bàsic
CCOO	Comissions Obreres	ERC	Esquerra Republicana de Catalunya

<i>et al.</i>	(<i>et alii</i> , ll.) i altres	PP	Partit Popular
EUA	Estats Units d'Amèrica	PSAU	Pla de Seguiment i Avaluació de l'Ús
FCTAC	Federació de Cooperatives de Treball Associat de Catalunya	PSC	Partit Socialista de Catalunya
FESALC	Federació de Societats Anònimes Laborals de Catalunya	ptes. ref.	pessetes referència
FTN	Foment de Treball Nacional	RENFE	Red Nacional de los Ferrocarriles Españoles
IC	Iniciativa per Catalunya	s.	següents
I / CSC	Intersindical / Confederació Sindical de Catalunya	s. a.	societat anònima
IC-V	Iniciativa per Catalunya - Verds	s. d.	sense dades
IUC	Índex d'Ús del Català	s. d.	(<i>sine data</i> , ll.) sense dia
INEM	Instituto Nacional de Empleo	SEAT	Sociedad Española de Automóviles de Turismo
INL	Índex de Normalització Lingüística	SEFES	Associació per a l'Estudi i l'Acció Empresarial
INSS	Instituto Nacional de la Seguridad Social	SIML	Servei d'Informació Multilingüe per a Agències de Viatges
INUSCAT	Indicador d'Ús del Català	SOLVIT	Estratègies per a Solucionar els Obstacles Culturals i Lingüístics en el Comerç Internacional
ISC	Institut de Sociolingüística Catalana		
LNL	Llei de Normalització Lingüística	STC	Sentència del Tribunal Constitucional
LOPJ	Llei Orgànica del Poder Judicial	STS	Sentència del Tribunal Suprem
LPL	Llei de Política Lingüística	TERMCAT	Centre de Terminologia per a la Llengua Catalana
MAP	Ministerio de Administraciones Públicas	TSJC	Tribunal Superior de Justícia de Catalunya
MLIS	Societat de la Informació Multilingüe	UCEAC	Unió Catalana d'Entitats Asseguradores i Reasseguradores
N	nombre total	UDC	Unió Democràtica de Catalunya
NS / NC	no ho sap / no contesta		
núm.	número		
p.	pàgina	UE	Unió Europea
PC	(<i>personal computer</i> , angl.) ordinador personal	UGT	Unió General del Treball
p. e.	per exemple	USOC	Unió Sindical Obrera de Catalunya
PI	Partit per la Independència	USTEC	Unió de Sindicats de Treballadors de l'Ensenyament de Catalunya
PIB	producte interior brut		
PIME	petita i mitjana empresa		
PIMEC	Petita i Mitjana Empresa de Catalunya	vol.	volum

INTRODUCCIÓ

S'examinaran en el present escrit les relacions entre economia i llengua en el marc de les formes d'organització social d'una societat capitalista avançada. Tradicionalment, en el nostre país, el tema de la llengua s'ha tractat amb relació a la cultura o la nació, des d'enfocaments sociolingüístics i polítics. Nosaltres pretenem completar aquestes visions des del mètode econòmic. La llengua és vista aleshores com un instrument de canvi. Respon a interessos bilaterals de cooperació, de distribució de beneficis materials i no materials. S'incardina en els eixos que estructurin una societat com la catalana en el context espanyol i mundial. Particularment ens interessem pel paper de les llengües en l'esfera mercantil i concretament en el mercat de treball, les formes de consum i l'organització de la producció. La comprensió del fenomen indicat, en la mesura que es contextualitza en l'esfera de producció i intercanvi material, que en l'actualitat engloba les relacions econòmiques a través del mercat capitalista, al·ludeix a certes pautes d'organització del mercat, és a dir, una forma de coordinació de l'acció regulada en funció dels preus i de les quantitats de mercaderies presents, a la vegada que s'assumeix un comportament maximitzador dels beneficis materials i no materials per part dels individus. El paper de la llengua en aquest mercat es circumscriu al d'una mercaderia en el sentit que «amb l'adveniment de la modernització capitalista [...] es creen “mercaderies fictícies” com ara el treball, la terra i el capital, això és, aquelles que no han estat produïdes per a la seva compravenda en el mercat, sinó que han estat ulteriorment mercantilitzades mitjançant una sort de “ficció social”» (Adelantado *et al.*, 1998, p. 12-13). D'aquesta manera, podem considerar les llengües com una mercaderia susceptible de valorització en el mercat. Particularment, perquè la llengua posseeix un valor de canvi (segons Carr, 1985) similar al diners, en la mesura que afavoreix o dificulta la fluïdesa d'intercanvis econòmics, i un valor d'ús (si seguim Becker, 1965) apreciable pels individus en el moment de l'adquisició de mercaderies complexes. Nogens-

menys, tal com destaquen Adelantado *et al.*: «la idea de mercat autoregulator és una ficció històrica, atès que sempre ha existit algun tipus de reglamentació d'aquest (que des de l'època moderna implementa cada cop més en exclusiva l'Estat)» (1998, p. 13). Aquesta idea és particularment evident en el camp de la llengua. No trobarem en tot el món un sol estat que no tingui, almenys, una llengua com a oficial, i on la llengua oficial és el patró de la majoria dels intercanvis comunicatius. Per tant, les jerarquies lingüístiques, observables en el mercat (identificables en la capacitat dels grups lingüístics per accedir al mercat en condicions favorables), o políticament adoptades (observables en el tracte favorable dels grups lingüístics que posseeixen competència en la llengua oficial o de prestigi),¹ són elements clau per a l'estudi de les relacions entre llengua i economia.

Seguirem una línia explicativa en la qual la llengua es configura tant com a variable explicada a través de les transformacions politicoeconòmiques vinculades a la modernització de les societats occidentals, com la llengua en la dimensió explicativa o condicionant de les formes que adopten determinats processos polítics i econòmics. Podem ubicar aquesta línia d'investigació en una de més ampla que J. Fishman defineix com «la interacció d'aquests dos espais de la conducta humana: l'ús de la llengua i l'organització social de la conducta» sota la denominació de *sociologia del llenguatge* (1979, p. 33). Per tant, el contingut de la investigació correspon a l'examen de les covariacions sistemàtiques entre estructura lingüística i estructura social així com mostrar les relacions causals entre l'una i l'altra (Ninyoles, 1975, p. 40).² Tot i que

1. Al·ludeix a dos aspectes que estan molt relacionats i que Fishman cataloga sota l'etiqueta de prestigi d'una llengua: a) la consideració cap a la llengua d'un grup que funciona com a grup de referència; b) el reconeixement del poder social d'aquest grup. Així, «no es tracta d'un prestigi mític invariable d'una llengua o varietat lingüística, sinó més aviat el destí o la sort altament variable dels seus parlants: el triomf de l'anglès, de l'espanyol o el portuguès en el Nou Món són un triomf del poder físic, del control econòmic i del poder ideològic. Cap d'aquests factors és en si lingüístic, però les llengües que resulten estar associades amb aïtals forces, suposen una sèrie d'avantatges per als seus parlants, molt majors que les dels que no parlen aquestes llengües». D'aquesta manera, «el prestigi social fa referència al poder social i al reconeixement del poder social de la llengua» (Fishman, 1979, p. 162).

2. En aquest sentit, la sociologia de la llengua ens aporta un marc idoni per a plantejar-nos les preguntes clau d'aquesta investigació. En primer lloc, hem de considerar en termes descriptius —sociologia descriptiva del llenguatge— l'anàlisi del comportament i les actituds davant el llenguatge d'una comunitat social. En segon lloc, en termes dinàmics —sociologia dinàmica del llenguatge—, el nostre objectiu serà saber per què l'ús, el comportament i les actituds lingüístiques d'una mateixa comunitat social són diferents en dos moments històrics diferents. Observem que en les dues subdisciplines de la sociologia del llenguatge es posa de manifest la doble vessant de la llengua: la llengua és a la vegada un mitjà de comunicació i «contingut, un referent de lleialtats i animositats [...] un gran escenari impregnat de valors d'interacció que tipifiquen tota comunitat lingüística». S'identifica, per tant, un valor comunicatiu, la llengua com a vehicle de continguts o mitjà de comunicació com a valor simbòlic que al·ludeix a valors socials, polítics i d'estatus (Fishman, 1979, p. 34-35).

aquest camp teòric alberga tant un ampli desenvolupament conceptual i teòric com d'anàlisi causal de base empírica, tenint en compte els interessos manifestats en les primeres línies d'aquest escrit, no podem deixar de banda corrents acadèmics com la *sociologia política del llenguatge* i l'*economia del llenguatge*.

Aquestes dues disciplines, àmpliament vinculades en la mesura que molts dels seus acadèmics participen dels instruments analítics del «mètode econòmic» —caracteritzat per l'individualisme metodològic, la racionalitat i les conseqüències no intencionades— particularment en el terreny de la teoria política positiva (Colomer, 1991, p. 9-11), generen un diàleg constant entorn de la relació entre llengua i comportament econòmic dels individus. Cada-una de les disciplines per separat, i en línia amb l'especialització acadèmica, reporten tractaments específics de la problemàtica, entre els quals es destacaran aquí la distribució de recursos entre grups lingüístics sota una determinada estructura d'interessos observables particularment en els processos de planificació lingüística, des de la perspectiva politològica (De Swaan, 1993, p. 219);³ i la relació amb l'activitat econòmica (rendes del treball, creixement econòmic, redistribució de l'ingrés, etc.), des de la perspectiva econòmica.⁴

D'una banda, si no volem renunciar als principals components explicatius de la relació entre economia i llengua, hem de considerar les principals transformacions socials actuals, en particular la relació nacionalisme-globalització. D'altra banda, hem de tractar de comprendre «les pressions contradictòries entre fervor nacional [amb un component lingüístic considerable] i comportament racional» dels actors en les seves decisions econòmiques (Laitin, 1993). Així, s'observaran al llarg de l'escrit, els recursos desenvolupats pels corrents acadèmics indicats més amunt, sense atorgar al discurs una anàlisi exclusiva des del «mètode econòmic».

La motivació que ens condueix a adoptar un enfocament multidisciplinari és la pròpia naturalesa de l'objecte d'estudi. La llengua considerada en les

3. Entre els principals interessos que Laitin (1988, p. 289) destaca com d'interès per a la teoria política amb relació a la llengua, trobem els processos de formació dels estats moderns, els processos d'autonomia en política regional, en particular amb una solidaritat interclassista basada en la llengua compartida per a enfrontar-se a l'autoritat central, la competència lingüística com a factor de mobilitat i dominació social.

4. Segons Grin, l'economia del llenguatge difícilment pot ser considerada com una disciplina sinó com un «camp d'investigació o especialització» que tradicionalment s'ha considerat vinculat a la sociologia o la ciència política. En tot cas es refereix a l'economia lingüística com a extensió de la ciència econòmica amb escassa adopció dels desenvolupaments conceptuals de la sociolingüística, substituïdes pels elements bàsics de l'anàlisi econòmica (mercat i mercaderies mesurables en termes quantitativs amb un preu definit per a aquestes i les respectives corbes d'oferta i demanda). (Grin, 1994, p. 25-26; 35.)

seves dues principals dimensions, comunicativa i participativa, com indica Rocher (1977), invoca sistemes de comprensió del fenomen rarament unívocs. Tot símbol comunica quelcom, el significant remet al significat i l'èxit de la comunicació es troba en la transmissió d'aquest significat però, al mateix temps, la possessió i/o adhesió als símbols poden utilitzar-se per a significar la pertinença a un grup determinat o per a afirmar, mantenir o reforçar el sentiment de pertinença i de solidaritat entre els seus membres, de manera que es pot manifestar aquesta doble funció tant en pràctiques com en actituds.⁵ Així, trobem una dimensió valorativa que al·ludeix als sentiments i creences (valoracions pragmàtiques, llengua com a mitjà de, o mitjà per a assolir una fita segons els actors socials) que els actors tenen sobre una determinada llengua (imatge social de la llengua). (Tejerina, 1992, p. 56).⁶

D'aquesta manera, i tal com indica Grin (1994) difícilment un enfocament econòmic ortodox pot acceptar el tractament de sentiments o afectivitats cap a una llengua sense determinar un preu per a aquests —preu que suposa la quantificació del valor d'ús i el valor de canvi de la llengua—, i en conseqüència, la consideració d'un «mercat lingüístic» es veuria reduït a camps d'investigació molt limitats, per exemple, la compravenda de treball (on els treballadors disposen d'un capital lingüístic amb valor en el mercat). Es presentaria la llengua com difícilment abstràible pels mètodes econòmics que s'apliquen en el «món de la vida», això és, un «estoc de models interpretatius culturalment transmesos i lingüísticament organitzats» (Habermas, 1987, vol. 2, p. 124). En canvi, quan ubiquem els individus en el camp d'interaccions de l'esfera mercantil, o quan es tracta de l'acció de l'Estat, sorgeixen models interpretatius del comportament dels subjectes en termes racionals, de maximització, on l'organització social de relacions d'intercanvi són compreses a través del diner en l'economia de mercat o en nom de l'organització eficient de la societat o les institucions.

Metodològicament, la nostra ambició és integrar conceptes com *racionalitat* i *llengua*, així com reunir enfocaments «micro» i «macro» en la construcció

5. Aquí les dues dimensions indicades tenen per a Rocher un valor instrumental. La funció de comunicació és aquella que permet al simbolisme la transmissió de missatges entre diferents subjectes. La funció de participació és aquella a través de la qual el simbolisme fomenta o exigeix el sentiment de pertinença d'uns grups a unes collectivitats, o serveix també per a l'expressió d'uns modes de pertinença, o concreta, en fi, certes característiques de l'organització dels grups o les collectivitats. Ambdues funcions no s'exclouen mútuament: pot afirmar-se, en particular, que el simbolisme de comunicació estableix diversos modes de comunicació, encara que determinats símbols compleixen d'alguna manera la tasca més específica de promoure la participació dels membres d'una collectivitat mentre que altres són més particularment símbols de comunicació (Rocher, 1977, p. 88).

6. Una aproximació al llenguatge com a element central en el procés de construcció social pot consultar-se a Tejerina (1992).

de les comunitats lingüístiques. Quant a racionalitat i llengua, tot i reconèixer l'enfocament econòmic del primer terme, així com les dimensions afectives i sentimentals del segon, identifiquem que la llengua com a element cultural «no és [sempre] part del regne de la maximització o del càlcul». Nogensmenys, l'actitud econòmica, en una gran part de les relacions quotidianes, és més una qüestió d'hàbit que de càlcul, en línia amb la tesi de cosificació de gran nombre de relacions socials (Habermas, 1987). En aquest sentit, *racional* no és sinònim de *material*, en la mesura que els individus estan habituats, per exemple, a cercar la forma de maximitzar l'honor o el prestigi. Quant als enfocaments «micro» —elecció individual com a focus del canvi social— i «macro» —explicatius de com els individus són portats per les forces econòmiques i històriques cap al canvi social— trobem que són les condicions macroestructurals les que delimiten —no determinen— l'elecció individual. Les eleccions sobre la llengua i els costos d'aquestes eleccions en un determinat context han de ser analitzades d'una manera coherent, interrogant-nos pels canvis estructurals, la modernització, per a ubicar en aquest context, encertadament les estratègies i les accions dels individus i institucions (Laitin, 1998, p. 366-367).

CONTINGUTS DE LA INVESTIGACIÓ

El nostre treball, constitueix, bàsicament, un estudi exploratori del desenvolupament teòric de les relacions entre economia i llengua (capítol 1), així com una descripció de la situació de les llengües a Catalunya en l'esfera mercantil i de l'acció institucional sobre aquesta (capítols 2 i 3). D'altra banda, donada la rellevància del paper dels governs en la regulació de les llengües, centrem la nostra anàlisi empírica en la tramitació del principal marc regulador de les llengües en l'àmbit socioeconòmic de Catalunya (capítol 4).

Les conseqüències derivades de les transformacions en la societat actual ens condueixen a plantejar qüestions com les estratègies lingüístiques dels agents econòmics. La llengua com a element d'intercanvi en el mercat en el sentit econòmic, així com la consideració de la llengua com a capital des de la perspectiva funcionalista de reproducció social en relació amb l'ocupació i credencialista ens condueixen a una conceptualització afinada capaç de permetre'ns abordar amb èxit l'estudi de casos empírics en què es donen problemàtiques vinculades a la llengua i l'esfera mercantil. Un cop considerades les relacions entre economia i llengua des del «mètode econòmic», estem en disposició d'articular les relacions entre la tríada economia-Estat-llengua. Així identifiquem el paper de la llengua en la política econòmica de l'Estat (capítol 1).

Des d'una perspectiva descriptiva, un cop s'argumenta per mitjà del desenvolupament conceptual dels capítols anteriors, abordem la situació de

les llengües a Catalunya en l'esfera mercantil. Particularment, centrem la nostra atenció en la llengua com a forma de capital humà en l'anàlisi del mercat de treball català, la llengua com a mercaderia complexa per a comprendre les pautes de consum i l'eficiència lingüística en les formes d'organització de la producció en un context plurilingüístic (capítol 2).

Comprendre la situació de les llengües en un determinat àmbit social és indissociable de les aspiracions, de caràcter normatiu, de qualsevol grup humà. Ens centrem en la tasca governamental de planificació lingüística, com a projecte polític de societat, en l'àmbit socioeconòmic, distingint diferents paradigmes d'intervenció (restitució, promoció i protecció) que ens situen en l'estructura d'interessos concrets sobre la llengua per part dels diferents actors (capítol 3).

La nostra anàlisi empírica aborda els posicionaments dels principals actors polítics en el procés de tramitació parlamentària del marc regulador de les llengües en l'esfera mercantil de Catalunya. Fem nostres els models d'anàlisi de les teories de formació de coalicions, introduint, com a novetat en aquest camp, el tractament dels posicionaments vagues o ambigus, que tradicionalment caracteritzen els discursos dels partits polítics. La vaguetat en els posicionaments es fa particularment evident quan les polítiques lingüístiques es veuen afectades per diferents eixos d'interpretació, és a dir, nacionalisme (catalanista-espanyolista) i organització del mercat (lliurecanvisme-proteccionisme), perquè donen lloc a visions contradictòries del problema en el si de les formacions polítiques (capítol 4).

Com a avanç de conclusions destaquem la llengua com a punt d'intersecció de vells i nous conflictes i ideologies. L'actuació sobre la llengua està entre els interessos tant dels «localistes» —que pretenen salvaguardar els interessos dels grups lingüístics particulars—, com dels «globalistes» —segons els quals, en nom de l'eficiència econòmica, s'ha de suprimir tota barrera lingüística al lliure comerç. Aquestes dues versions d'interpretació —no sempre complementàries, i en ocasions contradictòries— alludeixen a jerarquies de caràcter normatiu en el moment de la regulació del mercat d'intercanvis lingüístics: des del valor integratiu del llenguatge* per al grup lingüístic, fins al valor de canvi del llenguatge en una comunitat de comunicació mundial (capítol 5).

* S'empraran de manera indistinta els termes *llengua* i *llenguatge* tenint en compte que *llenguatge* inclou la comunicació no verbal.

1. L'ECONOMIA DEL LLENGUATGE

1.1. INTRODUCCIÓ A L'ECONOMIA DEL LLENGUATGE

La relació entre llengua i economia —o l'impacte de les variables lingüístiques en les variables econòmiques així com la relació inversa— és objecte de revisió per part de l'economia del llenguatge. Es tracta d'una disciplina o un camp d'investigació¹ emergent en el qual, la major tradició d'elaboració tant teòrica com empírica es troba al Canadà i als Estats Units, mentre que a Europa el nombre d'investigadors és molt reduït (Grin, 1990 i 1994, p. 37).² Segons Colomer (1996, p.10-11), per economia del llenguatge s'entenen dos subcamps: en primer lloc, l'examen de les relacions entre llenguatge i economia inclou estudis relacionats amb l'activitat socioeconòmica (l'ús de les llengües en el treball, la difusió d'aquestes en les relacions comercials, entre d'altres dimensions). El segon subcamp desenvolupa teòricament la qüestió lingüística tot seguint el mètode econòmic, el raonament deductiu, el llenguatge formal i certs pressupòsits bàsics com l'individualisme metodològic, la racionalitat i les conseqüències no intencionades. D'altra banda, el mètode econòmic reporta tractaments específics per a problemàtiques vinculades a altres camps de les ciències socials com la teoria política,³ de la qual destaquem aquí els as-

1. Si l'economia del llenguatge pot ser descrita com un camp d'investigació o d'especialització és una qüestió oberta. En tot cas, els economistes acostumen a tractar la llengua com una qüestió secundària al capital humà, finances públiques o comerç internacional (Grin, 1994, p. 25-26).

2. Es pot trobar una revisió de les aportacions realitzades sobre la llengua sota la perspectiva econòmica a Grin (1990 i 1994) i Karim (1996) i per a una revisió de la literatura europea respecte d'això, a Grin (1996).

3. En aquest sentit, ciència econòmica i ciència política estan àmpliament unides en la mesura que molts dels seus acadèmics participen dels instruments analítics del «mètode econòmic», particularment en el terreny de la teoria política positiva (Colomer, 1991, p. 9-11).

sumptes que es refereixen a la distribució de recursos entre grups lingüístics sota una determinada estructura d'interessos, observables particularment en els processos de planificació lingüística (De Swaan, 1993, p.219).⁴

Si seguim Colomer, el paradigma econòmic tracta d'integrar les principals dimensions de la qüestió lingüística des de la idea que el llenguatge és concebut al mateix temps com a instrument de comunicació (amb un *valor de canvi*) i d'expressió i satisfacció cultural (amb un *valor d'ús*). Podem conceptualitzar provisionalment el significat del valor de canvi mitjançant l'exemple següent: «les llengües que siguin més eficients sobreviuran, definint l'eficiència lingüística com l'habilitat de transmetre determinada quantitat d'informació en menys temps [i a més individus] que una altra llengua» (Marshak, 1965, citat a Grin, 1990, p. 154). Quant al concepte de *valor d'ús*, podem considerar que en un context bilingüe la satisfacció proporcionada a un individu per l'ús de la seva llengua materna pot ser superior al d'expressar-se en una altra de diferent, de la qual cosa se'n pot derivar, en termes de satisfacció, un benefici individual i col·lectiu (Colomer, 1996).

Juntament amb la concepció anterior de la llengua, l'economia del llenguatge treballa amb els postulats següents: *a*) la llengua com a objecte d'elecció en un sentit microeconòmic, és a dir, decisions individuals orientades a certs objectius. Amb les seves decisions sobre l'ús de la llengua, cada persona cerca objectius racionals on es combinen de diferents maneres la capacitat expressiva i l'eficàcia comunicativa amb l'interlocutor. Aquestes decisions depenen de la competència lingüística de la persona en cada llengua (el seu capital lingüístic) i dels resultats col·lectius que pretengui aconseguir (inclosa, per exemple, la preservació del patrimoni cultural); *b*) l'aprenentatge d'una llengua és una inversió (adquisició d'un capital lingüístic); *c*) una política lingüística és una decisió que comporta un conjunt d'incentius per a l'ús de les llengües: en primer lloc, crea capital col·lectiu a través de l'estandardització i les regulacions escolars (gramàtica, diccionaris), i en segon lloc, indueix usos lingüístics en les relacions privades a través de l'administració pública, els

4. Entre els principals elements que Laitin (1988, p. 289) destaca com d'interès per a la teoria política amb relació a la llengua trobem els següents: *a*) la qüestió de l'*state building*: com s'han format els estats centralitzats i a través de quins mecanismes s'han estandarditzat lleis i normes en un espai delimitat per fronteres? Així, mentre que molts investigadors s'han centrat en impostos, exèrcits i mercats, sembla evident que l'estandardització lingüística també ha tingut un paper decisiu en la construcció estatal; *b*) regionalisme i autonomia regional, on s'examina el paper de les elits regionals per a crear una solidaritat interclassista basada en la llengua compartida amb l'objectiu d'enfrontar-se a l'autoritat central; *c*) competència lingüística, com a factor per a la mobilitat social, particularment quan un grup lingüístic estableix la seva pròpia burocràcia, sistema escolar, etc., les constriccions a la mobilitat social —per exemple, requeriments lingüístics difícils d'aconseguir— poden tenir conseqüències directes per als ideals de justícia i per a allò que concerneix l'ordre social.

mitjans de comunicació públics i les normes collectives de comportament lingüístic (Colomer, 1996, p. 12-13).⁵

1.2. MERCAT LINGÜÍSTIC

En primer lloc considerarem l'existència d'un «mercat lingüístic». L'anàlisi de la llengua com a mercat des d'un punt de vista ortodox requereix quatre elements: *a*) unes mercaderies clarament definides (béns, serveis o mercaderies complexes); *b*) mesura quantitativa de les mercaderies; *c*) un preu clarament definit per a les mercaderies; *d*) una corba d'oferta i de demanda que descriu la quantitat de mercaderia que els consumidors estan disposats a adquirir a un determinat preu. Un estudi ja clàssic elaborat per Bourdieu (1985) considera *una economia dels intercanvis lingüístics* indicant-nos que el mercat lingüístic crea les condicions per a una competició objectiva on la competència lingüística legítima és un capital lingüístic que produeix, en ocasió de l'intercanvi social, un *benefici de distinció*. Grin (1994) ha assenyalat l'absència dels quatre requisits indicats més amunt per a conferir l'etiqueta d'«econòmic» a l'anàlisi de Bourdieu. De fet, l'autor condueix la seva anàlisi de mercat a esferes no monetitzades com pugui ser el mercat d'intercanvis matrimonials, així com el de béns intangibles. Bourdieu identifica el capital lingüístic com un capital simbòlic, no immediatament material, a la vegada que la seva anàlisi s'orienta a desxifrar la relació entre llengua i estructura social.⁶ L'autor emfatitza en aquest punt que «els discursos només cobren el seu valor (i sentit) en relació amb un *mercat*, caracteritzat per una llei particular de formació de preus: el valor del discurs depèn de la relació de forces que s'estableix concretament entre les competències lingüístiques dels locutors enteses a la vegada com a capacitat de producció i capacitat d'apropiació i d'apreciació o, en altres paraules, com la capacitat que tenen els diferents agents que actuen en l'intercanvi per a imposar els criteris d'apreciació més favorables als seus productes» (Bourdieu, 1985, p. 40-41).

5. Els conceptes bàsics indicats per Colomer inclouen que, en l'aspecte de la comunicació, totes les llengües són igualment vàlides: es pot parlar de tot en totes les llengües (1996, p. 12). En la mesura que les llengües configuren universos simbòlics i maneres d'entendre el món per mitjà d'aquests símbols, aquesta afirmació pot ésser discutida. Per citar un parell d'exemples, en tailandès no hi ha la paraula *suborn* sinó *comissió*, intercanviable pel concepte que a Occident coneixem pel segon (en anglès *bribe-comission*) (Hennesey, 1995, p. 130). De manera més elaborada, Ybarra indica la relació entre llengües i mots de producció local (1998, p. 222).

6. Així, «a través de les llengües parlades, els locutors que les parlen i els grups definits per la possessió de la corresponent competència, és tota l'estructura social el que està present en tota interacció» (Bourdieu, 1985, p. 40).

Lluny de voler limitar aquí el discurs de Bourdieu a les simples transaccions econòmiques, la seva *economia dels intercanvis lingüístics* arriba a totes les esferes de les relacions socials. Tenint en compte la suggeridora exposició i la directa aplicabilitat en l'àmbit socioeconòmic fem nostres les seves afirmacions. Bourdieu indica que juntament amb la competència generadora o l'establiment d'un codi, «l'intercanvi lingüístic és també un intercanvi econòmic que porta a terme una relació simbòlica de forces entre un productor, dotat d'un cert capital lingüístic, i un consumidor (o un mercat) apte per a procurar un cert benefici material o simbòlic». «[...] els discursos no són únicament signes destinats a ser compresos, desxifrats; són també *signes de riquesa* destinats a ser valorats, apreciats i *signes d'autoritat* destinats a ser creguts i obeïts [...] en la vida quotidiana és molt estrany que la llengua funcioni com a mitjà de comunicació: la recerca de la maximització del rendiment informatiu només excepcionalment és el fi exclusiu de la producció lingüística i l'ús purament instrumental del llenguatge que implica acostuma a entrar en contradicció amb la recerca, sovint inconscient, del benefici simbòlic» (Bourdieu, 1985, p. 40). Més encara, Bourdieu considera que la unificació del mercat de béns simbòlics acompanya la unificació de l'economia.

Podem observar la valorització de les llengües en el mercat per mitjà del que s'entén com a capital lingüístic, entès aquí com una de les formes que pot adoptar el capital humà. Podem considerar el capital humà com l'estoc d'habilitats, salut mental i física, coneixements i tot allò que contribueix a incrementar els rendiments d'una persona en el moment present i en el futur. L'increment de capital humà és el resultat de la inversió de recursos en aquesta forma de capital. Entre els components del coneixement i, per tant, del capital humà hi ha els llenguatges: tant la primera llengua o llengua materna com la resta. Des d'aquest punt de vista, aprendre una llengua, ja sigui perfeccionar la pròpia o adquirir coneixements en una altra, suposa una inversió de recursos, per exemple, en la compra de diccionaris, classes, llibres o temps no destinat a altres activitats.⁷

Tota inversió en el sentit econòmic es fa amb mires a un rendiment futur. Tot i això, Breton ens alerta que, tot i que és possible «comprar» coneixements lingüístics, tenir la propietat d'una llengua rarament confereix el dret o la possibilitat de la seva venda directa, a diferència del que succeeix amb una altra mena de béns. La propietat d'aquesta forma de capital humà en tot cas possibilita que els individus «lloguin» el bé posant-lo a disposició d'una altra persona, firma i/o govern a canvi d'un preu durant un període limitat de temps. *Ceteris paribus*: això significa que en equilibri, el rendiment marginal

7. El concepte de *capital lingüístic* fou formulat teòricament per Grenier (1982) d'acord amb la definició indicada més amunt.

d'una unitat monetària invertida en capital humà ha de ser inferior a una unitat monetària invertida en capital físic perquè es produeixi la inversió (Breton, 1998, p. 3-4). L'acumulació de capital lingüístic ha estat examinada tant pel que fa a la llengua materna (Batley *et al.*, 1993) com a l'adquisició de segones llengües. Així, «l'adquisició d'una segona llengua requereix temps, esforç i diners. En la mesura que aquests recursos no són abundants o són escassos, tenen un valor econòmic. Els beneficis resultants del coneixement d'una segona llengua s'estenen en el temps. Adquirir una segona llengua és per tant una inversió en l'adquisició d'un bé o avantatge comparatiu. Més concretament, es pot dir que una segona (tercera o quarta) llengua és una forma de capital humà, susceptible, com tot capital, d'apreciació o depreciació» (Breton, 1978, p. 1-2). Quant a l'adquisició de la segona llengua, centrats fonamentalment en el cas dels EUA i en particular en el dels hispanoparlants, l'adquisició de la segona llengua és concebuda com una inversió en capital humà que condiciona beneficis futurs, tant monetaris com psíquics (Savoie, 1996).⁸ En tot cas no podem allunyar-nos del context social i individual de l'adquisició de la segona llengua. Així, en el cas de la immigració es correlaciona l'adquisició de la segona llengua amb factors com ara l'educació, edat d'emigració, temps transcorregut des de la migració, estat civil, lloc de residència en el país i concentració de les minories lingüístiques a les quals pertany l'immigrant. Així, es detecta una correlació positiva entre nivell d'educació, temps de residència i joventut i adquisició de la llengua del país receptor. D'altra banda, factors com haver-se casat abans d'arribar als EUA disminueixen les probabilitats de l'adquisició de la segona llengua (Espenshade i Fu, 1997).

Quant a la demanda lingüística en els mercats, la llengua com a factor de consum invoca les decisions de consum no estrictament materials. L'enfocament teòric de Becker (1965) assumeix que, contràriament a l'enfocament neoclàssic estàndard, els agents no maximitzen el seu benestar per mitjà del consum sinó produint i consumint mercaderies complexes. Aquestes es produeixen combinant béns i serveis adquirits en el mercat, així com el temps emprat per l'agent. En conseqüència, el benestar (o utilitat) es maximitza sota restriccions financeres i temporals. En aquest enfocament no hi ha diferència analítica entre el terme beckerià de *mercaderies* i el concepte més ampli d'*activitats*, cobrint aquest últim el temps total disponible dels agents inclo-

8. L'adquisició de llengües segueix processos de preparació similars a altres formes de formació de capital humà. La llengua materna s'aprèn de forma manera a altres coneixements informals més o menys valorables en el mercat de treball, en molts casos considerat com un altre element cultural o ètnic atribuïble als individus. En aquest sentit podem valorar la llengua, i en particular l'adquisició de llengües, com un procés d'inversió en capital humà amb uns beneficis esperats iguals o superiors al cost d'inversió (Grin, 1994, p. 33).

ent diverses maneres d'entreteniment, transport o tasques domèstiques. Des d'un punt de vista lingüístic, Grin (1994) assumeix que activitats com la lectura poden ser realitzades en diferents llengües (A i B) sense costos diferencials en comunitats bilingües, i que l'elecció d'una llengua o l'altra en el consum cultural permet examinar les propietats integratives del llenguatge com a oposades a les instrumentals.

Els rendiments del capital lingüístic han estat examinats en diferents relacions socials amb motiu de l'activitat econòmica. Destaquem aquí les següents: la compravenda de treball i les transaccions comercials. Quant a les rendes del treball, la hipòtesi de treball estàndard adopta els ingressos com a variable dependent, i algun indicador de capacitats lingüístiques és tractat entre les variables independents. Els estudis proven de mostrar desigualtats amb motiu de la llengua així com en la seva evolució en el temps. Per exemple, les desigualtats de renda entre anglòfons i francòfons al Quebec s'han reduït des dels anys setanta; tot i això, en aquest període de temps, el bilingüisme té majors beneficis econòmics per als parlants nadius del francès que per als de l'anglès, la qual cosa s'ha interpretat com un major incentiu per a aprendre anglès —o tenir-la com a segona llengua els francòfons. Les rendes de les dones semblen menys sensibles al llenguatge que en el cas dels homes. Amb l'objectiu d'explicar per què treballadors amb perfils similars obtenen diferents rendes del treball, els economistes canadencs han desenvolupat diversos models basats en la teoria de xarxes (Migué, 1970; Lavoic, 1983), en el comportament estratègic dels propietaris dels mitjans productius amb la finalitat de maximitzar els ingressos d'un grup lingüístic (Raynauld i Marion, 1970), o en les restriccions tècniques dels fluxos de comunicació entre membres de diferents grups en el lloc de treball (Sabourin, 1985).

L'ús de la llengua en el comerç tal com la planteja Carr (1985) planteja una analogia entre llengua i diner. Una llengua franca de transacció redueix els costos del comerç a l'igual que una mateixa moneda facilita el comerç entre estats. L'or representà aquest paper de la mateixa manera que el dòlar a la segona meitat del segle xx. Igualment, s'argüeix que juntament amb les diferents monedes nacionals, una moneda internacional afavoreix les transaccions amb un nombre indefinit de països. El paper de llengua franca (que proporciona als membres del grup lingüístic l'absència d'incentius o la reducció d'aquests per a aprendre altres llengües) s'atribueix a factors de dominació econòmica, política o cultural (Carr, 1985, p. 34). Així, el major estalvi en inversió per a l'aprenentatge de llengües es produeix en la comunitat lingüística la llengua nacional de la qual és la llengua franca. Karim ha destacat els beneficis econòmics del bilingüisme en el Quebec fruit del coneixement de dues llengües de comerç internacional, convertint aquesta regió en un punt clau de comerç internacional en la mesura que les barreres lingüístiques en el

comerç són superades pel capital lingüístic a nivell nacional que suposa el coneixement de l'anglès i el francès (Karim, 1996, p. 18-23).

En la mesura que els poders públics incideixen sobre l'economia i la llengua, Mahmoud ha indicat que la planificació lingüística està motivada i constringida per aspectes socials i polítics, les anàlisis cost-benefici han de ser usades només com a informació per a la presa de decisions més que no pas per a determinar les decisions finals. És més fàcil identificar costos que preveure els beneficis de la planificació lingüística, simplement perquè aquests tendeixen a ser intangibles (1997, p. 36). En aquesta direcció, s'indica la necessitat de cooperació entre científics socials procedents de diferents disciplines amb l'objecte d'articular elements com la relació entre llengua i identitat etnocultural (Hocevar, a Grin, 1990, p. 161).

Convé, juntament amb el model funcionalista exposat fins ara en què la llengua té un pes fonamental en el desenvolupament econòmic i les rendes personals així com en la integració socioeconòmica, realitzar una revisió des d'altres aproximacions teòriques relatives al concepte de formació —o adquisició de capital lingüístic— i la seva relació amb l'ocupació (Lope i Martín Artilles, 1995). Així, segons el model de la reproducció social hauríem de subratllar que la llengua materna té per finalitat la transmissió de valors, cultura i hàbits, la jerarquia, els comportaments i les desigualtats socials. És des d'aquesta consideració que el tractament que s'ha de donar a una llengua és fonamental com a política econòmica per a les economies amb trets singulars —o factors propis de competitivitat. Així, «en el teixit productiu i social de la petita empresa, els models endògens, arrelats al medi, on intervenen un important nombre de subjectes, la llengua, des del punt de vista econòmic, té una doble funció: en primer lloc, és un mitjà de comunicació; i en segon lloc, és la forma de transmissió de valors, codis, coneixement, ètica i habilitats del funcionament econòmic.» La llengua és una economia externa més com qualsevol altre factor que pugui haver en el medi (infraestructures, mitjans de comunicació, sòl per a instaurar-s'hi), ja que potencia o limita el desenvolupament de les relacions socials i productives d'una comunitat. La recent aparició en les comunitats lingüístiques catalana i castellana de termes com *catering*, *tour operator*, *over booking*, etc., i l'acceptació social d'aquests confirma la pèrdua de mots de funcionament econòmic autòctons, ja que s'estan incorporant paraules anglosaxones en l'esfera de la producció que són estranyes als models de desenvolupament econòmic d'arrel autòctona. Com sosté Ybarra, les paraules no són únicament sons o allò que denoten, «les paraules són caixes on es guarden idees i pensaments, coneixements i conceptes. Les paraules són les caixes on es mantenen elements d'identificació per als pobles o els països [...] per aquesta raó remarcuem la importància que tenen per a l'economia les paraules en concret i la llengua en general» (Ybarra, 1998, p. 220-223). De

manera similar, s'ha emfasitzat la relació entre llengua i reclutament de personal per a les empreses. Així, els processos de formació contínua pel que fa a les llengües són valorats fonamentalment com una actitud assimilable a la flexibilitat, disponibilitat geogràfica, superació personal, perseverança dels treballadors (Chorney, 1998).

Des de l'aproximació credencialista neoweberiana es remarca el conflicte entre els grups socials, que tracten d'adquirir credencials que enforteixin la seva posició d'estatus sense que existeixi una connexió immediata o necessària entre formació i ocupació (Lope i Martín Artiles, 1995, p. 255). L'exemple més evident és la consideració de la llengua com a barrera d'entrada als mercats de treball, particularment en els llocs de treball de les administracions públiques, de manera que es beneficiï un determinat grup lingüístic. Mitjançant aquests requeriments lingüístics, independentment de l'ús que se'n faci en el lloc de treball, s'ha comprovat que els ingressos procedents de les rendes del treball són inferiors per als treballadors de la llengua minoritària si està socialment discriminada, és a dir, si la comunitat lingüística coincideix amb una comunitat social discriminada (Grin, 1990, p. 160).⁹ Les llengües són formes de capital humà usades per a negociar béns socials i beneficis. Així, el valor es manifesta no només com a recurs econòmic sinó també com a instrument d'integració sociopolítica, i com a indicador d'identitat sociopsicològica. L'anglès ha estat associat amb el poder econòmic i les minories lingüístiques que l'han adoptat han millorat les seves oportunitats com a participants igualitaris de la societat americana, en particular pel que fa a la integració econòmica (Breton, Garcia i Ohéguy, 1994, p.100). Tot i això, aquests beneficis no són sempre possibles quan tenim present la discriminació racial (Karim, 1996, p.16).

Observem que quan les llengües adquireixen el seu valor en el sentit reproductiu o en el credencialista, la connexió amb el sistema econòmic o el polític adquireix un sentit més ben definit que quan ho fan simplement amb el model funcionalista. Així, es ret compte del valor simbòlic atribuït al llenguatge com a definidor d'actituds i comportaments no només cap al treball sinó també cap a la integració política. S'observa la llengua com una barrera d'entrada no només als mercats sinó també a la mobilitat social i a les oportunitats d'integració social que defineixen una determinada societat.

Revisats els estudis precedents, podem definir el capital lingüístic com una forma de capital humà o institucional susceptible de generar beneficis tant individuals com col·lectius —per a una comunitat o grup lingüístic—, així

9. En aquest sentit, des d'un punt de vista normatiu, el govern ha d'assegurar que la llengua no és una barrera per a la integració econòmica dels immigrants ni divisiva entre grups lingüístics en estats plurietnics. Particularment, s'ha apuntat el cas africà on l'elecció de la llengua nacional pot ser una força que reforci els conflictes interètnics (Swilla, 1992, p. 513).

com que el valor del capital està determinat per la relació de forces existents en la societat entre determinats grups lingüístics que són reflex d'una determinada estructura social i econòmica d'apreciació o depreciaió dels capitals, observables tant en la dimensió simbòlica¹⁰ (no mercantilitzada) com a material-monetària (mercantilitzada).

1.3. RACIONALITZACIÓ LINGÜÍSTICA

Si seguim Weber, «l'empresa capitalista dels nostres dies es basa en la seva textura interna en el *càlcul de costos*. Per a poder subsistir necessita una administració, el funcionament de la qual, almenys en principi, pugui ser també *calculat racionalment* sobre la base de normes generals fixes, de la mateixa manera que es calcula el rendiment previsible d'*una màquina*». Així, «[...] allò específic del capitalisme modern [...] l'organització rigorosament racional del treball sobre la base d'una tècnica racional, no ha pogut sorgir, ni podrà sorgir tampoc, enlloc en el si d'un sistema estatal construït de manera [...] irracional» (Weber, 1991, p. 129-130). D'aquesta manera, «el que en definitiva creà el capitalisme fou l'empresa duradora i racional, la comptabilitat racional, la tècnica racional, el dret racional; a tot això hi havia d'afegir la *ideologia racional, la racionalització de la vida, l'ètica racional en l'economia*» (Weber, 1973, p. 298).

Els teòrics de l'elecció racional assumeixen que els agents comparen costos i beneficis de diferents opcions i trien aquella que els suposa un major benefici. En aquest sentit, «no hi ha un determinisme estructural segons el qual una llengua ha de sobreviure, expandir-se o desaparèixer segons la seva difusió en un cert moment o qualsevol característica estrictament lingüística, sinó que els resultats lingüístics col·lectius depenen en bona part de les estratègies lingüístiques que adopten aquests individus, els grups i els governs [...] són les decisions individuals, les normes adoptades pels comportaments lingüístics i les polítiques lingüístiques les que acaben configurant, a llarg termini, les estructures lingüístiques inclosos el nombre i la difusió de les llengües» (Colomer, 1996, p. 21-22).

En aquest sentit, l'empresa privada capitalista té com a objectiu la maximització del benefici econòmic¹¹ per mitjà d'una comptabilitat racional o càlcul

10. Juntament amb les aportacions en aquest sentit ja indicades per Bourdieu, cal recordar que els autors del «mètode econòmic» indiquen que la comunicació és només un dels propòsits del llenguatge entre els quals hi ha la identitat/solidaritat i el control/dominació. Si la llengua fos un mer instrument de comunicació difícilment generaria els debats periodístics i polítics que en l'actualitat suscita (Pool, 1991).

11. O, si es prefereix, la satisfacció de les necessitats quotidianes per part del capitalisme (Weber, 1973, p. 237).

de costos. Aquesta és una comptabilitat que sospesa la relació mitjans-fins *racionalment*, això és, de manera coherent o regular i de forma eficient. Weber circumscriu la viabilitat d'aquesta racionalitat a les premisses següents: «1. *Apropiació de tots els béns materials de producció [...] com a propietat de lliure disposició per part de les empreses lucratives autònomes [...]* 2. *La llibertat mercantil*, és a dir, la llibertat del mercat respecte a tota limitació irracional del tràfic [...] 3. *Tècnica racional [...]* tant en la producció com en l'[*]inter[*]canvi [...] 4. *Dret racional [...]* 5. *Treball lliure*, és a dir, que existeixin persones, no solament en l'aspecte jurídic sinó en l'econòmic, obligades a vendre lliurement la seva activitat en un mercat [...] 6. *Comercialització de l'economia [...]* En resum: possibilitats d'una *orientació exclusiva, en la satisfacció de necessitats, en un sentit mercantil i de rendibilitat*» (Weber, 1973, p. 237-238).

Atenent els estudis particulars abordats en l'apartat anterior, identifiquem la racionalització lingüística com a intrínseca a les premisses de racionalitat indicades per Weber. En primer lloc, la llengua i més genèricament els llenguatges són un bé de producció subjecte al gaudiment de les empreses. Observi's que no «immediatament» material. Tot i això, és un bé de producció que per a qualsevol empresa mínimament informatitzada pot ser «un llenguatge de programació» home-màquina o per a una empresa editorial les llengües utilitzades en la traducció de textos són d'una proximitat immediata als béns «materials» de producció en una empresa industrial.¹² Es pot argüir respecte d'això que sent la llengua «un bé públic pur» l'apropiació no és tal. Ens referim, en tot cas, al fet que l'empresa «adquireix» en alguna de les seves funcions una llengua particular amb els costos i beneficis esperats que s'han indicat en l'apartat anterior.

En segon lloc, la llibertat mercantil pot quedar afectada per qüestions lingüístiques «irracionals». Aquí, un aclariment immediat, ja que en termes weberians aquesta «irracionalitat» es deuria a una «superstició» de caràcter pròxim al religiós. L'heterogeneïtat lingüística com a càstig diví a la humanitat, tal com es deriva del *Gènesi* (11) on Jehovà limita les capacitats productives dels homes (manifestades en la construcció de la torre de Babel) «confonent» el llenguatge. Racionalment, els homes poden establir els intercanvis econòmics per mitjà de la llengua que suposi un cost-benefici òptim, sense quedar afectats per cap càstig diví.

En tercer lloc, les tècniques de producció i [*]inter[*]canvi impliquen la racionalitat lingüística. Si el mitjà de satisfacció dels objectius empresarials comprèn tant el mitjà de la producció com de l'[*]inter[*]canvi, i el fi és satisfer les necessitats dels individus, l'elecció del mitjà de comunicació d'acord amb els fins és un ele-

12. La llengua com a bé públic pur, en canvi, els llenguatges de programació no, atès que estan subjectes a comercialització i *copyright*.

ment essencial. D'altra banda, l'elecció dels mitjans de producció, basats en l'actualitat en gran mesura en les tecnologies de la informació, estarà subjecta a l'adquisició de les llengües amb les quals operen aquestes tecnologies.

En quart lloc, un dret lingüístic racional implica la previsibilitat de l'actuació dels poders públics davant l'ús de la llengua en l'activitat econòmica; si hi ha un règim sancionador, si aquest aclareix els límits lingüístics en els quals poden operar les empreses, etc. En aquest sentit, són els mateixos agents econòmics els que, a través dels seus mitjans de pressió, poden contribuir a definir aquest dret racional. Així mateix, la legislació lingüística pot ser valorada pels agents econòmics en el moment d'establir-se en un determinat estat o ens polític amb autonomia legislativa lingüística.

En cinquè lloc, hem de completar la proposició de Weber de la manera següent: el sistema econòmic —particularment el de la societat industrial— necessita no només treballadors «obligats a vendre lliurement la seva activitat en un mercat», sinó que estiguin *capacitats* per a això o el que és el mateix, treball lliure i habilitat per a l'activitat industrial. Com destaca Gellner, la mobilitat social dels individus en un sistema industrial, la intercanviabilitat d'aquests, és indissociable de certes aptituds i molt especialment d'una alfabetització i una llengua comuna alliberada del context (Gellner, 1988).

En sisè lloc, la comercialització de la llengua, en tant que és una activitat rendible com a activitat privada, en particular pel que fa a les denominades «indústries culturals». Per comercialització de l'economia en general entenem un dels principals postulats del liberalisme, això és, que cada cop una major part de les relacions socials caiguin en l'esfera del mercat i, en definitiva, la capacitat d'aplicar càlculs de cost-benefici a la llengua.

En certa mesura, aquesta racionalització tracta d'observar els components no estrictament econòmics dels quals depèn significativament l'èxit econòmic de qualsevol organització.¹³ Aquests components formen part del que alguns autors denominen «cultura d'empresa» ja sigui: *a*) com a cristallització de l'entorn, on les formes culturals d'una societat determinen la forma de concebre o organitzar l'activitat empresarial; *b*) com a disseny estratègic intern, on l'empresa fabrica la seva pròpia cultura amb l'objecte d'aconseguir el major guany econòmic; *c*) com a imatge que implica la concepció global de l'empresa per part del personal (Garmendia, 1988).¹⁴

En tant que els estats nació han constituït una base cultural, política i econòmica unitària, la qüestió de la racionalitat lingüística no ha estat un pro-

13. Per exemple, l'èxit de les cooperatives de producció basques difícilment podria explicar-se sense una referència a les peculiaritats d'una cultura popular favorable al treball cooperatiu.

14. Observi's que és en les dues últimes accepcions de «cultura d'empresa» indicades en les que es pot portar a terme una racionalització lingüística.

blema real —o quotidià— per a les empreses. En un context homogeni —lingüísticament— la llengua és inqüestionable. La llengua nacional satisfà tant les demandes comunicatives com les sentimentals. En aquest sentit, «els productes nacionalistes no només satisfan necessitats; el nacionalisme forma i materialitza una emoció àmpliament i profundament experimentada, el sentiment que una persona pertany a quelcom, que no està sola, que és part d'una comunitat. A vegades, es considera aquest sentiment immaterial i, en conseqüència, no econòmic. La inferència no podria ser més absurda. L'economia versa sobre els mitjans de satisfacció humana. Els mitjans són escassos i han de ser administrats amb seny. Entre els mitjans hi ha els recursos conceptuals d'una època [...] la nacionalitat constitueix una idea que satisfà per si mateixa un desig. És un “bé públic”. No està sola, sinó que es troba integrada en una demanda regular i en una oferta satisfactòria. En el límit, és substituïble per altres “béns” que satisfan aquest anhel humà» (Tivey, 1987, p. 91). Tot i això, quan els territoris definits per fronteres estatals perden la seva capacitat per a donar respostes o satisfer tots els anhels individuals, i particularment els econòmics, els homes es veuen en la necessitat d'establir noves comunitats d'intercanvis lingüístics. Així, en la mesura que el globalisme es conforma com una construcció mental dels homes, les eleccions lingüístiques es fan indispensables.

1.4. LA POLÍTICA LINGÜÍSTICA COM A POLÍTICA ECONÒMICA

La història econòmica de la nostra societat sembla estar unida al manteniment de la societat del «perpetu creixement» i això es deu a la creació de l'Estat modern com a instrument de govern que demana les seves pròpies fonts de legitimitat. Un cop administrada una base homogènia de cultura sobre la població d'un estat —constituïda, per tant, la base de l'Estat nació, «per al nacionalista, el desenvolupament econòmic és una qüestió d'orgull i deure patriòtic. La prosperitat i, més encara, els signes de prosperitat són marques de realització col·lectiva» (Tivey, 1987, p. 90). És per això que en la mesura que es desenvolupa la societat industrial és necessari que s'estableixin les bases de l'economia de base industrial i una forma d'organització del capital.

En el marc de les interaccions entre economia i política, Tivey ens indica que «en una economia d'intercanvi han d'existir mercats d'alguna mena, però fins i tot en el moment que prevalien les creences del *laissez faire*, l'Estat tenia el deure de proporcionar les condicions adequades —això és, establir un mercat lliure, que vol dir un mercat governat per certes regulacions (per exemple, referents al contracte), però cap més. [...] La càrrega del desenvolupament

pament econòmic és responsabilitat de l'Estat en tots els nivells; pot ser que l'Estat millori o empitjori les coses, però el cert és que la vida econòmica no té lloc amb independència del que l'Estat faci» (Tivey, 1987, p. 85). Fins i tot en un moment de liberalisme econòmic té sentit en la política econòmica de l'Estat el mercantilisme, no com a mera doctrina econòmica sinó com la creença que el comerç i, potser, la producció, havien d'utilitzar-se com a mitjà per a mantenir l'organització política. En la mesura que és l'Estat el que garanteix l'activitat econòmica per mitjà de diferents ordenaments que se sustenten en el monopoli legítim de la violència, convé preguntar-se pel paper de la llengua en aquest ordenament. Així, arribem a les preguntes clau següents: quina mena de relació hi ha entre la política econòmica i la llengua? Quin paper pot fer l'Estat respecte d'això? Podem articular les respostes a aquestes preguntes des de les possibles orientacions finalistes dels Estats i els governs amb relació a la llengua que aquí considerarem com a polítiques acumulatives, polítiques distributives i economia de l'acció política.

LA POLÍTICA LINGÜÍSTICA COM A POLÍTICA ACUMULATIVA

En primer lloc, l'establiment de l'oficialitat d'una llengua determinada pot ser considerat com una política orientada al creixement econòmic, a millorar les transaccions amb altres estats, a facilitar l'adquisició de coneixements de la *intelligència* local. Així és planetària la política lingüística com una política econòmica orientada a l'acumulació econòmica. Aquest és el discurs fonamental que ha conduït a un gran nombre d'estats africans a adoptar l'anglès com a llengua oficial (Karim, 1996), així com a tenir en compte les dimensions culturals del desenvolupament econòmic tal com es desprèn dels acords de Lomé (1983) entre la CEE i l'ACP en què s'accentuà la necessitat d'alfabetització en els estats menys desenvolupats. De la mateixa manera, alguns autors han destacat els beneficis econòmics reportats pel bilingüisme francès-anglès al Quebec atès que ambdues són llengües de comerç internacional. En aquesta mena de discurs hem de tenir sempre present l'abast de la globalització, és a dir, les necessitats presents o futures d'intercanvi entre comunitats lingüístiques en el passat separades (amb escassa densitat d'intercanvis) i les necessitats en un món actual amb major densitat comunicativa interestatal. Si seguim el ja mencionat Carr (1985), com més flux d'intercanvis entre comunitats lingüístiques diferents, més costos de transacció. En aquest sentit, una política lingüística orientada a l'aprenentatge de les llengües comercials o franques afavoriria el creixement econòmic d'una determinada nació.

Hem arribat al punt on hem de recordar que segons l'ideari econòmic liberal la missió de l'Estat és la de procurar l'eficiència econòmica. Aquesta efi-

ciència, en el sentit paretà, no és altra que l'existència de l'equilibri de mercat (els consumidors maximitzen la seva utilitat pagant un preu igual a la valoració marginal del bé, mentre que les empreses maximitzen els seus beneficis carregant un preu igual al cost marginal de produir el bé. En conseqüència, la regla econòmica $\text{preu} = \text{cost marginal}$ mostra una situació d'eficiència econòmica que no vol ser alterada ni pels consumidors ni per les empreses, ja que un o ambdós, perdrien amb el canvi). Ara bé, per arribar a l'eficiència són necessàries algunes condicions, a destacar: l'absència d'incertesa, mercats per a tots els béns, drets de propietat clarament definits, absència de poder d'influència sobre el mercat i inexistència d'efectes externs. Quan es violen aquests supòsits els economistes diuen que hi ha falles en el mercat o que hi ha una assignació ineficient dels recursos o que es produeixen externalitats i és precisament aquí quan es justifica la intervenció de l'Estat. Les raons explicatives de la ineficiència passen pel control insuficient dels *drets de propietat*, que hauria de ser salvaguardat per un sistema de drets de propietat. En aquest sentit, les polítiques que tendeixen a definir la llengua com un dret territorial o la llengua com a pròpia d'un determinat territori, no poden contribuir a superar la ineficiència al·ludida en la mesura que no es refereix a agents econòmics individuals. D'altra banda, el mercat lingüístic és caracteritzat per una *intransferibilitat extrema*, que suposa l'absència completa del dret de transferir a ningú qualsevol dels drets de propietat associats a la llengua, llevat del cas de lloguer del servei. Es defineix així la llengua com un recurs de propietat comú (aquells serveis que són utilitzats tant en la producció com en el consum, i que no són propietat de cap individu concret).

En aquest sentit, si ha quedat manifestada la importància de la llengua en l'activitat econòmica, hauríem d'indicar que la relació entre l'Estat i la llengua des de la perspectiva de l'acumulació és que el primer ha de proporcionar béns públics i corregir externalitats. Quant a la proporció de béns públics —això és, aquests béns que tot i ser consumits per una persona poden ser consumits per altres, o dit d'una altra manera, quan el consum per part d'un individu no redueix, ni realment ni potencialment, la quantitat disponible per a un altre individu—, la producció en exclusiva d'aquests béns per mitjà de la codificació i estandarització del llenguatge té la característica especial que una vegada produït és inesgotable i com dèiem abans, no subjecta a drets de propietat individual. És per això que les empreses privades no tenen incentius per a la seva producció.¹⁵ Tot

15. Per contra, els incentius per a produir llenguatges artificials orientats, per exemple, als sistemes informàtics existeixen per a les empreses en la mesura que aquests estan subjectes a la propietat privada i hi ha un mercat per a aquests. D'altra banda, recordem que de la mateixa manera que succeeix amb els llenguatges humans, sembla existir una tendència a l'homogeneïtzació i al monopoli identificable en els últims anys en els ordinadors i els seus sistemes operatius compatibles.

i això, els agents econòmics es beneficien d'una llengua estandarditzada com a mitjà d'intercanvi d'informació, mentre que els costos de provisió són assumits per l'Estat. D'altra banda, la justificació de la intervenció de l'Estat s'ha legitimat des de la idea de falles del mercat. Aquesta forma d'externalitat —quan la producció o el consum de la llengua afecta directament consumidors o empreses que no participen en la seva compra ni en la seva venda, i quan aquestes accions no es reflecteixen totalment en els preus del mercat—, quan els costos marginals per als particulars de producció del bé tenen uns beneficis marginals socials il·limitats en el temps¹⁶ —i per tant incalculables—, condueix a interpretar que els beneficis marginals socials de l'establiment d'una llengua són superiors als costos marginals privats de la seva codificació. Ara bé, si hi ha una externalitat és perquè hi ha una interdependència entre agents i béns. No hi ha una única llengua ni tots els individus coneixen necessàriament aquella llengua. En una situació plurilingüe la llengua pot ser un bé públic opcional, és a dir, qualsevol individu pot consumir la quantitat total que desitgi del total del producte. Com a bé públic opcional en un context multilingüe tant Laitin (1988) com Grin (1990) han indicat que les estructures lingüístiques (nombre de parlants, recompenses lligades a l'ús d'una llengua...) són determinants de les estratègies d'elecció individual i, en conseqüència, de l'ús i supervivència de les llengües.

Des d'aquest punt de vista, podem concloure indicant que l'acció política pot orientar-se cap a l'homogeneïtzació lingüística com a estratègia d'acumulació de capital. Ara bé, les estratègies individuals d'adquisició d'altres llengües reflecteix beneficis privats que poden, a nivell agregat, socavar les estratègies d'homogeneïtzació de les autoritats públiques. Així, les estratègies lingüístiques actuals reflecteixen realitats que defugen les estratègies o eleccions pròpies dels individus en les comunitats lingüístiques tradicionals. En la mesura que les comunitats d'intercanvi lingüístic augmenten, els beneficis de les llengües limitades en el territori disminueixen. En aquest sentit, les autoritats públiques debaten en diferents estats nació els beneficis de continuar estratègies lingüístiques afavoridores dels intercanvis en el si de la comunitat política de referència o, per contra, iniciar o continuar polítiques afavoridores de les llengües franques com a llengües de comerç i de creixement econòmic.

16. El benefici marginal social (BM) el definim com la suma del benefici marginal privat (BMP) i el benefici marginal extern (BME), essent aquest últim l'increment del benefici ocasionat per l'efecte extern quan té lloc una variació unitària en la variable que dona origen a aquest. Això és, $BM = BMP + BME$. En termes de costos, $CM = CMP + CME$. I l'eficiència $CM = BM$. Atès que els efectes externs no es reflecteixen en els preus de mercat, no es pot assolir l'eficiència econòmica.

LES POLÍTIQUES LINGÜÍSTIQUES COM A POLÍTIQUES REDISTRIBUTIVES

Segons la perspectiva de les polítiques lingüístiques com a polítiques redistributives, Breton (1964 i 1978) indica que el preu de les polítiques lingüístiques que afavoreixen exclusivament una llengua minoritària equival a una pèrdua de potencial competitiu. Es tracta d'una política de redistribució més que d'acumulació. En termes econòmics, el cost d'aquestes polítiques lingüístiques és major que el benefici.¹⁷ Tot i això, la política acumulativa no és l'única forma de política econòmica. Ja hem identificat en la secció anterior la rellevància dels capitals lingüístics per a la determinació de les rendes dels treballadors. Doncs bé, Breton identifica en les polítiques lingüístiques una de les moltes formes de les polítiques nacionalistes que bàsicament tenen com a objectiu afavorir els membres d'una determinada ètnia o nacionalitat. Des d'aquest punt de vista es converteix la llengua d'aquesta nació en la llengua oficial, així com en un bé capitalitzable en el mercat de treball. El que abans podia ser una llengua vernacle amb escassa capitalització en el mercat, es transforma en un avantatge comparatiu per a aquells que posseeixen les habilitats lingüístiques suficients. Així, la importància econòmica del nacionalisme polític sorgeix del fet que aquesta mena de nacionalisme genera demandes de canvi en la distribució dels recursos d'un territori entre els grups nacionals o ètnics. Nogensmenys, els canvis en la distribució de béns en favor d'un grup nacional només poden ser a costa dels recursos presents. Quan un grup incorre en aquests costos, un grup inverteix en nacionalisme.¹⁸ Així, doncs, es tracta d'inversions que aconsegueixen una redistribució de capitals més que creixement econòmic. Dit d'una altra manera, no és una política òptima en termes d'acumulació de capital.

17. Així, la francesització de les empreses quebequeses dominades originalment per l'ús de la llengua anglesa impulsà, en un primer moment, que les grans companyies ubicades en aquell territori situessin la seva seu social fora de la regió (Robillard, 1990, p. 42).

18. Breton distingeix entre nacionalisme polític i cultural. Així, el nacionalisme cultural està principalment limitat a escriure poemes, cançons i assajos sobre la mare pàtria, de la força que aquesta dona als individus, de l'energia que desenvolupa en els grups humans i la glòria del passat. Està orientat al desenvolupament d'una mentalitat capaç d'apreciar el nacional pel sol fet de ser-ho. El nacionalisme cultural no té altra conseqüència econòmica directa que el consum de senyeres, materials amb l'anatema nacional i altres productes per l'estil. El nacionalisme polític, en canvi, genera activitats que consisteixen en demandes i reclamacions a l'altre grup nacional o ètnic; aquestes reclamacions es justifiquen sobre la base de la identitat i l'existència del grup que reclama depèn essencialment de la resposta positiva a aquestes demandes. Tot i la diferenciació d'aquests dos tipus de nacionalisme, ambdós es reforcen. Per a Breton, l'aparició del nacionalisme depèn de l'existència d'una burgesia procedent de la nova classe mitjana, perquè el nacionalisme és una eina d'aquesta classe per accedir als béns i al poder. Així, el nacionalisme és la disposició que condueix els individus a justificar la inversió en nacionalitat i el coratge que condueix a la inversió de recursos limitats per a l'alteració internacional de la distribució de la propietat (1964, p. 376-381).

La principal esfera en què s'observa la distribució de recursos és la laboral, ja sigui pel traspàs de competències d'una administració a l'altra, ja sigui per la confiscació d'indústries o pel reconeixement del capital lingüístic dels nacionals en els quals s'ha invertit. És a dir, els beneficis són principalment l'acaparament dels llocs de treball més ben retribuïts per als nacionals. Naturalment, en la mesura que el nacionalisme polític està orientat cap a la direcció política de la nació, els pressupostos gestionats pels nacionalistes són orientats cap a aquells que pels mitjans que fossin han contribuït a la reivindicació política, generant-se així una segona font d'ingressos —els pressupostos de l'aparell polític—, juntament amb els laborals, com a fruit de la inversió en nacionalisme.

ECONOMIA DE L'ACCIÓ PÚBLICA

Podem argumentar, com ja hem fet en els dos apartats anteriors, les bondats de la política lingüística per acumulació i distribució de rendes. Tot i això, queda per argumentar quins són els factors que motiven els que decideixen públicament sobre l'orientació que finalment adopten les polítiques públiques. Si fins ara ens centràvem en la política lingüística com a mitjà per a l'increment de beneficis dels agents econòmics i nacionals, hem de considerar els beneficis dels governants en el moment d'adoptar una determinada política lingüística. Des del punt de vista de la teoria de l'elecció pública se suposa que els polítics, en una democràcia representativa, tracten de maximitzar les possibilitats de ser triats per al seu càrrec, això és, són maximitzadors de vots. Per tant, «la seva funció social (que consisteix a elaborar i realitzar polítiques mentre es mantenen en el poder) és un subproducte de les seves motivacions privades —obtenir la renda, el poder i el prestigi que suposa governar» (Downs, 1992, p. 96). En aquest sentit, en un context d'informació perfecta les relacions d'un govern amb els ciutadans s'articulen entorn dels vots esperats, els vots reals, les estratègies de l'oposició, l'acció governamental i les utilitats o rendes individuals que aquesta última produeix. Així, els votants coneixen perfectament el que fa el govern i el que farien la resta de partits si fossin en el govern. Són perfectament conscients dels beneficis que reporta el govern present i quins serien els beneficis esperats proporcionats per altres partits. Cap elector és influenciable per falses promeses. Tot i això, en un context d'informació imperfecta, on és difícil o impossible avaluar els desitjos dels altres o fins i tot les utilitats o rendes aconseguides pels ciutadans per mitjà d'una acció de govern, entren en joc factors com la persuasió, la ideologia i la ignorància racional (p. 98). En aquest sentit, els votants són influenciables i la seva estructura de preferències manipulable per part d'altres

actors. Els governs, en funció de la seva divisió del treball, produeixen transmissors d'idees i valors. De la mateixa manera, apareixen especialistes de la societat civil a influir sobre el govern de diferents maneres, particularment com a grups de pressió. Downs emfasitza els costos que suposaria la informació perfecta per a electors i elegibles, impossible en el món real. Així, les ideologies, i el nacionalisme és una d'aquestes, en una societat complexa contribueixen a una explicació omnicomprendensiva de la societat, ja que formulen respostes generals a preguntes particulars. Aquestes respostes són, entre les més usuals, les que articulen els *cleavages* socials, de manera que aquest fet és explicable per mitjà de l'explotació de la classe capitalista sobre la classe obrera; perquè tots tractem de maximitzar la nostra renda; perquè vivim allunyats de Déu; perquè la precària situació de la nostra nació es deu a un poble opressor. La falta d'informació crea una demanda d'ideologies entre els individus de les quals es recobreixen els partits i són la base dels seus elements distintius i la competència entre aquests.

Hem d'interpretar, en aquest sentit, els esforços dels governants per impulsar polítiques que reforcin entre els votants les ideologies pròximes i co-determinants del vot favorable al seu partit. Els nacionalismes lingüístics, en què la base distintiva d'una determinada comunitat es basa en la llengua, exigeixen l'enfortiment dels nexes lingüístics en el si de la comunitat. L'enfortiment dels nexes s'articula en clau nacional per mitjà de l'ensenyament, el servei militar obligatori o els mitjans de comunicació en el seu paper d'homogeneïtzació lingüística. En aquest sentit, Argelaguet (1996) ha mostrat la voluntat de maximitzar la presència de la llengua catalana en el sistema educatiu de Catalunya per part de les forces polítiques nacionalistes com a sistema de socialització política i reforçament de la ideologia nacionalista entre les generacions més joves. Així, l'autor constata quantitativament una correlació entre coneixement del català, pertinença a l'ideari nacionalista català i vot als partits nacionalistes catalans (p. 356-358). Segons l'autor, i entorn de les pugnes sobre el model escolar a Catalunya, «aquesta és, i no una altra raó, la pugna sobre el model lingüístic escolar: qui aconsegueix tenir més incidència sobre aquest mecanisme bàsic de socialització política» (p. 357). A més, com ja hem vist en l'apartat anterior, els ciutadans poden arribar a valorar altres accions del govern que decanten el vot com és la capitalització de la seva llengua i que en definitiva reforcen, en la mesura que són valorades per l'electorat, la planificació lingüística favorable a les llengües minoritàries.

2. LA LLENGUA EN L'ACTIVITAT SOCIOECONÒMICA DE CATALUNYA

L'objecte d'aquest capítol és efectuar una revisió de la situació de les llengües a Catalunya amb l'objectiu final d'obtenir una base tant qualitativa com quantitativa de l'estructura lingüística en la qual es desenvolupa l'activitat socioeconòmica. Hem d'identificar aquí, per tant, capitals lingüístics i la seva valoració en el mercat d'intercanvis.

Sortosament, com indiquen Strubell i Romaní, existeix una rica tradició d'estudis empírics sobre la situació de les llengües a Catalunya (1998, p. 805-806). Nogensmenys, tal com assenyalen els mateixos autors en el moment d'examinar l'evolució dels comportaments lingüístics en l'esfera socioeconòmica, trobem dificultats de diferent ordre per a una aproximació quantitativa al problema i, particularment, quan l'examen de la situació pretén orientar-se cap a la competència entre llengua catalana i llengües majoritàries. En primer lloc, trobem una sèrie d'estudis específics sobre l'ús del català en diferents sectors econòmics i moments històrics, així com dades puntuals que es deriven d'investigacions més àmplies. No obstant això, trobem a faltar dades més generals o panoràmiques i representatives de la situació del català en el conjunt de l'activitat econòmica a Catalunya. En segon lloc, notem la manca de sèries temporals que permetin contrastar l'evolució del fenomen lingüístic. I en tercer lloc, tampoc disposem de dades específiques sobre llengües estrangeres a Catalunya tret d'algunes dades puntuals (1998, p. 816).

Examinarem, segons les dades disponibles, les qüestions següents: la primera és quin paper té la llengua en la inserció professional tant en termes de demanda com d'oferta. En segon lloc, en quina mesura la llengua suposa un incentiu per al consum i, per tant, com les preferències lingüístiques es manifesten en les relacions de compravenda. I en tercer lloc, quin és el paper de la llengua en les actuals formes de producció.

2.1. PRINCIPALS DADES AL VOLTANT DE LES LLENGÜES EN L'ACTIVITAT SOCIECONÒMICA

2.1.1. CAPITAL LINGÜÍSTIC DE TREBALLADORS I CONSUMIDORS

Espanya constitueix, darrere de l'antiga Unió Soviètica, el més poblat i econòmicament desenvolupat estat plurilingüe del món occidental (Fishman, 1991, p. 295). Així, pràcticament la meitat de la població posseeix una llengua diferent a l'espanyol o castellà —oficial a tot l'Estat— com a llengua materna (Siguán, 1992). Tal com mostra la taula 2.1, identifiquem 6 comunitats lingüístiques principals: castellana, catalana, gallega, valenciana, basca i mallorquina, tot i que les fronteres lingüístiques, en termes de distància entre una llengua i l'altra, es troben subjectes a interpretació per les diferents acadèmies i/o reconeixement polític de la llengua així com a la identificació subjectiva per part dels entrevistats en el moment de realització de censos i entrevistes.

Convé ressaltar la pluralitat lingüística tant a nivell estatal com a nivell de les diferents comunitats abans esmentades. Així mateix, la delimitació de les comunitats lingüístiques i l'establiment de categories per a la comparació quantitativa es veuen afectades tant per possibles errors mostrals com per la determinació de la llengua dels individus ja sigui en termes d'autoidentificació amb una llengua com a pròpia o en termes de llengua materna. D'aquesta manera trobem diferents identificacions amb la llengua segons si s'interroga els individus amb relació a la seva llengua familiar, llengua materna o la llengua habitual del subjecte. A la taula 2.2 s'hi ressenyen algunes fonts estadístiques recents i la distribució entre els principals grups lingüístics de Catalunya. Bàsicament s'observa l'existència de dos grups lingüístics principals a Catalunya: «castellanoparlants» i «catalanoparlants» al costat d'un reduït «altres» i una important proporció de «bilingües» quan aquesta categoria es contempla separadament.

Quant a dades relatives al coneixement del català disposem de les dades censals quinquennals des de 1981 fins a 1996 (taula 2.3) que mostren l'evolució del coneixement del català. L'esmentada evolució, si seguim la línia d'interpretació de Fishman (1991), ha mostrat una evolució positiva en el coneixement de la llengua catalana en els diferents nivells de competència (entendre, parlar, llegir i escriure), de manera que si el 1981 el català era entès per menys del 80 % de la població catalana, el 1996 la xifra ascendia quasi al 95 %. De la mateixa manera, mentre el 1986 el nivell escrit no era propietat més que del 31,5 % de la població, el 1996 els que sabien escriure en català eren quasi el 46 %. L'èxit de l'evolució positiva del coneixement del català és particularment apreciable en les generacions més joves tal com s'observa a la taula 2.4. Quant a la distribució per edats, observem, molt breument, els trets

TAULA 2.1

Llengües maternes a Espanya

Pregunta: «Quina és la seva llengua materna, és a dir, aquella que aprengué de nen a casa seva parlant amb la mare?»

	<i>Total (%)</i>	<i>Catalunya (%)</i>	<i>Galícia (%)</i>	<i>Comunitat Valenciana (%)</i>	<i>País Basc (%)</i>	<i>CF Navarra (%)</i>	<i>Illes Balears (%)</i>
<i>Castellà</i>	54	55	29	54	78	84	37
<i>Català</i>	16	39	0	1	0	1	11
<i>Gallec</i>	10	1	55	0	1	1	1
<i>Valencià</i>	10	1	0	39	0	0	0
<i>Basc, èuscar</i>	4	0	8	0	16	10	0
<i>Mallorquí, balear</i>	2	0	0	0	0	0	47
<i>Dues llengües</i>	4	3	7	5	4	3	3
<i>Altres</i>	1	1	0	1	1	1	1

Font: CIS (1997); N = 2.064.

TAULA 2.2

Identificació lingüística

	<i>Quina és la seva llengua materna, és a dir, aquella que aprengué de nen a casa seva parlant amb la mare? (1) (%)</i>	<i>Quin és el seu idioma familiar? (2) (%)</i>	<i>Diria que és vostè més aviat castellanoparlant o més aviat catalanoparlant? (2) (%)</i>
<i>Català</i>	39	46,2	40,7
<i>Castellà</i>	55	53,8(*)	42,9(*)
<i>Bilingüe</i>	3	—	16,9
<i>Altres</i>	3	—	—

(*) L'agregat «castellà» inclou la categoria «altres».

Fonts: (1) CIS, (1997); N = 2.064; (2) CIS, (1998); N = 1.007.

TAULA 2.3

Evolució del coneixement del català (població de més de 2 anys)

	1981 (%)	1986 (%)	1991 (%)	1996 (%)
<i>L'entén</i>	79,8	90,3	93,8	94,97
<i>El sap parlar</i>	—	64,0	68,3	75,30
<i>El sap llegir</i>	—	60,5	67,6	72,35
<i>El sap escriure</i>	—	31,5	39,9	45,84

Font: padrons municipals d'habitants de Catalunya (1986, 1991, 1996).

TAULA 2.4

Coneixement del català per edats, 1996

<i>Edat</i>	<i>L'entén</i>	<i>El sap parlar</i>	<i>El sap llegir</i>	<i>El sap escriure</i>	<i>No l'entén</i>
2-4	90,01	54,24	14,69	8,79	9,99
5-9	98,30	86,20	73,94	54,91	1,70
10-14	99,19	95,34	94,51	87,19	0,81
15-19	99,00	94,62	94,02	87,51	1,00
20-24	98,50	91,86	91,34	81,43	1,50
25-29	97,62	84,74	85,37	67,38	2,38
30-34	97,09	78,53	80,14	50,75	2,91
35-39	96,78	74,68	76,06	39,43	3,22
40-44	96,26	70,83	71,92	33,85	3,74
45-49	95,60	67,18	67,79	29,63	4,40
50-54	94,45	62,78	62,52	25,01	5,55
55-59	92,64	59,76	57,36	20,72	7,36
60-64	91,60	61,44	57,50	20,26	8,40
65-69	90,36	63,43	58,26	21,87	9,64
70-74	88,75	65,04	59,59	26,24	11,25
<i>Total</i>	94,97	75,30	72,35	45,84	5,03

Font: Institut d'Estadística de Catalunya (1998).

principals següents: una correlació de signe negatiu entre edat i habilitats lingüístiques (fins i tot considerant els grups d'edat 2-4 i 5-9). Aquest èxit és atribuïble a «l'escola catalana», caracteritzada per l'ús de la llengua catalana com a llengua vehicular, juntament amb el castellà, de les matèries d'ensenyament (Argelaguet, 1996).

Quant a habilitats lingüístiques considerem coneixedors del castellà a nivell escrit tots els habitants de Catalunya amb l'excepció de la categoria d'«analfabets». Juntament amb la categoria d'«analfabets» hem de considerar la presència d'un nombre important d'estrangers —un 2 % a Catalunya—, un fet relativament nou a Espanya, que són susceptibles de desconèixer o tenir coneixements limitats tant de la llengua castellana com de la catalana (Observatorio Permanente de la Inmigración, 1998). D'altra banda, els habitants de Catalunya mostren les xifres més importants d'emigració i immigració cap a Espanya i des d'altres llocs d'Espanya. Aquesta elevada mobilitat geogràfica del present, particularment observable en l'alluvió migratori dels anys seixanta, condueix al fet que l'encreuament de les variables origen geogràfic i capital lingüístic sigui prou reveladora de la situació sociolingüística catalana (taules 2.5 i 2.6). Així, l'origen geogràfic és un factor determinant de les habilitats o capital lingüístic dels individus. Existeix, lògicament, un menor grau del coneixement del català en aquelles àrees geogràfiques amb una major afluència d'immigrants. Així, a la comarca amb un nombre major de «no nascuts a Catalunya», el Baix Llobregat —més d'un 55 %— no saben parlar el català més del 50 % dels habitants mentre que a les Garrigues, amb més d'un 90 % de «nascuts a Catalunya», el percentatge dels que saben parlar el català es troba per sobre del 90 % (Reixach, 1997, p. 88-89).

TAULA 2.5

Lloc de naixement

	<i>Ciutadans de Catalunya (%)</i>
<i>Catalunya</i>	67
<i>Rest a d'Espanya</i>	31
<i>Estranger</i>	2

Font: Anuari Estadístic de Catalunya (1997); cens 1991.

TAULA 2.6

Origen geogràfic i habilitats lingüístiques

	<i>Nascuts a Catalunya (%)</i>	<i>Nascuts a la resta de l'Estat (*) (%)</i>	<i>Estrangers (%)</i>
<i>L'entén</i>	98,3	84,2	79,8
<i>El parla</i>	85,8	30,7	39,9
<i>El llegeix</i>	82,0	36,5	48,4
<i>L'escriu</i>	55,4	9,1	21,3

(*) Excepte les Illes Balears i el País Valencià, territoris d'arrel lingüística catalana. Font: Reixach (coord.), 1997.

TAULA 2.7

Els capitals lingüístics dels habitants de Catalunya

	<i>El coneix (almenys nocions) (3) (%)</i>	<i>Només l'entén (%)</i>	<i>L'entén (%)</i>	<i>El sap parlar (%)</i>	<i>El sap llegir (%)</i>	<i>El sap escriure (%)</i>	<i>El parla i l'escriu (4) (%)</i>	<i>No l'entén (%)</i>
<i>Català</i>	s. d.	23 (2)	94,97 (1)	75,30 (1)	72,35 (1)	45,84 (1)	s. d.	4,97 (1)
<i>Anglès</i>	38,7	11,3	s. d.	20,4	s. d.	s. d.	18	68,1
<i>Francès</i>	32,9	15,7	s. d.	20,4	s. d.	s. d.	10	63,9
<i>Alemanys</i>	s. d.	1,5	s. d.	1,5	s. d.	s. d.	0	96,8
<i>Italià</i>	5,6	17,8	s. d.	4,3	s. d.	s. d.	1	77,8
<i>Portuguès</i>	s. d.	11,6	s. d.	2,0	s. d.	s. d.	1	86,3
<i>Altres</i>	7,1	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	0	s. d.

Font: Siguán (7.7.99); N= s. d.; (1): Institut d'Estadística de Catalunya (1998); (2): CIS (1998); N = 1.006; (3): Barberà (19.11.96); amb dades proporcionades per Line Staff (1996); N = 1400; (4): CIS, (1998).

Quant al coneixement de llengües estrangeres, com s'observa a la taula 2.7 i com es desprèn de diferents investigacions (Line Staff, 1992 i 1996; CIS, 1998 i Siguán, 7.7.99), el coneixement d'idiomes estrangers (almenys nocions) a Catalunya es situava entorn del 58 % dels ciutadans durant l'any 1996, amb

un increment sostingut durant els últims cinc anys. Particularment, els idiomes estrangers més coneguts tant a Catalunya com a Espanya són el francès i l'anglès.

Cal destacar, pel que fa a les llengües estrangeres, l'augment del coneixement de l'anglès durant els últims anys, en particular el 1996 el percentatge era del 56,7 (Barberà, 19.11.96). A més, segons les dades manejades per Siguán, entre les generacions més joves (menys de 30 anys) el predomini de l'anglès és remarcable (Siguán, 7.7.99): augment del coneixement de l'anglès durant els últims anys, en particular en detriment del francès. Així, si el 1991 sobre el total d'entrevistats que coneixien (encara que només en tinguessin nocions) alguna llengua estrangera, el coneixement de l'anglès era del 61,6 %, el 1996 era del 66,7 %. Contràriament, el 1991 el percentatge dels que coneixien el francès del total dels que coneixien alguna llengua estrangera era del 60,6 % (Siguán). Tanmateix, tant entre els estudiants d'educació primària com de secundària, ja sigui un centre públic o concertat, el predomini de la llengua anglesa sobre la francesa entre els estudiants es troba en els intervals 75,3 - 86,2 % per als estudiants d'anglès i 2,7 - 19 % per als estudiants de francès mentre que l'estudi d'altres llengües a EGB o educació secundària no supera l'1,1 % (Romaní i Strubell, 1998, p. 813, a partir d'Estadística d'Ensenyament, 1989 i 1990). El 1998, la xifra de joves estudiants entre 7 i 18 anys que estudiaven anglès era del 98 %, mentre que els que estudiaven francès eren el 24 % (els percentatges sumen més de 100 perquè alguns estudiaven més d'una llengua, CIS, 1998).

2.1.2. L'ÚS DEL CATALÀ EN L'ACTIVITAT SOCIOECONÒMICA

L'ús del català per part de les empreses ha estat abordat en diferents estudis, la majoria promoguts per la Direcció General de Política Lingüística (DGPL), en forma d'investigacions generals orientades a conèixer la situació de la llengua catalana en el conjunt de la societat, així com d'estudis la mostra dels quals la constitueixen empreses privades d'un determinat sector d'activitat. Com a primera aproximació quantitativa a la qüestió presentarem l'únic estudi realitzat amb representativitat estadística, almenys, per a les grans empreses ubicades a Catalunya. L'estudi, realitzat el 1991 per ICOPSA per encàrrec de la DGPL, es basa en una mostra de 928 empreses de les 1.850 empreses més grans per volum de facturació amb seu a Catalunya. La informació es divideix en relacions comunicatives internes i externes i en usos orals i escrits com es pot observar a les taules 2.8 i 2.9.

Podem destacar amb la simple observació d'aquestes taules la preponderància de l'ús del castellà per sobre del català o fins i tot del «català i cas-

TAULA 2.8

Els usos lingüístics en les relacions de l'empresa amb l'exterior

	<i>Tot català (%)</i>	<i>Català i castellà (%)</i>	<i>Bilingüe (%)</i>	<i>Tot castellà i altres (%)</i>
USOS ORALS				
<i>Anuncis TV</i>	5	10,10	0,10	59,30
<i>Anuncis ràdio</i>	5,30	10,50	0,00	59
<i>Comunicacions telefòniques</i>	22,60	67,80	0,00	9,30
<i>Comunicacions personals</i>	28,80	63,50	0,20	7,10
<i>Visites comercials</i>	16,80	73,60	0,40	7,50
<i>Primera atenció telefònica</i>	66,40	s. d.	s. d.	27,50
USOS ESCRITS				
<i>Guia telefònica</i>	5,70	4,60	2,80	79,20
<i>Rètols exteriors</i>	11	7,80	5,50	65,90
<i>Paper de carta</i>	6,80	7,20	3,80	81
<i>Identificació de vehicles</i>	7,70	4,40	2,00	72,50
<i>Targetes de visita</i>	9,20	11,30	4,30	74
<i>Fulls fax</i>	7,00	7,00	4,00	80
<i>Anuncis premsa</i>	6,10	14,20	2,80	67
<i>Cartells i tanques</i>	6,40	6,50	1,30	64,50
<i>Prospectes</i>	5,00	11,70	4,40	70
<i>Catàlegs</i>	4,30	7,80	4,50	77
<i>Impresos</i>	4,40	6,70	3,40	83,40
<i>Factures</i>	4,80	6,40	2,90	85,90
<i>Publicacions</i>	3,80	11,00	4,70	68,10
<i>Escrits a clients</i>	3,90	23,40	8,50	63,10
<i>Escrits a proveïdors</i>	4,10	20,90	7,90	64,80
<i>Escrits a institucions</i>	13,90	25,50	10,20	49,80
<i>Escrits a accionistes</i>	10	10,50	4,10	65,60

Font: Elaborat a partir de Tudela (1993) amb dades del 1991 recollides per ICOPSA per a la DGPL.

TAULA 2.9

Els usos lingüístics en les relacions internes d'empresa

	<i>Tot català (%)</i>	<i>Català i castellà (%)</i>	<i>Bilingüe (%)</i>	<i>Tot castellà i altres (%)</i>
USOS ORALS				
<i>Comunicacions orals</i>	40,40	53,30	0,60	5,70
<i>En el consell directiu</i>	49,10	18,10	0,40	29,50
<i>En el mateix departament</i>	61,70	23,40	0,60	14,20
USOS ESCRITS				
<i>Rètols seguretat</i>	18,40	12,50	6,50	59,60
<i>Sortida d'incendis</i>	13	9,40	5,80	62,50
<i>Taulell d'anuncis</i>	12,30	17,00	6,30	61,20
<i>Màquines</i>	10,20	7,40	2,90	67,20
<i>Pressupostos</i>	9,20	6,50	3	81,30
<i>Memòries anuals</i>	7,40	5,10	3,90	83,30
<i>Documents comptables</i>	7,30	7,10	3,00	82,10
<i>Demandes despeses</i>	7,20	7,20	3,10	80,60
<i>Convenis col·lectius</i>	6,40	5,20	4	80,40
<i>Normativa interna</i>	9,20	5,20	3,30	80,00
<i>Full salarial</i>	6,50	2,80	1,80	88,30
<i>Fitxa horària</i>	6,30	2,30	1,40	74,60
<i>Manualels informàtica</i>	5,80	8,50	1,90	82,30
<i>Avisos informàtica</i>	7,30	9,10	2,50	82,30
<i>Programari</i>	7	9,60	3,60	78,70
<i>Bases de dades</i>	7,70	11	3,20	77,50
<i>Actes reunions</i>	11,90	11,40	3,20	72,70
<i>Directrius</i>	12,10	1,20	6,50	63,80
<i>Correspondència interna</i>	13	16,10	5,90	62,20

Font: Elaborat a partir de Tudela (1993), N = 928.

tellà» en totes les parcel·les de comunicació existents a l'empresa catalana, llevat d'alguns aspectes de la comunicació oral tant interior com exterior de l'empresa. Hem de tenir present que des de la realització de l'esmentat estudi han passat ja deu anys i la situació, d'acord amb els diferents estudis sectorials reportats des d'aquell moment, s'ha decantat cap a la millora de la situació del català en diferents nivells, particularment quan s'ha establert algun tipus d'acord amb les institucions públiques per a l'enfortiment de l'ús del català. Així, per exemple, l'ús del català el 1998 en les superfícies comercials (hipermercats i supermercats) agrupats a CEDAC (Consell d'Empreses Distribuïdores d'Alimentació de Catalunya) que agrupa grans centrals de compra i les associacions d'empreses de distribució és el següent:

TAULA 2.10

Els usos lingüístics en els hipermercats i supermercats

	<i>Català</i> (%)	<i>Castellà</i> (%)	<i>Bilingüe</i> (%)	<i>Marca</i> (%)	
<i>Adequació oral</i> ¹⁹	78,40	0	21,60	0	100,00
<i>Retolació</i>	62,20	19,60	11,20	7,10	100,10
<i>Cartells</i>	57,70	35,10	7,20	0	100,00
<i>Comunicació i etiquetatge</i>	42,80	37,60	19	0,70	100,10

Font: DGPL (1999).

Es pot observar clarament com la situació del català en aquest sector²⁰ en el moment actual és molt superior a la que es deriva de l'estudi realitzat el 1991 per ICOPSA. Cal preguntar-se si es deu a una iniciativa dels mateixos

19. Els indicadors dels ítems aquí presentats es poden resumir de la manera següent: *retolació*: rètol principal, d'horari equivalent, de departament, de secció, de subsecció i preu del producte; *cartells*: d'aparador, punt d'informació o equivalent, cartells informatius, cartells grans d'ofertes i cartells mitjans d'ofertes; *comunicació i etiquetatge de productes propis*: catàlegs de productes, bosses de plàstic o paper d'embalatge, tiquets de caixa, missatges de megafonia, pàgina web i etiqueta de productes propis de la cadena; *adequació oral dels dependents*: llengua de resposta de tres dependents quan l'observador s'hi dirigeix en català per a sol·licitar un producte o una altra informació.

20. Quant al tipus d'establiment, en els supermercats l'ús del català és majoritari (73 %), mentre que en els hipermercats la utilització del català (45 %) i del castellà (41 %) està més igualada.

empresaris que s'ha anat consolidant durant aquests últims anys, si es deu a certes característiques de l'estructura de les demandes lingüístiques dels clients d'aquest tipus de centres comercials, o bé si es tracta del resultat d'una acció pública de foment o promoció del català en l'esfera mercantil.

2.2. MERCAT DE TREBALL I LLENGUA

2.2.1. MERCAT DE TREBALL I ESFERA PÚBLICA

Una anàlisi des del punt de vista econòmic d'oferta i demanda del mercat de treball català ens mostra en primer lloc que les administracions públiques són els principals compradors de força de treball de la mateixa manera que la resta d'economies desenvolupades. Tal com es presenta en la taula següent, el personal de les administracions estatal i autonòmica supera actualment els cent mil assalariats sobre una població ocupada en el quart trimestre de 1996 de 2,1986 milions de treballadors. A més, la taula mostra l'evolució positiva del personal de l'administració autonòmica enfront de l'administració pública estatal. Respecte d'això, l'administració autonòmica genera directament un 5 % de l'ocupació registrada a Catalunya. El mode de selecció de personal d'aquesta administració es regeix per procediments de concurs, oposició o concurs oposició en els quals es pot considerar una determinada llengua com a requisit o mèrit per a l'adjudicació dels llocs de treball, tal com es desprèn del cabal jurídic tant estatal com autonòmic.²¹ De la mateixa manera, el nombre de sol·licituds orientades a participar en els citats concursos o oposicions acostuma a ser molt més gran que el nombre de places convocades. En aquest sentit, els aspirants, independentment del resultat del concurs, estan obligats a acreditar el coneixement de la llengua catalana, concretament en aquelles activitats traspasades al govern autònom.

Els requeriments lingüístics de les administracions públiques dependents de la Generalitat s'estableixen de manera genèrica en funció de les habilitats exigides per al lloc de treball a ocupar. En la taula següent trobem la relació de requeriments lingüístics segons diferents grups professionals.

21. Convé destacar aquí, la Llei 30/1984, del 2 d'agost (BOE 185, del 3.8.1984) de mesures per a la reforma de la funció pública; la Llei 17/1985, del 23 de juliol (DOGC, 569, del 31.7.1985), de la funció pública de l'Administració de la Generalitat, modificada parcialment per la Llei 1/1994, del 29 de juny (DOGC 1921, del 15 de juliol), de reforma de la legislació relativa a la funció pública de Catalunya; l'Ordre del 20 de juliol de 1990 (BOE, 176, del 24.7.1990), del Ministeri per a les Administracions Públiques. Normes per a la provisió de determinats llocs de treball a l'administració perifèrica de l'Estat, en relació amb el coneixement de les llengües oficials pròpies de les comunitats autònomes.

TAULA 2.11

Personal de l'Estat i de la Generalitat de Catalunya

<i>Any</i>	<i>Estat</i>	<i>Generalitat</i>
1978	89.818	0
1988	25.633	86.942
1991	25.547	102.329
1993	26.221	107.241
1996	24.022	109.149

Font: butlletí estadístic MAP (1996).

TAULA 2.12

Requeriments lingüístics per als cossos professionals de la Generalitat de Catalunya

<i>Grup de personal</i>	<i>Nivell de coneixement de la llengua catalana</i>
Grup A (titulats superiors)	Coneixements mitjans de llengua catalana, orals i escrits (certificat nivell C de la Junta Permanent de Català)
Grup B (diplomats)	Coneixements mitjans de llengua catalana, orals i escrits (certificat nivell C de la Junta Permanent de Català)
Grup C (batxillerat, formació professional de segon grau)	Coneixements mitjans de llengua catalana, orals i escrits (certificat nivell C de la Junta Permanent de Català)*
Grup D (graduat escolar, formació professional de primer grau)	Coneixements mitjans de llengua catalana, orals i escrits (certificat nivell C de la Junta Permanent de Català)*
Grup E	Coneixements elementals de llengua catalana, orals i escrits (certificat nivell B de la Junta Permanent de Català)
	Quan es tracta de llocs de treball en els quals es desenvolupen tasques de normalització lingüística, s'exigeixen coneixements superiors de català, orals i escrits (certificat D de la Junta Permanent de Català)

(*) Als cossos dels grups C i D, les tasques dels quals no requereixen coneixements mitjans de català se'ls exigeix el certificat de nivell B de la Junta Permanent de Català (JPC). Als cossos del grup E, amb tasques que no requereixen coneixements escrits del català se'ls exigeix el certificat de nivell A de la JPC.

Font: Solé i San Millán (1996).

Tot i que el nostre propòsit no sigui aquí el de fer balanç de la situació de les llengües oficials a les diferents administracions de Catalunya, farem referència al fet que entre determinats cossos professionals no s'ha consolidat l'ús de la llengua catalana. Així, si en l'administració autonòmica el català queda definit com a llengua principal de l'activitat professional, el conjunt d'avaluacions experimentades sobre la resta d'administracions posa de manifest que el català no s'utilitza de forma quotidiana, alhora que es considera que la situació difícilment pot arribar a un ús òptim del català sense una regulació protectora formal.²² Així, entre el funcionariat de l'administració estatal és on generalment no s'han adoptat programes de formació en el coneixement del català. El govern autònom no té competències suficients per a exigir la integració lingüística, ni tampoc per al seguiment rigorós dels requeriments mínims que la llei exigeix quant a la protecció i drets dels usuaris del català respecte d'això (Generalitat de Catalunya, 1991).

Així, per exemple, en el cas de l'Administració de justícia, el personal de la qual està compost a Catalunya per uns 400 jutges i 5.400 funcionaris, la llengua catalana segueix la lògica del mèrit (art. 313 LOPJ, del 1985) per als jutges, mentre que amb el traspàs de competències a la Generalitat de Catalunya, efectiva el 1998 segons el DOGC del 16 de març, ja es començava a exigir un coneixement bàsic oral i escrit de la llengua catalana que afectava uns 800 treballadors —personal interí d'aquesta administració (*El Periódico*, 27.3.98). Si bé és cert que per la naturalesa del servei ofert, segons Martí (1993), l'actitud dels demandants en els processos judicials tendeix a afavorir situacions poc compromeses amb la llengua. Així, sols el 7 % dels recursos de dret civil que arriben al TSJC estan escrits en català (*El País*, 11.4.99). De la mateixa manera, l'interès de jutges i fiscals a seguir els cursos de llengua catalana que la Generalitat posa a disposició del personal dels tribunals es escàs entre ells: tan sols un 2,34 % entre els primers i un 2,27 % entre els segons segueix algun d'aquests cursos. Les xifres són superiors per a altres estaments de la judicatura. Així, un 17,66 % dels oficials, auxiliars i agents (871 en total) segueixen aquests cursos (*El País*, 12.10.98).

Podem concloure que el capital lingüístic demanat constitueix una barreira d'entrada per a la inserció professional dels cossos autonòmics alhora que aquests processos de reclutament incentiven l'aprenentatge i millora de la llengua catalana entre els opositors. D'altra banda, quant a les administra-

22. L'administració local ha tingut una tendència positiva en termes de «catalanització» en els últims anys segons Tudela (1994) i Romaní i Strubell (1995). Així mateix, quant a la Delegació del Govern a Catalunya (administració perifèrica de l'Estat) menys del 35 % dels funcionaris utilitzen el català habitualment (Secretaria General de la Comissió de Coordinació de la Funció Pública, 1995).

cions no autonòmiques o de traspàs recent, són els membres dels cossos professionals amb menor seguretat laboral —personal laboral no funcional— aquells sobre els quals el govern autònom està en disposició d'exercir una major pressió lingüística. Tanmateix, són els cossos o escales inferiors de l'administració —agents, auxiliars— els que presenten una disposició més gran a adquirir noves habilitats en llengua catalana, particularment davant possibles traspassos de competències des de l'Estat cap a les comunitats autònomes.

2.2.2. MERCAT DE TREBALL I ESFERA PRIVADA

El mercat de treball en l'esfera privada constitueix, tant a nivell estatal com autonòmic, la primera font d'ocupació. Convé aquí determinar una possible segmentació lingüística del mercat de treball. Ara bé, els estudis quantitatius elaborats sobre aquest aspecte són limitats i, lluny d'efectuar una manipulació de les bases de dades existents, ens limitarem a fer un recompte de les fonts estadístiques publicades.

En primer lloc, considerem la relació entre classe social i llengua. Tal com es desprèn de la taula 2.13 relativa a la població de l'àrea metropolitana de Barcelona, s'observa que la pertinença dels individus a la classe treballadora, com a funció de la variable llengua pròpia, es troba més condicionada que la

TAULA 2.13

Llengua declarada com a pròpia per la població de la regió metropolitana de Barcelona segons la classe social de pertinença, 1995

	<i>Classe mitjana (personal altament qualificat, empleats i tècnics mitjans, empresaris amb assalariats, petits empresaris amb assalariats, comerciants i artesans i propietaris agraris)</i>	<i>Classe treballadora (contramestres i capatassos, obrers qualificats, obrers no qualificats, treballadors de serveis i treballadors agraris)</i>
<i>Català</i>	46,6	26,6
<i>Castellà</i>	40,8	66,5
<i>Les dues per igual</i>	12,2	6,5
<i>Altres llengües</i>	0,4	0,7
<i>Total</i>	100 %	100 %

Font: Nehlo et al. (1998).

pertinença a la classe mitjana respecte d'aquesta mateixa variable. Les migracions per motius econòmics, sens dubte, condicionen aquesta situació, degut a la inserció d'aquests treballadors a les categories inferiors de l'estructura del mercat de treball. Així, s'observa (taula 2.14) que mentre els autòctons es concentren fonamentalment en la «classe mitjana», els nascuts fora de Catalunya, ja siguin immigrants interiors o exteriors —majoritàriament sense coneixements de la llengua catalana—, cobreixen la majoria de llocs de treball en les categories de la «classe treballadora».

TAULA 2.14

Origen geogràfic de la població de la regió metropolitana de Barcelona segons la seva classe social de pertinença

	<i>Classe mitjana</i>	<i>Classe treballadora</i>
<i>Nascut a Catalunya</i>	77,6	39,3
<i>Nascut fora de Catalunya</i>	22,4	60,7
	100 %	100 %

Font: Nehlo et al. (1998).

En tot cas, els coneixements lingüístics són valorats com a factor d'inserció en el mercat de treball per part dels nascuts fora de Catalunya. És més difícil trobar feina per a aquells que no coneixen la llengua catalana. No obstant això, un cop aconseguit un lloc de treball és més complicat concloure que el català suposi un mèrit per a promocionar-se dins de la mateixa empresa. Les dades que es presenten a la taula 2.15, vàlides fonamentalment per a la migració interior, donada la seva antiguitat, així ho demostraven. Convé destacar que aquelles valoracions comparades amb les actuals per al conjunt de la població catalana, indiquen una percepció similar de la relació entre llengua i accés al mercat de treball (taula 2.16).

La valoració dels catalans del seu ús del català per activitat i professió, alludeixen a la segmentació observable en el capital lingüístic dels treballadors. Els ocupats valoren el seu ús del català 20 punts percentuals per sobre dels aturats. Així mateix, els treballadors qualificats tenen uns índexs de valoració de l'ús del català per sobre dels treballadors no qualificats. Així, observem que les diferents categories professionals mostren capitals lingüístics associats ben diferenciats particularment pel que fa a la distinció entre treba-

TAULA 2.15

Actitud dels immigrants cap a la llengua catalana en el món laboral, 1983

	<i>Totalment d'acord (%)</i>	<i>Més aviat d'acord (%)</i>	<i>Més aviat en desacord (%)</i>	<i>Totalment en desacord (%)</i>	<i>NS/NC (%)</i>
<i>Sense saber català és més difícil trobar feina</i>	55	24	5	9	7
<i>No cal saber català per a millorar la situació professional o tenir responsabilitats més importantes</i>	22	20	27	21	10

Font: DGPL (1984).

TAULA 2.16

Valoracions sobre la relació entre feina i llengua

	<i>Catalunya</i>	<i>Galícia</i>	<i>Com. Valenc.</i>	<i>País Basc</i>	<i>CF Navarra</i>	<i>Illes Balears</i>
<i>Avui per avui en la seva comunitat autònoma és més fàcil trobar feina per als que saben la llengua pròpia de la comunitat (suma dels percentatges «molt d'acord» i «més aviat d'acord»)</i>	66	43	59	75	34	54

Font: CIS (1997); N = 1.686.

lladors de «coll blanc» i treballadors de «coll blau». Mentre que en els centres de treball de les grans empreses, els treballadors de les categories «directius, quadres i tècnics», «personal d'atenció al públic» i «personal d'oficina» parlen majoritàriament el català o el parlen tots (78,9 %, 64,9 % i 77,6 % respectivament), tan sols el 18,7 % de les empreses té una plantilla d'operaris de la qual majoritàriament o tots els treballadors parlin català. No podem abandonar aquesta qüestió sense ressaltar la idea que el coneixement de la llengua catalana suposa un element d'inserció professional.

TAULA 2.17

Valoracions sobre l'ús del català per activitat i professió

	<i>Baix</i> (%)	<i>Mig</i> (%)	<i>Alt</i> (%)	<i>Total</i> (n)
<i>Professions liberals</i>	22	14	64	120
<i>Empresaris</i>	21	18	61	160
<i>Tècnics</i>	27	13	60	80
<i>Pensionistes</i>	33	8	59	652
<i>Administratius</i>	33	17	50	422
<i>Treballadors qualificats</i>	42	10	48	670
<i>Ocupats</i>	39	15	46	1.141
<i>Mestresses</i>	45	13	42	730
<i>Estudiants</i>	48	15	37	296
<i>Treballadors no qualificats</i>	60	9	31	388
<i>Aturats</i>	60	14	26	248

Font: INUSCAT, 1996, citat a Strubell i Romaní (1998).

TAULA 2.18

Coneixement del català per grups professionals, 1991

	<i>Directius, quadres i tècnics</i> (%)	<i>Personal d'atenció al públic</i> (%)	<i>Personal d'oficina</i> (%)	<i>Operaris</i> (%)
<i>Tots parlen català</i>	42,7	36,6	37,3	11,9
<i>Majoritàriament el parlen</i>	36,2	29,3	40,3	16,8
<i>Meitat i meitat</i>	12,6	18,5	18,0	25,9
<i>Majoritàriament no el parlen</i>	6,8	11,9	3,8	30,2
<i>Ningú no el parla</i>	1,4	0,9	0,4	4,5

Font: Elaborat a partir de Tudela (1993), N = 928 empreses (entre les 1.850 empreses més grans de Catalunya per volum de facturació).

A partir de les dades presentades podem inferir la necessitat de la llengua catalana per a incorporar-se en el mercat de treball (79 % entre «totalment d'acord» i «més aviat d'acord» com a barrera d'entrada, però no tant en el moment que ja es participa de l'estructura productiva, de manera que el coneixement del català és menys valorat per a la promoció en el treball (49 %). Això és parcialment el que exposa Argelaguet (1996) en l'àmbit educatiu: el desnivell del que s'exigeix a l'escola i el que es necessita realment en la societat. Traslladat a l'esfera laboral, les credencials formatives tenen un paper important en la selecció de personal des d'un punt de vista formal o com a credencial, però no en l'execució final de les tasques que els llocs de treball exigeixen.

Quant a grups professionals específics, són escassos els estudis concrets al marge dels que fan referència a treballadors de les administracions públiques. En tot cas, les demandes lingüístiques generades pels grups professionals més qualificats s'orienten cap a les llengües estrangeres. Així, la premsa escrita recull titulars com «El inglés, la asignatura pendiente de los médicos» indicant que «el desconocimiento del inglés es similar en casi toda Europa y que la mayoría de los médicos necesita ayuda para interpretar informes, traducir documentos o seguir instrucciones en el manejo de tecnología punta». D'aquesta manera, per mitjà d'una auditoria lingüística realitzada entre el col·lectiu i inclosa des de 1996 en el programa europeu Leonardo de la UE, la primera demanda de formació és l'anglès científic mèdic per a: a) accedir a les bases de dades més prestigioses; b) millorar el coneixement dels últims avanços de la professió; c) consultar casos clínics; d) participar en fòrums internacionals de debat; e) divulgació científica. Particularment la divulgació científica i la participació en fòrums internacionals de debat són fins ara espais monopolitzats per professionals anglosaxons. Així, l'article esmentat indica que la participació de metges en congressos internacionals es limita a pòsters, els quals no admeten preguntes, no perquè la qualitat dels treballs dels metges espanyols sigui inferior, sinó per les seves deficiències lingüístiques. El problema del col·lectiu s'agreuja quan considerem que a Espanya hi ha 25.000 titulats sense ocupació mentre que països com la Gran Bretanya tenen una important demanda de metges estrangers. Així, el 80 % sobre un total de 1.800, de les sol·licituds d'ocupació com a metge al Regne Unit, a través del programa Anglomèdica, foren rebutjades per l'única raó de desconèixer l'idioma (Muez, 14.5.99).

Els professionals del dret i, més concretament, advocats en exercici proporcionen un exemple de com es veu afectat l'ús lingüístic professional en el seu context laboral tal com s'exposa a la taula 2.19.

TAULA 2.19

Intercanvis lingüístics dels professionals del dret en el seu entorn

	<i>Intervencions davant els tribunals (%)</i>	<i>Relacions amb l'administració de la Generalitat (%)</i>	<i>Amb el personal administratiu del despatx (%)</i>
<i>Usos orals</i>	8	—	50
<i>Usos escrits</i>	11	47	s. d.

Font: Domínguez (1998).

L'anàlisi de les demandes lingüístiques observables en les ofertes d'ocupació i en el lloc de treball és l'aspecte següent a considerar, com a complementari de les característiques del mercat de l'oferta de capitals lingüístics ja ressenyada. Així, Círculo de Progreso, en la tercera edició de l'estudi Info-empleo, posa en relleu que la llengua catalana constitueix un requisit explícit en almenys un 12 % de les ofertes d'ocupació, al marge de les exigències que es poden plantejar al demandant d'ocupació durant el procés de selecció de personal. Alhora, la llengua catalana és una exigència d'algunes ofertes d'ocupació en altres comunitats autònomes, particularment a Madrid i a Andalusia, concretament per a activitats de telemàrqueting i serveis comercials. Observem que els primers llocs de treball poden ser fàcilment descentralitzats gràcies a les actuals tecnologies de la comunicació i que en els segons ens trobem davant de serveis personalitzats (taula 2.20).

TAULA 2.20

Ofertes d'ocupació amb exigència explícita de llengües autonòmiques

	<i>En la comunitat autònoma de la llengua indicada (%)</i>	<i>En altres comunitats autònomes (%)</i>
<i>Català</i>	12 a Catalunya	1 a Madrid 1 a Andalusia
<i>Gallec</i>	4 a Galícia	
<i>Èmscar</i>	3 al País Basc	

Font: Elaborat a partir d'El País, 30.5.99.

L'estudi de Círculo de Progreso indica, d'altra banda, que el 37 % de les ofertes relacionades amb llocs de treball qualificats exigeix el coneixement de llengües estrangeres, mentre que en els llocs de treball amb menys qualificació els idiomes estrangers són menys valorats. Principalment ho és l'idioma anglès, seguit pel francès i l'alemany, els quals, amb una major incidència, són demandats per les empreses dels sectors més avançats de l'economia: automoció industrial, electrònica i comunicacions.

Les dades relatives a l'activitat industrial de les grans i mitjanes empreses catalanes mostren pautes similars en la selecció i la gestió del capital humà. Destaca en la selecció de personal per part de les empreses, la valoració de l'anglès en tots els nivells d'habilitat lingüística (des de comprensió oral fins a escriptura) per sobre del català i aquest últim, per ser més valorat que el francès (taula 2.21).

TAULA 2.21

Requisits lingüístics en la selecció de personal, 1991

	<i>Català (%)</i>	<i>Francès (%)</i>	<i>Anglès (%)</i>
<i>No és criteri</i>	48,4	73,0	41,4
<i>Entès</i>	46,4	23,1	51,5
<i>Parlat</i>	47,4	23,5	53,7
<i>Escrit</i>	29,8	20,7	47,1

Font: Elaborat a partir de Tudela (1993), N = 928 empreses.

TAULA 2.22

Promoció de personal, 1991

	<i>Català (%)</i>	<i>Francès (%)</i>	<i>Anglès (%)</i>
<i>No és criteri</i>	70,6	80,6	56,8
<i>Entès</i>	25,8	17,15	38,4
<i>Parlat</i>	26,5	17,5	40,4
<i>Escrit</i>	19,8	15,1	36,0

Font: Elaborat a partir de Tudela (1993), N = 928 empreses.

TAULA 2.23

Trasllat i ubicació de personal, 1991

	<i>Català</i> (%)	<i>Francès</i> (%)	<i>Anglès</i> (%)
<i>No és criteri</i>	72,5	80,7	66,6
<i>Entès</i>	19,5	12,2	24,5
<i>Parlat</i>	19,5	12,2	24,5
<i>Escrit</i>	15,2	11,2	22,8

Font: Elaborat a partir de Tudela (1993), N = 928 empreses.

Aquesta relació de preferències o de valoració del capital lingüístic s'accentua en el cas de la promoció de personal, de manera que les dues llengües estrangeres considerades (anglès i francès) tenen preeminència sobre el català (taula 2.22). En el cas de les llengües com a criteri per a sol·licitar i obtenir trasllats, l'anglès és la llengua més exigida seguida del català i, finalment, el francès (taula 2.23).

Aprofundint en aquesta relació entre gestió dels recursos humans i capital lingüístic, alguns estudis han posat en relleu la manca d'un capital lingüístic suficient entre els treballadors catalans per a satisfer els requeriments empresarials. Així, arran d'un estudi realitzat per KPMG Peat Marwck la premsa escrita titula: «Las empresas extranjeras lamentan que en Barcelona no haya más bilingüismo» (*El País*, 28.4.99, edició catalana). L'article destacava que, sobre una enquesta a 2.130 empreses de capital majoritàriament estranger a l'àrea d'influència de Barcelona, s'aprecia un dèficit en coneixement d'idiomes i la dificultat suplementària que en ocasions suposa l'idioma català per als empleats i les empreses estrangeres. Respecte d'això, les polítiques de foment de la diversitat lingüística a Catalunya han estat criticades en la mesura que algunes empreses les han percebudes com a obstacle, així com una «pèrdua d'oportunitats» en sectors molt sensibles als factors lingüístics, com la telecomunicació o els mitjans d'informació (Ros, 22.4.99).

2.2.3. LA INTERACCIÓ OFERTA-DEMANDA

En cap cas podem establir relacions causals immediates entre el coneixement d'una llengua i la inserció immediata en una classe o una altra. Els teòrics de les migracions han comprovat com les característiques del mercat de

treball en el qual s'insereixen (en particular les bosses de treball no desitjades pels autòctons) és un factor decisiu per a la ubicació dels immigrants en el mercat esmentat. El 1997 un 62,7 % dels treballadors estrangers s'ocupen en serveis poc qualificats (servei domèstic, hoteleria...), mentre que la resta es reparteix entre la construcció i l'agricultura (Observatorio Permanente de la Inmigración, 1998). Els immigrants es concentren en aquelles activitats que presenten pitjors condicions de treball i que són menys desitjables per als treballadors autòctons. Les males condicions en la relació laboral són molt freqüents i se centren, bàsicament, en la no-formalització de la relació laboral, els retallaments de salari i unes condicions inferiors de treball, incompliment de normes i convenis col·lectius (Cachón, 1997).

El fet que els treballadors immigrants acceptin aquestes pèssimes condicions de treball està íntimament lligat a allò que Villa (1990) denomina el «nivell d'acceptabilitat», que es defineix per la posició que ocupen els treballadors en el sistema de reproducció social, tant en la família com en l'estructura de classes. En aquest sentit, el «nivell d'acceptació» estipula les condicions de treball per sota de les quals els individus tendeixen a considerar llurs oportunitats d'ocupació inacceptables. Cada grup delimita quines condicions són acceptables i quines no. Generalitzant, els immigrants arriben a Espanya, o a una de les comunitats autònomes amb la necessitat de subsistir o de millorar les seves condicions de vida, sabent que hauran d'afrontar activitats molt dures i mal pagades, rebutjades pels habitants autòctons. Aquesta necessitat econòmica, juntament amb la manca de xarxes familiars de suport anàlogues a les dels autòctons, fan que els treballadors immigrants no tinguin expectatives d'una oferta de treball millor, la qual cosa explica un «nivell d'acceptabilitat» molt baix.

D'altra banda, cal tenir present les transformacions que el mercat de treball està experimentant en els últims anys. Així, la segmentació del mercat de treball pot ajudar a comprendre la situació i la posició dels immigrants a Espanya. En el cas espanyol, aquestes transformacions es concreten en un augment de la terciarització, en la millor qualificació de la mà d'obra que accedeix al mercat de treball, en el desenvolupament de les anomenades «ocupacions atípiques»²³ (treballs temporals, treballs a temps parcial...) així com estratègies de flexibilització del mercat de treball, l'increment de les taxes d'atur, en particular el de llarga durada i la forta presència de l'economia informal.

En aquest context, hem de tenir presents una sèrie de transformacions que han augmentat el «nivell d'acceptabilitat» dels treballadors autòctons i

23. A finals del 1994, un terç dels treballadors assalariats tenien un contracte temporal. Aquest tipus de contracte afecta majoritàriament els que acaben d'entrar en el mercat de treball (Cachón, 1995).

que serveixen per a explicar com és possible que coexisteixin llocs de treball vacants entre certes activitats, tenint en compte les elevades xifres d'atur entre la població autòctona. L'increment del nivell de benestar, l'augment del nivell educatiu i el manteniment de sòlides xarxes familiars han contribuït, segons Cachón a elevar el «nivell d'acceptabilitat» dels treballadors autòctons.

Si seguim Solé (1981, p. 16), l'adopció de les llengües oficials per part dels immigrants s'entén com un indicador més d'integració, en aquest cas, de caràcter sociocultural, com ho puguin ser altres aspectes polítics, urbans i ocupacionals. Així, les funcions integratives de la llengua s'entenen tant en termes laborals com de caràcter convivencial, si bé el caràcter polític lligat a la llengua de l'Estat influïa en les actituds desfavorables vers el català per part d'una minoria d'immigrants (p. 260 i s.). D'altra banda, Solé (1991) assenyala que per a aquells que participen dels cursos de català per a adults, una important motivació per a aprendre el català és de caràcter laboral, particularment en aquells col·lectius més castigats per l'atur (els més joves i ocupats precaris). Ara bé, un important nombre dels que segueixen els cursos manifesta unes motivacions que es decanten cap a una voluntat d'integració per inserció a l'entorn humà, quotidià i delimitat, com a llengua del país, ja que la necessiten per a relacionar-se amb «amics i familiars».

En atenció a les variables considerades aquí, en l'empresa privada, el criteri lingüístic de selecció i promoció de personal que ha prevalgut és el coneixement de les llengües estrangeres per sobre del de les autòctones, partint del fet que se sobreentén el coneixement del castellà per part de tots els treballadors. La segmentació lingüística observada entre col·lectius professionals, on constatarem, per exemple, que els operaris posseïen uns coneixements del català inferiors a altres col·lectius professionals més qualificats es devia a factors vinculats al mode en què la modernització econòmica de Catalunya ha tingut lloc, això és, reclutant mà d'obra immigrada per a treballs intensius en mà d'obra. Els coneixements lingüístics, com un indicador més d'integració sociocultural, reflecteixen l'assentament en la societat receptora que serà en definitiva el factor dominant per a l'accés als llocs de treball més valorats. Així, és entre la classe treballadora on es troba el major nombre d'immigrants, en particular extracomunitaris, i individus amb escàs coneixement de l'idioma català. En canvi, la classe mitjana presenta una composició més heterogènia quant a la llengua materna. Si bé els membres d'aquesta tenen habilitats lingüístiques en les dues llengües oficials, també s'estén el coneixement d'alguna llengua estrangera entre els membres d'aquesta classe social, la qual cosa facilita una mobilitat laboral i social ascendent.

Hem d'indicar que a Catalunya les barreres d'entrada més evidents com a conseqüència de la llengua fins aquest moment s'han circumscrit en l'esfera del mercat de treball públic. En aquest sentit, l'important nombre de pla-

ces públiques amb requisits lingüístics han contribuït a la capitalització lingüística dels treballadors. Ara bé, en la mesura que aquesta barrera d'entrada s'ha configurat alhora que s'ha estès el coneixement de la llengua catalana, és de suposar que aquells que posseeixen el capital lingüístic consideren l'esmentada barrera com una forma de proteccionisme en el camp públic. Sens dubte, els aspirants a aquest tipus d'ocupació pertanyen molt majoritàriament a l'àmbit lingüístic català. A més, mitjançant «l'escola catalana» els joves, independentment de la seva llengua materna, posseeixen l'acreditació institucional de coneixement de la llengua catalana simplement per haver superat satisfactòriament el batxillerat des de 1992. D'aquesta manera, quan, per exemple, una universitat estableix en els seus estatuts algun tipus de requisit lingüístic a favor del català no fa altra cosa que afavorir els joves professors que s'han format en l'àmbit lingüístic català. Els dos elements en joc, per tant, són: els límits en la mobilitat geogràfica per a mercats de treball tradicionalment no locals o no regionals (com per exemple la judicatura o la docència universitària) i els beneficis que les barreres d'entrada poden suposar per als grups lingüístics minoritaris en termes de distribució dels recursos existents.

2.3. CONSUM I LLENGUA

2.3.1. SERVEIS PERSONALITZATS

A Catalunya, les actituds en aquelles relacions comercials en les quals s'estableix una relació personal comprador-venedor, mostren en general la preferència, molt majoritària, a atendre en la llengua pròpia del client (Line Staff, 1992) (taula 2.24). Del mateix estudi, quant a la preferència per ser atès en català, es desprèn que en el moment d'informar-se sobre un producte d'estalvi o una assegurança, quasi la meitat dels enquestats (49,8 %) prefereix que l'atenguin en català i se sobreentén que la resta de consumidors prefereixen ser atesos en una altra llengua o són indiferents. Ara bé, donada la capacitat d'adaptació lingüística (canvi de codi lingüístic) dels mateixos consumidors en una societat bilingüe, un nombre important de clients adequa el seu idioma a aquell en el qual s'ha iniciat la conversa (l'idioma que ja ha emprat el venedor) ja sigui castellà o català (taules 2.25 i 2.26). Tan sols el 18,3 % dels clients utilitza la llengua catalana quan ha sentit el dependent parlar en castellà i el 26,9 % utilitza el castellà quan ha sentit parlar el venedor en català. Si ens atenem, com ja s'ha indicat, al fet que el 1996 el 75 % dels catalans tenien competències orals en català, resulta que sols un 5 % del total de catalans no canvien de codi lingüístic quan han sentit parlar el venedor en català. En can-

vi, són més nombrosos els casos —18 %— en què els catalans no canvien d'idioma —el castellà— malgrat que tots siguin competents en aquest. És a dir, segons aquest estudi, els comportaments interpersonals afavoreixen l'ús del català quan els individus de la interacció són competents en les dues llengües, ja que la tendència és que entre ells s'estableixin diàlegs en català. Quant a la conveniència d'alguna forma de monolingüisme en les empreses catalanes amb atenció directa al client, utilitzar una sola llengua pot suposar rebuig entre la clientela tal com es desprèn de la taula 28.²⁴

TAULA 2.24

Creu que el venedor ha de fer l'esforç d'adaptar-se a la llengua en què parla el comprador?

	%
<i>Sí</i>	84,8
<i>No necessàriament</i>	13,8
<i>NS /NC</i>	1,4

Font: Line Staff (1992), N = s. d.

TAULA 2.25

Llengua que utilitza el consumidor quan ha sentit parlar el venedor en català

	Total (%)	Subjecte, pare i mare nascuts a Catalunya (%)	Subjecte nascut a Catalunya i mare i pare foranis (%)	Subjecte, pare i mare foranis (%)
<i>Utilitza el català</i>	70,3	96,6	76,6	26,2
<i>Utilitza el castellà</i>	26,9	1,6	21,1	65,5
<i>Indiferent / depèn</i>	2,6	1,6	2,3	4,4

Font: Aguilera i Romaní (1995), N = s. d.

24. Donada l'antiguitat de les dades a les quals ens referim hem de considerar que aquestes no són directament extrapolables al moment present, particularment perquè l'extensió del co-neixement del català entre la població és molt més elevat en l'actualitat.

TAULA 2.26

Llengua que utilitza el consumidor quan ha sentit parlar al venedor en castellà

	Total (%)	Subjecte, pare i mare nascuts a Catalunya (%)	Subjecte nascut a Catalunya i mare i pare foranis (%)	Subjecte, pare i mare foranis (%)
Utilitza el català	18,3	34,2	10,0	2,0
Utilitza el castellà	76,6	58,3	84,3	97,0
Indiferent / depèn	5,0	7,3	5,7	1,0

Font: Aguilera i Romaní (1995); N = s. d.

TAULA 2.27

Llengua que utilitza el consumidor quan no sap si el venedor parla català

	Total (%)	Subjecte, pare i mare nascuts a Catalunya (%)	Subjecte nascut a Catalunya i mare i pare foranis (%)	Subjecte, pare i mare foranis (%)
Utilitza el català	57,8	87,3	54,4	17,1
Utilitza el castellà	34,3	5,0	34,1	77,9
Indiferent / depèn	7,6	7,0	11,5	5,0

Font: Aguilera i Romaní (1995), N = s. d.

TAULA 2.28

Actituds sobre l'ús exclusiu del català en els establiments comercials

	Totalment d'acord (%)	Més aviat d'acord (%)	Més aviat en desacord (%)	Totalment en desacord (%)	NS/NC (%)
Usar només el català pot fer perdre clients als establiments comercials	31	25	13	22	9

Font: DGPL (1984).

Destaquem tres idees fonamentals derivades de les taules precedents: la primera és que els individus prefereixen ser atesos en la llengua que ells entenen com la seva pròpia, de la qual cosa es dedueix un valor d'ús atribuïble a aquesta i, per tant, la llengua en un context bilingüe és susceptible de valoració en el mercat. En segon lloc, quan, sense més dades, els consumidors que «han sentit parlar el venedor en la llengua *x*», els individus que posseeixen competències lingüístiques per a fer-ho canvien de codi en les relacions interpersonals a favor de la llengua *x*. En tercer lloc, els serveis prestats en una única llengua —hem de matisar que sols posseïm dades sobre la llengua catalana— poden generar algun tipus de cost per a l'empresari, particularment la pèrdua de clients. S'observa que, malgrat l'existència d'un valor d'ús en la llengua, predominen altres formes de comportament que determinen l'acció dels individus en els intercanvis comercials. El canvi de codi és prova d'això. Tanmateix, no tots els individus segueixen aquest tipus de comportament. El valor d'ús conferit o la manca de competències per part d'un nombre important d'individus en una determinada llengua pot generar rebuig quan s'ofereixen serveis exclusivament en una llengua. Es tractaria d'arribar a conèixer a quina de les dues causes al·ludides es deu l'esmentat rebuig: a la manca de competències lingüístiques i, per tant, als problemes relatius a una comunicació ineficient entre comprador i venedor, o bé al valor d'ús conferit a les llengües. A més de les dades empíriques relatives a les relacions interpersonals que avalen una hipòtesi o una altra ens remetem a altres formes de relació comercial tal com fem a continuació.

2.3.2. SERVEIS NO PERSONALS: ETIQUETATGE, CORREU COMERCIAL, RETOLACIÓ, INFORMACIÓ ESCRITA I INDÚSTRIA CULTURAL

Els serveis no estrictament personals exigeixen per la seva natura una planificació diferent, menys adaptable immediatament a les preferències del client que els serveis personals. Triar la llengua en la qual es promocionarà un producte en els mitjans de comunicació, per exemple, pot ser una activitat planificada atenent tant les preferències dels consumidors com la normativa legal. En aquest sentit, disposem de dades quantitatives que indiquen una proliferació en els últims anys de l'ús del català en diferents activitats comercials. Quant a l'etiquetatge en català, l'Associació de Defensa de l'Etiquetatge en Català (ADEC) confecciona un directori d'empreses industrials que etiqueten els seus productes en català. Així, aquest directori contenia 430 ressenyes el 1994 mentre que el 1997 ja eren un miler les empreses industrials i de productors que etiqueten els seus productes en català (ADEC, 1997). No obstant això, és possible trobar productes en el mercat català etiquetats en castellà per les empreses citades en l'esmentat directori.

S'ha destacat que si bé l'etiquetatge en català és una aposta per la denominació d'origen o signe de qualitat d'alguns productes, existeix una pluralitat d'estratègies empresarials respecte d'això. Així, hi ha industrials que sols etiqueten en castellà o català i industrials que etiqueten en funció dels mercats als quals es destina el producte. A més, en aquest sentit, es desprenen interpretacions com la de Cardús que entén que «muchas de las reticencias que nos encontramos en el etiquetado no son de los consumidores, sino de los intermediarios, de los vendedores y de los distribuidores». Així, el consumidor compra al marge de la llengua en la qual s'etiqueta i, per tant, no ens trobem davant un problema del consumidor, sinó davant un problema polític i ideològic (Cardús, citat a Castells, 1999, p. 19).

Quant a la retolació, en ocasions també denominada «paisatge lingüístic», en els establiments comercials de la ciutat de Barcelona, el 32,9 % dels rètols principals són en català, en castellà el 27,4 %, ambivalents o ambigus (no es pot distingir l'idioma en què estan escrits) el 23,6 %, i bilingües el 3,5 %. Cal destacar que els rètols principals escrits en llengües no oficials de Catalunya abasten el 12,4 %. En el cas de la retolació informativa exterior, en català el 22 %, en castellà el 38 %, i bilingües el 38 % (Solé i Camardons, 1996). Un altre estudi sobre els usos lingüístics de la ciutat de Barcelona ens fa observar que si bé el català és majoritari en la retolació principal, hi ha una major utilització de rètols plurilingües a la resta —interiors, informatius...— (ISC, 1997). Així mateix, a la ciutat de Tarragona ha augmentat la retolació comercial en el període 1993-1997. Així, partint d'una situació pràcticament igualada entre castellà i català, hi ha un decantament cap a l'idioma català en el període citat. Cal destacar que els nous rètols acostumen a ser en català (Miró, 1998).

Pel que fa a les actituds dels consumidors vers l'etiquetatge o les campanyes de correu comercial en català, aquesta llengua no genera un rebuig generalitzat entre els consumidors i, a més, aquests s'adapten al llenguatge en el qual se'ls adreça la informació comercial (taula 2.29). Tal com ja s'ha indicat, el percentatge dels que «busquen la versió castellana» coincideix en grossària amb aquells que no tenen competències lingüístiques suficients en català. D'aquesta manera se sobreentén que el rebuig de la comunicació escrita en català és ínfim. D'altra banda, malgrat que no existeixi pròpiament rebuig, i com ja s'havia indicat en el cas de les comunicacions personals, es poden establir unes preferències lingüístiques dels consumidors en funció del grup lingüístic de pertinença. Així, davant l'etiquetatge en català els consumidors més favorables són precisament els d'origen català, mentre que les posicions entre els d'origen no català són molt més matisables (taula 2.30).

La utilització del català actua sempre molt més com a afavoridora del consum que no pas com a desfavoridora, en qualsevol dels nivells d'utilitza-

ció, ja sigui oral, en l'etiquetatge, en les comunicacions escrites, en la publicitat o en les retolacions exteriors. No obstant això, quan el mercat de destí dels productes no és català —productes produïts a Catalunya però comercialitzats fora— es pot pensar que els productes generin algun tipus de rebuig. Una enquesta realitzada per DYM (1990) evidencia que el pressupost anterior té validesa per al 13 %, aproximadament, dels consumidors (reacció «negativa» + «molt negativa»), malgrat que entre la majoria de consumidors l'actitud és positiva o indiferent (taula 2.31).

TAULA 2.29

Actituds sobre el correu comercial en català

Pregunta: «Vostè rep una carta comercial en català, oferint-li un servei determinat i...»

<i>Llegeix la carta</i>	74 %
<i>Busca la versió castellana</i>	23 %
<i>No llegeix la carta</i>	3 %

Font: Line Staff (1992).

TAULA 2.30

Actituds sobre l'etiquetatge en català per origen geogràfic

Pregunta: «Si l'etiqueta d'una botella d'aigua mineral o de cervesa està escrita en català, quin d'aquests és el seu cas?»

	<i>Total (%)</i>	<i>Origen català (%)</i>	<i>Origen no català (%)</i>
<i>Li agrada en català</i>	61	80	33
<i>No li sembla malament</i>	25	17	37
<i>Prefereix bilingüe</i>	2	2	3
<i>Prefereix castellà</i>	11	1	27
	100	100	100
<i>Mostra</i>	1.002	611	391

Font: DGPL (1988), N = 1.002.

TAULA 2.31

Actituds sobre l'etiquetatge bilingüe a Espanya per edats

Pregunta: «Quan vostè observa en un supermercat que un producte dels que vostè consumeix està etiquetat no solament en castellà, sinó també en gallec, català o èuscar, quina és la seva reacció?»

	<i>Total</i> (%)	<i>16-30 anys</i> (%)	<i>31-45 anys</i> (%)	<i>46-65 anys</i> (%)
<i>Molt positiva</i>	13	16	14	10
<i>Positiva</i>	25	28	24	22
<i>Indiferent</i>	49	45	49	52
<i>Negativa</i>	7	5	7	8
<i>Molt negativa</i>	6	6	6	8
	100	100	100	100

Font: DYM (1990), N = 1.997.

Hem destacat fins aquí tant el grau d'ús del català en les empreses com les actituds dels consumidors envers aquest idioma. Quant a l'explicació de la situació, a grans trets, cerquem, en part, aquelles explicacions que remarquen el fet que en la mesura que considerem el català com a llengua minoritària «els objectius d'expansió en el mercat i els beneficis econòmics obstaculitzen el recurs, ni tan sols circumstancial, a la llengua catalana.» D'aquesta manera, «recórrer al català és encara un acte voluntarista de militància lingüística, si salvem les excepcions d'algunes multinacionals que demostrin que s'hi guanya amb l'ús publicitari del català» (Martí, 1993). Una impressió similar es desprèn del món publicitari en què es considera la llengua com un mitjà, mai com una finalitat. D'aquesta manera, l'ús publicitari de la llengua catalana no destil·la cap militància entre les empreses (Servei de Normalització Lingüística, 1996).

D'altra part, observem aquelles valoracions que apunten que el mercat de consum català «és en molts aspectes un segment privilegiat de consum dintre d'altres mercats més grans, i per tant més difuminats, menys adaptats a les nostres hipotètiques necessitats.» Segons Tresserras els problemes del català en la indústria deriven de la incapacitat de la indústria autòctona per a crear un mercat: un mercat cultural, distint i específic que es deu tant a la manca de demanda de productes específics en català, com a la manca d'iniciativa dels

empresaris per a crear un mercat diferenciat. L'exemple més important és el mercat cultural (cinema, teatre...), colonitzat des d'altres centres i mercats expansius (Tresserras, 1998, p. 55-59).

Enfront dels arguments presentats, cal afegir que la sofisticació de la demanda és el problema o el principal interès per al màrqueting dels nostres dies. Això s'observa en la mesura que la llengua d'etiquetatge preferida pels consumidors en els productes comercials en territori català és la llengua catalana en un 46,3 %, i que el fet que un producte es trobi en català no genera rebuig entre la població castellanoparlant (Aguilera i Romaní, 1995). Sobretot en aquest punt, podem advertir que oferir un producte diferenciat, en català, és una aposta «natural» per a molts empresaris que coneixen bé la seva clientela.

Creiem que, encertadament, Solé i Romaní (1997, p. 58-61) sintetitzen el que hem exposat: «la llengua té un paper simbòlic com a identificador de l'establiment. La llengua utilitzada o la combinació de diverses llengües són, sens dubte, la primera carta de presentació d'un establiment comercial. La llengua utilitzada en el rètol principal pot ser el primer identificador de l'establiment o servei». De la mateixa manera, «la llengua aporta un valor afegit o un increment en la qualitat del servei [...] l'adaptació de la llengua al client és un valor de qualitat i de servei afegit.» Ara bé, «el paper funcional és, òbviament, el més important. Els indicadors d'horari comercial (obert / tancat), la retolació externa (descomptes, ofertes...) han de ser clars i precisos». Així, en la presa de decisions per part dels consumidors i considerant factors com les relacions interpersonals, els canals d'informació, les característiques del producte i els valors i actituds individuals, els autors conclouen que «la presència o absència de la llengua catalana molt difícilment pot constituir per si sola el determinant d'un acte de consum. En el moment d'escollir entre dues opcions, la llengua, en general, no determinarà per si mateixa l'elecció d'un producte o servei al marge d'alguns productes culturals (espectacles, discs, premsa, etc.). La llengua catalana no actua com a determinant ni com a dificultador, però sí que actua com a facilitador comercial d'un segment important de la població a Catalunya, i no actua o té incidència neutra per a un segment molt petit» (1997, p. 58-61).

2.4. PROCÉS PRODUCTIU I LLENGUA

Les relacions que s'estableixen entre empreses amb motiu de la producció i les relacions amb l'entorn socioterritorial són l'objecte d'aquest apartat. Quant al primer punt, ens detindrem en el fet que, com a conseqüència de la deslocalització productiva, els models de producció just a temps, etc.,

cada cop es fa més necessària i constant la relació comunicativa entre empreses. Podem indicar que, d'una banda, com més deslocalització productiva, més nombre de línies de comunicació entre empreses o intercanvis comunicatius han de establir-se amb èxit. D'altra banda, com més disperses les xarxes d'empreses, més necessitat d'establir llengües franques d'intercomunicació en detriment de les llengües locals —en la mesura que són desconegudes fora del seu àmbit territorial. Tal com expressa Hocevar, les empreses tenen una propensió a l'unilingüisme en el seu funcionament interior (1975, p. 56).

Existeixen escasses dades empíriques respecte d'això per al context català, si bé les disponibles, bàsicament les elaborades per Tudela (1993), semblen apuntar de forma confirmatòria les hipòtesis anunciades. Així, mitjançant l'índex creat per ICOPSA, denominat *Índex d'Ús del Català* —IUC—, que indica el grau d'ús del català en les empreses amb un màxim de 379 punts i mitjançant l'avaluació de 60 indicadors, s'observa que quan els centres de producció d'una empresa es troben només a Catalunya l'índex IUC és superior (122) que quan els centres estan majoritàriament a Catalunya (95), que quan estan dispersats per tot el territori espanyol (64), o quan existeix un predomini internacional dels centres (71). Atès que l'índex reflecteix els usos globals del català (a falta de les dades desagregades) trobem dificultats per a explicar per què l'índex d'empreses amb predomini internacional de centres és superior a l'índex per a empreses amb centres ubicats predominantment en el territori estatal. Aquí podem al·ludir a les tesis d'una major preocupació de les empreses internacionals pels trets distintius dels territoris o dels mercats en els quals operen (Opitz, 1990, p. 10-13), i, per tant, una menor sensibilitat per part de les empreses espanyoles mentre que la major imbricació en l'entorn seria la de les empreses catalanes, tal com es deriva dels estudis de cas examinats a Girona per Albertí i Vicens (1994).²⁵

Quant a l'àmbit territorial dels proveïdors, es confirmen les tendències abans apuntades i que només són explicables si ens atenim al fet que la provisió de béns i serveis és un indicador de la interconnexió entre empreses que va

25. Albertí, X. i Vicens, J. (1994) ens ofereixen una col·lecció d'entrevistes a «empreses normalitzades» de la província de Girona (Caixa de Girona, Cafès Cornellà, Centre de Càlcul de Girona, s.a., Diputació de Girona, El Punt, Escola de Gestió Empresarial, Galetes Trias, Joaquim Albertí, s. a., Optimus i Valvi). Malgrat el bon estat de l'ús del català en les empreses entrevistades, segons els autors, «és simptomàtic que moltes vegades hagin sigut les empreses d'origen no català (i en molts casos les empreses multinacionals) les que han decidit adoptar el català com a llengua de llurs comunicacions. Aquestes empreses han valorat la importància d'utilitzar el català en la seva estratègia comercial com un element fonamental de la seva relació amb el client o com una mostra de cordialitat i respecte per la realitat cultural i lingüística de Catalunya» (p. 12).

més enllà del fet de subministrar un lot de productes en un temps determinat; al contrari, si el potencial competitiu rau en la gestió de la producció entre diferents empreses, el potencial competitiu ha de raure en la cogestió entre els diferents processos que executa cada una de les empreses de la xarxa de producció. Així, quan empresa i proveïdors pertanyen sols a Catalunya l'IUC és superior (118) que quan els proveïdors són majoritàriament de Catalunya (98), que quan hi ha predomini estatal de proveïdors (98), o que quan existeix un predomini internacional de proveïdors (82).

MERCAT I FACTORS SOCIOTERRITORIALS

S'ha esmentat anteriorment que els factors socioterritorials tenen un considerable pes en el potencial competitiu de les empreses. De fet, autors com Messori (1986, p. 419 citat a Castillo, 1988 i 1989, p. 21) indiquen que els processos de treball han de col·locar-se en la dimensió socioterritorial més pròxima al districte industrial de manera que es tregui rellevància al concepte de grandària d'empresa a canvi d'una anàlisi integrada dels àmbits sectorials del territori. L'entorn socioterritorial analitzat per Albertí i Vicenç (1994) a Girona, amb un menor pes de la immigració contrasta sobretot amb l'àrea metropolitana de Barcelona (major concentració de castellano-parlants); així, per ubicació geogràfica, l'índex d'ús del català reflecteix les dades següents: L'índex d'ús del català —IUC— a Barcelona capital és de 93 punts; Barcelona àrea metropolitana, 89; Barcelona província, 104; resta de Catalunya, 174. Quant a l'àmbit territorial dels clients: clients sols a Catalunya, 154; majoria de clients a Catalunya, 115; predomini estatal de clients, 74; predomini internacional de clients, 92. S'observa, com ja havíem indicat, una tendència al fet que les empreses multinacionals s'adaptin millor a les formes culturals minoritàries que la que mostren les empreses que només operen en el marc estatal, mentre que les que només operen en el marc català són les que amb una major probabilitat podem afirmar que «funcionen en català».

Una altra qüestió fonamental és tenir en compte el paper de les institucions públiques que monopolitzen el poder polític en el territori en què les empreses desenvolupen la seva activitat. Sens dubte les polítiques lingüístiques, en la mesura que programen en agenda actuacions dirigides a les empreses, són un factor clau per a l'ús del català i llur progressió en les empreses. Així, per exemple, el Consorci per a la Normalització Lingüística, dependent de la Generalitat i dels governs locals, quan negocia amb les empreses serveis i avaluacions lingüístiques d'aquestes argumenta que: «L'ús del català comporta una bona promoció de cara a les institucions.

Evidentment, és una bona "tarja de presentació" de cara a la Generalitat, ajuntaments, consells comarcals, diputacions. Aquest argument [el tracte de favor per part de les institucions] s'ha de fer valorar, sobretot si l'empresa té tractes amb aquestes institucions, cosa que, sens dubte, totes tenen» (Llinàs, 1994, p. 22).

En tot cas, no hem d'oblidar que juntament amb l'interès dipositat per les institucions públiques en la recuperació del català, l'actual estructura de mercat té una incidència considerable en l'ús de les llengües. Així, Strubell i Romaní indiquen que «[...] estem parlant d'un territori en el qual, incloent la població de tres comunitats autònomes on el català és oficial [...] no s'arriba als 11 milions d'habitants. Aquest fet comporta que la competència entre un producte "en català" i un altre "en castellà" tingui un biaix favorable al segon causat perquè: 1. Les xarxes de distribució estan consolidades funcionant *en* i *per* al castellà, i no accepten canvis fàcilment; 2. L'amortització dels costos de producció afecta més negativament un producte "en català" perquè té un mercat més petit; 3. Molt sovint arriba abans als mercats, i amb un esforç publicitari major, el producte "en castellà". En són exemples les pel·lícules de cine» (1997, p. 816).

ALTRES VARIABLES CLAU

Quant a la variable grandària de l'empresa, si bé les dades quantitatives de què disposem són sempre d'empreses amb un volum de facturació superior als 1.000 milions de pessetes constatem que l'ús del català augmenta amb la grandària de l'empresa i amb el nombre de treballadors (Tudela, 1993).²⁶

Els dos indicadors representats semblen apuntar un ús major del català en les empreses grans que en les relativament petites. La interpretació d'aquestes dades sembla posar de manifest que són les empreses grans les que millor s'adapten als condicionants lingüístics del territori. Malgrat que s'indicà que el potencial competitiu de les petites empreses s'havia justificat per la seva flexibilitat i adaptació, la qual cosa significaria també, teòricament, una adaptació lingüística, hem d'indicar que són les empreses més grans les que tenen un tracte més habitual amb les institucions públiques i aquest factor pot influir en els usos lingüístics de les empreses. D'altra banda, Kingscott (1989) indica que són les grans companyies i particularment les de

26. Per volum de facturació: més de 10.000 milions anuals l'IUC és 119; entre 5.000 i 10.000 milions anuals, 104; entre 3.000 i 5.000 milions anuals, 93. Per nombre de treballadors: més de 500 empleats, 116; de 101 a 500, 99; 100 o menys empleats, 97 (Tudela, 1993).

sectors més avançats (telecomunicacions, serveis financers, així com certs articles de consum)²⁷ les que paren més atenció a la llengua, tant per ser empreses que es troben obligades a extraure el màxim potencial competitiu a les noves tecnologies de la informació, com perquè s'orienten a mercats culturalment i lingüísticament heterogenis.

INTEGRACIÓ DE PRODUCCIÓ I CONSUM EN EL CAS DE LA INDÚSTRIA CULTURAL I DE LA LLENGUA

La indústria cultural, en la mesura que en la indústria una de les matèries primeres és el llenguatge, posa de manifest les relacions entre economia i llengua. Per exemple, davant el consum de programació televisiva, els televidents, manifesten, de manera agregada, una preferència vers els canals que emeten majoritàriament o únicament en llengua catalana, en particular Televisió de Catalunya —TV3 i Canal 33—, sobre la resta de canals televisius, amb programació majoritàriament en llengua castellana (taula 34). El lideratge de Televisió de Catalunya, al costat d'un creixement continuat de l'audiència, respon a una evolució que va començar a produir-se a principis del 1994 com a conseqüència d'una programació que ha pogut competir en les diferents franges horàries amb les diferents cadenes i atreure un públic divers. En aquest sentit, TV3 és la cadena que obté una audiència més elevada a Catalunya pel que fa als informatius, retransmissions esportives i programes infantils. No obstant això, les dades relatives a quotes de pantalla expressen una situació diferent, en què els canals d'àmbit estatal (Antena 3, Tele 5 i TVE1), l'emissió dels quals és majoritàriament en castellà,²⁸ intercanvien les seves posicions com a cadenes de major audiència a Catalunya (taula 33). A més, el Consorci per a la Normalització Lingüística (1997) reconeix que l'aparició de les cadenes privades ha estat extraordinàriament negativa per a la presència del català en la televisió, així com el fet que les noves ofertes digitals via satèl·lit poden decantar encara més la balança a favor del castellà.

27. Per sectors productius l'IUC és el següent: indústria, 89; comerç, 101; transports i serveis, 109; banca, assegurances i immobiliàries, 147; diversos, 132 (Tudela, 1993).

28. Quant a l'evolució de l'ús del català en les diferents cadenes de televisió, fins el 1984 les emissores en llengua catalana es limitaven a la desconexió territorial de TVE, principalment fora de les hores de màxima audiència. L'aparició de TV3 suposà la correcció d'aquest desequilibri per part de l'oferta, encara que en termes d'audiència el consum de televisió en català continuava essent minoritari. Des de 1990, la llengua castellana ha recuperat la seva posició dominant en totes les franges horàries pel que fa a l'oferta (dos terços de la programació s'emeten en castellà). (Centre d'Investigació de la Comunicació a CNL, 1997.)

TAULA 2.32

*Preferències manifestades pels canals
de televisió (1991-1996)*

	1991 (%)	1996 (%)
TV3	50,1	52,4
Antena 3	7,0	22,7
TVE1	37,4	16,1
Tele 5	32,2	15,3
Canal 33	9,2	14,8
TVE2	12,0	9,0
Canal Plus	1,1	5,0
Tots iguals	—	21,3

Font: Line Staff (1996).

TAULA 2.33

Quotes de pantalla

	<i>Mitjana 1996</i>	<i>Juny 1997</i>
Antena 3	22,6	20,3
TVE 1	21,0	18,1
Tele 5	20,2	22,3
TV3	19,1	21,5
TV2	7,1	6,9
Canal 33	6,9	7,5

Font: *La Vanguardia* (2.7.97).

D'altra banda, la indústria del llibre manifesta una tendència a la recuperació de les llengües minoritàries com a llengües de mercat. Així, l'evolució dels títols publicats a Espanya mostra un increment relatiu dels llibres escrits en èuscar, català o gallec superior al dels escrits en castellà (taules 34 i 35). Ara bé,

no podem oblidar que Catalunya és la comunitat autònoma en què s'editen més llibres —el 1997 varen editar-se un total de 20.468 títols sumant tant els editats en castellà com en català—, i per tant, existeix una forta presència d'interessos lligats a la indústria del llibre. Així, el 16,4 % dels llibres que s'editaren en català el 1997 van rebre aportacions econòmiques d'ajut genèric, distribuït pel Departament de Cultura —les ajudes del qual es xifren en 217 milions de pesetes. A través d'aquestes ajudes, la Generalitat compra entre 150 i 300 exemplars de determinats títols amb un descompte del 50 % sobre el preu de venda al públic. Això ens condueix a replantejar la idea de les llengües minoritàries com a llengües de mercat en un context bilingüe, particularment quan els individus posseeixen competències lingüístiques en la llengua majoritària.

TAULA 2.34

Evolució de títols publicats a l'Estat espanyol

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Total Espanya</i>	38.715	42.207	43.869	50.664	49.328	51.048	49.210	s. d.	51.479
<i>En castellà</i>	33.316	36.029	37.588	42.910	41.206	42.783	41.301	38.478	42.330
<i>En èuscar</i>	583	763	745	1.026	1.159	1.076	968	s. d.	1.060
<i>En gallec</i>	489	577	597	902	1.058	933	1.148	s. d.	1.233
<i>En català (*)</i>	4.327	4.838	4.965	5.806	5.905	5.281	5.793	5.958	6.856
<i>En anglès</i>	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	796
<i>En portuguès</i>	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	586
<i>En francès</i>	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	s. d.	251

(*) Inclou valencià, mallorquí i aranès.

Font: Associació d'Editors en Llengua Catalana (1996); *El País* (3.7.98).

Sens dubte, aquesta situació es posa de manifest en la indústria cinematogràfica. Per l'àmplia difusió de la cinematografia, la mínima presència del català en aquest àmbit, els múltiples interessos en joc i el mateix fet de les contradiccions en la concepció de la cultura, l'àmbit de la cinematografia és el més complex i polèmic entre els mitjans de comunicació de masses i per a la indústria cultural.

Un estudi realitzat durant la setmana del 12 al 18 d'abril de 1996 sobre l'oferta de cine en català a Barcelona aportava les dades següents: 0,50 % de

TAULA 2.35

Evolució de títols publicats a l'Estat espanyol (base 1989 = 1)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
<i>Total Espanya</i>	1,00	1,09	1,13	1,31	1,27	1,32	1,27	—	1,33
<i>En castellà</i>	1,00	1,08	1,13	1,29	1,24	1,28	1,24	1,15	1,27
<i>En èuscar</i>	1,00	1,31	1,28	1,76	1,99	1,85	1,66	—	1,82
<i>En gallec</i>	1,00	1,18	1,22	1,84	2,16	1,91	2,35	—	2,52
<i>En català</i>	1,00	1,12	1,15	1,34	1,36	1,22	1,34	1,38	1,58

Font: Elaboració pròpia.

projeccions / dia; 0,33 % de projeccions / setmana; 0,56 % de butaques / dia i 0,23 % de butaques / setmana (CPNL, 1997). Així, els espectadors de pel·lícules a Catalunya foren: de pel·lícules en castellà, 21.211.650; de pel·lícules en català, 435.986. A més, tot això, malgrat les ajudes al sector cinematogràfic proporcionades per la Generalitat de Catalunya, que entre el 1996 i el 1997 va destinar 82 milions de pessetes a la promoció i al doblatge en català de pel·lícules destinades al cinema, majoritàriament pel·lícules nord-americanes (*El Temps*, 13.7.98).

Enfront d'aquestes xifres cal considerar alguns exemples en els quals l'oferta en català supera la castellana. Aquest és el cas del teatre. Existeixen diverses companyies professionals que treballen íntegrament (o quasi íntegrament) en català, i que tenen una oferta molt sòlida i majoritària des de fa més de deu anys. Destaquen companyies com Els Comediants, la Companyia Flotats, La Cubana, Dagoll-Dagom, Els Joglars, entre d'altres. Hem d'afegir el Teatre Nacional de Catalunya on s'aposta per l'oferta catalana. Així, el 1998 el nombre d'espectadors per llengües a Catalunya fou el següent: en català, 1.265.095; en castellà, 631.943; altres llengües, 298.554; sense text, 298.554 (*La Vanguardia*, 20.7.99).

Si considerem les dades exposades tocant a les indústries culturals, el català es troba infrarepresentat en comparació amb el castellà. La raó, segons diferents autors, és la mínima demanda de llibres i productes audiovisuals en català, la qual cosa accentua el cost de les traduccions en aquest idioma i la producció directa a partir d'aquest, enfront d'uns referents lingüístics amb un pes demogràfic molt més elevat, principalment el castellà, l'anglès i el francès (Güell, 1991; Corbella i De Mateo, 1991; Romaguera, 1991). D'altra banda, és necessari assenyalar que en l'àmbit dels nous mitjans de comunicació, espe-

cialment amb nous suports per a la transmissió d'informació, es troben els nous reptes de consolidació de l'ús social del català. Considerem la televisió, que, actualment, lluny d'ésser un nou mitjà de comunicació, es troba afectada per transformacions derivades de les noves tecnologies. Si abans de la seva aparició podíem trobar pobles i llocs on els habitants no sabien parlar en castellà, i l'entenien amb dificultats, avui ja no és així. Cap altre instrument ha aconseguit amb tanta eficàcia la castellanització de la societat catalanoparlant, la qual cosa significa que la televisió ha de ser també una eina per a recatalanitzar-la. La ràdio i la televisió actuen, a més, per als no catalanoparlants —o pot actuar— com a practicants de l'anomenat bilingüisme passiu (Martí, 1993). Sobre aquest punt, convé tenir present que les noves tecnologies audiovisuals (televisió per cable, via satèl·lit, televisió per Internet...) amb predomini exclusiu de molt poques llengües majoritàries i, sobretot, l'evolució dels sectors de la indústria de les telecomunicacions ha passat en els últims anys de les mans dels poders públics, a les de les grans corporacions privades. Així, segons l'ideari catalanista, «quan amb temps i paciència hem aconseguit un espai més gran de poder públic per a començar projectes, per a enfortir i vigoritzar el sistema de comunicació, quan hem tingut una mica d'Estat, ens hem trobat que a tot el món ja es manifestaven les conseqüències d'un gran canvi. Un gran canvi marcat pel desplaçament progressiu del protagonisme en les polítiques de comunicació, dels estats reguladors a les cada cop més potents empreses transnacionals [...] optàrem per centrar-nos en l'acció pública quan no teníem estat i després, quan en teníem una mica, havia arribat l'època de les grans empreses; i llavors ens vàrem adonar que no en teníem cap» (Tresserras, 1997). La modificació de les actituds per mitjà de la creació i de la politització de l'opinió pública està menys controlada pels poders públics. Això ho podem observar en els últims anys en la disminució de les quotes de pantalla de les televisions públiques que van passar del 100 % de les emissions a un terç o a un quart d'aquestes (Tubella, 1997).

Un altre aspecte bàsic a considerar és que, en la mesura que les indústries culturals tenen com a matèria primera el llenguatge, s'espera que si el llenguatge té realment un valor d'ús característic fins i tot entre poblacions bilingües, existiria una demanda molt superior a altres usos com, per exemple, el de l'etiquetatge. Nogensmenys, els consumidors bilingües es mostren insensibles a la llengua o no creen una demanda específica de productes en català suficientment forta per a decantar l'oferta lingüística del castellà cap al català.

A més, les diferències entre l'èxit del teatre en català i la força del cinema en castellà reflecteixen altres consideracions que cal tenir presents, particularment quant a les formes de producció i distribució. Així, el teatre, per la naturalesa del servei que presta, es produeix i es distribueix localment, generalment

amb mà d'obra local i promogut amb recursos públics o abonat pels mitjans de comunicació autonòmics. És afectat per les característiques socioterritorials i, per tant, el català, com una de aquestes característiques de l'entorn, és present en la producció. En canvi, el cinema, dominat per la indústria americana, es produeix localment però es distribueix globalment. La mà d'obra és bàsicament anglosaxona i afroamericana i els continguts apellen, alhora que construeixen, a les formes culturals occidentals. No reflecteix teixits socials distintius o fets diferencials sinó individualisme i competitivitat, així com família o patriotisme com a atributs genèrics del món desenvolupat. Les xarxes de distribució operen preferiblement en llengües majoritàries amb l'objecte de reduir els costos de traducció. És en aquest sentit que les forces econòmiques globals troben en l'homogeneïtzació lingüística de la població mundial un dels últims esculls per a una homogeneïtzació cultural més completa. Les indústries —en aquest cas, la indústria del cinema— competeixen amb les autoritats públiques locals amb un desavantatge clar per als segons. En aquest cas, els consumidors necessiten la seva dosi periòdica del producte independentment de la llengua en què es realitzi, sempre que sigui comprensible per a ells.

3. LA PLANIFICACIÓ LINGÜÍSTICA EN L'ÀMBIT SOCIOECONÒMIC

En aquest capítol prenem la definició de planificació lingüística següent: «els esforços deliberats per influir en el comportament d'altres persones respecte l'adquisició, l'estructura o l'assignació funcional dels seus codis lingüístics» (Cooper, 1997, p. 60). Convé, a partir d'aquesta definició, examinar quins han estat els esforços per a influir en el comportament lingüístic dins l'àmbit socioeconòmic que hem observat en el capítol precedent. Abans de començar, cal destacar que la planificació lingüística, segons Cooper, «generalment respon a objectius no lingüístics, com la protecció del consumidor, l'intercanvi científic, la integració nacional, el control polític, el desenvolupament econòmic, la creació de noves elits o el manteniment de les ja existents, la pacificació o assimilació de grups minoritaris i la mobilització massiva de moviments nacionals o polítics» (1997, p. 47). No obstant això, trobarem justificacions de la planificació lingüística basades en el valor que la llengua té per si mateixa per als individus o col·lectius i, en particular, les llengües minoritàries com a «bé a protegir». En aquest sentit, viure en la llengua pròpia es reclama com a dret exigible en el si de les societats liberals (Branchadell, 1996). En qualsevol cas, difícilment podem arribar a comprendre la situació de les llengües en el teixit socioeconòmic i explicar les causes de la seva situació sense recórrer a alguns dels factors alludits, tant instrumentalistes (la llengua com a mitjà per) com especialistes (la llengua com a fi per si mateixa). En aquest sentit, ens referirem a la casuística catalana, bàsicament en el valor que es dona a la llengua i a les justificacions argumentades pels principals actors en el moment de la institucionalització i protecció de la llengua catalana.

3.1. FACTORS GENERALS DE LA SITUACIÓ ACTUAL DE LES LLENGÜES A CATALUNYA

Segons la majoria d'autors, la realitat sociolingüística actual a Catalunya és el resultat de tres grans factors que podem etiquetar com a polítics, demogràfics i econòmics. El primer d'aquests, relacionats amb la concentració del poder polític, és la situació d'integració de Catalunya dins d'Espanya, un estat que històricament ha prioritzat l'extensió de la llengua castellana per sobre del reconeixement igualitari i de la potenciació de les altres llengües del territori. Aquesta situació, accentuada en diversos moments històrics, té el seu exponent més recent en el període autoritari del règim franquista, que en el terreny lingüístic es manifestava mitjançant l'oficialitat única del castellà en l'esfera pública i amb la prohibició —fins i tot persecució— en diferents àmbits, de la llengua catalana. Igualment, hem de considerar el procés de descentralització política d'Espanya que, des de la transició democràtica i formalitzat en la Constitució espanyola de l'any 1978, ha suposat la institucionalització de poders polítics regionals. En el cas de Catalunya, mitjançant la reinstitucionalització de la Generalitat de Catalunya —executiu— i del Parlament de Catalunya —legislatiu— com a principals institucions autonòmiques. Com a resultat d'aquest procés democratitzador, hem assistit a l'oficialització de les llengües autonòmiques en els seus àmbits polítics i territorials respectius.

Si la política lingüística és un element clau en la gestió de la diversitat cultural, és necessari tenir en compte que aquesta política s'ha caracteritzat tradicionalment per discriminar les llengües minoritàries de l'Estat, com ha estat el cas del català. Segons Branchadell (1996) i Puig (1995), tot i les competències que actualment posseeix el govern català en matèria lingüística, no hi ha igualtat formal entre les llengües oficials de Catalunya, el castellà i el català, ni un assoliment competencial de les comunitats autònomes per desenvolupar la cooficialitat de la llengua de manera compatible amb les competències sectorials de l'Estat. En tot cas, cal destacar la institucionalització del català com a llengua oficial —juntament amb el castellà— pròpia del territori i d'ús habitual dins l'esfera pública, sobretot en l'Administració autonòmica, el sistema educatiu i els mitjans de comunicació gestionats per la Generalitat. Cal assenyalar també que la recuperació de l'autogovern de Catalunya en la configuració de l'Espanya constitucional ha suposat, des del primer període legislatiu a Catalunya (1980-1984) i sota el govern de coalició Convergència i Unió (CiU), la implantació de polítiques dirigides a la restitució, promoció i protecció de la llengua catalana. Aquestes mesures, que han rebut el nom genèric de *mesures orientades a la «normalització lingüística»* (fonamentalment amb la Llei de normalització lingüística a Catalunya 7/1983, del 8 de febrer, i pos-

teriorment amb la Llei de política lingüística 1/1998, del 7 de gener) han suposat una recuperació del coneixement i ús de la llengua catalana en determinades comunicacions públiques i formals en dependència directa del govern autonòmic o del poder local —administració, retolació i toponímia, ensenyament, mitjans de comunicació públics, etc.—, però amb una menor incidència en altres institucions, dependents de l'Administració central (empreses públiques, tribunals, policia...) i altres esferes socials (activitats comercials, radiodifusió i televisió privada, cinema, etc.) (Bastardas, 1991; Martí, 1991; Branchadell, 1996b).

A més, s'ha d'apuntar que l'esdeveniment de major transcendència futura, amb relació a la situació política indicada abans, és la pertinença d'Espanya a la Unió Europea, ja que tot indica que seran els òrgans d'implantació i de debat sobre la gestió de la diversitat cultural, particularment pel fet que la UE disposa ja d'un acord jurídic respecte d'això —pel que fa a les llengües minoritàries, principalment, la Carta Europea de les Llengües Regionals i Minoritàries, així com la jurisprudència del Tribunal de Justícia de la Comunitat Europea— i en conseqüència, les decisions polítiques en matèria lingüística sobrepassen la dimensió estatal per a establir-se en un pla supraestatal, en línia amb els arguments de geometria política variable i superació de l'estat com a contenidor de la societat.²⁹

D'altra banda, el desplaçament de poblacions procedents de comunitats lingüístiques diferents a la catalana i en particular de la llengua majoritària de l'Estat, el castellà, degut als processos d'immigració econòmica esdevinguts durant el procés d'industrialització catalana dels anys cinquanta i seixanta, és el segon aspecte a considerar. En efecte, els canvis demogràfics a Catalunya, resultat dels fluxos migratoris, han comportat la presència d'un gran nombre de persones que utilitzen el castellà com a llengua vehicular, fet que implica des d'aleshores i amb més força que en altres períodes històrics, la presència d'un gran nombre de persones de parla castellana.

En relació amb aquest punt s'ha d'assenyalar que la composició lingüística de Catalunya com a resultat dels processos migratoris, és interferida amb el pas del temps pels creixents processos migratoris internacionals, tant comunitaris com extracomunitaris. En aquest sentit, i en la mesura que el segle xx ha estat denominat com «l'era de les migracions» (Castles i Miller, 1993), pot esperar-se que els fluxos migratoris no desapareguin tot i que variïn en composició i intensitat al llarg dels anys. Així com en el primer dels factors assenyalats, s'ha de tenir present que els canvis demogràfics i la seva variabilitat, lluny d'oferir una situació estàtica o referent al passat, ens alerta sobre

29. Per a una detallada revisió del paper de la UE amb relació a les llengües minoritàries, pot consultar-se Corretja (1995).

els problemes que el reduccionisme Espanya-Catalunya pot suposar per a l'anàlisi posterior.

En tercer lloc, la realitat sociolingüística catalana està condicionada per la relació quotidiana de les comunicacions de tot tipus produïdes fora del territori català. Ens referim aquí a les transformacions tant econòmiques com en els estils de vida en el pla internacional que estan modificant les necessitats lingüístiques dels individus, sota els condicionaments del mercat i sobre la base de les tecnologies de la informació. Així, segons Gifreu (1991) «la simple observació de les últimes dècades sembla mostrar com els processos de dominació econòmica van prenent el relleu de les velles formes de dominació com la militar, i van forçant no només la transformació progressiva del sistema mundial en un únic mercat, sinó també la crisi i la laminació dels estats nacionals convencionals, adequant-los a las noves funcions que han d'assumir en el nou mercat global». Respecte d'això, «les comunitats culturals (i lingüístiques) són enormement sensibles a aquestes pressions sobretot si no disposen d'instruments adequats de resistència, com poden ser el poder polític (l'Estat), algunes empreses transnacionals i/o un espai d'expressió cultural propi, fort i consolidat». Així, doncs, els referents de dominació cultural reben una dimensió internacional que enfronta la subsistència del català no només al domini del castellà sinó al d'altres llengües, com l'anglès, una dinàmica que troba sòlids fonaments en les noves tecnologies de la informació i que remet als processos d'internacionalització de les relacions econòmiques.³⁰

3.2. TRETS ESSENCIALS DEL PROCÉS DE NORMALITZACIÓ

Segons la literatura emprada, el procés de normalització s'inscriu dins una dinàmica que presenta els trets següents:

a) *Omnicomprensiv*: és un procés que té com a finalitat arribar a una situació de normalitat, tant pel que fa referència a freqüència, àmbit i funcions d'ús, com pel que fa a la codificació de la llengua catalana. En aquest sentit, suposa actuar al voltant tant de les pràctiques de les *institucions* com de les pràctiques lingüístiques *quotidianes* de la societat i es dirigeix a tots els actors d'una societat, ja que el marc relacional és l'objecte de la comunicació lingüística (Martí, 1991).

30. Amb relació als fluxos d'intercanvis culturals i als espais audiovisuals, vegeu l'obra de Mattelard, A.; Delcourt, X. i Mattelart, M. (1984). Respecte de les tendències d'actuació de les empreses del sector de la comunicació, vegeu Sánchez-Tabernero, A. (ed.) (1993).

b) *Canvi*: qualsevol procés de normalització comporta un procés de canvi dels comportaments que no parteix de zero, sinó que suposa, en tant que canvi, transformar allò a què la gent està acostumada de manera quotidiana (Bastardas, 1991).

c) *Polític*: les polítiques de normalització responen generalment a un procés polític. Els objectius genèrics esmentats en les afirmacions precedents i les estratègies utilitzades per a aconseguir-los són objecte de redefinició constant per part dels actors implicats. És per això que existeixen diferències entre els actors, que els resultats immediats de tota normalització resultin de la diferent relació de forces i estratègies seguides pels actors i que les polítiques públiques presentin certa indefinició (Martí, 1991; Branchadell, 1996).

d) *Tensió*: el procés de normalització s'inscriu dins una societat regida pel liberalisme cultural, com qualsevol societat caracteritzada per una consellació cada vegada més àmplia de referents valoratius i normatius i que suposa una major porositat vers elements externs a la cultura autòctona. En un context com aquest, les polítiques de gestió de la diversitat cultural regides pel reconeixement de la diferència, tenen com a principi essencial la consideració de la llengua catalana com a bé que s'ha de protegir. Aquestes polítiques han de moure's dintre la tensió que suposa el fet d'aplicar polítiques de reconeixement de la diferència mitjançant la potenciació de la llengua catalana, al mateix temps que l'establiment d'una política regida per la dignitat igualitària de les diferents persones que conviuen en aquesta comunitat (Taylor, 1996; Branchadell, 1996; Kymlicka, 1995).

ELS OBJECTIUS DE LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA

D'acord amb els principals autors de la sociolingüística catalana, en una situació de cooficialitat lingüística, és a dir, una situació en la qual en un territori coexisteixen més d'una llengua oficial, hi ha tres possibles objectius per a la normalització d'una d'aquestes llengües: a) *objectiu mínim*: la normalització lingüística és un procés que ha de conduir des d'una situació de doble oficialitat formal a una situació de doble oficialitat real, en què tots els ciutadans estiguin en condicions d'exercir tots els seus drets i d'acomplir totes les seves obligacions, arreu i sense inconvenients, en la llengua objecte de normalització; b) *objectiu dèbil*: els elements esmentats en el primer punt i a més, que aquesta llengua sigui la llengua pròpia de les institucions; c) *objectiu fort*: el procés de normalització lingüística és el procés que ha de conduir a una situació en què la llengua objecte de normalització sigui la primera de la majoria de la població i, per tant, la llengua espontània preferida en qualsevol activitat social (Branchadell, 1996a).

D'altra banda, quan Bastardas es pregunta retòricament fins on volem arribar, exposa dues possibles vies pel que fa a la normalització: *a*) mantenir el català (suposa mantenir l'anormalitat); *b*) aconseguir una llengua estable i viable (acabar d'una vegada amb el problema, modificar les condicions estructurals que la fan ser minoritària a fi d'assegurar-ne plenament el manteniment i reproducció en el futur). Segons Bastardas, la primera opció significa un manteniment de l'anormalitat, ja que la seva subsistència dependrà perennement de l'acció del govern. En canvi, l'èxit de l'acció del govern implica «haver anat creant les condicions necessàries no només per evitar que un nombre relatiu de persones que tenen la llengua [catalana] com a primera llengua vagi disminuint, sinó fer que aquest número vagi creixent.» Els instruments per a dur a terme aquesta via suposen «canviar l'idioma predominant en les comunicacions públiques institucionalitzades dels països catalans de manera que, gradualment, la llengua preferida —per ser més útil i necessària— [...] no sigui el castellà sinó el català». Aquest canvi comportaria dues macroetapes: *a*) la cessió de tots els efectes que sobre l'ús lingüístic de la comunitat catalana ha produït la situació de subordinació política; *b*) bilingüització generalitzada i efectiva en català de l'ampli conjunt d'immigrants procedents de l'àrea lingüística castellana (Bastardas, 1991).

En aquest sentit, l'objectiu últim contingut explícitament en el preàmbul de la Llei de normalització lingüística a Catalunya de 1983 és: «El restabliment del català en el lloc que li correspon com a llengua pròpia de Catalunya és un dret i un deure irrenunciabls del poble català, que han de ser respectats i protegits. En aquest sentit, s'ha d'estendre el seu coneixement en el si de la societat catalana, a tots els seus ciutadans, sigui quina sigui la seva llengua habitual, així com superar la desigualtat lingüística impulsant la normalització de l'ús de la llengua catalana.»

Els màxims responsables de la Direcció General de Política Lingüística han contribuït a donar una major consistència als objectius de la normalització mitjançant diferents manifestacions. Així, Reniu (1990) indica que aquest objectiu és «restablir el català com a llengua territorial de Catalunya, la llengua en què es viu, aquella que defineixi la identitat, la que es transmeti entre els catalans de generació en generació, la que sigui present en tots els àmbits com a instrument comú i habitual de relació personal i de treball.» Aquesta definició es tradueix en l'eix central de la política lingüística actual en què «tothom pugui viure en català». D'altra banda, aquest últim no és un objectiu irremeiablement incompatible amb aquelles postures tradicionalment crítiques amb el procés de normalització lingüística, com és el cas del Manifest dels 2.300 que sol·licitaven «que es pugui ser català, viure arrelat i estimar Catalunya parlant tant en català com en castellà».

Per a fer compatibles les dues visions, l'acció destinada a garantir la defensa del bé col·lectiu que representa la llengua —política de la diferència— ha

de ser compatible amb la llibertat dels individus per viure en la seva llengua, sigui quina sigui —política de la dignitat igualitària. És a dir, la llengua pròpia com a bé a protegir, i les llengües dels ciutadans com a béns a respectar dins un marc on les societats liberals es caracteritzen per la seva manera de tractar les minories (Taylor, 1996).

Sense abandonar el terreny normatiu, la política del reconeixement de la diferència sota el paradigma de la protecció, en què el que es pretén és més aviat no retrocedir més que avançar, no és òbviamment garantia suficient per assolir els objectius finals de normalització lingüística que s'han plantejat anteriorment, però sí que ens dóna a entendre la necessitat de regular totes les llengües en conflicte. El fet que la restitució encara no hagi acomplert el seu cicle, vincula en gran mesura l'objectiu d'una llengua estable, normalitzada. Segons aquests apunts al voltant del que és un procés de normalització exemplificat en el cas del català, podem afirmar que:

a) Qualsevol posicionament quant a un procés de normalització implica una determinada concepció i valoració del significat de la llengua objecte de normalització. En aquest sentit, les accions dels actors remeten a uns determinats valors associats a la llengua, a un ideal normatiu.

b) Qualsevol posicionament implica un representació futura i una avaluació sobre quins són els resultats esperats d'un determinat procés transformador de les conductes.

c) L'avaluació de l'estat de la llengua que es vol protegir suposa essencialment una determinada lectura sobre el grau de coneixement i ús d'aquesta, així com una apreciació sobre la relació entre les dues dimensions i sobre com es defineix l'àmbit institucional.

L'ARTICULACIÓ DELS OBJECTIUS DE LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA

Des de l'aprovació, el 1983, de la Llei de normalització lingüística han transcorregut fins ara divuit anys del procés de normalització. L'objectiu explícit d'aquella llei s'inspirava en el concepte de restitució. Des de l'argumentació de «causació històrica» i amb el fi de retornar a l'esfera pública la llengua catalana, la normalització s'establia com un procés que havia de donar lloc a la recuperació de la llengua.³¹ Així, d'una bona normalització lingüística s'espera que a poc a poc assoleixi els seus objectius, reconeixent que la normalit-

31. Per normalització entenem aquí, malgrat la vaguetat del terme, «el procés a través del qual la llengua arriba a una situació de normalitat, tant pel que fa a la freqüència, l'àmbit i l'ús, com pel que fa a la codificació» (Martí, 1991).

zació lingüística com a procés pot incloure la revisió del marc legal en la mesura que aquests canvis siguin necessaris i possibles. Ara bé, pot succeir que les transformacions de l'entorn que van motivar el procés hagin canviat, que el problema de fons que fa que una llengua no compleixi les seves funcions o que s'allunyi de la pràctica habitual per part dels individus sigui diferent. Pot ser que els factors que fan «anormal» una llengua es traslladin de l'àmbit polític al socioeconòmic o a ambdós alhora.

El fet és que països com ara França han dut a terme polítiques de protecció del seu idioma davant l'evolució internacional de les llengües, ja que la indústria cultural o el mercat de béns i serveis rendibilitzen de manera desigual l'ús de les llengües, sense que les causes que perjudiquen la llengua francesa siguin necessàriament contracorrents polítics.³² En aquest sentit, les polítiques de reconeixement de la diferència desenvolupades pels moviments nacionalistes (Taylor, 1996) poden ser identificades des de diferents paradigmes, que, al mateix temps, poden ser complementaris.

a) El paradigma de restitució

La Llei de normalització de 1983 va fonamentar l'objectiu de la normalització lingüística des dels arguments de «causació històrica» i de restitució. Aquesta causació responia a la imposició normativa d'una sola llengua —el castellà— sobre una població de parla no castellana en tots els àmbits de la vida social, conjugat amb un intens procés migratori propi del procés d'industrialització de Catalunya, sense una integració plena dels immigrants castellanoparlants en la societat receptora, que va accentuar el bilingüisme social. Aquests fets comportaren no només la imposició legal de l'ús social del castellà, sinó també, des d'una perspectiva demolingüística, l'extensió de l'ús quotidià del castellà. Tot i que la realitat política ha evolucionat i que els fluxos interiors han estat molt inferiors durant les dues últimes dècades, la resistència al canvi de la realitat sociolingüística és encara notable. L'objectiu de la normalització dintre d'aquest context és el restabliment o reconeixement del català com a llengua pròpia i oficial de Catalunya, l'oficialitat compartida amb el castellà dins el territori de la comunitat autònoma de Catalunya i la prioritat del català en les institucions públiques de Catalunya.³³ D'aquesta ma-

32. La Llei Toubon (del 4 d'agost de 1994) estableix l'obligatorietat de l'ús del francès en el comerç, la indústria, els noms i les marques comercials, la publicitat, els menús i les cartes de vins, etc.

33. L'estatut formal de la llengua catalana ha estat desenvolupat per les normes bàsiques de l'Estat i de les comunitats autònomes en l'article 3 de la Constitució («1. El castellano es la

nera, els principis en els quals es basava la precarietat de la llengua catalana eren fonamentalment: la persecució política i la pressió migratòria del passat.³⁴ De fet, la Llei de 1983 només tenia poder suficient per tractar quatre àmbits competencials: ensenyament, administració catalana, mitjans de comunicació de la Generalitat i toponímia i retolació. És a dir, el procés de restitució està encara en marxa des de la perspectiva d'una doble oficialitat formal, sense oblidar que el procés, com a procés polític, depèn de la capacitat dels actors de modificar el marc jurídic de referència. L'instrument fonamental d'extensió de l'ús del català ha estat el vessament lingüístic de les institucions en els usos socials.³⁵

b) Els paradigmes de promoció i protecció

Modificar les bases jurídiques o les bases constitucionals d'un estat és una tasca molt diferent a modificar l'estructura de mercat que fa preferible una llengua sobre una altra. Els nous reptes per a mantenir una llengua són un fenomen contemporani fruit dels canvis socioeconòmics i socioculturals dels

lengua oficial del Estado. Todos los españoles tienen el deber de conocerla y el derecho de usarla; 2. Las demás lenguas españolas serán también oficiales en sus respectivas comunidades autónomas de acuerdo con sus respectivos estatutos») i l'article 3 de l'Estatut d'autonomia («1. La llengua pròpia de Catalunya és el català; 2. L'idioma català és l'oficial de Catalunya, així com també ho és el castellà, oficial en tot l'Estat espanyol; 3. La Generalitat garantirà l'ús normal i oficial dels dos idiomes, prendrà les mesures necessàries per garantir-ne el coneixement i crearà les condicions que permetin arribar a la igualtat plena quant a drets i deures dels ciutadans de Catalunya»).

34. Hi ha crítiques vers la igualtat formal, com ja s'ha indicat (Branchadell, 1996; Puig, 1995; Branchadell, 1996). Aquesta desigualtat ha quedat reflectida en les sentències judicials sobre la qüestió: STS del 27 de setembre de 1984; STS 84/1986 del 26 de juny; STC 56/1990 del 19 de març, STC 337/1994 del 23 de desembre. L'argumentació comú d'aquestes sentències és que el deure no és inherent a la cooficialitat de les llengües espanyoles a part del castellà (que deriva d'una interpretació estricta dels preceptes constitucionals). (Branchadell, 1996.) Tanmateix, pel que fa a l'àmbit de l'ensenyament i tal com senyala l'última sentència respecte d'això (STC 337/1994 del 23 de desembre) «desde el punto de vista de las instituciones, tanto del Estado como de las comunidades autónomas, tienen el deber de asegurar el conocimiento tanto del castellano como de las lenguas propias de las comunidades autónomas que tengan otra como oficial» (fonament jurídic 17) i «desde el punto de vista del ciudadano es indudable, pues, el deber de conocer la lengua catalana como área o materia obligatoria de la enseñanza en los planes de estudios de los centros educativos de Cataluña» (fonament jurídic 14). (Puig, 1995.)

35. *Vessament* (traducció de l'anglès *spill over*), s'utilitza aquí per a designar un procés semblant al de «bola de neu», en què la implantació d'un model lingüístic en un determinat àmbit comporta l'extensió mimètica cap a altres esferes.

últims anys: internacionalització de l'economia, nous corrents migratoris, aparició de les anomenades «ciutats globals», formes culturals transnacionals... Així com Gifreu recorda quant a les noves relacions entre mercat global i llengua: els objectius polítics poden ser els mateixos, però es generen nous condicionaments en la mesura que observem la llengua catalana no només amb relació a la llengua castellana, sinó en relació amb altres «llengües de mercat» que guanyen progressivament nous àmbits d'ús (1991). En aquest context, el paradigma de les polítiques de promoció i protecció, desenvolupat ja per diferents països, fomenta la necessitat de l'idioma entre el col·lectiu a qui va destinada l'acció del govern, amb l'objectiu d'equilibrar les forces del mercat en favor de la cultura pròpia.

Les llengües d'àmbit restringit (el català n'és una) s'enfronten al nou paradigma buscant fórmules que apropin el llenguatge a les necessitats reals dels individus més enllà del marc formal o fins i tot creant aquestes necessitats, bàsicament en favor de la identitat cultural —tornant al concepte de reconeixement de la diferència— com a eix de qualsevol nacionalisme polític. Com s'articula aquesta política de protecció? Com es garanteix el dret dels individus a «viure en la seva pròpia llengua»? Fonamentalment, i un cop vistes les experiències iniciades en el context internacional i català, per mitjà de la regulació dels mitjans de comunicació, garantint els serveis públics en una determinada llengua, desenvolupant una indústria cultural forta, l'aquiescència dels agents socials i, en definitiva, l'evolució del seu coneixement i el seu ús. Dit d'una altra manera, promocionant d'una banda l'idioma, és a dir, destinant recursos econòmics per a superar els efectes negatius que té el mercat sobre la llengua (subvencionant activitats socioeconòmiques i els agents capaços d'influir en aquestes) i que aquí denominarem *polítiques de promoció*, i d'altra banda, mitjançant la protecció o intervenció lingüística constrictiva en el sector privat per a garantir el dret dels individus a viure en la seva pròpia llengua, i que aquí denominarem *polítiques de protecció o constrictives*.

3.3. LA INTERVENCIÓ LINGÜÍSTICA PROMOTORA I PROTECTORA EN L'ESFERA SOCIOECONÒMICA

Qualsevol grup social amb recursos suficients pot promocionar el coneixement i l'ús d'una determinada llengua. Fins i tot amb un ordre jurídic advers, i, per tant, en forma d'activitat delictiva, els grups lingüístics discriminats poden dur a terme accions com la publicació de llibres, la venda al públic o la celebració de reunions en la llengua vernacle. De la mateixa manera, un determinat govern pot subvencionar l'ús d'una determinada llengua i una

empresa pot formar els seus treballadors en el coneixement d'un idioma. Són diferents accions que tenen com a objectiu la promoció d'una llengua, la pràctica o l'extensió d'aquesta. D'altra banda, l'acció protectora, que aquí entenem com a constrictiva i de caràcter normatiu, només pot ser duta a terme per les institucions polítiques legítimes, mitjançant el seu poder coercitiu, com a resultat de l'acció legislativa, siguin quins siguin els grups de pressió capaços d'influir sobre aquesta normativa. S'ha indicat, a més a més, que en el si de les societats liberals, la justificació de les intervencions protectores se situen en la defensa de les llengües minoritàries i s'articula per mitjà de la institucionalització d'aquella llengua, i que dins l'esfera privada es circumscriu a la protecció dels drets individuals dels parlants així com a la protecció del «bé col·lectiu comú».

3.3.1. LA PROMOCIÓ DE LA LLENGUA

Promoció privada

Pel que fa a la promoció, no disposem de dades empíriques referents a l'activitat de les empreses catalanes quant a inversions en capital lingüístic o les accions que duen a terme per tal que els seus empleats escullin formar-se en una determinada llengua. Nogensmenys, és coneguda la importància dels perfils lingüístics en la política de personal (Abril, 1996) o en el màrqueting internacional (Hannesei, 1995) així com la gestió general dels capitals lingüístics per part de l'empresa.³⁶ En tot cas, s'observa la preponderància del castellà en la comunicació escrita de les empreses, així com la valoració d'idiomes estrangers per sobre del català, si bé la situació general s'està decantant en favor del català en un nombre considerable d'empreses durant els últims anys.³⁷ Respecte d'això, caldria un estudi sistemàtic de les activitats de planificació lingüística que porten a terme les empreses en territori tant espanyol com català.

36. Pel que fa a les polítiques lingüístiques implantades per les empreses, tenim referències a nivell internacional com el monogràfic editat per Kingscott i Matterson, J. (1989).

37. Consorci per a la Normalització Lingüística (1996 i 1998) pel que fa a empreses en general; Solé (1999) pel que fa a supermercats i hipermercats; Guiu (1998) quant a establiments sanitaris, només per citar alguns exemples recents. Tot i així, les dades recollides per aquests estudis no són recopilades segons criteris de representació estadística d'un determinat sector d'activitat, sinó a través d'acords amb empreses, grups d'empreses o associacions empresarials.

Promoció institucional autonòmica

Volem presentar aquí la promoció institucional de la llengua en la seva esfera econòmica així com els esforços no legislatius —o no constrictius—, o, si es prefereix, negociats, que duen a terme les institucions públiques orientades a l'esfera de l'activitat econòmica privada. Concretament, destaquem l'important nombre de convenis entre institucions i organitzacions socioeconòmiques (patronals i sindicats), empreses o agrupacions d'empreses, que poden contenir diferents formes de suport econòmic o logístic, orientats a l'increment de l'ús del català. Ens referim, doncs, a accions voluntàriament adoptades per les empreses en favor de la normalització lingüística, en les quals mitjancen d'algun manera les institucions públiques.

El govern autonòmic i altres institucions en què aquell suporta la major part del pes financer com els serveis lingüístics de diverses organitzacions socioeconòmiques o el Consorci per a la Normalització Lingüística són els que realitzen fonamentalment la iniciativa i l'articulació de la promoció. Els agents de la normalització amb incidència en el sector socioeconòmic, de forma directa o indirecta, són els següents: el Consell Social de la Llengua Catalana, en la mesura que és un fòrum de consulta i discussió amb una àmplia representació social,³⁸ ja que ha contribuït a la legitimació i discussió prèvia a la ratificació dels plans d'actuació més assenyalats en el terreny de la normalització lingüística. Quant a la intervenció directa, destaquen les xarxes de serveis lingüístics, que aglutinen la major part dels recursos econòmics i humans destinats a la normalització lingüística. Entre aquests trobem la Xarxa Tècnica de Normalització Lingüística (serveis lingüístics que cobreixen tots els departaments de la Generalitat de Catalunya); i serveis lingüístics ubicats en associacions empresarials o sindicats i en els centres del Consorci per a la Normalització Lingüística.³⁹ Aquests últims disposen de la major estructura logística per a la normalització lingüística, ja que compten amb 409 treballadors fixos i uns altres 160 amb contracte temporal, així com amb un pressupost de 2.101.795.319 pessetes per a l'exercici de 1997, finançat en un 60-70 % per la Generalitat.⁴⁰ D'altra banda, hi ha les actuacions

38. Creat per la Generalitat de Catalunya l'any 1991, representa diferents sectors de la societat: universitats, mitjans de comunicació, professions liberals, organitzacions patronals i centrals sindicals, administracions locals, cambres de comerç, organitzacions empresarials de qualsevol tipus, associacions esportives, etc.

39. Creat el 1989 per la Generalitat de Catalunya i per 19 ajuntaments per tal de fomentar el coneixement i l'ús de la llengua catalana. A finals de 1997 en formaven part la Generalitat, 80 municipis, 36 consells comarcals i la Diputació de Girona. La xarxa territorial està formada per 22 centres de normalització lingüística. En total, hi ha 36 serveis comarcals, 38 serveis locals i 38 oficines.

40. Consorci per a la Normalització Lingüística (1998).

de la Direcció General de Política Lingüística.⁴¹ A més, la Direcció General de Política Lingüística té un servei de normalització lingüística, un servei d'assessorament lingüístic i amb l'Institut de Sociolingüística Catalana (el pressupost global de la Direcció General de Política Lingüística el 1997 va ser —sense descomptar aportacions d'altres institucions— de 1.439 milions).⁴² D'altra banda, les contribucions econòmiques per a la promoció del català es complementen a través de fons, gestionats directament per les empreses, que la Generalitat preveu anualment en forma de subvencions, concretament atorgats pels departaments d'Indústria i Energia, de Comerç, Consum i Turisme, de Política Territorial i Obres Públiques, i de Cultura. Juntament amb els anteriors, hem de destacar el paper del centre de terminologia TERMCAT,⁴³ orientat cap a la planificació formal de la llengua, és a dir, a adaptar la llengua a les necessitats comunicatives tant quotidianes com les derivades de l'activitat econòmica, així com també a la promoció de productes d'enginyeria lingüística.⁴⁴

L'acció de promoció orientada a l'activitat socioeconòmica, recollida ja en la Llei de 1983, però escassament desenvolupada durant els anys immediatament posteriors, s'inicia, com a data simbòlica del canvi, el 9 de juliol de 1990, quan l'aleshores director general de la Direcció General de Política Lingüística, M. Reniu, va exposar la conferència pública titulada *Un nou impuls en la política lingüística de la Generalitat* on bàsicament anunciava una segona fase de la normalització lingüística, centrada en la incentivació de l'ús social del català des de les justificacions ja al·ludides en la secció anterior i des de la idea central «del coneixement a l'ús» de manera que es requeria una major

41. La Direcció General de Política Lingüística participa del Consorci per a la Normalització Lingüística (amb una aportació pressupostària de 1.134 milions per a aquesta institució el 1997) i el Centre de Terminologia TERMCAT (amb una aportació pressupostària de 122,5 milions de ptes. el 1997).

42. El pressupost de 1998 ha ascendit a 1.889 milions de ptes., tanmateix, durant el període de 1993-1994, el pressupost de la Direcció General de Política Lingüística sempre havia superat els 2.000 milions (*El País*, 26.1.98).

43. Creat el 1986 pel Departament de Cultura i per l'Institut d'Estudis Catalans, avui és un consorci regit pels estatuts aprovats pel Decret 213/1997, del 30 de juliol.

44. Actualment, es publica en el DOGC en forma de resolucions trimestrals, els termes nous que aprova el Consell Supervisor del TERMCAT. A manera d'exemple, entre les intervencions de 1998, destaquen la traducció de manuals d'instruccions de sis models de cotxes de la SEAT o la realització de la versió catalana del Windows 98. Juntament amb el treball d'aquesta entitat, existeixen nombroses obres terminològiques disponibles al TERMCAT. Tudela (1993) en ressenya les que aquí tan sols enumerem per sectors: sector primari, 10; establiments comercials, 19; automòbil, 5; energies, 2; metallúrgia, 1; tèxtil, 2; informàtica, electricitat i electrònica, 16; ferroviari, correus i telecomunicacions, 4; construcció, 9; salut, 12; publicistes, 1; assistents socials, 1; indústries diverses, 10; banca, assegurances, comerç exterior, 14; *Classificació uniforme de les ocupacions de l'OIT i Diccionari de les professions*.

implicació de sectors socials no vinculats per la Llei de normalització lingüística de Catalunya.⁴⁵ Els elements principals d'aquest impuls promocional en l'àmbit socioeconòmic es poden extreure, d'una banda, dels tres informes programes acordats entre 1991 i 1993 per a la normalització lingüística en l'àmbit laboral, i per l'altra, del Pla General de Normalització Lingüística aprovat el 7 de març de 1995, com a guies generals d'actuació, així com els informes o memòries referents a l'aplicació d'aquests.

Es poden distingir almenys dues etapes en aquest nou impuls, si bé es confonen en el temps i, per tant, també es podrien considerar estratègies paral·leles de promoció. Una, orientada als agents socials (patronals i sindicats) en matèria de relacions laborals i consensuada amb aquests i una segona, orientada a les empreses privades en forma de màrqueting lingüístic.

*Primera estratègia: promoció orientada als agents socials
i a les relacions laborals*

Aquestes estratègies es caracteritzen per l'establiment d'acords entre la Generalitat i els agents socials per tal d'establir programes i serveis lingüístics en les centrals sindicals i patronals, així com per designar objectius i fer el seguiment de la normalització lingüística en l'àmbit laboral. El que es pretén és, bàsicament, que la representativitat dels actors en aquest àmbit, així com la seva capacitat per a controlar els protagonistes de les relacions laborals —treballadors i empreses— si seguim la teoria neocorporativista (Schmitter i Streeck, 1981), aconseguixi una major presència del català en l'esfera laboral mitjançant programes específics. Així mateix, si entenem les relacions laborals en termes d'autogovern industrial, són aquests els agents més capacitats i legítims per a la implantació de mesures negociades de normalització lingüística.

D'una banda, es firmen convenis entre la Generalitat i els agents socials per tal d'establir serveis lingüístics i programes de normalització lingüística. El 1989 s'establiren ja aquests convenis amb, primer, CCOO i la UGT i immediatament després, amb la Confederació General de Treballadors (CGT), la Unió Sindical Obrera de Catalunya (USOC), Foment de Treball Nacional (FTN), Associació per a l'Estudi i l'Acció Empresarial (SEFES), Federació de Societats Anònimes Laborals de Catalunya (FESALC) i la Federació de Cooperatives de Treball Associat de Catalunya (FCTAC). Bàsicament, durant

45. Així, també podem destacar el Ple extraordinari de l'Institut d'Estudis Catalans (18.4.90) en què es recomanava la regulació i la incentivació de l'ús social del català, especialment en l'àmbit socioeconòmic.

els primers anys d'existència d'aquests programes i serveis lingüístics, la normalització lingüística impulsada per aquests agents es va centrar en la pròpia organització, si bé també s'inclouen accions puntuals i amb un abast relatiu als treballadors i a les empreses.⁴⁶

D'altra banda, i en tant que actors socials legitimats per a això, es van acordar tres informes programes per a la normalització lingüística en l'àmbit de les relacions laborals. Amb aquest propòsit, i per iniciativa de CCOO,⁴⁷ el 1989 es dicta una ordre del Departament de Treball (7.7.89), per la qual es crea en el si del Consell de Treball una comissió de treball a fi de fer un seguiment de les actuacions de normalització lingüística en l'àmbit laboral amb les funcions de seguiment de les propostes i els resultats de la normalització lingüística. D'aquesta manera s'elaboren els informes programes com a acords trilaterals entre el Departament de Treball, CCOO, UGT, FTN i PIMEC amb relació a la normalització lingüística (reunió del Ple del Consell de Treball).⁴⁸ Així, es consensuava l'objectiu d'extensió de l'ús del català amb plans d'acció en l'àmbit de les relacions, ja siguin com-

46. Així, el 1993 la UGT havia aplicat un pla de normalització lingüística per a les comunicacions internes i externes, així com havia realitzat actes públics per a debatre i impulsar la normalització lingüística. Del 1993 en endavant, ha preparat actuacions en les empreses (hotelleria i restauració, principalment, destinats a millorar aquesta branca) i ha impulsat el català en la formació sindical i professional. Al mateix temps, la CONC, portava a terme la normalització lingüística de documents i comunicacions entre les quals destaca la recopilació informàtica de tota la informació en català del sindicat. Creava també un programa informàtic anomenat PSAU (Pla de Seguiment i Avaluació de l'Ús) per al seguiment del Pla de Normalització Lingüística i establia un pla de col·laboració en normalització lingüística entre les secretaries de CCOO de València, Catalunya i Balears (1993). D'altra banda, aquesta central sí que havia començat accions d'introducció del català en les empreses (inclusió de clàusules de normalització lingüística en els convenis col·lectius —Pirelli—), accions concentrades en el sector de la banca i estalvi i Correus, com la edició de 16.000 exemplars de vocabulari de banca i estalvi i tota una sèrie d'altres agendes amb equivalències del lèxic castellà, així com cartells (20.000). També hi ha cursos previstos per a una fase posterior. A Correus s'ha introduït el català dins les tasques sindicals i en l'edició del vocabulari d'aquest sector. PIMEC havia organitzat cursos de català per al seu personal així com la catalanització dels textos emprats per a la formació ocupacional i la organització del premi PIMEC a la normalització lingüística entre les empreses. FTN havia creat, en col·laboració amb l'entitat alemanya Akad, un centre de formació continuada i a distància, reconegut pel Departament de Treball com a centre experimental en què el curs de formació bàsica en gestió empresarial disposava de materials en català traduïts de l'alemany.

47. L'abril de 1989, la CONC presenta un escrit al Consell de Treball on sol·licita que el Departament de Treball, en col·laboració amb el de Cultura, impulsin un pla de normalització lingüística en les relacions laborals.

48. Primer informe programa per a la normalització lingüística en l'àmbit laboral (21.6.91); segon informe programa per a la normalització lingüística en l'àmbit local (19.7.92) i tercer informe programa per a la normalització lingüística en l'àmbit laboral (16.7.93).

petència de la Generalitat, de l'Administració perifèrica o atribuïbles a agents socials i a la societat civil.

Una gran part dels informes s'orienten a mesures que el Departament de Treball havia endegat o que es plantejava com a objectius, entre els quals destaca el d'assessorament, dinamització i formació. Amb relació al primer dels objectius, destaquen la connexió amb les bases de dades d'Eurodicautom (fitxer terminològic informatitzat en les llengües oficials de l'aleshores CEE) i el TERMCAT amb els serveis i l'elaboració d'un dossier amb les consultes lingüístiques més freqüents. Pel que fa al segon objectiu, és de destacar l'adquisició de correctors en català per a tots els sistemes de tractament de textos del Departament de Treball.⁴⁹ Respecte al tercer, cursos generals i específics de llengua catalana destinats al personal del Departament de Treball, cursos de català per al personal de formació professional procedent de l'INEM i transferit al Departament de Treball i intervenció en les proves de coneixement del català del personal contractat pel Departament. Quant a les repercussions d'aquests informes en el teixit socioeconòmic, destaquen dues vies d'acció: accions orientades a la documentació general produïda amb motiu de relacions laborals, i accions orientades a la «dinamització» lingüística de les empreses.

Pel que fa a la documentació, es va posar un èmfasi especial en la normalització lingüística dels convenis col·lectius de treball. Així, des de 1989 es produeix una acció sistemàtica de normalització lingüística en aquests documents i així, el 1992, el 40 % (273) dels convenis col·lectius eren publicats en català, la qual cosa afectava 746.000 treballadors d'un total de 924.000 ocupats. A més a més, es pretén que els sindicats i les patronals facin servir la versió catalana en les possibles reclamacions davant els jutjats socials —antiga Magistratura de Treball—, de manera que es produeixi un «efecte multiplicador», és a dir, que l'ús del català en un àmbit determinat comporti també el seu ús en altres àmbits —en aquest cas, en la judicatura. Tanmateix, amb relació a aquest últim punt, el tercer informe programa recull el temor per part dels professionals a emprar la llengua catalana davant d'aquesta instància, així com cert desconeixement del llenguatge tecnicojurídic. Destaquem aquí l'acord a què va arribar el Consell de Treball amb els representants indicats anteriorment, pel qual s'aprovaven dos articles de normalització lin-

49. Corrector de català per al WordPerfect 3.2 adquirit i instal·lat des del 15 de març de 1992. Des d'aleshores tots el porten instal·lat. Inclusió d'una clàusula administrativa de normalització lingüística en els plecs de la contractació administrativa. Arrel de la inclusió d'aquesta clàusula en el Decret 107/1987, del 13 de març, sobre l'ús de les llengües oficials a Catalunya, es regulen els contractes de subministrament i assistència tècnica (èxit en bolígrafs, disquets d'ordinador i caixes arxivadors muntables. Altres no, com grapes i clips, per falta de volum de compra).

güística, relatius a l'ús del català en les empreses i l'establiment de serveis lingüístics, per a introduir en els convenis col·lectius recollits pels convenis d'àmbit territorial de les delegacions de les quatre províncies catalanes.⁵⁰ Tot i així, es desconeix l'acompliment d'aquests articles, i queden subjectes —segons l'informe— a l'avaluació dels sindicats.⁵¹

Així mateix, es pretenia que els contractes de treball, les fulles de salari i els impresos de l'Instituto Nacional de Empleo (INEM), així com els models d'actes i altres documents emprats per l'Inspecció de Treball o els documents de l'Instituto Nacional de la Seguridad Social (INSS) (p. e. els butlletins de cotització —TC-1 i TC-2—) fossin també normalitzats. Però aquestes eren competències de l'Administració perifèrica de l'Estat, la qual cosa va produir nombrosos inconvenients per a la seva aplicació.

D'altra banda, quant a la tasca realitzada pels agents socials, destaquen els objectius següents: consolidació dels serveis lingüístics ja existents i aplicació d'un programa tipus elaborat per la Direcció General de Política Lingüística, la firma de convenis per a la creació i el manteniment dels serveis lingüístics en aquelles organitzacions empresarials i sindicals que encara no en tinguessin, contactar amb entitats dirigides a la formació de directius, promoció de l'ús de les versions catalanes dels documents en català i accions orientades perquè les patronals recomanessin l'ús del català en la documentació (particularment en allò relatiu als estatuts de les societats anònimes i de responsabilitat limitada).

Aquesta acció dels agents socials condueix a la subvenció de l'activitat per part de l'Administració autonòmica a través de l'aplicació dels pressupostos que es detallen a continuació:

50. Acords del Consell de Treball amb dates del 13 de desembre de 1990 i del 21 de juny de 1991. Capítol x de la normalització lingüística, article y: «A les empreses, tots els anuncis o avisos seran redactats en català. Als centres de treball situats a la Vall d'Aran es redactaran en català i aranès. No obstant això, si convé per a la correcta comprensió dels treballadors afectats, es redactarà també en castellà. Els treballadors i empresaris tenen tot el dret a fer ús oral i escrit del català a l'empresa en totes les activitats que desenvolupin, sense cap tipus de limitació o restricció. A les empreses de més de 50 treballadors, i en totes aquelles en què els representants dels treballadors i de l'empresa ho considerin oportú, es crearà una comissió de normalització lingüística per a la correcta aplicació d'aquest article i en general per a impulsar la normalització lingüística en l'àmbit de les activitats d'empresa.» Article z: «A les empreses de més de 500 treballadors i en totes aquelles que es consideri oportú, es podrà estudiar, conjuntament amb els departaments de Cultura i de Treball, la creació d'un servei lingüístic d'empresa, que tindrà les funcions d'impulsar la normalització lingüística, i també de satisfer les necessitats lingüístiques i de comunicació de l'empresa, tant en l'àrea estatal com en la internacional, especialment l'europea. En el seguiment del servei hi participaran les seccions sindicals i la representació dels treballadors.»

51. Desconeixem l'existència de cap informe que avaluï l'aplicació dels esmentats articles.

TAULA 3.1

Subvencions del Departament de Cultura per al manteniment dels serveis lingüístics dels sindicats, les organitzacions empresarials i els col·legis professionals, 1997

<i>Destinatari</i>	<i>Import, en pessetes</i>
I. Sindicats	
Confederació General del Treball (CGT)	1.215.000
Unió General del Treball (UGT)	7.720.000
Comissions Obreres (CCOO)	12.325.000
Confederació de Treballadors de Catalunya	560.000
Unió Sindical Obrera de Catalunya	740.000
Intersindical / Confederació Sindical de Catalunya (I / CSC)	375.546
Total I	22.935.546
II. Organitzacions empresarials	
SEFES, Organització Empresarial de Catalunya	2.440.000
Confederació de Comerç de Catalunya (CCC)	2.805.000
Petita i Mitjana Empresa de Catalunya (PIMEC)	2.290.000
Cambrà Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona	2.650.700
Total II	10.185.700
III. Col·legi professionals⁵²	
Col·legi Oficial de Gestories Administratives de Catalunya	305.774
Col·legi Oficial d'Aparelladors i Arquitectes Tècnics	240.000
Consell de Col·legis d'Advocats de Catalunya	720.000
Total III	1.265.774
TOTAL	34.387.020

Font: Departament de Cultura (1998).

52. Afegits a la xarxa de serveis lingüístics des de 1991.

A més, hem de considerar altres ajuts econòmics per a accions concretes de normalització lingüística portades a terme pels agents socials, tal com s'indica a la taula 3.2.

TAULA 3.2

*Resum de les subvencions del Departament de Cultura
per a accions de normalització lingüística*

<i>Destinatari</i>	<i>Import</i>
Organitzacions sindicals	22.935.546
Organitzacions empresarials	10.428.366
Col·legis professionals	1.599.440
Total	34.963.356

Font: Departament de Cultura (1998).

D'altra banda, s'establien els primers convenis amb empreses públiques (RENFE) i es col·laborava regularment amb altres (Telefònica i Correus). Així, doncs, es pot observar com la línia d'actuació que es començava a perfilar era la d'una normalització lingüística directa en les empreses, és a dir, la firma de convenis amb empreses públiques així com tasques de conscienciació, recomanacions o contactes amb entitats privades de formació. D'aquesta manera, el tercer informe programa indicava també accions entre les empreses i els treballadors entre les quals s'inclouen: informació a les empreses estrangeres sobre la realitat sociolingüística de Catalunya, informació sobre els serveis i recursos existents per a les empreses en matèria lingüística, promoció de l'ús del català entre graduats socials, gestors administratius i directors de personal, foment de l'ús del maquinari i programari en català, cursos de llenguatge jurídic català per a professionals en dret laboral i normalització dels textos de formació professional ocupacional. En aquest mateix sentit, es comença a escatir la segona estratègia per a l'extensió de l'ús del català a les empreses.

Segona estratègia: el màrqueting lingüístic

La segona estratègia de promoció ha consistit en la «dinamització» directa de les empreses catalanes. Entenem per *dinamització lingüística* «el procés

de canvi planificat que una empresa, amb voluntat planificadora, porta a terme durant un període determinat. L'organització d'aquest canvi es concreta en plans de normalització lingüística, que [...] [les institucions] adapten a les necessitats i característiques de cada empresa. Cada pla conté la descripció de la situació final a la qual es vol arribar (objectiu final) i una sèrie de mesures i propostes (objectius específics i actuacions) que permetin, d'una manera progressiva, incorporar els canvis d'imatge, de comunicació, d'usos lingüístics i de cultura empresarial necessaris perquè el català es converteixi en la llengua de treball i d'ús habitual». Per dur a terme la feina de dinamització s'han utilitzat els diferents recursos de normalització lingüística esmentats més amunt i coneguts com *agents dinamitzadors*. Així, aquests són «els organismes o individus que porten a terme, d'una manera activa, un treball de normalització lingüística, d'acord amb uns objectius i amb un programa de treball» incloent-hi tant la Direcció General de Política Lingüística com la Xarxa de Serveis Lingüístics (Balaguer, 1994). L'esmentada estratègia s'ha dut a terme a falta d'un marc constrictiu o obligatori de compliment per part de les empreses, això és, amb el consentiment de les mateixes empreses i amb l'esforç del personal i despesa de recursos dels serveis lingüístics i la Direcció General de Política Lingüística. D'aquesta manera, en el marc de les propostes de promoció del tercer informe programa així com del Pla General de Normalització Lingüística del 7 de març de 1995, les estratègies de dinamització han seguit models denominats de *màrqueting lingüístic* (Navarro, 1994; Cardellach, 1995; Cardellach *et al.*, 1996a, 1996b), en els quals es capten empreses per mitjà d'arguments i uns serveis disponibles a preus polítics —gratuits en la majoria dels casos— que inclouen avaluació de la situació lingüística, formació, traducció de documents, assessorament divers, etc.

Bàsicament s'han seguit dues estratègies de planificació que podem classificar (si seguim Balaguer, 1994) segons la direcció que pren la relació client-venedor:

a) El procés de canvi lingüístic és iniciativa de l'agent dinamitzador. A partir d'un pla de treball i d'uns criteris de selecció de destinataris, el tècnic de normalització lingüística es dirigeix a les empreses i fa una proposta de normalització lingüística. El pla de treball es basa en un pla de màrqueting lingüístic i la selecció de destinataris es fa segons criteris de rendibilitat lingüística. Entenem aquí per criteris de rendibilitat lingüística la selecció d'empreses que tinguin un major impacte lingüístic, ja sigui perquè són activitats en les quals es treballa amb un gran nombre de clients o la llengua és un factor important del servei (p.e. hoteleria), bé per la mida de les empreses i les repercussions que un canvi lingüístic pot causar en l'entorn immediat d'aquestes. Navarro (1994b) denomina *valor multiplicador de l'actuació* aquest

criteri de selecció encara que existeixen denominacions més esteses i ja aplicades en altres àmbits com *vessament lingüístic*, ja comentada anteriorment.⁵³ Aquesta estratègia, iniciada el 1994, va ser ratificada indirectament amb el Pla General de Normalització Lingüística que indicava 1.000 empreses com a àmbit d'actuació prioritari, de les quals, a finals del 1995, ja n'havien estat contactades 70 pels tècnics de normalització lingüística.

Els plans de màrqueting o estratègies contenen els tipus d'accions i suports logístics següents: a) les campanyes publicitàries d'abast global, mitjançant gràfics, cartells o tríptics;⁵⁴ b) els programes de subvencions, mitjançant ajudes econòmiques, als projectes objecte de la subvenció que les empreses presenten amb relació a la normalització lingüística;⁵⁵ c) col·laboració amb els agents multiplicadors incloent els líders d'opinió dins d'un sector (associacions empresarials i síndics per mitjà dels comitès d'empresa).⁵⁶

b) El procés de canvi lingüístic és una iniciativa de l'empresa. Segons el Consorci per a la Normalització Lingüística, com a conseqüència de la plani-

53. Seguint aquest criteri, des de 1994, el Consorci per a la Normalització Lingüística ha indicat la voluntat d'orientar l'activitat cap a 6.000 empreses que són el resultat de creuar les 121 activitats econòmiques amb una major incidència lingüística amb l'anuari ACICSA (7.000 empreses, totes amb volum de facturació superior a 200 milions) que suposen el major efecte multiplicador esperat.

54. Per exemple, la campanya publicitària de 1991: «El català, eina de feina. En el món del treball, el català és cada dia més present. Per prestigi i per servei» (primer denominada «El català, llengua de treball») va ser portada a terme amb caràcter interdepartamental (Cultura, Treball, Indústria i Energia, Comerç, Consum i Turisme). Fou promocionada en 120 publicacions més, TV3 i Canal 33, Ràdio Vallès, i s'elaboraren tríptics. Va tenir la participació dels agents socials (CCOO, UGT, USOC, CGT, I-CSC, CTC, Foment del Treball Nacional, PIMEC, SEFES, AEI, associacions de consumidors, serveis locals de català i el Consorci per a la Normalització Lingüística). Com a exemples d'empreses adherides captades per la Xarxa de Serveis Lingüístics tenim: Goula, SA (Vic). Activitat: fabricació de joguines. Actuacions: traducció de caixes de jocs i de les instruccions.

55. Del programa de subvencions del Departament d'Indústria i Energia el 1993 es van beneficiar empreses com: Garlopí, SA (Sabadell). Activitat: fusteria. Actuacions: normalització de la retolació exterior, vehicles, roba de feina, documentació, i pla de formació; Empresa: Clarimon, S.L. (Sabadell). Activitat: reciclatge de paper. Actuacions: normalització lingüística de la retolació de camions, contenidors, roba de feina, documentació i programari. Empresa: Font Internacional, SA (Guissona). Activitat: agropecuària. Actuacions: normalització lingüística de la publicitat, retolació exterior i de vehicles, impresos i pla de formació. De les subvencions del Departament de Cultura orientades a la normalització lingüística es destinaren el 1997 16,6 milions a empreses de cinema i vídeo (Departament de Cultura, 1997).

56. Exemples d'agent multiplicador: Associació empresarial de l'Hospitalet del Llobregat. Actuacions: difusió d'actuacions de normalització lingüística en les empreses associades i organització de cursos de català.

ficació de tipus A, el procés de canvi lingüístic iniciat en determinades empreses fa que la normalització lingüística avanci no només en el si d'aquestes empreses sinó que produeixi un efecte multiplicador en l'entorn immediat, en la mesura que genera canvis d'opinió i de conducta lingüística dins el món socioeconòmic en el qual es relaciona. L'agent dinamitzador recull aquestes demandes i els dóna resposta. Les estratègies o les lògiques d'acció empreses són les que segueixen: *i)* l'empresa es dirigeix al Consorci per a la Normalització Lingüística per planificar el seu procés de canvi lingüístic. Existeix una voluntat d'iniciar o completar un procés global de normalització lingüística. En el Consorci per a la Normalització Lingüística s'ofereix el suport tècnic per a la planificació i l'execució dels plans de normalització;⁵⁷ *ii)* l'empresa es dirigeix al Consorci per a consultes puntuals de traduccions, correccions, terminologia o cursos de català. El Consorci per a la Normalització Lingüística atén aquestes demandes per mitjà dels seus serveis permanents d'assessorament i ensenyament;⁵⁸ *iii)* un individu aïllat es dirigeix al Consorci per sol·licitar la normalització de l'empresa on treballa. Són els anomenats «agents col·laterals» de la normalització. El Consorci inicia un procés de negociació amb l'empresa per arribar a compromisos concrets de normalització lingüística.⁵⁹

En qualsevol dels casos es du a terme un procés de negociació per aplicar els plans de normalització lingüística. Així, s'ofereix una sèrie de recursos atractius per a l'empresa: «una nova mentalitat en el món empresarial, caracteritzat per una nova mentalitat que no atribueixi al valor afegit de la llengua un enfocament de despesa, sinó d'inversió» (Navarro, 1994). A tall d'exemple, Llinàs (1994) identifica els factors següents que han de tenir en compte les empreses amb relació a la llengua catalana: *a)* l'ús del català comporta una bona promoció de cara a les institucions: reconeixement d'aquestes cap a les empreses; *b)* l'ús del català és rendible econòmicament, per actitud de servei, per atractiu per als consumidors en general, però no és negatiu per als consumidors castellanoparlants. Uns exemples aportats en el procés de negociació són els 14.000 milions de pessetes facturats el 1993 per TV3 en concepte d'a-

57. Exemples d'elaboració i execució de plans de normalització lingüística. Empresa: Excover, SA (Barcelona); TUBSAL (Badalona i Sta. Coloma de Gramenet); Ebro Agrícolas, SA (Barcelona).

58. Exemples d'atenció de consultes puntuals: Casas (l'Hospitalet de Llobregat); Edding (St. Boi de Llobregat); Hipercor (Girona); Caprabo (l'Hospitalet de Llobregat); Mercadona (Lleida, Tarragona, Reus); Super-Ama (Terrassa); Serpeco (Cerdanyola del Vallès); Consorci de formatges tradicionals d'Espanya (Llinars del Vallès).

59. Exemples de normalització lingüística a partir d'agents col·laterals. Empresa: Ifa-Aldi (Lleida). Actuacions: pla de normalització lingüística.

nuncis en català o Pàgines Grogues de CETESA; c) ara l'ús del català facilitarà l'adaptació a les normatives, argumentant les implicacions lingüístiques per a l'empresa del Decret 168/1994 de reglamentació de les agències de viatges o del Decret 53/1994 sobre estacionaments turístics; d) imatge d'empresa: l'ús del català genera una imatge d'arrelament a Catalunya; e) consolidar una política comunicativa i lingüística en el si de l'empresa; f) l'ús del català tindrà suport tècnic de l'Administració. El suport s'articula tant per mitjà del Consorci per a la Normalització Lingüística, telèfon lingüístic, programes informàtics...; b) la Generalitat preveu anualment subvencions per a l'ús del català; concretament, els departaments d'Indústria i Energia, de Comerç, Consum i Turisme, de Política Territorial i Obres Públiques, i de Cultura, publiquen anualment una convocatòria de subvencions.

Ara bé, els límits a aquest tipus d'intervencions són obvis. Existeixen centenars de milers d'empreses a Catalunya, no totes integrades a associacions empresarials, i resulta impossible tant de contactar-hi una per una com aconseguir-ne la participació de manera voluntària en els programes de normalització, no només per les insuficiències de recursos de les xarxes de serveis lingüístics sinó per la manca de voluntat d'alguns empresaris. Quant a la falta de recursos per a la dinamització i l'assessorament podem indicar aquí que el Consorci per a la Normalització Lingüística destina la major part dels seus recursos, un 59 %, a l'ensenyament de català a adults, mentre que a l'assessorament lingüístic destina un 21 % i a la dinamització pròpiament un 20 %.

Pel que fa a l'assessorament lingüístic realitzat pel Consorci, que ressenyem aquí perquè és una activitat orientada també a l'àmbit econòmic, se subdivideix en: a) atenció de consultes: ortogràfiques, morfosintàctiques, terminologia, programari (50.840 consultes el 1997; 20.362 corresponents a l'àmbit socioeconòmic); b) revisió de textos: documents breus per a tot tipus d'usuaris (193.383 pàgines revisades el 1997, corresponents a 48.101 revisions; 20.202 pàgines de l'àmbit socioeconòmic, corresponents a 7.502 revisions); c) traducció de textos del castellà al català — pel seu elevat cost econòmic, es tracta d'un servei limitat a organitzacions que han iniciat l'aplicació de plans lingüístics— (4.626 pàgines traduïdes, corresponents a 1.712 traduccions; 1.608 pàgines traduïdes, corresponents a 588 traduccions); e) elaboració de materials: dossiers sobre vocabularis d'una àrea temàtica, models de documents...; f) *telèfon lingüístic*: servidor automàtic d'informació lingüística que el 1997 va rebre 12.957 trucades, bàsicament de treballadors d'oficina, d'empreses i de comerços, professionals, etc.

Pel que fa a la dinamització per mitjà de la promoció, podem observar els resultats següents derivats del Pla General de Normalització Lingüística el primer any de la seva aplicació (de març a desembre de 1995).

TAULA 3.4

Resultats clau del Pla General de Normalització lingüística, 1995

	<i>Acords o convenis i plans de normalització lingüística</i>	<i>Relacions de col·laboració</i>	<i>Participació en programes. Productes i consum</i>
<i>Organitzacions empresarials, sindicals i de consumidors</i>	5 acords de normalització lingüística amb organitzacions sindicals. 5 acords amb organitzacions empresarials. 2 acords amb organitzacions de consumidors.		
<i>Col·legis i despatxos professionals</i>	6 acords de normalització lingüística amb col·legis professionals (advocats, gestors, procuradors, aparelladors, psicòlegs i economistes). 38 organitzacions professionals del món socioeconòmic que apliquen un pla de normalització lingüística.	140 organitzacions professionals mantenen relacions regulars de col·laboració.	2.564 advocats en el programa de normalització lingüística. 110 despatxos d'advocats i 202 gestories utilitzen algun servei lingüístic.
<i>Empreses privades</i>	30 projectes de normalització lingüística amb empreses industrials. 23 convenis de normalització lingüística amb empreses, 72 convenis estan en execució i 11 en negociació en aquell moment. 6 plans de normalització lingüística amb empreses d'hostaleria i restauració.	El Consorci per a la Normalització Lingüística té contacte regular amb 1.007 empreses (183 d'hostaleria i restauració).	6.400 entitats bancàries que disposen del material «xec en català». 916 subvencions per retolació.
<i>Empreses públiques</i>	RENFE, conveni en negociació.	Telefònica i Correus, amb col·laboració regular.	
<i>Informàtica</i>		1.000 adhesions de punts de venda de la campanya «Posa't el català a la pantalla».	87 productes, versió catalana dels programes: Windows 95, Excel 5.0, Wordver, Nix-farma, PICIS, entre d'altres.
<i>Cinema</i>			32 pel·lícules doblades, de les quals 3 són subtitulades.

TAULA 3.4 (Continuació)

Resultats clau del Pla General de Normalització lingüística, 1995

	<i>Acords o convenis i plans de normalització lingüística</i>	<i>Relacions de col·laboració</i>	<i>Participació en programes. Productes i consum</i>
<i>Vídeo i karaoke</i>			14 vídeos i 8 cintes de <i>karaoke</i> doblades al català.
<i>Publicacions infantils, juvenils i altres edicions específiques</i>			175 títols infantils i juvenils amb ajudes i 2 guies de viatges.
<i>Activitats teatrals</i>			14 companyies, 9 sales. 37 espectacles amb subvenció. 23 municipis amb programació estable en català.
<i>Discs</i>			17 fonogrames subvencionats.
<i>Prensa</i>			1 diari nacional, 4 diaris locals, 34 setmanaris locals, 142 publicacions locals, 3 publicacions bilingües; 62 publicacions amb ajudes, 3 publicacions infantils, 3 publicacions esportives.

Font: A partir de Solé (1996).

D'altra banda, el Consorci per a la Normalització Lingüística ha efectuat avaluacions del grau de normalització lingüística en les organitzacions mitjançant l'Índex de Normalització Lingüística (INL). Es realitzaren 25 observacions el 1996 i 120 el 1997 (4 a empreses privades el 1996 i 37, el 1997). El quadre resum següent identifica les accions dutes a terme pel Consorci durant els anys 1996 i 1997 en termes de promoció. (Taula 3.5)

Volem destacar també que aquest tipus de promoció s'ha utilitzat com a forma d'adaptació de les empreses a les normatives legals constrictives del sector socioeconòmic, particularment arran de l'aprovació de la Llei de política lingüística de 1998. En aquest sentit, la tasca de màrqueting públic amb l'objectiu de la dinamització s'ha centrat en les empreses catalanes més grans

de manera que aquestes estiguessin en disposició de complir la normativa abans que entrés en vigor. Ressenyem a continuació les empreses «dinamitzades» i alguns dels seus trets.

TAULA 3.5

Accions de dinamització lingüística del Consorci per a la Normalització Lingüística durant 1996-1997

Sector	Campanya	Nombre de convenis (empreses + associacions)	Nombre de col·laboracions	Treballadors afectats	Usuaris afectats	Notes d'interès
<i>Mitjans de comunicació</i>		14 + 2	233	2.069		
<i>Publicitat i arts gràfiques</i>			176	402	10.700	Manual per a les arts gràfiques. Campanya de promoció de l'ús del català en els anuncis publicitaris pel Consorci per a la Normalització Lingüística de Tarragona.
<i>Informàtica</i>	Difusió del programa informàtic Windows 95 en català	5 + 0	142 establiments adherits a la campanya			2 actes públics (Manresa i Vic). En col·laboració amb la Direcció General de Política Lingüística.
<i>Hostaleria i restauració</i>	«El català et serveix»	3 + 2	404	2.340		
<i>Comerç i retolació</i>	«Rètols en català, bon senyal». Programa SIMEC.	21	149 retolistes			Difusió del manual <i>Eines per al comerç</i> . 23 actes públics.
<i>Taxi</i>	«El català al taxi»					Distribució de material específic

TAULA 3.5 (Continuació)

*Accions de dinamització lingüística del Consorci per a la Normalització
Lingüística durant 1996-1997*

<i>Sector</i>	<i>Campanya</i>	<i>Nombre de convenis (empreses + associa- cions)</i>	<i>Nombre de col·labo- racions</i>	<i>Treballa- dors afectats</i>	<i>Usuaris afectats</i>	<i>Notes d'interès</i>
<i>Autoescoles i automoció</i>	«El carnet en català»	3 + 10				Campanyes locals específiques
<i>Organitzacions empresarials, sindicals, d'economia social, col·legis professionals i associacions de consumidors</i>		0 + 26	144	925	90.085	
<i>Altres empreses privades i públiques</i>		28 + 0	683	19.845		Projecte de gestió lingüística a les organitzacions en quatre empreses privades el 1996 i 37, el 1997
<i>Cinema i vídeo</i>						Destaca la promoció de vídeos i cinema en català, p. e. accions per dur a Sabadell la versió catalana de la pel·lícula de Disney «El geperut de Notre-Dame»

Font: A partir del Consorci per a la Normalització Lingüística, 1998.

TAULA 3.6

Convenis de col·laboració entre la Generalitat i empreses o grups d'empreses per a col·laborar en l'aplicació de la Llei de política lingüística, 1998

<i>Entitat</i>	<i>Data</i>	<i>Representació / dimensió de l'entitat</i>
Banc de Santander	12.3.98	Inclou Banesto. 500 oficines i 5.000 treballadors, el 95 % dels quals parla català.
Telefònica	31.3.98	253 centres de treball a Catalunya. 15 milions de factures anuals.
PIMEC-SEFES	17.4.98	Multisectorial. 45.400 associats, 340.000 empleats. L'associació rebrà suport econòmic.
Col·legi de Registradors de la Propietat i Mercantil de Catalunya ⁶⁰	28.4.98	
SEAT	29.5.98	Primera empresa del sector d'automoció a Espanya. 13.000 empleats. 32.882 unitats venudes a Catalunya.
Banc Central Hispano	18.6.98	3.200 empleats a Catalunya
El Corte Inglés SA i societats del grup	19.6.98	Primera empresa de distribució. 7.800 treballadors a Catalunya. 52 agències de viatges.
Caixa de Manlleu	22.6.98	
Autoritat Portuària de Barcelona i entitats associades	3.7.98	7.000 treballadors
Unió Catalana d'Entitats Asseguradores i Reasseguradores (UCEAC)	9.7.98	190 empreses
Institut d'Empresa Familiar	10.7.98	104 empreses. El volum de vendes representa el 8 % PIB de l'Estat.
Alcampo	15.7.98	2 centres a Catalunya amb 25.200 m ² i 4.700 empleats

60. A més d'aquest conveni, amb anterioritat a l'aprovació de la Llei de política lingüística, la Generalitat va signar-ne altres, també per a fomentar l'ús del català en els àmbits professionals amb representació col·legiada, amb les entitats següents: Col·legi Oficial de Gestors Administratius de Catalunya (19.12.89), Consell de Col·legis d'Advocats de Catalunya (27.9.94), Consell de Col·legis de Procuradors de Catalunya (19.6.95) i Col·legi de Notaris de Catalunya (16.4.97).

TAULA 3.6 (Continuació)

Convenis de col·laboració entre la Generalitat i empreses o grups d'empreses per col·laborar en l'aplicació de la Llei de política lingüística, 1998

<i>Entitat</i>	<i>Data</i>	<i>Representació / dimensió de l'entitat</i>
Consell d'Empreses Distribuidores d'Alimentació de Catalunya (CEDAC)	17.7.98	2.654 establiments. 796.000 m ² . 815.000 milions de volum de vendes.
Confederació de Cooperatives de Catalunya (CCC)		8.000 cooperatives associades. 70.000 treballadors. Un bilió de pessetes de facturació.
Associació Catalana de Radiodifusió Privada	21.9.98	
Associació Catalana de Ports Esportius i Turístics (ACPET)	5.11.98	
Associació Catalana d'Estacions d'Esquí i Alta Muntanya (ACEM)	5.11.98	
Fira de Barcelona	9.11.98	270 treballadors; 2.800.000 visitants.
Cambra de Comerç i Indústria de Barcelona	25.11.98	450 empreses associades (75 % de capital francès).
Federació Catalana de Caixes d'Estalvi	15.12.98	Extensió del conveni a les relacions amb el món jurídic

Font: Elaboració pròpia.

Els convenis consisteixen en l'aplicació anticipada dels pressupostos de l'esmentada llei. Per això, la Generalitat ofereix serveis de seguiment de l'aplicació de la llei en fases així com suport logístic, per mitjà de la Direcció General de Política Lingüística, dels serveis lingüístics i del TERMCAT, ja sigui per la formació dels treballadors, traduccions de manuals o impresos, etc. Aquests convenis obeeixen a diversos objectius en el moment de valorar per separat els diferents actors. En primer lloc, per a la Generalitat, a més del suposat vessament lingüístic que la catalanització de les grans empreses poden suposar, els convenis contribueixen a la legitimació de la normativa derivada

de la Llei de política lingüística de 1998 i particularment a un efecte de demostració: la llei és aplicable.

D'altra banda, pel que fa a les grans empreses implicades, la signatura dels convenis suposa bàsicament dos tipus de beneficis. El primer, amb relació a les despeses econòmiques de la normalització lingüística, que es reduiran gràcies al suport logístic del govern de la Generalitat. Així, els serveis tindran com a màxim uns preus polítics o gratuïts. Quant al segon tipus de benefici, les empreses esperen un tracte de favor de les autoritats polítiques com a conseqüència de la seva actitud positiva cap a la normalització lingüística. En aquest sentit, hem de recordar que la Generalitat és el principal client d'un important nombre d'empreses a Catalunya,⁶¹ i que la Generalitat formalment⁶² o informalment⁶³ utilitza criteris lingüístics per a l'adjudicació de contractes, la qual cosa contribueix al fet que puguem considerar el català com una llengua de mercat.

Promoció institucional en el context europeu

Donat el coneixement inferior de llengües estrangeres per part dels estudiants catalans amb relació a altres països europeus (Siguán, 1996) i el potencial competitiu que suposen aquestes a nivell agregat de la població, les institucions públiques autonòmiques s'han plantejat la promoció del coneixement

61. Com indica Wallerstein, «The states are major purchasers in their national markets, and large states command an impressive proportion of purchases in the world market. They are frequently monopsonists, or near-monopsonists, for certain very expensive goods; for example, today, for armaments or superconductors. They could of course use this power to lower prices for themselves as purchasers, but instead they seem for the most part to use this power to permit the producers to monopolize a roughly equal share of the market, and to raise their prices scandalously» (Wallerstein, 1997, p. 3).

62. La Generalitat ha desenvolupat un mercat legislatiu que regula la política de compres informàtiques dels diferents departaments, empreses i organismes autònoms del sector públic. Així, per exemple, mitjançant el Decret 322/1992 sobre la normalització lingüística del programari i dels teclats, la Generalitat es compromet a promoure l'ús de programaris en català.

63. Així, en les declaracions del president de Telefónica en l'acte de signatura del conveni lingüístic amb la Generalitat indicava: «la Generalitat "és el principal client de Telefónica a Catalunya"; amb la signatura del conveni "ens apropem més a ell, a més d'apropar-nos més a tots els clients que tenim a Catalunya". Villalonga va lamentar, en presència de Jordi Pujol, que Telefónica perdés recentment la concessió dels serveis de telefonia mòbil de la Generalitat en favor d'Airtel, però va indicar que "confio a millorar les relacions" [...] Fa escasses setmanes el govern català, arran de l'entrada en el mercat de Retevisión, el segon operador de telefonia fixa, va obrir també a concurs els seus serveis d'aquest tipus, que estava pendent d'adjudicació en el moment de la firma del conveni» (Europa Press, 31.3.98).

xement d'aquestes llengües entre les generacions més joves.⁶⁴ Així, segons el conseller d'Ensenyament, «el que donarà un valor afegit a les futures generacions serà el coneixement d'una tercera llengua, o quarta, en el cas dels catalans, especialment [a part de l'anglès] francès o alemany». Si seguim aquesta lògica, les iniciatives de la Generalitat relacionades amb les llengües estrangeres s'han orientat cap a la creació de projectes que, a través del sistema educatiu, assoleixen una millor formació en llengües estrangeres d'acord amb les demandes formatives en l'àmbit laboral. Així, durant 1999, la Generalitat ha projectat un pressupost de 1.600 milions per 6 anys —projecte Orator—, que té com a finalitat la creació de beques anuals per aprendre llengües i la contractació d'auxiliars nadius de conversa (*La Vanguardia*, 13.7.99). Així, observem formes de promoció lingüística orientades a una problemàtica diferent: els nous reptes lingüístics internacionals.

Destaquen iniciatives orientades a l'activitat econòmica com les de la Unió Europea. Així, per exemple, el programa MLIS (Societat de la Informació Multilingüe) és un programa de la Comissió Europea —Direcció General XIII—, que es va posar en marxa el novembre de 1996, amb el fi de donar suport a la construcció d'una infraestructura per als recursos del llenguatge europeus, mobilitzar i expandir les indústries del llenguatge i promocionar l'ús d'eines avançades de llenguatge en el sector públic europeu. El programa està dirigit a empreses, organitzacions públiques, indústries del llenguatge i ciutadans en general. Els objectius principals del programa són: *a*) donar a conèixer el tema i fomentar l'oferta de serveis multilingües a la Comunitat mitjançant l'aplicació de les tecnologies lingüístiques i els recursos i les normes corresponents; *b*) crear les condicions adequades per al desenvolupament de les indústries de la llengua; *c*) reduir les despeses de la transferència de la informació entre diversos idiomes, en especial per a les PIME; *d*) contribuir al foment de la diversitat lingüística de la Comunitat.⁶⁵ Els projectes abonats per MLIS surten, en general, de la justificació següent: les barreres lingüístiques són una seriosa amenaça per a la competitivitat mundial de les PIME. La descripció dels productes, la comunicació amb socis estrangers o simplement la presentació de la mateixa empresa en el mercat mundial requereix la producció i la traducció de grans quantitats de textos. Els cicles cada vegada més curts de producció i l'augment de la competència requereix una major producció de textos en un període cada vegada més curt de temps i sovint amb grans despeses. La necessitat de produir per a més mitjans de comunicació,

64. I en línia amb altres problemes com, per exemple, que «l'escàs domini dels idiomes perjudica l'eficàcia del programa Sócrates» (*El País*, 27.4.99).

65. Volem destacar aquí particularment l'objectiu *c*) dels indicats, en la mesura que entronca amb les tesis exposades en el capítol 3.

plataformes i formats, i de ser conscients de les qüestions de fiabilitat dels productes augmenta la complexitat dels procediments de documentació i de traducció / localització. Encara que actualment es disposa de tecnologies, eines i mètodes de producció multilingüe, les PIME acostumen a tenir mancances de personal preparat i de recursos per accedir a aquestes tecnologies i optar per aquestes. El consorci anomena aquest problema la *distància DA* —la distància entre la disponibilitat de les tecnologies, els instruments i els mètodes i l'accés a aquestes per part de les PIME— i considera que aquesta distància és la major amenaça per a la competitivitat futura d'aquestes PIME. Per a crear un entorn de producció multilingüe avançat per a les PIME, allò més adequat sembla ser proporcionar als empleats que s'encarreguen d'aquests temes en les PIME, una ajuda externa, amb un preu raonable, centrada en els problemes i oberta específicament a la seva empresa. El Consorci va crear un Centre de Consulta Lingüística (CCL) per a les PIME que se centra en les seves necessitats de producció multilingüe i que ofereix dos serveis de consulta: el *Centre de Consulta Lingüística en línia* i els *Seminaris d'Estratègia Lingüística*.

El programa MLIS inclou tant estudis sobre multilingüisme i economia com serveis lingüístics a empreses. Quant a serveis a empreses existeixen, entre d'altres, els projectes següents: SIML-10 SIM (Servei d'Informació Multilingüe per a Agències de Viatges). El projecte ofereix un servei centrat en els dos aspectes següents: *a*) una estratègia de comercialització per a ajudar les petites i mitjanes agències de viatges a establir una comunicació eficaç amb els seus proveïdors potencials (com els operadors turístics), consumidors (p. e. viatgers) i altres agències de viatges europees; *b*) les eines lingüístiques més recents que les ajudaran a aplicar aquesta estratègia utilitzant la tecnologia multimèdia i de xarxes. El projecte es dirigeix com a usuari del servei a una agència de viatges que durant anys ha treballat en el sector del mercat turístic transfronterer. El programa d'activitat de l'empresa consisteix en una expansió dels seus negocis a països en què la llengua oficial és diferent de la utilitzada en aquestes, però s'enfronten a dificultats derivades de les diferències lingüístiques i culturals. El servei proposat contribuirà al fet que l'usuari desenvolupi i utilitzi una estratègia de comercialització eficaç per a comunicar-se amb proveïdors potencials, com operadors turístics i consumidors (p. e. viatgers i altres agències de viatges europees i de la resta del món). Atès el gran nombre d'agències de viatges existents a Europa (més de 80.000), una estimació modesta mostra que aquesta estratègia permetrà que l'usuari augmenti el nombre dels seus proveïdors i clients potencials almenys en un 30 % en un període de 2 a 3 anys. El servei utilitzarà les eines lingüístiques avançades com les eines d'ajuda a la traducció, el reconeixement automàtic de termes, els textos multilingües, etc.

Un altre servei més genèric és el que desenvolupa el programa SIML-16 CCL (Centres de Consulta Lingüística per a les PIME). A través d'aquest

projecte es pretén crear un centre de consulta lingüística en línia que proporcionarà serveis d'informació i consulta, als quals es podrà accedir per mitjà de mercats electrònics i multilingües (començant pel danès, anglès, francès i alemany). El servei oferirà una assistència per a solucionar els problemes de gestió i de tecnologia lingüística de les PIME amb una orientació específica a l'empresa. Les PIME que necessitin assessorament sobre prestacions lingüístiques, selecció i introducció d'eines, configuració de bases de dades terminològiques, conversió de dades, tractament de documents redactats en una llengua estrangera o altres aspectes lingüístics, podran consultar la base de coneixements del CCL, una recopilació de les preguntes i respostes més freqüents i vincles amb altres llocs de la xarxa, o demanar assessorament específic directament al personal del CCL en línia. Els Seminaris d'Estratègia Lingüística proporcionaran una visió de conjunt més completa sobre la producció lingüística i ajudarà els participants a construir l'anomenat *Mapa d'orientació multilingüe*, que consisteix en un projecte estructurat amb el qual podran dotar de qualitat lingüística les seves entitats. Un estudi empíric de gestió lingüística per a les PIME serà un altre resultat important del projecte. Una anàlisi basada en l'experiència de consulta del CCL permetrà identificar les principals deficiències de les PIME en aquest àmbit i els exemples actuals de millores pràctiques.

El projecte SIML-19 EURO ASIA (servei modular multilingüe en línia per a les PIME europees que desitgin establir relacions amb Àsia), es fonamenta en un context en què la Unió Europea fomenta les relacions amb els països asiàtics de desenvolupament creixent i desitja que les PIME europees participin d'una manera més activa i competitiva. Així, hauran de crear-se serveis comuns comunitaris a Àsia per ajudar les PIME a franquejar les temibles barreres lingüístiques i culturals que caracteritzen especialment aquests mercats. Aquest projecte té com a objectiu proporcionar assessorament a les PIME i a les empreses d'assessoria amb la finalitat que millorin la seva capacitat per establir relacions duradores amb els socis asiàtics, tenint en compte les dificultats particulars de les PIME (manca de temps i dispersió), d'Àsia (diversitat dels països, accés lingüístic i cultural) i dels centres d'assessorament europeus a Àsia (dispersió, diversitat de les especialitzacions universitàries). La gran distància entre les llengües i cultures europees i asiàtiques, la dispersió dels recursos existents i el seu caràcter desigual i una conscienciació insuficient de les PIME són les principals dificultats que s'han de superar. Aquest servei ofereix els mòduls següents en versió multilingüe (en principi, en anglès i francès): *a)* SVP Àsia; *b)* solució multilingüe euroasiàtica; *c)* conscienciació interactiva multilingüe sobre les llengües i cultures asiàtiques; *d)* llistes i fòrums de debat multilingües a Internet.

El projecte SIML-15 SOLVIT (Estratègies per a Solucionar els Obstacles Culturals i Lingüístics en el Comerç Internacional) basa la seva raó de ser en

el fet que cada vegada més empreses europees (especialment PIME) participen en el comerç internacional i s'enfronten a barreres lingüístiques i culturals. Aquestes empreses han assolit diferents graus d'avanç en la comprensió de les vies per millorar el seu rendiment comercial mitjançant l'accés a estratègies comunicatives i lingüístiques internacionals. L'objectiu d'aquest projecte consisteix a produir un conjunt de pautes generals de millores pràctiques en la comunicació interlingüística i intercultural del sector empresarial i a fomentar la conscienciació sobre les solucions i els avantatges apropiats dels serveis multilingües i de les oportunitats que ofereixen. L'objectiu és la distribució electrònica de models de millores pràctiques d'empreses europees en forma de «manuals multimèdia» multilingües que es distribuïran a Internet com paquets de documents i demostracions independents. També es podria difondre separatament informació impresa. El projecte segueix la línia del National Languages for Export Awards del Regne Unit, que es distribueix a altres països europeus per mitjans electrònics. Les etapes planificades de SOLVIT inclouen la creació, producció, difusió i distribució per la xarxa d'una aplicació electrònica de «millores pràctiques» dissenyada per a demostrar l'èxit dels exportadors del Regne Unit, Alemanya, França i Espanya en haver franquejat les barreres lingüístiques i culturals del comerç. El projecte es proposa adaptar els actius anàlegs existents, material de vídeo inclòs, i convertir-los en aquesta aplicació. Aquesta aplicació, que inclourà llengües d'accés en neerlandès, alemany, francès, espanyol i anglès, pretén demostrar el valor econòmic de l'exportació d'estratègies lingüístiques i de l'èxit obtingut en utilitzar l'idioma del client. Les idees i prestacions es difondran entre les cambres de comerç i altres agències empresarials. La distribució es farà a través de demostradores a Internet i d'informació en pàgines web en anglès, alemany, espanyol, neerlandès i francès, i mitjançant la venda de guies multimèdia en cd-rom amb materials impresos a Europa.

El projecte SIML-9 ASITEL (Telecomunicació Internacional en Petites i Mitjanes Empreses: projecte pilot) permet que s'estableixi una comunicació entre dues empreses de diferents països en dues llengües diferents i funciona mitjançant un operador que tradueix la conversa de tots dos parlants. Aquest projecte permet que es combinin telecomunicació i interpretació simultània, al mateix temps que es manté contacte interpersonal. El projecte desenvoluparà un sistema semblant al d'Internet, mitjançant el qual la companyia es posarà en contacte amb el servei telefònic d'Espanya, Dinamarca o qualsevol altre dels països associats i sol·licitarà la llengua que necessiti. La sol·licitud es comunicarà a l'interpret disponible en aquell moment. A partir d'aquí, l'interpret s'encarrega de la connexió, interpretant simultàniament. ASITEL estudiarà les possibilitats que permetin crear el sistema més flexible possible tant per a les empreses com per als interprets. L'avantatge per a les compa-

nyies és evident i també els intèrprets es podran beneficiar d'aquest nou camp d'aplicació laboral mitjançant el desenvolupament d'un projecte innovador en l'àmbit del comerç internacional de les PIME.

Entre els estudis promoguts pel programa trobem SIML-EIESM (avaluació de l'impacte econòmic i social del multilingüisme a Europa) que analitza el mercat dels serveis lingüístics. La justificació d'aquest projecte alludeix al fet que el complex teixit del multilingüisme està poc documentat, per la qual cosa és necessari obtenir d'aquest una comprensió major i més sistemàtica, tant per calibrar-ne la importància social com per mesurar l'impacte econòmic del mercat dels serveis lingüístics a Europa. Cal destacar aquí la rellevància d'aquest estudi en la mesura que l'objectiu del projecte EIESM és dur a terme una àmplia auditoria de les conseqüències econòmiques, socials i tecnològiques que es deriven de la diversitat lingüística d'Europa. A aquest efecte, l'estudi recollirà dades macroeconòmiques desglossades per països, grups destinataris i tipus de serveis, i valorarà la naturalesa, la dimensió i les tendències del mercat dels serveis lingüístics en tots els països de l'Espai Econòmic Europeu (EEE), a saber: Àustria, Alemanya, Itàlia, Grècia, Espanya, Portugal, França, Bèlgica, Països Baixos, Dinamarca, Suècia, Finlàndia, Regne Unit, Irlanda, Luxemburg, Noruega, Islàndia i Liechtenstein. L'estudi comprèn dos camps d'investigació principals: *a)* avaluació del mercat de la traducció i la interpretació; *b)* avaluació i seguiment del mercat de les eines i els serveis multilingües. Figuren entre les seves tasques principals: *a)* concebre una metodologia per a estudiar estadísticament i mesurar l'impacte social i econòmic del multilingüisme, tant en el sector públic com en el privat; *b)* avaluar i observar de prop el mercat de la traducció i la interpretació, tant des del punt de vista de l'oferta com des de la demanda, així com el mercat secundari dels serveis i productes que serveixen de suport a la indústria de la traducció i la interpretació; *c)* avaluar la capacitat que tenen els ciutadans d'accedir a la informació i intercanviar-la a través de les xarxes en l'idioma de la seva elecció; *d)* avaluar i observar el mercat de les eines i els serveis multilingües, incloent la cobertura lingüística, les mancances i necessitats en matèria de serveis lingüístics a Europa; *e)* preveure les tendències i l'evolució futures, incloses les oportunitats empresarials i d'ocupació; *f)* difondre per escrit els resultats de la investigació i fer recomanacions pràctiques en el camp del multilingüisme a Europa.

Lamentablement encara no disposem de dades sobre l'avaluació d'aquests projectes. Però l'esperit dels projectes és, bàsicament, el d'afavorir el creixement econòmic en un context multilingüe. A diferència de les polítiques de promoció d'àmbit autonòmic observades amb anterioritat, s'acostuma a posar l'èmfasi en les llengües d'àmbit estatal. Es pretén, si això és possible, iniciar un procés d'adaptació de les empreses a una activitat econòmica més internacionalitzada a partir de la base que les llengües suposen un seriós obs-

tacle o barrera d'entrada d'empreses a l'esmentat context internacional. Així mateix, els criteris econòmics es perfilen com els principals en el moment de dissenyar els projectes. Així, s'espera des de la Unió Europea que, una vegada iniciats els projectes, aquests puguin autofinançar-se, que ofereixin serveis útils a les empreses i, per tant, siguin valoritzables en el mercat.

3.3.2. LA PROTECCIÓ LINGÜÍSTICA

Hem observat fins ara la intervenció lingüística amb caràcter promotor en el sector privat indicant que qualsevol actor pot dur a terme accions de política lingüística, si bé la major part correspon a institucions públiques. Examinarem ara les intervencions que corresponen en exclusiva a les institucions públiques com a detentors del monopoli de la creació i administració de normes legals i sancions, matèria que també podem denominar «intervencions públiques constrictives» en el sector privat.

Orientarem la nostra anàlisi cap a la principal font normativa de regulació lingüística en l'esfera privada, és a dir, la Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL) i en particular el títol v (l'activitat socioeconòmica). Destaquem aquesta llei tant pel seu abast legislatiu (matèries fins aleshores no regulades) com pel seu rang de llei i particularment perquè en termes socials ha suposat la participació i el debat sobre la protecció de les llengües en el mitjà socioeconòmic, no només per part dels actors polítics sinó també pels agents socioeconòmics implicats en el procés.

Hem d'aclarir, en primer lloc, que existeix una normativa anterior amb implicacions lingüístiques per a les empreses. Així, l'esmentada Llei 1/1983, del 18 d'abril, de normalització lingüística a Catalunya (LNL), ja feia referència a les activitats de les empreses de caràcter públic (empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals i empreses concessionàries, quan gestionen o exploten un servei concedit per les esmentades administracions)⁶⁶ amb relació a les quals l'art. 13 reclamava que «els empleats que tenen relació directa amb el públic posseiran el coneixement de català necessari per atendre amb normalitat el servei que els és encomanat». A més, existeixen nombrosos

66. Les obligacions lingüístiques no anaven més enllà de l'explotació del servei concedit. A més, s'inicia el procés regulador de diferents activitats econòmiques amb el Decret 389/1983, del 15 de setembre (DOGC, 368, del 30 de setembre), sobre etiquetatge dels productes que es comercialitzen a Catalunya, així com per altres fonts normatives com l'Ordre del 25 de juny de 1992 (DOGC, 1660, del 23 d'octubre) sobre control de transport de viatgers per carretera. Així mateix, des de l'àmbit estatal, cal destacar, el Reial Decret 1468/1998, del 2 de desembre (BOE 72, del 24 de desembre), pel qual s'aprova la norma general d'etiquetatge, presentació i publicitat dels productes d'alimentació.

decrets que afecten de diferents maneres sectors d'activitat concrets,⁶⁷ així com els derivats de la política de compres de la Generalitat.⁶⁸ Particularment, quant a la regulació prèvia a la LPL, s'ha destacat el paper de la Llei 3/1993, del 5 de març, de l'Estatut del Consumidor⁶⁹ en la regulació lingüística de l'atenció als consumidors⁷⁰ (Puig, 1998, p. 46) i els decrets que, regulant àmbits concrets, han aparegut arran d'aquesta (Milian, s. d.).

La Llei de política lingüística 1/1998, del 7 de gener. Aspectes constrictius en el sector privat

L'examen de la LPL ha estat realitzat des de diferents perspectives. En primer lloc, des d'un punt de vista jurídic, Puig (1998) ha detallat alguns dels aspectes relatius a l'esmentada llei, on destaca la revisió dels aspectes que afecten l'activitat socioeconòmica en l'entramat legal de referència. Des d'aques-

67. Per exemple, el Decret 147/1987, del 31 de març, pel qual es regula l'activitat industrial i la prestació de serveis en els tallers de reparació de vehicles automòbils a la Llei 17/1985, de la funció pública, que no hem d'oblidar que tenen conseqüències sobre les possibilitats d'accés a l'ocupació d'una part considerable dels treballadors per motius lingüístics.

68. Arran del Decret 107/1987, del 13 de març, sobre l'ús de les llengües oficials a Catalunya, hi ha especificacions lingüístiques per a contractes de subministrament i d'assistència tècnica com, per exemple, el Decret 322/1992 sobre la normalització lingüística dels programaris i els teclats.

69. Entre aquestes hi ha: Decret 53/1994, del 8 de febrer (DOGC, 1876, del 23 de març) sobre el règim de preus, reserves i serveis complementaris a establiments d'allotjament turístic; Decret 168/1994, del 30 de maig (DOGC, 1924, del 22 de juliol), de reglamentació de les agències de viatges; Decret 317/1994, del 4 de novembre (DOGC, 1983, del 9 de desembre), pel qual s'estableixen normes sobre l'ordenació i la classificació d'establiments de restauració; Decret 290/1995, del 28 de setembre (DOGC, 2126, del 10 de novembre) pel qual es regulen determinades activitats de prestació de serveis a domicili. Per a aprofundir en aspectes legislatius de la utilització del català en el món del comerç abans de l'Estatut del Consumidor (1993) i de la LPL (1998) vegeu: Antoni FONT I RIBAS (1986), «L'estatut lingüístic en el marc de les relacions comercials», *Llengua i Dret*; CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA DE GIRONA (1989), *Lleis i reglament sobre l'ús del català*, Generalitat de Catalunya, Diputació de Girona; Francesc FERRER, Josep CRAUÑAS (1990), *Els drets lingüístics dels catalanoparlants*, Barcelona, Edicions 62. Aquest últim tracta els aspectes empresarials i comercials àmpliament en els apartats 9 fins al 17 i el 23. També a Xavier ALBERTI, Josep VICENS (1994), *El català, eina normal de treball*, Girona, Federació d'Organitzacions Empresarials de Girona, apartat 2.3.

70. Concretament l'article 26.a reconeix el dret del consumidor a «rebre en català les informacions pertinents per al consum i ús dels béns, productes i serveis i en especial les dades obligatòries directament relacionades amb la salvaguarda de la seva salut i seguretat» i el 26.b reconeix el dret a rebre en català «els contractes d'adhesió, els contractes amb clàusules tipus, els contractes normalitzats, les condicions generals i la documentació que faci referència i es desprengui de la realització dels contractes citats». Alhora, l'article 27 determina que els establiments oberts al públic «han d'estar en condicions d'atendre el públic en les dues llengües oficials de Catalunya».

ta mateixa perspectiva, Milian (s. d.) emfatitza la llibertat d'expressió com a límit d'aquestes polítiques de manera similar a la que Branchadell (1996), de manera més completa havia realitzat des del punt de vista de la filosofia política normativa. D'altra banda, des del punt de vista de l'anàlisi politològica, i en particular des de l'anàlisi de polítiques públiques, Argelaguet (1998a i 1998b) ha examinat el procés d'elaboració de la llei a través dels textos més rellevants tramitats en el Parlament amb l'objecte de la LPL. L'avaluació del resultat de la LPL en unes breus conclusions (1998a) s'examina en termes de competència entre partits, accentuant distàncies i situacions particulars dels partits (crisis internes) i de replantejament social de tot el procés de normalització lingüística. Juntament amb aquests textos sistematitzadors existeix un volum ingent de textos periodístics de diversos tipus, amb major o menor militància lingüística, que són expressió del debat social entorn de la LPL.

La nostra tasca aquí consistirà en l'examen dels principals elements de debat en el procés d'elaboració de la LPL, orientats a la formalització en el pròxim capítol. Per dur a terme això ens cenyirem exclusivament als textos «oficials» de la llei o dels textos tramitats en el Parlament. L'interès es posarà en les principals idees de catalanització de l'esfera econòmica sorgides al llarg del procés, així com dels elements més destacats que al llarg del nostre escrit hem indicat sobre la relació entre llengua i activitat econòmica. Respecte d'això, considerem que les principals unitats d'anàlisi han de ser tant els actors polítics, particularment els grups parlamentaris, que impulsen en diferents direccions el procés de normalització lingüística, com els agents econòmics com a receptors de les despeses i els beneficis de la regulació finalment adoptada. No podem oblidar, en tot cas, que el resultat final no es pot entendre sinó com a resultat de les interaccions dels actors que formen part del procés, tant els petits, en la mesura que aconseguix influir en les decisions, com els agents econòmics i d'altres.⁷¹

El procés d'elaboració de la Llei de política lingüística 1/1998, del 7 de gener

El procés d'elaboració i aprovació de la LPL ha estat examinat per Argelaguet (1998a) situant-lo en la discussió parlamentària de manera molt deta-

71. S'ha considerat des de la ciència política que «la forta intervenció de l'Estat en els processos socioeconòmics i en l'organització cultural ha afavorit un gran increment en l'associacionisme privat amb finalitats de pressió sobre l'Estat» (Subirats, 1994, p. 26). D'aquesta manera, l'anàlisi de les polítiques públiques, almenys en una de les seves vessants, bé pot ser l'anàlisi de la reconstrucció de «producte» i l'acció de les administracions, posant-los en relació amb l'entorn cada vegada més complex caracteritzat per les interaccions entre aquelles i els diversos actors socials. (Subirats, 1989, p. 39.)

llada (p. 35-74), així com en el context polític immediat (p. 27-33). Bàsicament, el context polític es caracteritza per l'intent d'avançar en el procés de normalització lingüística per part de les forces nacionalistes catalanes, on el principal protagonista és CiU, la coalició electoral Convergència i Unió (CiU) formada pels partits Convergència Democràtica de Catalunya (CDC) i Unió Democràtica de Catalunya (UDC), que governa a la comunitat autònoma de Catalunya des de 1980.⁷² Dins el context polític immediat, observem que la principal força política nacionalista de tipus espanyolista present en el Parlament, el Partit Popular (PP), i la principal força nacionalista de tipus catalanista, CiU, formen part d'un pacte per a governar l'Estat espanyol després de les eleccions de 1996. Això suposa capacitat de pressió per part de CiU sobre el govern espanyol del PP, sense majoria absoluta, que juntament amb l'absència de sentències judicials pendents respecte a l'anterior LNL, configuren un moment propici per a la renovació del marc jurídic de la llengua a Catalunya (Argelaguet, 1998, p. 31-32).⁷³

Així, el Consell Executiu de la Generalitat aprovà el 18 de febrer de 1997 un text anomenat *Criteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya*, elaborat per la Direcció General de Política Lingüística, acompanyat per un informe de la Conselleria de Cultura sobre el funcionament de la LNL. Bàsicament, l'informe indicava la necessitat de can-

72. Les forces polítiques de Catalunya amb representació en el Parlament català i el seu pes parlamentari en el moment de negociació de la LPL queden recollides en la taula següent:

Parlament de Catalunya, 1997

	<i>Escons</i>	
<i>CDC</i>	45	Junts formen la coalició electoral i de govern CiU (60 escons)
<i>UDC</i>	15	
<i>PSC</i>	34	
<i>PP</i>	17	
<i>IC</i>	10	
<i>ERC</i>	9	
<i>PI</i>	4	
<i>Altres</i>	1	

73. Hem de tenir present que foren factors com l'oposició del PP i dels mitjans de comunicació favorables a aquest partit i al seu ideari i procediments judicials pendents en contra de l'antiga LNL, els que varen impedir que el 1993 es portés a terme la renovació del marc jurídic de la llengua.

vi de paradigma en la normalització lingüística, del coneixement a l'ús, assenyalant la insuficiència tant de la LNL, que titllava «d'insuficient i antiquada», així com l'escassa operativitat de l'Estatut del Consumidor de 1993, pel que fa a la normalització lingüística, que no havia aconseguit generar l'ús suficient de la llengua pròpia de Catalunya, ja que «resultava insuficient per a establir els deures respectius dels agents econòmics». D'altra banda, l'informe expressava la necessitat d'actualitzar la llei a causa dels grans canvis en les telecomunicacions esdevinguts des de 1983. Constatava problemes de normalització lingüística a les grans empreses públiques, citant RENFE i Iberia. Argumentava la manca d'una política constant de promoció en matèria de bonificacions i excepcions fiscals prevista en la llei de 1983. L'informe conclouia que era necessària una nova llei no centrada únicament en el català, essent-ne el fonament clau que els ciutadans o els consumidors són a títol individual els que tenen el dret d'escollir la llengua i, en definitiva, s'havien de reglamentar els deures dels agents econòmics per a garantir els drets lingüístics dels consumidors. És significativa la valoració negativa que fa l'informe dels convenis establerts amb col·lectius professionals, tal com es descrivia en l'apartat de promoció, fent èmfasi en els col·lectius d'advocats i procuradors, entre els quals l'èxit de la normalització lingüística era molt qüestionable. D'altra banda, es feia referència a la inexistència d'un aparell coercitiu o sancionador de la legislació existent sobre la normalització lingüística.

D'aquesta manera, la Direcció General de Política Lingüística llença la seva proposta de *Criteris...* que des d'un punt de vista «tècnic» i, segons els seus actors, tenint presents els programes electorals de tots els partits polítics, pretén abordar els problemes de l'ús del català plantejats a l'informe de la Conselleria de Cultura. A tall de síntesi, les taules annexes a aquest capítol estableixen una comparació dels elements proposats per la Direcció General de Política Lingüística en els seus *Criteris...* i el resultat final del procés de negociació parlamentària en tres aspectes concrets: l'activitat socioeconòmica, les indústries culturals i de la llengua i les garanties d'acompliment o règim sancionador. Es poden observar en la regulació exposada alguns dels trets més rellevants segons els ítems següents. En primer lloc, l'extensió de la restitució de la llengua catalana en aquelles empreses de relació oficial, ja siguin públiques o beneficiàries d'ajudes concedides per aquestes administracions. En segon lloc, diferents formes de promoció amb càrrec als pressupostos de la Generalitat i corporacions locals amb una especial incidència en el món de les indústries culturals, però també, pel que fa al món socioeconòmic, foment de convenis de treball amb clàusules lingüístiques i major dotació de recursos per a la formació del català a l'empresa. En tercer lloc, quant a la protecció dels drets lingüístics en l'activitat econòmica privada, es destaca l'extensió de criteris lingüístics en les empreses de servei públic així com en les empreses

que comercialitzen productes en diferent grau, però particularment dels que corresponen a la disponibilitat lingüística dels treballadors dels centres en qüestió, així com en la informació als clients i en l'etiquetatge dels productes. En quart lloc, pel que fa referència a les indústries culturals, destaquem l'establiment de quotes lingüístiques per als mitjans de radiodifusió i televisió de concessió així com per a la indústria cinematogràfica (no per a la premsa escrita, edició de llibres, registres sonors o programari informàtic, per als quals es preveuen subvencions, de la mateixa manera que per als mitjans abans esmentats). D'altra banda, quant a l'existència de sancions, aquestes han de ser considerades com a resultat de la interpretació sistemàtica de la normativa vigent, és a dir, encara que la llei no té un règim sancionador propi, ens hem de remetre als règims sancionadors d'altres lleis amb penalitzacions que oscil·len entre les 500.000 ptes. i els 100 milions (Puig, 1998, p. 53-56).

Naturalment, els costos i beneficis econòmics associats a aquestes mesures van planar durant el procés de negociació de la llei; així, tant partits polítics com agents econòmics realitzaren les seves valoracions dels aspectes en joc i en la mesura dels seus recursos modificaren les pretensions inicials del text *Criteris...* presentat per la Direcció General de Política Lingüística. En primer lloc, destacarem que la Ponència conjunta, formada per la totalitat dels grups parlamentaris encarregats d'elaborar la LPL, va confeccionar una llista d'associacions i institucions que calia que fossin tingudes en compte en el moment de la discussió de la LPL i que varen ser rebudes en audiència els dies 17 i 18 d'abril de 1997. Entre aquestes hi havia diferents agents socioeconòmics com el Consell de Cambres de Comerç de Catalunya, Fomento de Trabajo Nacional, SEFES, la Confederació Catalana de Comerç, l'Associació de Botiguers i Comerciants, l'Associació per a la Defensa de l'Etiquetatge en Català, CCOO, UGT, Unió de Pagesos, USOC, CGT, USTEC, CATAAC, Organització de Consumidors i Usuaris, diversos col·legis de professionals (advocats, periodistes i notaris), l'Associació d'Editors en Llengua Catalana, l'Associació de Cantants i Intèrprets Professionals en Llengua Catalana, l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català, l'Associació d'Actors i Directors Professionals.

Tanmateix, si bé les organitzacions patronals i les centrals sindicals així com alguns col·lectius molt específics varen estar representats directament durant la ponència, no es pot dir el mateix de la representació funcional dels interessos econòmics, és a dir, dels productors i/o distribuïdors dels diferents sectors implicats. En són exemples l'Associació d'Indústries d'Alimentació i Begudes de Catalunya, així com la Confederació d'Indústries Agroalimentàries de la UE i l'Associació d'Anunciants, que es va manifestar en contra de determinats preceptes de l'etiquetatge en català, crítica aquesta a la qual s'adhereix la Comissió Europea en funció del Tractat de Maastricht sobre la lliu-

re circulació de mercaderies (*El Periódico*, 29.7.97; *El País*, 23.9.97; *El País* 5.10.97).⁷⁴ Així, un dirigent de l'Associació d'Industrials d'Alimentació i Begudes indica «un excés de catalanitat lingüística en el món dels negocis redueix la competitivitat» (*El País*, 5.10.97).

Bàsicament, els agents socioeconòmics posen en relació les exigències lingüístiques previstes per a la LPL amb els recursos humans i la realitat productiva de les empreses catalanes. Així, la Confederació de Comerç de Catalunya (CCC) va manifestar que «fins a aquest moment s'ha imposat en el món del comerç un estil pragmàtic, que facilita les relacions entre comerciants i usuaris, i no creiem que aquest clima pugui modificar-se amb la nova llei». Segons la CCC, el projecte de llei ja es compleix, perquè en tots els comerços els clients són atesos en la llengua que empren: «Ningú obre un comerç a Catalunya sense saber català» (*El País*, 25.2.97). En aquest mateix sentit explica la seva postura l'Associació de Botiguers de Catalunya (ABC), que manifestaven convençuts que la futura llei no resultaria problemàtica per a l'activitat comercial. Respecte a les sancions, «ningú incompleix a la pràctica l'ús de les dues llengües, ja que s'hi juguen l'eficàcia del negoci». D'altra banda, la Junta de la Patronal Foment de Treball, segons el seu secretari general, manifestava la necessitat d'un període de consultes amb els diferents sectors econòmics, «perquè coneguin quins costos comporta l'aplicació d'un determinat precepte en un sector concret [...] pot succeir que uns costos molt grans comportin un avenç molt petit en l'ús del català mentre que d'altres mesures més efectives costin molt menys [...] no és el mateix un comerç gran que un de petit, no és el mateix un comerç especialitzat que un que no ho està». Des d'un altre punt de vista, CCOO valora els costos econòmics des de la perspectiva sindical davant el problema que podria suposar que el desconeixement del català dificultés l'accés a un lloc de treball o que posés en perill el que ja es té. La llei en aquest sentit hauria de canalitzar recursos que «garantissin formació» per a qualsevol que la necessiti (*El País*, 16.4.97).

Des del punt de vista del posicionament dels partits, encara que això ho formalitzarem en el capítol següent, citarem aquí breument alguns dels posicionaments significatius, que en el pla qualitatiu ens poden ajudar a comprendre millor el resultat final del procés de negociació. Així, enfront de la proposta de criteris de la llei, sorgeixen diferents formes d'oposició manifes-

74. Un dels problemes que es planteja en moltes empreses és l'etiquetatge en català, que, tot i estar regulat, no avança per les dificultats que suposa controlar quins productes acaben en el mercat català i quins en surten fora. Agustí Contijoc, president del PIMEC, una organització que agrupa petites i mitjanes empreses catalanes, explica que l'etiquetatge en català i castellà no hauria de suposar cap problema, «però en l'ambient del país —Espanya— aquest no és el moment idoni per admetre que els arribi una etiqueta en català [...] una petita empresa de serveis no en pot assumir l'obligatorietat» (*El País*, 16.4.97).

ta. Des de la mateixa coalició CiU, on UDC, un partit que en gran mesura, i amb el risc de simplificar, té entre els seus electors un important pes en el món empresarial català, manifesta, a través del seu líder Duran i Lleida, reserves a la regulació de l'ús de les llengües en el comerç i altres activitats socioeconòmiques privades. Destaca el fet que les discrepàncies en el seu moment foren valorades com a punts de vista diferents entre UDC i el Govern i no entre la coalició (*El País*, 25.2.97).⁷⁵ Particularment, «CiU pretén evitar la imatge d'una coalició amb fissures», especialment davant del procés electoral (*El País*, 21.6.97). Així, la justificació de les divergències d'UDC amb les propostes dels *Criteris* s'argumenta segons els tècnics de la Direcció General de Política Lingüística, on la posició del Govern és més tècnica que partidista, manifestant-se per tant incongruències amb la primera lògica exposada per la Direcció General, en la qual, per a l'elaboració de la proposta *Criteris* s'havien tingut presents els programes de tots els partits polítics. D'altra banda, el PP es va manifestar en termes de «gradualitat» i no d'imposició sobre l'esfera privada: «si el bilingüisme es pot assegurar des d'un punt de vista legislatiu és només perquè la societat catalana en té tendència». Així, el PP rebutja l'adopció de sancions posicionant-se clarament al costat de la defensa de la política de dignitat igualitària: «no sacrificarem principis irrenunciabls com l'esfera dels drets individuals i de la realitat bilingüe de Catalunya perquè s'assoleixin falses unanimitats» (*El País*, 14.3.97). ERC (en declaracions del seu secretari general, Lluís Carod-Rovira) difereix substancialment d'aquesta posició, exigint que el mateix text de la nova llei contingui una prescripció de quotes i sancions per tal que la llei no sigui «una declaració de principis i que no serveixi per a res» (*El País*, 14.3.97). El PSC, dintre de la seva estratègia denominada *catalanisme integrador*, comparteix «en aspectes generals» molts dels criteris del govern català. Tot i així, es va expressar en desacord amb la regulació de la conversació entre dues persones «ja que és legislar contra natura». El partit se situa en contra dels criteris que apunten a l'obligatorietat imperativa en la vida quotidiana i es mostra partidari del fet que no es reguli en quina llengua han de ser atesos els catalans. És a dir, s'oposa a regular l'idioma que facin servir els particulars (*ABC*, 20.2.97). De la mateixa manera, aquest partit destaca que «hi ha el perill de crear un clima d'intolerància si la gent pot anar exigint que se la despatxi en castellà o català» (*El País*, 25.3.97). Per part d'IC-V, aquest partit va expressar durant la ponència que considera que el

75. Això encaixa amb la lògica argüida pels tècnics de la Direcció General de Política Lingüística, on la posició del govern és més tècnica que partidista. Tanmateix, els comitès d'enllaç dels socis de la coalició i després dels resultats negatius d'aquests partits en les eleccions municipals de 1999, per exemple, s'acostumen a consensuar les estratègies de la coalició, en les quals solen tenir un pes important les polítiques identitàries.

document de la Generalitat és vàlid i just per començar a treballar, encara que manifesten: «queda poc subratllada la necessitat de fomentar el català. Seria un error polític greu aprovar una llei i continuar retirant recursos per a l'ensenyament de la llengua». Així mateix, IC-V va fer la proposta que en l'últim preliminar de la nova llei es reconeguessin solemnement els drets lingüístics dels ciutadans com a mesura destinada a evitar que els ciutadans castellano-parlants se sentin discriminats (*La Vanguardia*, 21.6.97). El PI (en manifestacions del president del grup mixt i líder del PI, Àngel Colom) critica que el document mostri «una excessiva cautela en qüestions socioeconòmiques», indicant que existeix una timidesa excessiva per a intentar incloure el PP dins el consens (*El País*, 20.3.97).

Com a conseqüència d'aquests posicionaments i de la capacitat de pressió dels actors esmentats més amunt, la llei final ha matisat, corregit i fins i tot eliminat gran part dels continguts inicialment plantejats. D'aquesta manera, pel que fa a la disponibilitat lingüística, per exemple, la LPL mostra el resultat següent: del text articulat ha desaparegut tota referència a *correspondre* i a la necessitat que les empreses hagin de disposar de personal amb la capacitat lingüística necessària per a exercir aquesta obligació. El text final recull que «les empreses han d'estar en disposició d'atendre els seus consumidors en la llengua que escullin». D'aquesta manera, segons recullen els diaris, «la Generalitat renuncia a imposar al comerç la obligació de usar la llengua del client. El Gobierno de la Generalitat está dispuesto a renunciar a su pretensión inicial de exigir que las empresas privadas dispongan de empleados que contesten en catalán cuando un cliente utilice esa lengua. Buscando el consenso social y político, la ley lingüística reconocerá el derecho del consumidor a expresarse en la lengua de su elección y por tanto a que el interlocutor entienda la lengua. La misma regulación se aplicará a todos los profesionales» (*El País*, 14.6.97). Aquest era un dels principals punts d'oposició per a molts partits i havia creat desconfiança entre les entitats d'immigració i a un bon nombre d'empresaris. Arribem així, fruit de la pressió dels actors i de la falta de consens, a una nova definició en termes de «disponibilitat lingüística» que reforça el bilingüisme passiu. La mesura posa de manifest l'extensió del coneixement del català i un nou pas en el procés de normalització lingüística en termes de gradualitat.

Com a resultat final, la LPL afecta de manera especial les empreses públiques, les empreses de servei públic, la retolació comercial i la contractació en massa. També afecta l'atenció al públic per part de les empreses que presten serveis a Catalunya i a l'etiquetatge de productes amb denominació d'origen. D'altra banda, estableix determinades indicacions per al foment del català en la publicitat, especialment la que es fa en les vies públiques, i en la contractació laboral. Com a mesura d'adaptació de les empreses, la normativa no serà

aplicable fins el 29 de gener de l'any 2000 o del 2003 segons els casos i, segons el govern, l'aplicació es farà buscant la col·laboració dels implicats. Durant l'any 1998 s'ha volgut actuar preferentment per la via dels convenis amb grans empreses o organitzacions empresarials amb la voluntat d'aprofitar: l'efecte exemplificador i multiplicador que la implantació dels grans agents econòmics en l'aplicació de la Llei i l'ús del català sobre la resta de la societat, així com el fet que sovint són aquestes empreses les que tenen més capacitat econòmica per a afrontar les noves necessitats que genera l'aplicació de la Llei.

En tot cas, el que hem exposat fins aquí, no dona compte de les 669 esmenes plantejades pels grups parlamentaris en els textos que havien de servir de base per a la futura LPL i que d'una manera sistemàtica ha sintetitzat Argelaguet (1998), ni dels milers d'articles publicats en la premsa diària catalana sobre el procés de negociació dels quals es deriven múltiples orientacions instrumentalistes i finalistes d'una LPL i de les seves conseqüències sobre el món socioeconòmic. És per això que per fer un examen del procés de negociació ens remetem a l'últim capítol.

ANNEX

CRITERIS DEL GOVERN PER A L'ELABORACIÓ D'UNA LLEI D'ÚS DE LES LLENGÜES OFICIALS A CATALUNYA (APROVATS PEL CONSELL EXECUTIU DE LA GENERALITAT EL 18.2.97) I LLEI 1/1998, DEL 7 DE GENER, DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (PROPOSICIONS QUE AFECTEN DIRECTAMENT L'ÀMBIT SOCIOECONÒMIC)

TAULA 3.7

La protecció en l'àmbit socioeconòmic

	<i>Criteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
<i>Les empreses públiques</i>	F.1. Les empreses públiques catalanes i els concessionaris s'equipararan a les administracions de les quals depenen pel que fa a l'ús del català, fins i tot en les comunicacions i usos interns i externs.	Article 30 1. Les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, així com les seves empreses concessionàries quan gestionen o exploten el servei que els és concedit, han d'utilitzar normalment el català en les seves actuacions i documentació internes i en la retolació, les instruccions d'ús, l'etiquetatge i embalatge dels productes o serveis que produeixen o ofereixen. 2. Les empreses a les quals es refereix l'apartat 1 han d'utilitzar normalment el català en les comunicacions i notificacions, incloses les factures i la resta de documents de tràfic, dirigides a persones residents en l'àmbit lingüístic català, sense perjudici del dret dels ciutadans i les ciutadanes a rebre-les en castellà o, en el seu cas, en català, si ho sol·liciten.

TAULA 3.7 (Continuació)

La protecció en l'àmbit socioeconòmic

	<i>Críteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
<i>Les empreses concertades o subvencionades</i>	F.6. A les empreses que hagin subscrit un concert o conveni de col·laboració amb les administracions catalanes, o bé siguin beneficiàries d'ajudes o subvencions, es preveu l'ús del català en els productes o serveis que estiguin directament vinculats a l'objecte de l'ajuda o conveni, sempre proporcionalment i en la mesura que resulti compatible amb l'ajuda rebuda i l'activitat de l'empresa.	Article 33 Les empreses que han subscrit un concert o conveni de col·laboració amb la Generalitat o les corporacions locals de Catalunya, o que són beneficiàries d'ajudes o subvencions d'aquestes, han d'utilitzar el català, almenys, en la retolació, en els avisos i en la documentació dirigits al públic, com a mínim, quan estiguin vinculats a l'objecte de l'ajuda o el conveni.
<i>Les empreses de serveis públics</i>	F.2. Les empreses de serveis públics de transports, comunicacions o subministres, sigui quina sigui la seva titularitat, utilitzaran el català de manera generalitzada en els seus usos externs.	Article 31 1. Les empreses i entitats públiques o privades que ofereixen serveis públics, com són les de transport, subministrament, comunicacions i altres, han d'utilitzar el català, almenys, en la retolació i en les comunicacions megafòniques. 2. Les comunicacions i notificacions escrites dirigides a persones residents a Catalunya per les empreses i entitats a què es refereix l'apartat 1, incloses les factures i altres documents de tràfic, han de realitzar-se almenys en català, sense perjudici del dret dels ciutadans i les ciutadanes a rebre-les en castellà si ho sol·liciten. 3. Totes les disposicions de l'apartat 2 amb relació a les factures i altres documents de tràfic s'entenen sense perjudici de la competència de l'Estat per a organitzar els esmentats serveis quan els presta directament o mitjançant les seves empreses i entitats.
<i>L'atenció al públic</i>	F.4. Les empreses dedicades a la venda de productes o a la prestació de serveis (comercials, turístics, lúdics, professionals i sanitaris) que desenvolupin les seves activitats a Catalunya, sigui quina sigui la seva titularitat, hauran d'estar en condicions de poder atendre i correspondre els ciu-	Article 32 1. Les empreses i els establiments dedicats a la venda de productes o a la prestació de serveis que desenvolupen la seva activitat a Catalunya, cal que estiguin en condicions de poder atendre els consumidors i les consumidoras quan s'expressen en qualsevol de les llengües oficials a Catalunya.

TAULA 3.7 (Continuació)

La protecció en l'àmbit socioeconòmic

	<i>Críters del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
	tadans en qualsevol de les dues llengües oficials de Catalunya i, en conseqüència, hauran de comptar amb el personal que tingui la capacitat lingüística necessària, a un nivell adequat a les seves funcions.	2. El Govern de la Generalitat ha de promoure, amb les mesures adequades, l'increment de l'ús del català en l'àmbit a què fa referència l'apartat 1. 3. La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuàries i consumidores dels establiments oberts al públic han de ser redactats, almenys, en català. Aquesta norma no s'aplica a les marques, els noms comercials i els rètols emparats per la legislació de la propietat industrial.
<i>La informació a les persones consumidores i usuàries</i>	F.3. Es garantirà sempre específicament el dret del ciutadà a demanar les comunicacions en qualsevol de les dues llengües.	Vegeu articles 32, 34 i 36.
<i>Etiquetatge</i>	F.7. Es regularà l'etiquetatge i embalatge dels productes seguint la doctrina de la Sentència del Tribunal Constitucional 147/1996, del 19 de desembre. Pel que fa als béns comercialitzats a Catalunya, es permetrà l'etiquetatge només en català, només en castellà o només en una llengua europea fàcilment comprensible, però s'exigirà la constància en català i castellà de les dades obligatòries de l'etiquetatge de productes alimentaris envasats, a excepció dels productes de producció artesana i de productes tòxics i verinosos que es distribueixin en l'àmbit territorial de Catalunya. Pel que fa als béns produïts a Catalunya, s'establiran criteris que n'afavoreixin l'etiquetatge en català.	Article 34 1. Les dades que figuren a l'etiquetatge i a l'envàs i les instruccions d'ús dels productes que es distribueixen dins l'àmbit territorial de Catalunya poden figurar en català, en castellà o en qualsevol altra llengua de la Unió Europea. 2. El Govern de la Generalitat ha de regular per reglament la informació a les persones consumidores i usuàries de sectors determinats, i l'etiquetatge i les instruccions d'ús dels productes industrials o comercials que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, en especial els dels productes alimentaris envasats, els perillous i els tòxics, així com el tabac, per garantir la presència progressiva del català en aquests, seguint els principis de la present Llei, les normes de la Unió Europea i de la resta de l'ordenament jurídic. 3. Les dades obligatòries i les informacions voluntàries addicionals que figuren en l'etiquetatge de productes catalans que gaudeixen de denominació d'origen, denominació comarcal o denominació de qualitat i dels productes artesans que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, han de ser necessàriament, com a mínim, en català.

TAULA 3.7 (Continuació)

La protecció en l'àmbit socioeconòmic

	<i>Criteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
<i>La publicitat</i>	F.8. S'establirà el principi que la publicitat institucional de les institucions catalanes o de les seves empreses públiques sigui preferentment en català. F.9. S'establirà un principi de foment del català en la publicitat realitzat per mitjà de tanques publicitàries que afectin el paisatge lingüístic.	Article 35 1. En la publicitat institucional de la Generalitat i de les administracions locals, de les seves empreses públiques o concessionàries i de les altres institucions i corporacions catalanes de dret públic realitzada en l'àmbit territorial de Catalunya, ha d'utilitzar-se de manera general el català. 2. El Govern de la Generalitat i les entitats locals han d'afavorir, estimular i fomentar amb mesures apropiades, l'ús del català en la publicitat, especialment la de la via pública, amb l'objectiu que sigui la llengua d'ús normal del sector.
<i>L'activitat professional i laboral</i>	F.5. S'establirà el principi de disponibilitat lingüística en tots els despatxos i les consultes professionals situats a Catalunya.	Article 36 1. El Govern de la Generalitat i els col·legis professionals han de fomentar l'ús del català en les activitats professionals. 2. El Govern de la Generalitat ha d'estimular i fomentar l'ús del català en els centres de treball, en les relacions laborals i en els convenis col·lectius, pactes d'empresa i contractes de treball, i ha de promoure la participació directa dels sindicats i les organitzacions empresarials per assolir aquest objectiu. 3. Els convenis col·lectius de treball i els pactes d'empresa poden contenir clàusules lingüístiques orientades a fomentar el coneixement del català dels treballadors i treballadores i a garantir-ne l'ús en els centres de treball i contractes laborals, fulls de salari i la resta de documentació. El Govern de la Generalitat ha d'estimular que els convenis col·lectius incorporin aquestes clàusules. 4. Els rètols i les informacions de caràcter fix que continguin text, que estan a l'interior dels centres laborals, dirigits a les persones que treballen en aquests, cal que figurin, almenys, en català.

TAULA 3.8

La protecció en els mitjans de comunicació i en les indústries culturals i de la llengua

	<i>Criteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
<i>Els mitjans de radiodifusió i televisió públics</i>	E1. Es mantindran els criteris lingüístics establerts a la Llei 7/1983 per als mitjans de la CCRTV, que seran també d'aplicació per a les emissores de radiodifusió i televisió locals gestionades directament pels ajuntaments.	Article 25 1. En els mitjans de radiodifusió i televisió gestionats per la Generalitat i per les corporacions locals de Catalunya, la llengua normalment utilitzada ha de ser la catalana. En aquest marc, els mitjans dependents de les corporacions locals poden tenir en compte les característiques de la seva audiència. 2. Sense perjudici de l'aplicació d'allò disposat en els apartats 1 i 5 de l'article 26, els mitjans a què es refereix l'apartat 1 del present article han de promoure les expressions culturals de Catalunya, especialment les que es produeixen en llengua catalana. 3. La Corporació Catalana de Ràdio i Televisió ha de garantir la programació regular d'emissions radiofòniques i televisives en aranès per a La Vall d'Aran. 4. El Govern de la Generalitat ha de facilitar la recepció correcta a Catalunya de les televisions d'altres territoris que emeten en llengua catalana.
<i>Els mitjans de radiodifusió i televisió de concessió</i>	E2. S'establiran quotes d'emissió per als operadors de televisió per cable i ones terrestres, seguint la normativa de la Llei 8/1996 del 5 de juliol, i del Decret 320/1996, de l'1 d'octubre. Es seguirà el mateix criteri per a futures televisions privades d'àmbit autonòmic. E3. S'establiran quotes lingüístiques d'ús del català a les emissores de radiodifusió amb freqüències concedides per la Generalitat.	Article 26 1. Sense perjudici de l'aplicació de la Llei 8/1996, del 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable, les entitats a què es refereix la mencionada Llei ha de garantir que com a mínim el cinquanta per cent del temps d'emissió de programes de producció pròpia de qualsevol tipus i dels altres teleserveis que ofereixen sigui en llengua catalana. 2. Allò disposat en l'apartat 1 s'aplica també als concessionaris de televisions de gestió privada d'àmbit territorial a Catalunya. 3. Les emissores de radiodifusió de concessió atorgada per la Generalitat han de garantir que com a mínim el cinquanta per cent del temps d'emissió sigui en llengua catalana, si bé el Govern de la Generalitat, atenen les característiques de la seva audiència, pot modificar per reglament aquests percentatges. 4. El Govern de la Generalitat ha d'incloure l'ús de la llengua catalana en percentatges superiors

TAULA 3.8 (Continuació)

La protecció en els mitjans de comunicació i en les indústries culturals i de la llengua

	<i>Críters del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
		als mínims establerts com un dels críters en l'adjudicació de concessions d'emissores de televisió per ones terrestres, de canals de televisió distribuïda per cable i de les emissores de radiodifusió. 5. Les emissores de radiodifusió i televisió han de garantir que en la programació de música cantada hi hagi una presència adequada de cançons produïdes per artistes catalans i que com a mínim el vint-i-cinc per cent siguin cançons interpretades en llengua catalana o en aranès. 6. Les emissores a què fa referència el present article que emeten o distribueixen per a la Vall d'Aran han de garantir una presència significativa de l'aranès en la seva programació.
<i>Els mitjans de comunicació escrits</i>	E4. Es mantindran els principis de foment públic en els mitjans de comunicació escrits en català, amb una clarificació dels críters objectius de concessió de subvencions (comercialització, difusió i ús del català) i tractament específic de la premsa comarcal.	Article 27 1. En els mitjans de comunicació escrits i en les publicacions periòdiques editades per la Generalitat i per les corporacions locals, la llengua normalment utilitzada ha de ser la catalana. 2. El Govern de la Generalitat ha de fomentar i pot subvencionar les publicacions periòdiques de difusió general redactades totalment o majoritària en català. 3. El Govern de la Generalitat i les corporacions locals han de fomentar i poden subvencionar les publicacions periòdiques d'àmbit local o comarcal redactades totalment o majoritària en català. 4. L'atorgament de les subvencions a què es refereixen els apartats 2 i 3 ha de seguir críters objectius de difusió, comercialització i ús del català, dintre de les previsions pressupostàries i sota control del Parlament o dels plens de les corporacions locals.
<i>Les indústries culturals i les arts de l'espectacle</i>	E5. Es mantindran i es reforçaran els principis de foment i recolzament a les indústries culturals, com la producció, edició i distribució del llibre en català; la producció i el doblatge de la cinematografia i el vídeo; l'estímul a la seva distribució i exhibició en els espectacles i la cançó en català.	Article 28 1. El Govern de la Generalitat ha d'afavorir, estimular i fomentar: a) La creació literària i científica en català, la difusió dintre i fora de l'àmbit lingüístic propi i la traducció a altres llengües d'obres literàries i científiques en català, així com la traducció al català d'obres escrites en altres idiomes.

TAULA 3.8 (Continuació)

La protecció en els mitjans de comunicació i en les indústries culturals i de la llengua

	<i>Críteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
		b) L'edició, distribució i difusió de llibres i publicacions periòdiques en català. c) La producció cinematogràfica en català i el doblatge i la subtitulació en català de pel·lícules d'expressió original no catalana, i la distribució, en qualsevol format, i exhibició d'aquests productes. d) La producció, distribució i difusió de gravacions sonores i de material audiovisual en català. e) La producció i representació de les arts de l'espectacle en català. f) La creació, interpretació i difusió de música cantada en català. g) La producció, edició i distribució de material escrit i auditiu en llengua catalana destinat a persones invidents, i una oferta cultural bàsica, en català, per a aquest mateix sector. h) Qualsevol altra manifestació cultural pública en català. 2. Totes les mesures que s'adoptin per tal de fomentar l'ús del català en les indústries culturals i altres han d'aplicar-se amb criteris objectius, sense discriminacions i dintre de les previsions pressupostàries. 3. A fi de garantir una presència significativa de la llengua catalana en l'oferta cinematogràfica, el Govern de la Generalitat pot establir per reglament quotes lingüístiques de pantalla i de distribució per als productes cinematogràfics que es distribueixen i s'exhibeixen doblats o subtitulats en una llengua diferent a l'original. Les quotes establertes per a les produccions cinematogràfiques doblades o subtitulades en català no poden excedir del cinquanta per cent de l'oferta de distribuïdores i exhibidores en còmput anual i han de fonamentar-se en criteris objectius. La corresponent regulació ha de ser realitzada en el marc de la Llei de l'Estat 17/1994, del 8 de juny, de protecció i foment de la cinematografia, i segons el règim que aquesta estableix.

TAULA 3.8 (Continuació)

La protecció en els mitjans de comunicació i en les indústries culturals i de la llengua

	<i>Críteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
<i>Les indústries de la llengua i la informàtica</i>	E6. S'introduirà el principi de foment en l'enginyeria lingüística, en la informàtica i en els multimèdies en català.	Article 29 El Govern de la Generalitat ha d'afavorir, estimular i fomentar amb mesures adequades: a) La investigació, producció i comercialització de tot tipus de productes en català relacionats amb les indústries de la llengua com són, els sistemes de reconeixement de veu, de traducció automàtica i similars, o altres possibles d'acord amb els avenços tecnològics. b) La producció, distribució i comercialització dels programaris, dels jocs d'ordinador, de les edicions digitals i de les obres multimèdia en llengua catalana, i la traducció, si procedeix, d'aquests productes al català. c) La presència de productes i informacions en català en les xarxes telemàtiques d'informació.

TAULA 3.9

La promoció de la llengua en l'esfera socioeconòmica

	<i>Críteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
<i>L'acció de foment</i>	G.1. S'establiran mesures de foment i exempcions o bonificacions fiscals.	Article 37 Les mesures de foment 1. El Govern de la Generalitat ha d'afavorir, estimular i fomentar l'ús del català en les activitats laborals, professionals, mercantils, publicitàries, culturals, associatives, deportives, lúdiques i de qualsevol altre tipus. 2. El Govern de la Generalitat i les corporacions locals, en l'àmbit de les respectives competències, han de fomentar la imatge pública i l'ús del català i poden establir bonificacions i exempcions fiscals per als actes relacionats amb la normalització i el foment de l'ús de la llengua catalana.

TAULA 3.9 (Continuació)

La promoció de la llengua en l'esfera socioeconòmica

	<i>Críteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
		Article 38 Els centres de recolzament 1. El Govern de la Generalitat, d'acord amb les corporacions locals, ha de crear i subvencionar centres dedicats a fomentar el coneixement, l'ús i la divulgació del català, en especial allà on així ho exigeixi la situació sociolingüística. Aquests centres de recolzament depenen del Consorci per a la Normalització Lingüística, que actua com a òrgan de desenvolupament de les polítiques territorials de normalització. 2. Els centres a què es refereix l'apartat 1 han de disposar dels mitjans humans i materials suficients per a l'exercici de les seves funcions. Article 39 Les mesures de planificació 1. El Govern de la Generalitat s'ha de dotar d'instruments de planificació lingüística general consistents en programes periodificats, a fi d'establir els objectius i les mesures més convenients en cada moment i avaluar-ne els resultats. L'elaboració dels instruments de planificació ha de ser concertada amb els distints agents i col·lectius implicats i han de tenir-se en compte els principis de participació, simplificació i eficàcia (i més). Disposició addicional sisena: Les dotacions econòmiques En els pressupostos de la Generalitat s'han de realitzar les consignacions necessàries per portar a terme les actuacions i adoptar les mesures derivades de l'execució de la present Llei amb els mitjans i recursos suficients, amb una especial atenció al cost d'un sistema educatiu plurilingüe, d'una administració en règim de doble oficialitat i de la difusió cultural en una llengua d'àmbit restringit, tenint en compte, també, les necessitats objectives de distribució territorial i sectorial.

TAULA 3.10

El règim sancionador

	<i>Criteris del Govern per a l'elaboració d'una llei d'ús de les llengües oficials a Catalunya (18.2.97)</i>	<i>Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL)</i>
<i>Garanties d'acompliment</i>	Les garanties de respecte als drets lingüístics dels ciutadans reconeguts per la present Llei. En aquest punt, el text legislatiu s'haurà de remetre a d'altres normes actualment vigents. I en concret: — A les normes reguladores de la funció pública. — A les normes reguladores de l'exercici professional. — A la Llei 8/1996 del 5 de juliol, i a les lleis de l'Estat 31/1987, del 18 de desembre, d'ordenació de les telecomunicacions i 25/1994, del 12 de juliol, per la qual s'incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 89/552/CEE. — A la Llei 1/1990 del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i la defensa dels consumidors i els usuaris.	Disposició addicional cinquena: La present Llei no estableix sancions per als ciutadans i les ciutadanes, però: a) L'incompliment dels preceptes de l'article 26 es considera incompliment de les condicions essencials de la concessió, al qual ha d'aplicar-se el règim sancionador que estableix la Llei 8/1996, del 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable, i les lleis de l'Estat 31/1987, del 18 de desembre, d'ordenació de les telecomunicacions, i 25/1994, del 12 de juliol, per la qual s'incorpora a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 89/552/CEE. b) L'incompliment dels preceptes dels articles 15, 30, 31 i 32.3 imputable a les empreses i entitats concernides es considera una negativa injustificada a satisfer les demandes de les persones usuàries i consumidores, a la qual ha d'aplicar-se el règim sancionador que estableix la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i usuaris.

4. FORMALITZACIÓ DEL PROCÉS DE NEGOCIACIÓ I RESULTAT DE LA LLEI 1/1998, DEL 7 DE GENER, DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA ENTORN DELS CONCEPTES DE *RESTITUCIÓ*, *PROMOCIÓ* I *PROTECCIÓ* DE LA LLENGUA*

El procés pel qual s'ha elaborat la Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística (LPL), com en el cas de moltes altres lleis, ha estat una negociació per la qual s'han cercat fórmules per a la formació d'una coalició de partits polítics (*membres de la coalició guanyadora*) que a partir d'unes determinades propostes o proposicions (*agenda —lingüística*, en aquest cas) aprovés en el Parlament de Catalunya uns determinats continguts finals (*resultat del procés* —la LPL en el cas que aquí ens ocupa). El nostre objectiu aquí es descriure i explicar el procés seguit i el resultat final d'aquesta negociació. Amb aquesta finalitat emprarem les teories explicatives de la formació de coalicions, que des de la ciència política positiva, identifiquen l'estructura de recompenses que s'estableix en el moment d'establir una coalició.

4.1. TEORIES DE LA FORMACIÓ DE COALICIONS

Existeixen dues escoles de pensament principals entre aquells que apliquen la Teoria de Coalicions. Aquestes poden ser designades com *teoria de la dimensió* i *teoria de les polítiques* (Holler, 1984).

Quant a la teoria de la dimensió, aquesta s'origina amb l'obra de Von Newmann i Morgenstern (1947) *coalicions guanyadores mínimes*, modificada posteriorment per Riker (1962) i Gamson (1962). Aquesta teoria es basa en el

* Hem d'agrar les aportacions realitzades per Antonio Terceño per a la realització d'aquest capítol, i en particular sobre l'aplicabilitat de la teoria de conjunts borrosos a l'objecte de estudi.

principi de la dimensió, segons el qual l'objectiu dels partits és la minimització del nombre de partits o parlamentaris de la coalició. Els teòrics de la dimensió argumenten que els partits prefereixen formar part de coalicions «tan petites com sigui possible». Aquesta forma de racionalitat es deu al fet que la coalició de govern és elegida amb l'objectiu de controlar una suma fixa de beneficis a repartir entre el menor nombre de membres de la coalició. Les regularitats observades a la pràctica i que determinen la formació de les coalicions són, des d'aquesta perspectiva, el nombre d'escons total i el nombre disponible d'aquests per a cadascun dels partits polítics. Així, els beneficis de participar en el govern que tenen els partits polítics són l'element a maximitzar. Com menys siguin els partits o els parlamentaris, més proporció de recursos gestionarà cada partit polític o parlamentari de la coalició.

Quant a la teoria de les polítiques, des de posicionaments com els de Leiserson (1966) o De Swaan (1972) s'argüeix que els beneficis derivats de l'acció de govern provenen de les polítiques públiques que s'adopten. Cada partit té unes preferències vers la política que desitja implementar, per tant, cada partit intentarà participar de la coalició que generi polítiques més pròximes als seus propis interessos. En la mesura que les polítiques públiques són béns col·lectius, els beneficis d'aquestes per als membres de la coalició són independents de la dimensió de la coalició. Per aquest motiu és de suposar que les coalicions es formen per partits pròxims en una determinada escala ideològica. Aquí, les regularitats a observar són el nombre d'escons totals en propietat de cada partit i les distàncies ideològiques genèriques vers els principals *cleavages* socials, on l'element a minimitzar és la distància ideològica entre els membres de la coalició.⁷⁶

Aquests, però, no són els únics criteris que poden guiar la formació de coalicions. De fet, qüestions que afecten crucialment la vida d'un país suposen en ocasions l'adopció d'altres criteris per a la formació de coalicions. Així, una elecció bàsica en la seva forma més simple és si les decisions en els sistemes democràtics es prenen per la regla de la majoria, o per mitjà de qualsevol altra mena de consens que compromet a tots o la majoria de grups interessats. Concretament, des dels anys seixanta, els científics socials han posat molta atenció en models de presa de decisió basats en el consens, en societats dividides però marcadament pluralistes, països on la segmentació social i el pluralisme cultural s'han combinat amb èxit amb l'estabilitat social. Aquestes societats s'han denominat *democràcies consociacionals* (MacRae, 1994).

76. Així mateix, es poden examinar els processos de formació de coalicions mitjançant l'ordenació lexicogràfica dels dos criteris comentats més amunt (Taylor, 1996).

4.2. HIPÒTESIS DE TREBALL

Donada la natura del procés estudiat, és a dir, la tramitació d'una llei sobre un bé col·lectiu pur, ens inclinem a pensar que els partits polítics cerquen aquella coalició que millor satisfaci els posicionaments d'aquests al voltant de les proposicions concretes que es negocien. En aquest sentit, l'objectiu dels partits polítics és coalitzar-se amb altres forces polítiques que tinguin uns interessos al més compatibles possible amb els propis. Ara bé, hem de tenir present que en termes de rendibilitat política dels resultats, aquesta coalició hauria de ser prou petita perquè els posicionaments dels partits integrants d'aquesta no es dilueixin en el resultat finalment adoptat (donada la possible heterogeneïtat dels membres que formin la coalició). Un element clau a tenir present serà la disponibilitat dels partits polítics a la negociació, és a dir, a variar les seves preferències inicials. Dit d'una altra manera, que els posicionaments dels partits polítics, lluny de ser inamovibles, presentin cert grau de flexibilitat o fins i tot pateixin d'indefinició o vaguetat. Així, un posicionament ambigu d'un partit li permet la possibilitat d'acceptar polítiques pròximes, encara que diferents, a la política preferida per part d'aquest partit. Per contra, un partit amb una postura rígida o «inflexible» situa la negociació en una dinàmica on només s'està disposat a acceptar com a resultat de la negociació la pròpia política.

Tenint en compte la problemàtica indicada més amunt, introduïm aquí, com a novetat, el tractament de l'ambigüïtat o vaguetat dels posicionaments dels partits polítics davant d'una determinada política. D'aquesta manera, advertim que les teories de minimització de la distància política ubiquen els partits en postures clarament definides sobre una o més escales (De Swaan, 1991). Des d'aquesta perspectiva s'acostumen a situar els partits en escales, per exemple, una escala de Likert amb graus 1-7 (de menys favorable a més favorable amb un determinat contingut de l'agenda de negociació), on se situa cada partit. Per exemple, se situa el partit polític A en el posicionament 7, el partit B en el posicionament 5 i el partit C en el 4. Sense més dades i en el supòsit que la coalició final hagués d'estar formada per 2 partits polítics, tot sembla indicar que els partits B i C formarien coalició en tant que són més pròxims en l'escala plantejada. Tot i això, en aquest supòsit res no indica que la política resultant de la coalició resulti un punt intermedi dels posicionaments de B i C. Res no indica que els partits es trobin en disposició de renunciar al seu posicionament inicial, és a dir, que el partit C abandoni el grau 4 per a situar-se en un punt intermedi (4,5) amb B. El procés de formació de coalicions es defineix millor, al nostre parer, per la capacitat dels partits per a negociar, a trobar punts en comú amb la resta de partits. Partirem aquí del supòsit que la capacitat dels partits per a adoptar una política diferent de la seva política preferida pot ser reflectida per la vaguetat dels seus posiciona-

ments davant d'una política concreta, indicant que explicar aquesta vaguetat pot conduir a una millor comprensió del procés en conjunt.

Així, establim la hipòtesi que a partir d'uns posicionaments dels partits polítics davant l'agenda negociadora, la llei resultant del procés de negociació serà aquella que produeixi una coalició mínima guanyadora on es minimitzin les distàncies polítiques entre partits. Així, les regularitats a observar són les següents: *a)* les proposicions de l'agenda lingüística subjectes a negociació; *b)* el posicionament, inclosa la vaguetat d'aquest, de cada partit respecte a cada proposició de l'agenda; *c)* el nombre total d'escons; *d)* el nombre d'escons de cada partit polític. A efectes de contrastació de la hipòtesi ens plantejarem una cinquena regularitat a observar, *e)* el resultat final de la negociació (LPL) per a cadascuna de les proposicions. L'observació d'aquesta regularitat ens permetrà indicar quins partits han resultat més beneficiats o perjudicats en el procés de negociació quan comparem el resultat amb els posicionaments particulars. D'altra banda, ens permetrà refusar la hipòtesi en la mesura que quan s'estableixin coalicions mínimes guanyadores entre partits amb posicionaments allunyats del resultat final de la llei no podrem afirmar que el mecanisme de formació de coalicions és el que s'expressa més amunt. És a dir, haurem de considerar que aquesta coalició es troba dominada per altres coalicions, formades per mecanismes diferents.

Quant als continguts debatuts i la seva incidència en el món socioeconòmic, sens dubte, les proposicions remeten a factors que condicionen el procés de negociació i els resultats. Les proposicions, segons siguin restitutives, promotores o protectores, tindran una incidència diferent en l'activitat socioeconòmica, ja sigui en els costos econòmics per a les empreses o els establiments comercials de les barreres lingüístiques per als treballadors o d'adaptació a la nova normativa de l'activitat lingüística (proposicions protectores); costos a càrrec dels pressupostos públics per a transformar els usos lingüístics a les empreses (proposicions promotores); o la normativització dels comportaments lingüístics a les empreses públiques (proposicions restitutives). Així, hem de considerar que el posicionament dels partits polítics obeeix a certa ubicació ideològica relativa al nacionalisme lingüístic o al mode d'organització social de la producció, entenent aquest últim factor com a fonamental de la política en joc.

Per tant, una segona hipòtesi a contrastar és que els interessos econòmics que advertim de manera diferenciada en les proposicions de l'agenda lingüística incideixen en el resultat de la negociació. En la mesura que la llengua té un paper essencial en l'economia, unes llengües determinades suposen un major potencial competitiu en l'esfera de mercat que d'altres. Per tant, trobarem en la negociació processos diferenciats per a les diferents categories de polítiques (restitutives, promotores i protectores), en la mesura que aquestes remeten de forma desigual a competitivitat econòmica i política identitària. Així,

en aquest doble objectiu de reafirmació nacional per la via lingüística i recerca de l'eficiència econòmica, trobarem contradiccions en els posicionaments dels mateixos partits polítics i processos de negociació complexos fins que ambdós tipus d'interessos resultin compatibles.⁷⁷

4.3. LES UNITATS D'ANÀLISI I D'OBSERVACIÓ

Les unitats d'anàlisi com a subjectes de les interaccions del procés de negociació són els partits polítics de la cinquena legislatura (1995-1999) del Parlament de Catalunya. A efectes analítics⁷⁸ considerem les formacions següents: Convergència Democràtica de Catalunya (CDC), Unió Democràtica de Catalunya (UDC), Partit Socialista de Catalunya (PSC), Partit Popular (PP), Esquerra Republicana de Catalunya (ERC) i Iniciativa per Catalunya - Verds. D'altra banda, considerem la coalició electoral i el govern formats per aquest últim: Convergència i Unió (CiU). El pes parlamentari o nombre d'escons de cada partit, sobre un total de 135 escons, és el següent: CDC, 45; UDC, 15; PSC, 34; PP, 17; IC-V, 10; ERC, 9; la resta, 5. Considerarem el pes de CiU igual a 0. Aquest posicionament que prenem té el seu origen en els posicionaments divergents entre CDC i UDC respecte a la llei que hem observat en lectures prèvies. En aquest sentit, els socis de coalició estan condicionats per la recerca d'acords tant entre ells com amb la resta de partits polítics d'acord amb la seva política preferida. D'altra banda, no podem menysprear el posicionament de CiU en tant que és protagonista de l'acció de govern i impulsor de la política a negociar.

Per a conèixer el posicionament dels partits polítics ens remetem als parlamentaris de la legislatura que va tramitar la LPL com a unitats d'observació.

77. D'altra banda, i com a línies hipotètiques a tenir en compte, la rigidesa i flexibilitat dels posicionaments dels partits polítics és atribuïble a diversos elements: la rigidesa pot ser atribuïda a un efecte demostració de l'ideari del partit davant les bases electorals. En aquest sentit, no participar d'una llei pot suposar majors beneficis electorals en la mesura que els electors observen que el «no» a una determinada proposició contribueix a consolidar una línia de pensament i acció d'un partit, tot i els costos de no participar en aquesta llei. Per la seva banda, la flexibilitat pot ser atribuïda a valoracions de tipus consociacional, que l'electorat pot percebre també positivament, particularment per aquells partits que han iniciat el procés parlamentari de negociació, per als quals no arribar a cap polític pot ser interpretat com un fracàs de l'acció de govern. En una altra línia d'interpretació, les posicions poc fermes d'un partit polític poden atribuir-se a fractures internes dintre d'aquest. En tot cas, s'haurà de tractar d'explicar els orígens dels posicionaments dels partits, ubicant-los en el seu context de referència.

78. A efectes de simplificació, considerem només aquelles forces polítiques amb més d'un 5 % del total de parlamentaris presents en el Parlament.

Així, les unitats d'observació són els 135 parlamentaris en la seva qualitat de coneixedors del programa i el posicionament dels partits.

4.4. OPERACIONALITZACIÓ DE CONCEPTES: LES CATEGORIES DE LES PROPOSICIONS DE L'AGENDA LINGÜÍSTICA

Els posicionaments dels partits s'adopten sobre les proposicions de l'agenda lingüística (conjunt de proposicions a debat en el procés). De la mateixa manera, el resultat del procés (LPL) pren valors en referència a l'agenda lingüística, on la LPL aconsegueix amb major o menor grau les proposicions de l'agenda lingüística. Així, hem d'operacionalitzar les proposicions de l'agenda lingüística a fi d'ubicar el posicionament dels partits polítics respecte a aquesta i en la mesura que la LPL és compatible amb els objectius considerats en l'agenda lingüística.

En el capítol anterior hem indicat que els processos de normalització i les polítiques dirigides a aquests poden ser classificats en tres categories principals. Bàsicament, la classificació que podem dur a terme és la següent: *a*) proposicions de restitució (proposicions que remeten al reconeixement formal de la llengua i, per tant, la llengua pròpia de les institucions i empreses públiques); *b*) proposicions de promoció (proposicions que remeten a ajuts i incentius econòmics, no constrictius, per a augmentar l'ús social d'una determinada llengua); *c*) proposicions de protecció (proposicions que remeten a normes constrictives, de compliment obligatori per part de les empreses, i habitualment subjectes a algun tipus de cost econòmic que han d'assumir les empreses, sobre l'ús social de la llengua).

Les categories presentades remeten a voluntats genèriques sobre els processos de normalització lingüística. Sens dubte, perquè sorgeixi algun efecte sobre els parlants, han de ser establertes proposicions concretes sobre les quals articular aquestes tipologies. Aquestes proposicions no són altres que les debatudes en el moment de renovar el marc jurídic de la llengua i que aquí denominem *agenda lingüística*. Els continguts essencials d'aquesta agenda són:

— En termes de restitució:

- Proposició genèrica

(P2) La normalització ha de continuar avançant en la restitució formal de la llengua catalana. És a dir, el restabliment i/o reconeixement del català com a llengua pròpia i oficial de Catalunya.

- Proposicions d'actuació concreta

(P11) S'han d'equiparar les empreses públiques catalanes a les administracions, pel que fa a l'ús del català, tant a nivell de treball intern com extern.

(P12) S'ha de generalitzar l'ús del català en els productes o serveis per a empreses beneficiàries d'ajuts concedits per la Generalitat.

(P16) La publicitat institucional i de les empreses públiques serà preferentment en català.

— En termes de promoció:

- Proposició genèrica:

(P3) La normalització lingüística ha de promoure el català i el seu ús social, per mitjà d'una indústria cultural forta, promoure la formació en el lloc de treball i les activitats d'oci. Els instruments són ajuts i incentius econòmics, tant selectius com generals, per a l'ús del català.

- Proposicions d'actuació concreta:

(P9) S'ha de fomentar, mitjançant partides pressupostàries específiques de la Generalitat, la formació lingüística del català a l'empresa.

(P10) S'ha de fomentar l'ús del català en els centres de treball, per mitjà de pactes d'empresa i convenis col·lectius.

— En termes de protecció:

- Proposició genèrica:

(P4) La normalització lingüística ha de protegir el català i el seu ús social davant de llengües majoritàries com l'anglès o el castellà. S'ha de garantir que els catalanoparlants puguin emprar la seva llengua en les seves activitats quotidianes. Les mesures de protecció de la llengua poden incloure quotes en el mitjans de comunicació i/o sancions a institucions i empreses.

- Proposicions d'actuació concreta:

(P5) S'ha de generalitzar l'ús del català en els usos externs (a d'altres empreses o clients) en les empreses de serveis públics, de comunicacions, de transports o subministres.

(P6) Els establiments comercials que prestin un servei al ciutadà hauran de trobar-se en disposició d'atendre'l en la llengua oficial que triï (implica el coneixement passiu de les llengües oficials per part dels treballadors d'atenció al públic).

(P7) Els establiments comercials que prestin un servei al ciutadà hauran de trobar-se en condicions de correspondre'l en la llengua oficial que triï (impliqua el coneixement actiu de les llengües oficials per part dels treballadors d'atenció al públic).

(P8) S'ha de garantir el dret del ciutadà a sol·licitar la comunicació (de les empreses) en qualsevol dels dos idiomes (en factures, correspondència...).

(P13) Les normes sobre l'etiquetatge i embalatge s'han d'efectuar segons la STC 147/1996. (En els productes comercialitzats a Catalunya, es permetrà l'etiquetatge només en català, només en castellà o només en una altra llengua europea fàcilment comprensible, però s'exigirà la constància bilingüe de les dades obligatòries de l'etiquetatge de productes envasats —a excepció dels de producció artesana— i dels productes tòxics o verinosos que es distribueixin a Catalunya.)

(P14) La «nova llei del català» haurà de contenir un règim sancionador propi amb multes a empreses, treballadors i institucions.

Podem observar com les proposicions P2 —restitució—, P4 —promoció— i P5 —protecció— corresponen a proposicions genèriques sobre el procés de normalització lingüística, mentre que la resta de proposicions corresponen a actuacions més concretes sobre l'esfera socioeconòmica. Les primeres bé poden correspondre a l'esperit que orienta la llei (*politics*), mentre que les segones corresponen a com s'articula concretament una política pública (*policies*). En definitiva, les proposicions indicades són aquelles sobre les quals s'estableixen els posicionaments dels partits polítics i que tenint en compte la hipòtesi plantejada són fonamentals per a identificar les possibles coalicions i els seus respectius resultats o «mons possibles».

4.5. LA TEORIA DE CONJUNTS BORROSOS: IMPLICACIONS DEL MESURAMENT DELS POSICIONAMENTS DELS PARTITS POLÍTICS I EL TRACTAMENT DEL PROCÉS DE FORMACIÓ DE COALICIONS EN UN CONTEXT DE SUBJECTIVITAT I NO EXCLUSIVITAT

Hem indicat amb anterioritat que estem interessats a identificar els posicionaments dels partits polítics en un context de vaguetat o manca d'exclusivitat. Un partit pot situar-se de manera ambigua davant d'una determinada proposició de l'agenda lingüística. Estem treballant, doncs, amb problemes d'assignació de valors a les variables que defugen el requisit d'exclusivitat (els distints atributs que componen la variable han de ser mútuament excloents: o el partit polític és favorable a una determinada proposició o és

desfavorable, però mai totes dues categories alhora).⁷⁹ D'altra banda, en el moment de l'adjudicació de valors als posicionaments dels partits ens trobem davant del problema de la subjectivitat: quin informant té autoritat per a designar que un posicionament és el que realment ha adoptat un partit polític?

Un tractament dels posicionaments en termes d'exclusivitat ajuda poc a identificar la disponibilitat d'un partit polític a negociar o variar el seu posicionament inicial o preferit. Per tant, necessitarem eines o tècniques de representació dels fets adequades per a la contrastació empírica de les hipòtesis anunciades.

Davant la problemàtica metodològica plantejada, farem nostres alguns dels principis bàsics de la teoria matemàtica dels conjunts borrosos, que té com a principal aplicació el tractament de la vaguetat. Lofti A. Zadeh inicià la teoria *fuzzy* ('borrosa') l'any 1965 a partir de la teoria de conjunts de G. Cantor.⁸⁰ Amb aquesta teoria basada en la lògica borrosa, Zadeh contribuï fonamentalment a la representació lògica del coneixement i del raonament humà que sempre resulten, indefugiblement, imprecisos o aproximats. A diferència de la lògica clàssica, en la lògica borrosa, el raonament precís és només un cas límit del raonament aproximat; en aquesta, tot és qüestió de grau. D'ací es desprèn la idea ja no estàtica i abstracta del «vertader» o «fals» sinó

79. L'elaboració d'un coneixement vàlid a través de la recerca empírica basada en l'extracció de la informació a partir de predicats lingüístics implica plantejar-nos els criteris de validesa de les proposicions amb les quals treballem. Segons la lògica clàssica, un argument és vàlid si la seva conclusió es dedueix necessàriament de les seves premisses. D'aquesta definició extrauríem tres condicions que han de ser complides per la construcció de proposicions vàlides. Primerament, els conceptes que constitueixen les proposicions han de denotar una realitat possible. Seguidament, aquests conceptes han de correspondre amb conceptes clars i distints; p. e. exemptes de foscor (termes que escapen a la nostra imaginació) o de vaguetat (indeterminació o indefinició). Finalment, la proposició no ha de ser contradictòria, és a dir, ha de ser lògicament possible i susceptible de representar un fet en concret. Si seguim aquests criteris de validesa que provenen de la lògica clàssica, ens trobem amb què els enunciats amb els quals treballem presenten certes dificultats metodològiques, ja que ens enfrontem amb el fenomen de la vaguetat, de la imprecisió. Expressions pròpies del llenguatge quotidià tals com «un poc», «bastant», «molt», «quasi», «un poc menys que» posen en relleu el caràcter relacional de la veritat —que no relatiu—, així com la necessitat de treballar amb la incertesa que impregnen conceptes que no es caracteritzen per la seva claredat ni la seva distinció, sinó per definir-se en termes graduals.

80. A partir de les aportacions de George Cantor (1845-1918) la matemàtica ja no es refereix únicament a un fet concret sinó a un conjunt de fets. A més a més, ja no treballa només amb igualtats sinó també amb desigualtats, llurs resultats ja no es mesuren exclusivament per la seva certesa sinó també pel seu grau de probabilitat. En breu, la idea de precisió és substituïda per la d'aproximació, la qual és una noció clau de les matemàtiques modernes. (Trillas, Alsina i Terricabras, 1995, p. 38.)

relacional de «graus de veritat». El concepte de *subconjunts borrosos* s'origina com un intent de superar la rigidesa de la teoria clàssica de conjunts per a agrupar proposicions que, per la natura d'allò que representen, no presenten un canvi brusc en anteposar la negació «no» i per tant, en certa manera, neguen el principi de la lògica clàssica de la no-contradicció. Des de la teoria dels subconjunts borrosos es pretén treballar matemàticament amb classes de pertinença on almenys la qüestió de «sí» o «no» és una qüestió de grau. Si seguim Trillas (1992), aquests conjunts sorgeixen en el coneixement comú en classificar objectes d'un univers conegut que responen a una determinada propietat, de manera que no sols la verifiquen o no la verifiquen sinó que la verifiquen de manera parcial en molts casos: propietats que es prediquen dels subjectes en qüestió en cert grau.⁸¹ Per tant, la pertinença d'un objecte a un subconjunt no és radical sinó que és qüestió de grau. El grau de pertinença d'un objecte a un conjunt es representa per mitjà d'un nombre real entre 0 i 1, on 0 representa la no-pertinença i 1 la pertinença completa. En el nostre objecte d'estudi, per tant, una proposició de l'agenda lingüística no s'aprova o es refusa sinó que es materialitza en cert grau o pertany fins a cert punt a la categoria de promoció, de la mateixa manera que també pot pertànyer a restitució o protecció alhora i en diferents graus. Igualment, la postura d'un partit polític davant l'agenda pot contenir un cert grau d'ambigüitat, però no de manera que el seu posicionament sigui favorable o desfavorable, sinó que pot estar alhora a favor i en contra d'un determinat contingut de l'agenda.

El posicionament de cada partit polític serà considerat com un subconjunt borros, o dit d'una altra manera, els posicionaments es caracteritzen per ser predicats vagues. Entenem aquí que, d'una banda, els posicionaments són incerts en la mesura que podem ubicar aquests respecte a cada partit tant d'acord com en desacord amb una determinada proposició de l'agenda lingüística. D'altra banda, podem parlar d'un determinat nivell de pertinença en la mesura que tot i la indefinició del partit, aquest té una estructura de preferències determinada davant l'agenda lingüística. Es tracta, en definitiva, de superar els problemes en el mesurament dels posicionaments dels partits on no es dona el principi d'exclusivitat.

81. D'altra banda, molt genèricament, «si la lògica és la ciència dels principis formals i normatius del raonament, la lògica borrosa es refereix als principis formals del raonament aproximat amb el raonament precís considerat com a cas límit [...] De fet, el raonament ordinari es realitza per mitjà de raonaments "dèbils" per oposició als "forts" de les matemàtiques [...] L'aspecte central dels sistemes de la lògica borrosa és que, a diferència dels de la lògica clàssica, tenen la capacitat de modelar formes de raonament no precís, que tenen un paper essencial en la notable habilitat humana per prendre decisions racionals en entorns d'incertesa i imprecisió» (Trillas, 1992).

Podem partir del mesurament dels posicionaments dels partits polítics mitjançant l'associació de valors a les proposicions de l'agenda, utilitzant una escala del tipus Likert (en aquest cas, una escala semàntica amb set valors) amb les correspondències següents:

- 1 = Si el partit polític «està en desacord» amb un determinat contingut de la llei.
- 2 = Si el partit polític «està quasi en desacord».
- 3 = Si el partit polític «està més en desacord que d'acord».
- 4 = Si el partit polític «no està ni d'acord ni en desacord».
- 5 = Si el partit polític «està més d'acord que en desacord».
- 6 = Si el partit polític «està quasi d'acord».
- 7 = Si el partit polític «està d'acord».

Els set possibles valors sobre els quals es poden ubicar els posicionaments és el que aquí denominarem *referencial*.

Pot succeir que cada parlamentari tingui una percepció subjectiva diferent sobre la categoria del referencial on ubicar cada partit polític. Amb la fita de captar la subjectivitat de l'entorn, cada parlamentari —com a unitat d'observació— ha d'ubicar en el referencial tots els partits polítics respecte a totes les proposicions. Aquesta forma de recollida d'informació possibilita la ubicació dels posicionaments al llarg de tot el referencial, el·ludint l'exclusivitat en el tractament de la informació. Així, a tall d'exemple, les formacions CiU, PSC i PP han estat ubicades per 33, 29 i 29 parlamentaris, respectivament. 25 parlamentaris han situat CiU com «d'acord» amb P4 (promoció genèrica), no obstant això, 8 parlamentaris han situat CiU respecte a la proposició per sota del grau de pertinença 7 o la seva correspondència semàntica «d'acord». Situacions similars succeeixen amb el PSC i el PP en l'exemple indicat.

TAULA 4.1

Posicionament de tres partits polítics davant P4 (promoció)

Partit polític	Referencial (graus d'acord)							n(*)
	1	2	3	4	5	6	7	
CiU	0	0	1	1	2	4	25	33
PSC	2	3	5	5	2	3	9	29
PP	18	4	2	4	1	0	0	29

(*) Nombre total de parlamentaris que han situat cada partit en el referencial.

Amb l'objectiu de fer comparables els diferents posicionaments polítics procedim a la normalització dels resultats, és a dir, $\mu = 1$ (nivell de pertinença = 1) per a la categoria del referencial que suma un major nombre de «subjectivitats» (respostes per a cada categoria del referencial). Per a obtenir la taula normalitzada simplement dividim les respostes de cada grau d'acord o element del referencial per la moda o el nombre de respostes de la categoria del referencial amb un major nombre absolut de «subjectivitats».

TAULA 4.2

*Posicionaments normalitzats de tres partits polítics
davant la proposició P4 (promoció)*

Partit polític	Referencial (variable grau d'acord)							Card. (*)
	1	2	3	4	5	6	7	
CiU	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	1,0	1,3
PSC	0,3	0,2	0,6	0,6	0,2	0,3	1	3,2
PP	1	0,2	0,1	0,2	0,1	0	0	1,6

(*) Cardinalitat o suma de tots els valors del referencial.

A aquesta última representació del posicionament de cada partit polític l'anomenem *subconjunt borrós* i representa la funció de pertinença d'un partit a un referencial. Els subconjunts així representats permeten l'expressió dels posicionaments de manera que s'observa un *interval de confiança*, és a dir, l'interval de categories del referencial on situem el partit polític; i un nivell de pertinença, és a dir, la possibilitat que un partit es situï en una determinada categoria del referencial. En l'exemple anterior, l'interval de confiança de CiU inclou les categories 5, 6 i 7 (és a dir, entre «més d'acord que en desacord» i «d'acord»). Per al PSC, l'interval de confiança és tot el referencial (entre «en desacord» i «d'acord»). Quant al nivell de pertinença, per a CiU, la categoria del referencial 7 té un nivell de pertinença 1 (màxim), mentre que la categoria 5 té un nivell de pertinença 0,1 (10 vegades inferior que el de la categoria 7). Així, podem indicar que és més possible que CiU es trobi «d'acord» amb la proposició que «més d'acord que en desacord». Emfasitzem aquí el terme *possible* en lloc de *probable*, indicant que no ens fonamentem en fets sinó en valoracions subjectives aportades pels parlamentaris.

En l'última columna de la taula anterior hem indicat la *cardinalitat* (card.) dels subconjunts borrosos. Aquesta ens serveix per avaluar el grau de borrositat o vaguetat de cada posicionament. Així, amb més cardinalitat tindrem un posicionament més vague, o si es prefereix, menys rígid, sobre una determinada proposició. La cardinalitat es calcula simplement sumant els nivells de pertinença de totes les categories del referencial. En l'exemple anterior, CiU i PP posseeixen els posicionaments més rígids sobre la proposició: el primer, clarament favorable i el segon, clarament desfavorable. En canvi, el PSC ofereix una lectura més complexa o vaga que els dos partits anteriors.

Un cop hem determinat el posicionament dels partits resta la tasca d'identificar quines coalicions es produiran en funció dels posicionaments. Existeixen nombrosos mètodes per a calcular la distància entre conjunts borrosos. Aquí ens inclinarem a observar les similituds entre els diferents posicionaments mitjançant la fórmula de coincidència d'un subconjunt A en un subconjunt B. Aquesta fórmula permet observar la similitud del posicionament entre diferents partits polítics des del punt de vista següent: cada partit polític té una percepció sobre el posicionament de la resta de partits que no necessàriament és mútuament compartida. La coincidència del partit A en el partit B pot ser diferent a la del partit B en el partit A. Bàsicament, els partits amb un posicionament molt rígid poden trobar-se inclosos en els posicionaments d'un partit amb un posicionament més vague. Per al partit que es posiciona de manera rígida i que té un posicionament que cau per complet dins del posicionament més ample d'un altre partit, la coincidència o similitud és igual a 1. El partit polític del posicionament rígid veu reflectides en l'altre partit les seves aspiracions (perquè el partit polític de posicionament ampli reflecteix, entre d'altres, els posicionaments del partit rígid). En canvi, un partit amb un posicionament ampli o vague «no hi cap» en el posicionament d'un partit més rígid o menys ambigu.

D'aquesta manera, podem trobar la *matriu de similituds o de coincidència* $[x, x]$ entre posicionaments de partits polítics que dona lloc a una matriu reflexiva i antisimètrica. En aquesta matriu s'expressa la manera en què el partit A està inclòs en el partit B i viceversa. A partir d'aquesta matriu podem establir diferents nivells de negociació en la mesura que els partits hagin de rebaixar les seves postures inicials, és a dir, en la mesura que els partits acceptin formar coalicions amb altres partits polítics amb posicionaments diferents als propis. Vegem-ne un exemple concret:

TAULA 4.3

Posicionament normalitzat de les formacions davant P14 (sancions)

	1	2	3	4	5	6	7	Card.
<i>CiU</i>	0,00	0,20	0,40	0,00	0,33	0,47	1,00	2,40
<i>CDC</i>	0,00	0,13	0,31	0,06	0,25	0,38	1,00	2,13
<i>UDC</i>	0,25	0,25	1,00	0,13	0,38	0,63	1,00	3,63
<i>PP</i>	1,00	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,07
<i>PSC</i>	1,00	0,44	0,31	0,13	0,13	0,00	0,06	2,06
<i>ERC</i>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,08	1,00	1,16
<i>IC</i>	0,11	0,11	0,44	0,56	0,67	0,67	1,00	3,56
<i>LPL</i>	0,17	0,83	0,83	1,00	0,50	0,67	0,33	4,33

Considerem la fórmula de coincidència d'un subconjunt A en un subconjunt B:

$$S(A,B)^{82} = \frac{|A \cap B|}{\text{Card A}}$$

Semànticament pot ser expressada de la manera següent: la coincidència del subconjunt A en el subconjunt B és igual al sumatori de les interseccions d'A en B dividit per la cardinalitat d'A. El resultat es trobarà sempre entre 0 (posicionaments no coincidents en absolut) i 1 (posicionaments idèntics).

Considerem, per exemple, la similitud d'ERC amb CDC:

Intersecció (mínim) en la categoria 1 del referencial: $0 \text{ (ERC)} \cap 0 \text{ (CDC)}$	= 0
Intersecció (mínim) en la categoria 2 del referencial: $0 \text{ (ERC)} \cap 0,13 \text{ (CDC)}$	= 0
Intersecció (mínim) en la categoria 3 del referencial: $0 \text{ (ERC)} \cap 0,31 \text{ (CDC)}$	= 0
Intersecció (mínim) en la categoria 4 del referencial: $0 \text{ (ERC)} \cap 0,06 \text{ (CDC)}$	= 0
Intersecció (mínim) en la categoria 5 del referencial: $0,08 \text{ (ERC)} \cap 0,25 \text{ (CDC)}$	= 0,08
Intersecció (mínim) en la categoria 6 del referencial: $0,08 \text{ (ERC)} \cap 0,38 \text{ (CDC)}$	= 0,08
Intersecció (mínim) en la categoria 7 del referencial: $1 \text{ (ERC)} \cap 1 \text{ (CDC)}$	= 1
Suma de les interseccions	= 1,16

82. La coincidència del subconjunt B en el subconjunt A és igual al sumatori de les interseccions d'A en B dividit per la cardinalitat d'A.

Si sumem els punts de trobada o interseccions per a cadascuna de les categories del referencial entre els partits polítics resulta que aquestes sumen 1,16. Quan dividim aquesta xifra per la cardinalitat (vaguetat total) d'ERC que és 1,16, obtenim que la coincidència d'ERC en CDC és 1 (total). El posicionament d'ERC té espai dintre de CDC. Des de la perspectiva d'ERC, CDC pot arribar a adoptar una política totalment favorable als interessos d'ERC.

Quan considerem la similitud de CDC amb ERC, observem el següent:

Intersecció (mínim) en la categoria 1 del referencial: $0 \text{ (ERC)} \cap 0 \text{ (CDC)}$	= 0
Intersecció (mínim) en la categoria 2 del referencial: $0 \text{ (ERC)} \cap 0,13 \text{ (CDC)}$	= 0
Intersecció (mínim) en la categoria 3 del referencial: $0 \text{ (ERC)} \cap 0,31 \text{ (CDC)}$	= 0
Intersecció (mínim) en la categoria 4 del referencial: $0 \text{ (ERC)} \cap 0,06 \text{ (CDC)}$	= 0
Intersecció (mínim) en la categoria 5 del referencial: $0,08 \text{ (ERC)} \cap 0,25 \text{ (CDC)}$	= 0,08
Intersecció (mínim) en la categoria 6 del referencial: $0,08 \text{ (ERC)} \cap 0,38 \text{ (CDC)}$	= 0,08
Intersecció (mínim) en la categoria 7 del referencial: $1 \text{ (ERC)} \cap 1 \text{ (CDC)}$	= 1
Suma de les interseccions	= 1,16

Naturalment, la suma d'interseccions plantejada és la mateixa que en el cas anterior. Aquesta, dividida per la cardinalitat de CDC (2,13) dóna com a resultat que la similitud de CDC vers ERC és de 0,54. Es pot interpretar que quasi la meitat del complex posicionament de CDC resta sense representar en una hipotètica coalició amb ERC.

Mostrem a continuació la matriu de similitud dels posicionaments dels partits polítics expressats més amunt:

TAULA 4.4

Matriu de similituds entre els posicionaments de les formacions

	<i>CiU</i>	<i>CDC</i>	<i>UDC</i>	<i>PP</i>	<i>PSC</i>	<i>ERC</i>	<i>IC-V</i>	<i>LPL</i>
<i>CiU</i>	1,00	0,86	1,00	0,03	0,29	0,48	0,96	0,72
<i>CDC</i>	0,97	1,00	1,00	0,03	0,32	0,54	0,99	0,69
<i>UDC</i>	0,66	0,60	1,00	0,09	0,31	0,32	0,77	0,75
<i>PP</i>	0,07	0,07	0,30	1,00	1,00	0,00	0,17	0,22
<i>PSC</i>	0,34	0,33	0,55	0,52	1,00	0,07	0,41	0,60
<i>ERC</i>	1,00	1,00	1,00	0,00	0,12	1,00	1,00	0,42
<i>IC-V</i>	0,65	0,60	0,79	0,05	0,24	0,32	1,00	0,77
<i>LPL</i>	0,40	0,34	0,63	0,05	0,28	0,11	0,63	1,00

A la taula observem la compatibilitat de l'element de la fila amb l'element de la columna (IC-V pertany en 0,2 a ERC; ERC pertany en 1 (totalment) a IC-V). Obtenim, doncs, una matriu reflexiva i antisimètrica.

Rest a encara com s'arriba a establir la coalició a partir de la coincidència o similitud entre partits polítics. Amb aquesta finalitat cerquem les subrelacions màximes (membres de la coalició) entre diferents formacions polítiques en els diferents alfa-talls (nivells de negociació). Un alfa-tall (generalment un valor entre 0 i 1) és un vincle entre els subconjunts borrosos i els conjunts nítids. Quan establim un alfa-tall diem que tots els valors que superen aquest alfa-tall pertanyen a una determinada propietat. En el cas que ens ocupa, els alfa-talls expressen el següent: quan el nivell de coincidència o similitud d'un partit A amb un partit B supera l'alfa-tall, diem que el partit A està disposat a formar una coalició amb el partit B. En la matriu anterior, amb alfa-tall = 1, tenim la matriu de similitud següent:

TAULA 4.5

Similituds entre partits en el nivell alfa-tall = 1

	<i>CiU</i>	<i>CDC</i>	<i>UDC</i>	<i>PP</i>	<i>PSC</i>	<i>ERC</i>	<i>IC-V</i>	<i>LPL</i>
<i>CiU</i>	1,00		1,00					
<i>CDC</i>		1,00	1,00					
<i>UDC</i>			1,00					
<i>PP</i>				1,00	1,00			
<i>PSC</i>					1,00			
<i>ERC</i>	1,00	1,00	1,00			1,00	1,00	
<i>IC-V</i>							1,00	
<i>LPL</i>								1,00

Naturalment, tots els partits són iguals a si mateixos. És més difícil trobar partits polítics que es percebin com a similars a altres partits polítics. CiU només es troba ben representat per UDC; el PP pel PSC; ERC per CiU, CDC, UDC i IC-V. No trobem cap relació de coincidència mútua. La predisposició a formar coalicions no és recíproca. Si disminuïm el valor de l'alfa-tall estem fent més lax el nivell de requisit per a la coincidència de partits polítics. Estem disminuint els requisits exigibles per a la formació de coalicions. Així,

segons el model proposat, en el nivell alfa-tall = 0,6, s'observa més disponibilitat a la formació de coalicions.

TAULA 4.6

Similituds entre partits polítics en el nivell alfa-tall = 0,6

	<i>CiU</i>	<i>CDC</i>	<i>UDC</i>	<i>PP</i>	<i>PSC</i>	<i>ERC</i>	<i>IC-V</i>	<i>LPL</i>
<i>CiU</i>	1,00	1,00	1,00				1,00	1,00
<i>CDC</i>	1,00	1,00	1,00				1,00	1,00
<i>UDC</i>	1,00	1,00	1,00				1,00	1,00
<i>PP</i>				1,00	1,00	0,00		
<i>PSC</i>					1,00	0,07		1,00
<i>ERC</i>	1,00	1,00	1,00	0,00		1,00	1,00	1,00
<i>IC-V</i>	1,00	1,00	1,00				1,00	1,00
<i>LPL</i>			1,00				1,00	1,00

Es pot observar com en aquest nivell d'alfa-tall les coincidències entre partits són més nombroses. Així mateix, es produeixen subrelacions entre partits, és a dir, de manera senzilla, que els partits es perceben mútuament com a similars. Per exemple, en la matriu anterior, es formen subrelacions entre CiU – CDC o UDC – CiU. Denominem *subrelació màxima* al conjunt format pel major nombre de partits que posseeixen coincidència mútua (valor 1) en un determinat alfa-tall. En l'exemple anterior, CiU, CDC, UDC, IC-V formen una subrelació màxima: formacions polítiques que s'autoperceben com a similars.

FIGURA 1

	<i>CiU</i>	<i>CDC</i>	<i>UDC</i>	<i>IC-V</i>
<i>CiU</i>	1	1	1	1
<i>CDC</i>	1	1	1	1
<i>UDC</i>	1	1	1	1
<i>IC-V</i>	1	1	1	1

Una altra subrelació màxima en aquest nivell d'alfa-tall és la formada per UDC - IC-V - LPL.

FIGURA 2

	UDC	IC-V	LPL
UDC	1	1	1
IC-V	1	1	1
LPL	1	1	1

Així, observem que la primera coalició és una coalició mínima guanyadora, és a dir, té el nombre suficient de parlamentaris (vots) per a aprovar una llei favorable als interessos d'aquests partits. Malgrat això, observem que en aquest nivell d'alfa-tall, el resultat final de la LPL segons els parlamentaris és més favorable o similar a IC-V o CDC que a UDC. Per tant, en aquest nivell d'alfa-tall, CDC encara no pertany a la LPL.

El que hem comentat fins ara resultarà més entenedor si empremem l'expressió *nivell de negociació* en lloc de *nivell d'alfa-tall*. Com menor sigui l'alfa-tall, més avançat es troba el nivell de negociació. Cada cop que disminuïm el nivell d'alfa-tall, el que fem és disminuir els requisits de similitud exigibles perquè es formi una coalició. Com més avança la negociació, més rebaixem l'alfa-tall. Amb l'objectiu d'arribar a un acord, hipotèticament, els partits estan disposats a renunciar a la major part dels seus posicionaments inicials. Cada partit vol establir una coalició amb un partit amb posicionament idèntic al propi. En el nivell de negociació 0,6, els partits, hipotèticament, accepten formar part d'una coalició renunciant a part dels seus posicionaments. Com més avança el nivell de negociació (com més disminuïm l'alfa-tall) més renunciïes han de fer els partits respecte als seus posicionaments inicials per a formar part d'una coalició. En el nivell de negociació = 0, tots els partits formarien coalició amb tots els partits. Això es deu al fet que cada partit acceptaria formar coalició amb aquells partits que no comparteixen en absolut el posicionament del primer.

En els dos quadres següents es poden apreciar les coalicions resultants en cada nivell de negociació o alfa-tall. Recordem que cada vegada que disminuïm l'alfa-tall (augmenta el nivell de negociació), el partits estan formant coalicions amb partits menys similars.

FIGURA 3

Coalicions possibles per als alfa-talls més interessants

alfa-tall 0,9

No hi ha subrelacions màximes

alfa-tall 0,8

	GU	CDC
GU	1	1
CDC	1	1

alfa-tall 0,7

	GU	CDC		UDC	IC
GU	1	1		1	1
CDC	1	1		1	1
			UDC	1	1
			IC	1	1

alfa-tall 0,6

	GU	CDC	UDC	IC		UDC	IC	LPL
GU	1	1	1	1		1	1	1
CDC	1	1	1	1		1	1	1
UDC	1	1	1	1		1	1	1
IC	1	1	1	1		1	1	1
					UDC	1	1	1
					IC	1	1	1
					LPL	1	1	1

alfa-tall 0,5

	GU	UDC	CDC	IC		UDC	IC	LPL		CDC	ERC
GU	1	1	1	1		1	1	1		1	1
CDC	1	1	1	1		1	1	1		1	1
UDC	1	1	1	1		1	1	1			
IC	1	1	1	1		1	1	1			
					UDC	1	1	1			
					IC	1	1	1			
					LPL	1	1	1			
									CDC	1	1
									ERC	1	1

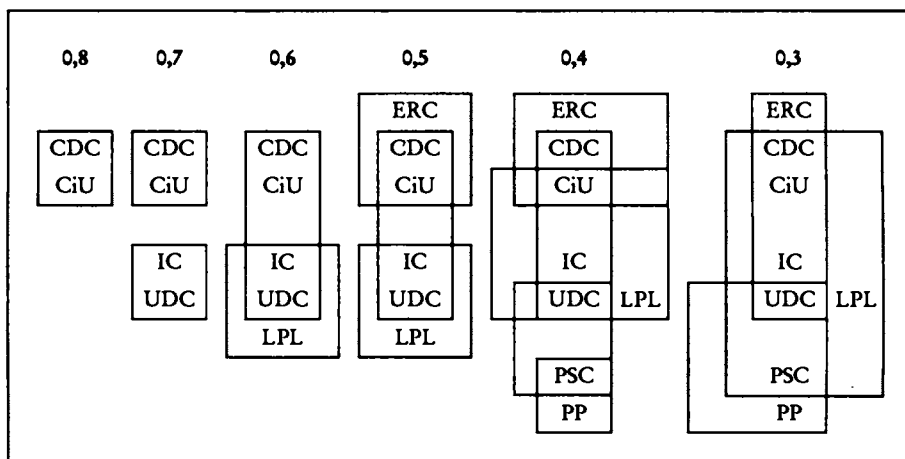
alfa-tall 0,4

	GIU	CDC	UDC	IC		GIU	UDC	IC	LPL		GIU	CDC	ERC		PSC	UDC
GIU	1	1	1	1		GIU	1	1	1	1		GIU	1	1	1	1
CDC	1	1	1	1		UDC	1	1	1	1		CDC	1	1	1	1
UDC	1	1	1	1		IC	1	1	1	1		ERC	1	1	1	1
IC	1	1	1	1		LPL	1	1	1	1					PSC	PP
															PP	1
															1	1

alfa-tall 0,3

	GU	CDC	UDC	PSC	IC	LPL		GU	CDC	UDC	ERC	IC		UDC	PP	PSC
GU	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1		1	1	1
CDC	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1		1	1	1
UDC	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1		1	1	1
PSC	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1				
IC	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1				
LPL	1	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1				
							GU	1	1	1	1	1				
							CDC	1	1	1	1	1				
							UDC	1	1	1	1	1				
							ERC	1	1	1	1	1				
							IC	1	1	1	1	1				
													UDC	1	1	1
													PP	1	1	1
													PSC	1	1	1

FIGURA 4

Exemple de procés de formació de coalicions en diferents alfa-talls

En l'última figura s'observa, de manera gràfica, els conjunts de partits que formen coalició en cada nivell de negociació. S'observa que com més avançada està la negociació (quan els partits renuncien a la major part del seu posicionament inicial) obtenim coalicions més àmplies. En el nivell 0,6 ja es produeixen coalicions mínimes guanyadores (vots suficients per a aprovar una llei). Malgrat això, la LPL no forma part de cap coalició mínima guanyadora fins al nivell de negociació 0,3. En aquest nivell, on els partits han renunciat a més d'una tercera part dels seus posicionaments, es produeix una coalició guanyadora que inclou els resultats finals de la negociació (la formada per PSC - UDC - IC-V - CiU - CDC - LPL). Així, aquesta és la coalició guanyadora, la que amb el nombre suficient de vots genera una política que és la intersecció dels posicionaments dels partits que la formen. Hem de fer constar que el gràfic mostra com IC-V i UDC, en el nivell de negociació 0,6, coincidien amb el resultat final del procés de negociació, mentre que la resta de partits no ha fan fins al nivell 0,3. Això ens indica que IC-V i UDC han renunciat a una part menor del seu posicionament inicial que la resta de partits, és a dir, el procés ha afavorit aquests dos partits més que a la resta. Així mateix, ERC i PP no pertanyen a la LPL ni tan sols en el nivell 0,3.

4.6. EL QÜESTIONARI I LA RECOLLIDA D'INFORMACIÓ

Amb el fi de posar en pràctica el model fins ara presentat, vam procedir a l'elaboració d'un qüestionari a respondre pels parlamentaris de la legislatura 1995-1999. Aquest qüestionari, elaborat d'acord amb les hipòtesis de la investigació, té per finalitat recollir els posicionaments dels partits polítics respecte a les proposicions de l'agenda lingüística. En la mesura que treballem amb percepcions subjectives sobre el posicionament dels partits polítics vam intentar que tots els parlamentaris ubiquessin totes les formacions polítiques, tal i com s'observa en l'annex a aquest capítol.

El qüestionari va ser enviat per correu en dues ocasions als 135 parlamentaris, obtenint-ne un 32 % de respostes. Així, compten amb una mostra no probabilística de 44 individus (CiU, 18; PSC, 12; ERC, 5; IC-V, 5; Grup Mixt, 2; PP, 2). Volem indicar que, per sobre de la representativitat que hauria reportat un mostreig probabilístic, estem més interessats en l'estudi qualitatiu i possibilístic dels posicionaments dels partits per mitjà dels 44 experts que han respost el qüestionari, tal com ja s'ha indicat en les observacions metodològiques realitzades més amunt.

4.7. ELS RESULTATS DE LA INVESTIGACIÓ

a) Posicionaments dels partits

Si seguim la metodologia indicada més amunt, hem confeccionat els perfils dels partits amb relació a les diferents proposicions tal com es pot observar en les taules annexes a aquest capítol. En primer lloc destaca que tots els partits polítics, en general, presenten un posicionament més favorable a les proposicions genèriques (P2 —restitució—, P3 —promoció— i P4 —protecció—) que a les proposicions d'actuació concreta. Així, doncs, existeix una tendència per part dels partits a donar suport a les declaracions més generals, mentre que quan es discuteix sobre com actuar sobre un àmbit determinat de restitució, promoció o protecció, els partits tendeixen a matisar les seves postures o a fer-les més vagues. Aquesta situació és generalitzada per a la proposició P2 —genèrica de restitució— a excepció del PSC, ja que el conjunt de parlamentaris indicaven que aquest partit estava menys d'acord que amb les proposicions d'actuació concretes, és a dir, per exemple, com havia d'afectar la restitució a les empreses públiques i beneficiàries de la Generalitat (P11). Això s'ha interpretat, segons els comentaris en les observacions dels qüestionaris, com la manifestació del PSC de no voler iniciar una «nova llei del català».

Per tant, els posicionaments entorn dels tres grans conceptes sembla comptar amb la unanimitat favorable de tots els partits polítics, amb la ja esmentada excepció del PSC en termes de restitució (P2), així com del PP, tant per promoció (P3), com en protecció (P4), proposicions davant de les quals aquest partit se situa en contra.

A partir de les esperances matemàtiques dels partits davant d'aquests conceptes genèrics podem establir un eix acord-desacord amb l'agenda lingüística proposada.⁸³

TAULA 4.7

Esperança matemàtica dels partits respecte als conceptes genèrics de l'AL

	P2	P3	P4	Mitjana
CiU	6,7	6,6	6,5	6,625516
CDC	6,8	6,7	6,5	6,661345
UDC	6,5	6,5	6,2	6,383731
PSC	5,1	5,6	4,6	5,117625
IC-V	6,6	6,6	5,9	6,37887
PP	6,8	2,7	1,8	3,783908
ERC	6,9	6,9	6,9	6,909579

Nota: 7 té la correspondència semàntica de «d'acord», mentre que 1 té la correspondència semàntica d'«en desacord».

D'aquesta manera, respecte als principis generals que inspiren la normalització lingüística, s'estableix un eix de partits del tipus següent:

FIGURA 5

Eix de formacions polítiques davant l'AL

+ acord amb l'AL genèrica	- acord amb l'AL genèrica
ERC - CDC - CiU - UDC - IC-V - PSC - PP	

83. L'esperança matemàtica aquí indicada és la mitjana dels posicionaments de cada partit respecte a cada proposició.

Quant a les proposicions d'actuació concreta, la situació és molt més difícil de generalitzar. Existeix una pluralitat de posicionaments difícilment abstrahible a un eix com l'anterior. Quant a restitució, destaquen posicionaments per a P11, P12 i P16 davant dels quals, CiU, ERC i IC-V es mostren clarament favorables, mentre que el PP se situa de manera clarament en desacord amb aquestes proposicions. En aquest cas, el PSC presenta uns posicionaments força vagues reflectits en la cardinalitat per a cada proposició (3,2 per a P11; 2,9 per a P12 i 2,6 per a P16). S'ha de destacar que entre els partits favorables a l'extensió de la restitució les posicions es matisen quan es tracta d'entendre els criteris de normalització lingüística en les empreses beneficiàries d'ajuts públics.

Pel que fa a les proposicions vinculades a la promoció, tots els partits, a excepció del PP, tenen posicionaments favorables. Tot i això, els posicionaments de CiU són menys «rígids» que en el cas de la restitució. Cal destacar que quan els partits són avaluats pels seus mateixos parlamentaris, s'ubiquen com a més favorables a les proposicions que quan ho són per altres parlamentaris.

Finalment, la protecció de les llengües minoritàries és l'aspecte més complex dels que s'han pres en consideració, si ens atenim als posicionaments dels partits polítics. Com a exemple, indicarem els resultats del qüestionari per a la proposició P14 (sancions).

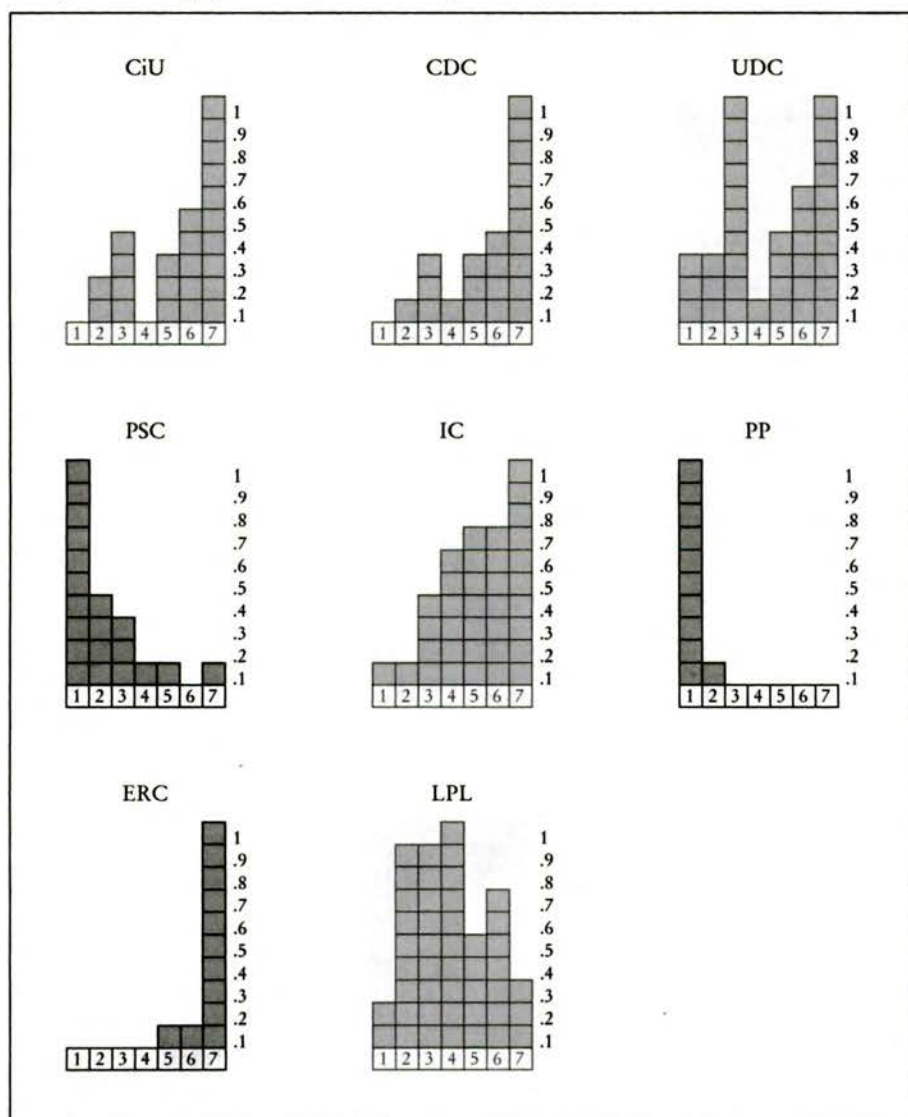
TAULA 4.8

*Els partits davant les «sancions» (P14) segons els parlamentaris.
Resultats absoluts i estandarditzats*

Ref.	1	2	3	4	5	6	7	n	Ref.	1	2	3	4	5	6	7	Card.
CiU	0	3	6	0	5	7	15	36	CiU	0,00	0,20	0,40	0,00	0,33	0,47	1,00	2,40
CDC	0	2	5	1	4	6	16	34	CDC	0,00	0,13	0,31	0,06	0,25	0,38	1,00	2,13
UDC	2	2	8	1	3	5	8	29	UDC	0,25	0,25	1,00	0,13	0,38	0,63	1,00	3,63
PP	28	2	0	0	0	0	0	30	PP	1,00	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,07
PSC	16	7	5	2	2	0	1	33	PSC	1,00	0,44	0,31	0,13	0,13	0,00	0,06	2,06
ERC	0	0	0	0	2	2	26	30	ERC	0,00	0,00	0,00	0,00	0,08	0,08	1,00	1,15
IC-V	1	1	4	5	6	6	9	32	IC	0,11	0,11	0,44	0,56	0,67	0,67	1,00	3,56
LPL	1	5	5	6	3	4	2	26	LPL	0,17	0,83	0,83	1,00	0,50	0,67	0,33	4,33

FIGURA 6

Representació gràfica de les postures dels partits i les coalicions davant les «sancions»



Font: Elaboració pròpia.

L'expressió gràfica del posicionament dels partits pot ser representada de la manera que indica la figura 6.

Es poden observar en el gràfic anterior posicionaments ben diferenciats per a tots els partits, inclosos els membres de la coalició de govern CiU. Així, CiU presenta una fractura (concavitat en la representació gràfica) on és difícil identificar si la coalició és favorable o desfavorable a aquesta proposició. UDC presenta la posició més vaga de les mostrades per a P14 (sancions). PSC se situa en contra del fet que la llei posseeixi un règim sancionador propi, encara que d'una manera matisada. El posicionament d'IC-V adopta una forma simètrica a la del PSC. Els partits amb un posicionament més «rígid» són el PP i ERC, el primer clarament desfavorable i el segon clarament favorable a P14. A judici dels parlamentaris, no està ni d'acord ni en desacord amb P14. De fet, la LPL introdueix una referència a d'altres normes jurídiques amb caràcter sancionador.

b) La formació de coalicions

Indicarem en aquest apartat els aspectes més interessants en la creació de la LPL. Per això, ens centrarem en les proposicions genèriques de l'agenda lingüística i en algunes proposicions concretes com a exemple paradigmàtic del conjunt de proposicions. Concretament, P2 i P11 (extensió de la normalització en les empreses públiques) quant a restitució; P3 i P9 (ajuts a la formació a l'empresa amb partides pressupostàries específiques) quant a promoció; i P4, P7 (correspondència lingüística per part dels treballadors) i P14 (sancions) quant a protecció.

A continuació, presentem els quadres resum d'aquestes proposicions on indiquem: *a)* les funcions de pertinença dels partits a les proposicions (posicionaments); *b)* la matriu de similitud; *c)* les subrelacions màximes o coalicions possibles per a cada nivell de negociació o d'alfa-tall.

Posteriorment, reflectirem en una altra sèrie de quadres resum: *a)* en quin nivell de negociació es produeixen les primeres coalicions guanyadores amb vots suficients per aprovar els continguts de la LPL; *b)* les coalicions mínimes guanyadores que inclouen el resultat de la negociació; *c)* l'ordre en què els partits comencen a veure reflectit el seu posicionament inicial amb la LPL.

FIGURA 7

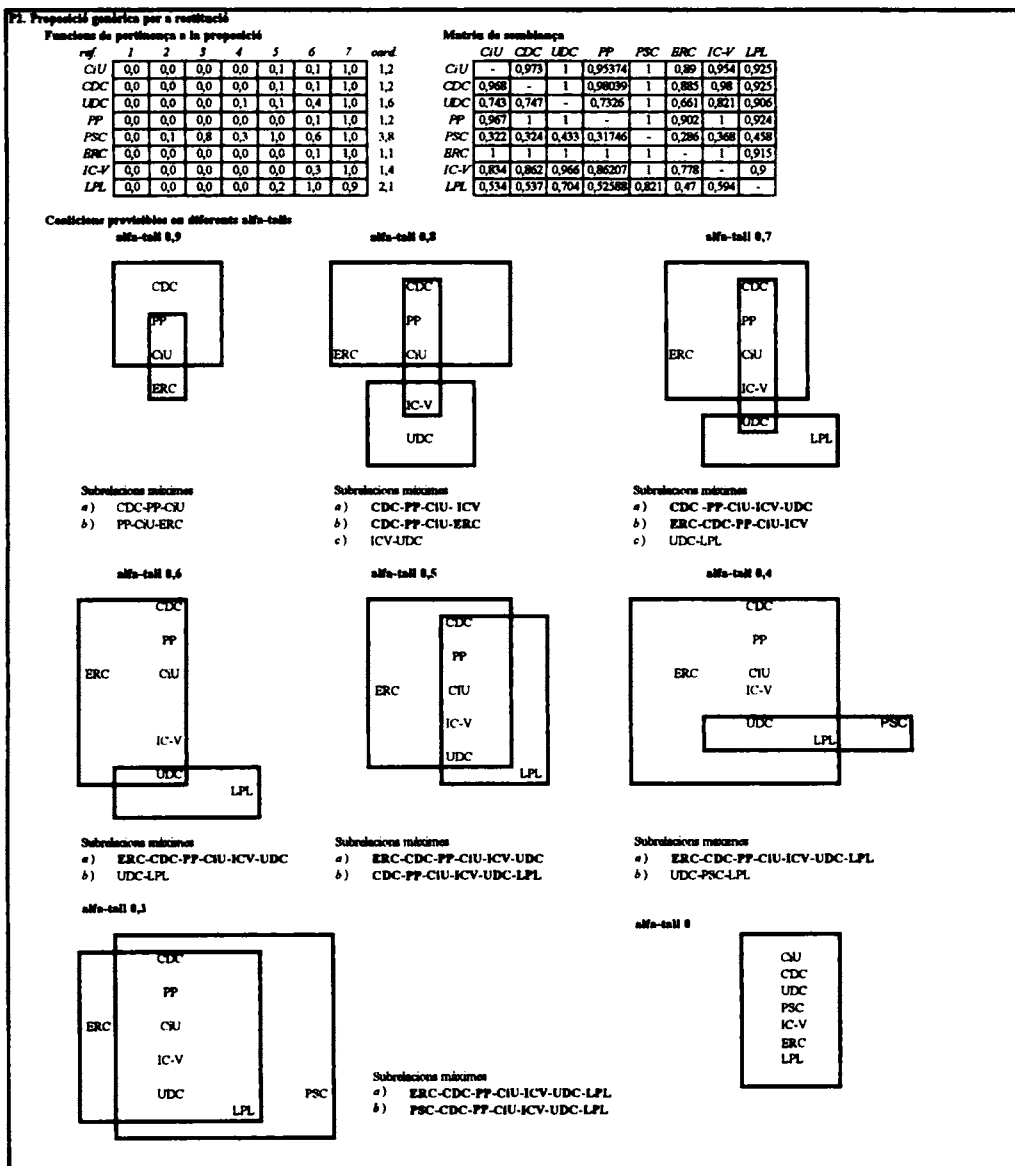


FIGURA 8

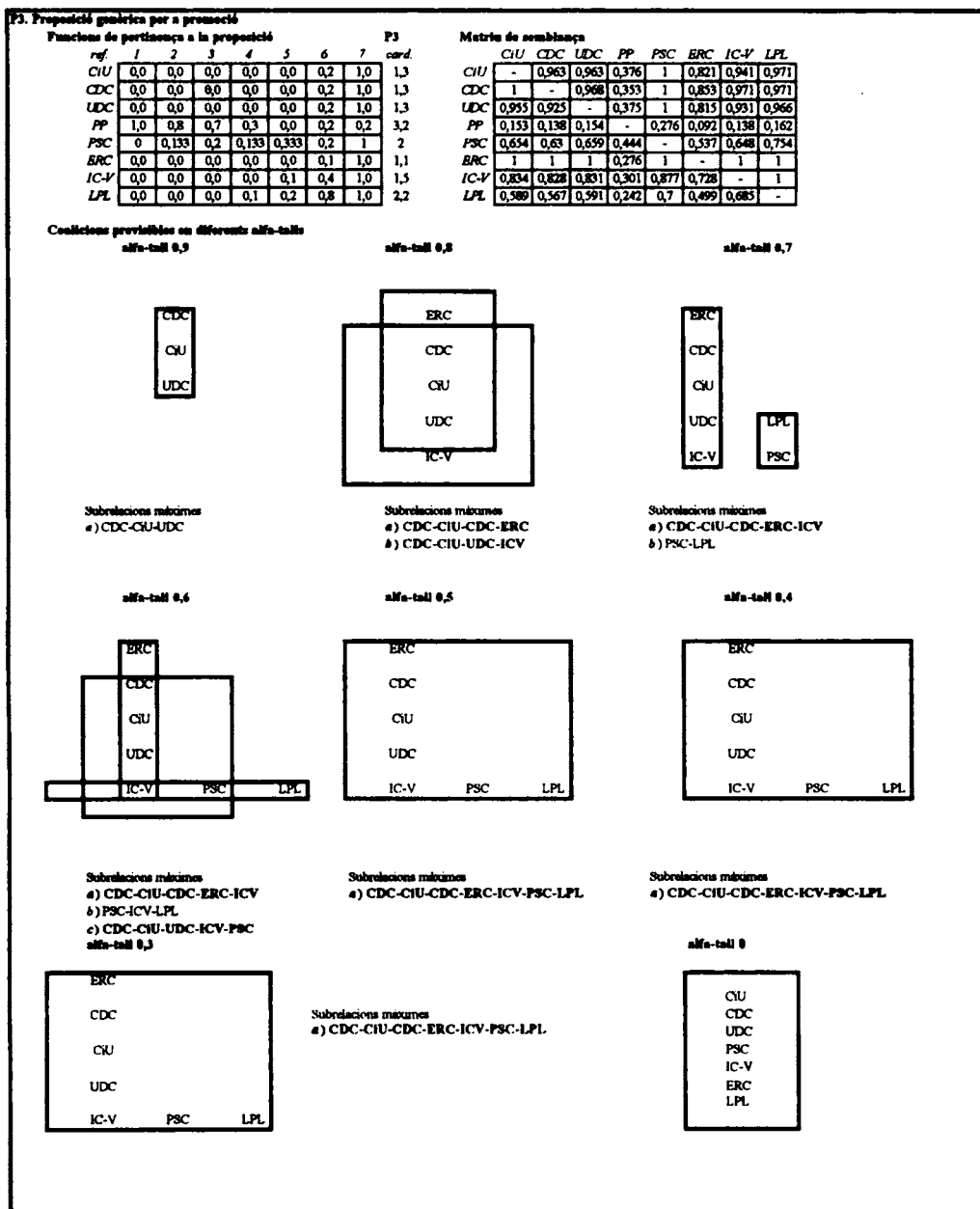


FIGURA 9

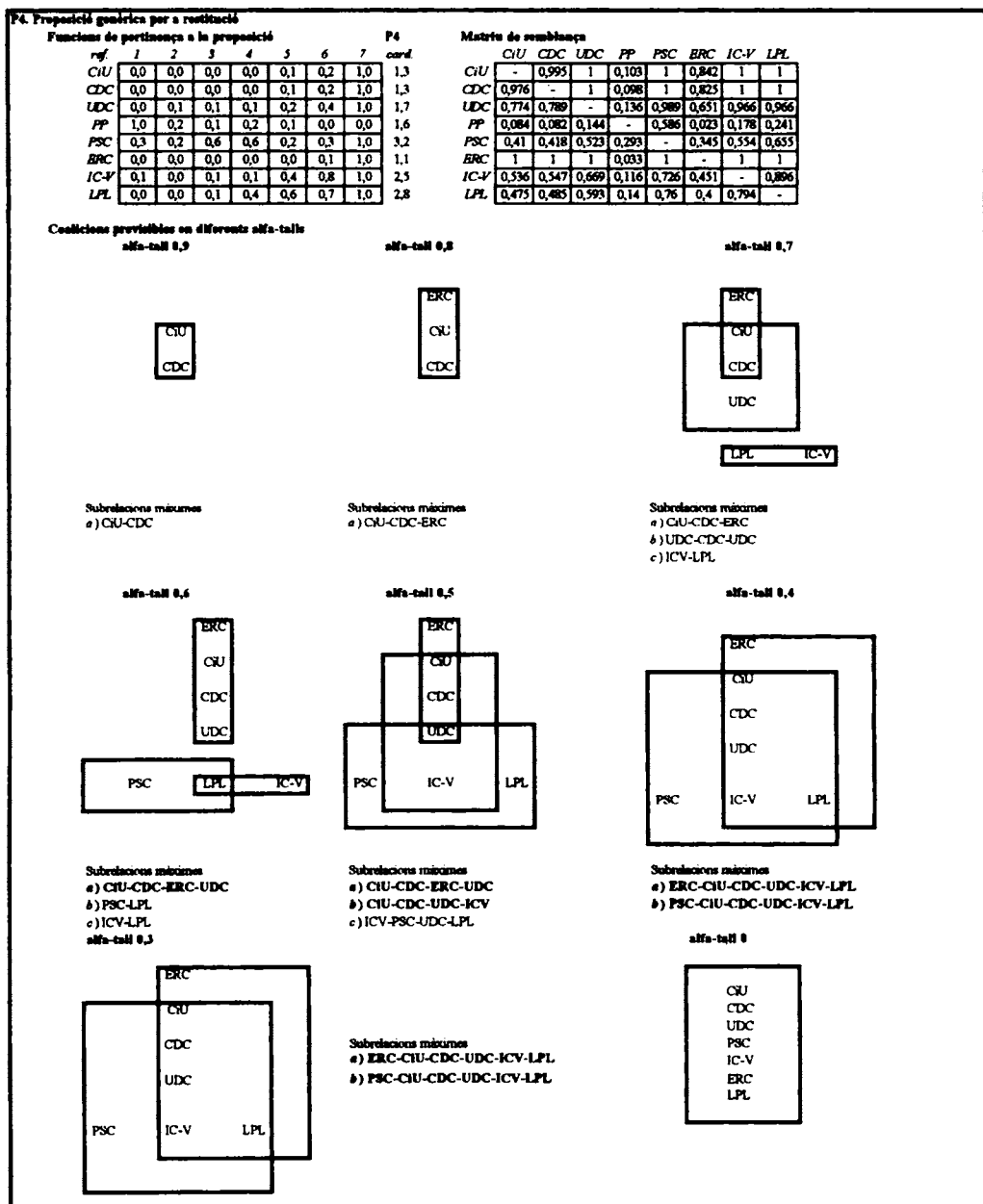


FIGURA 10

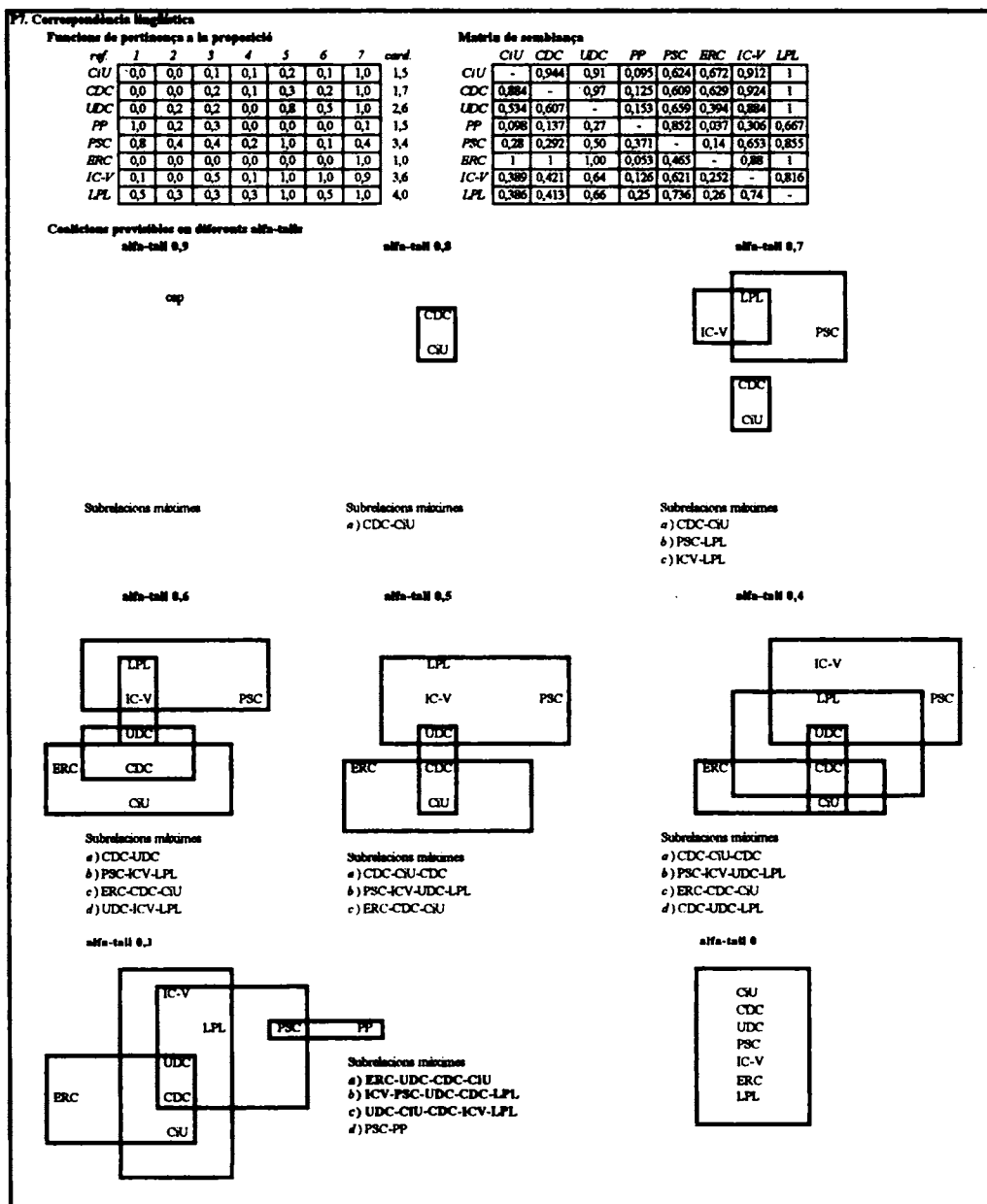


FIGURA 11

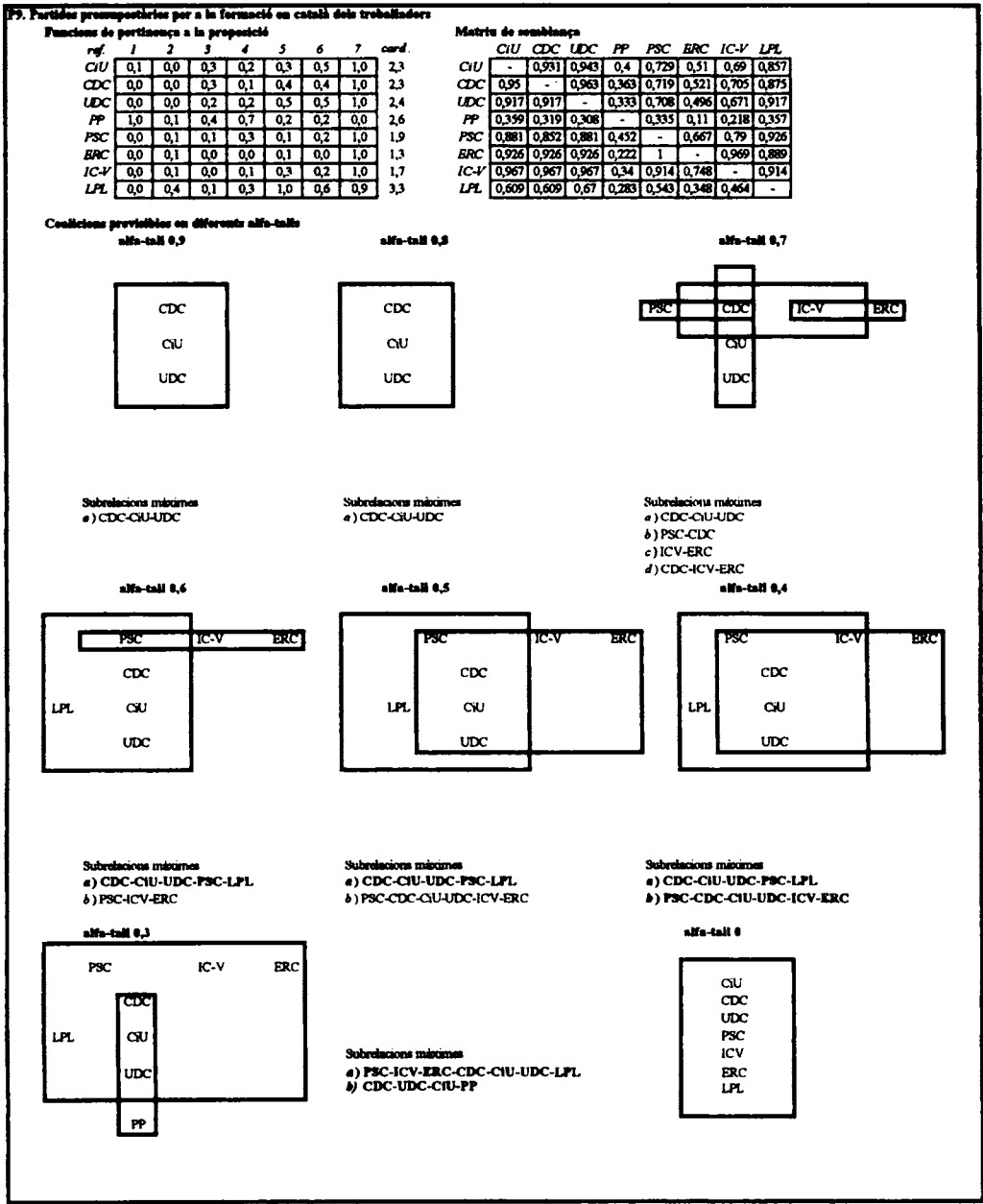


FIGURA 12

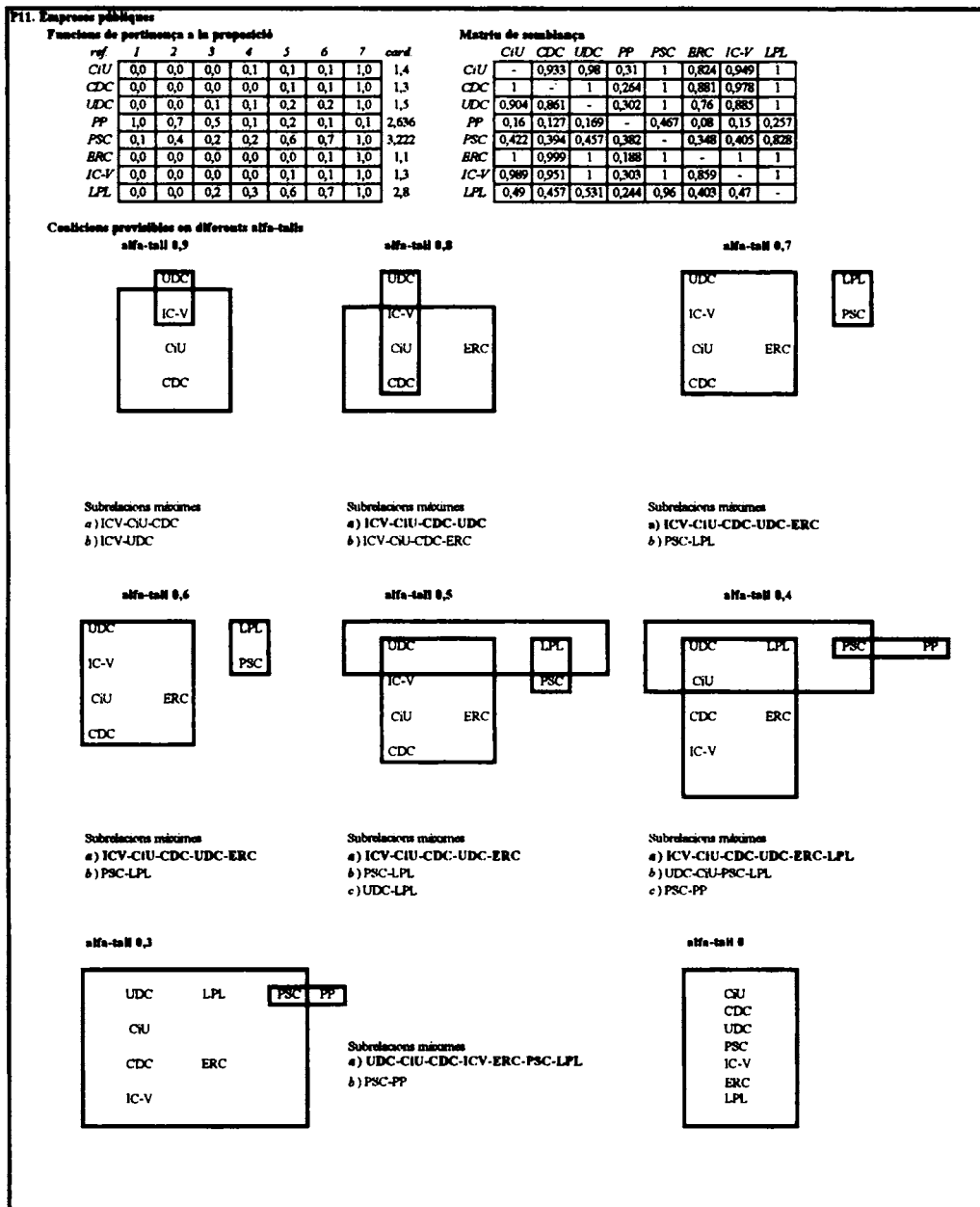


FIGURA 13

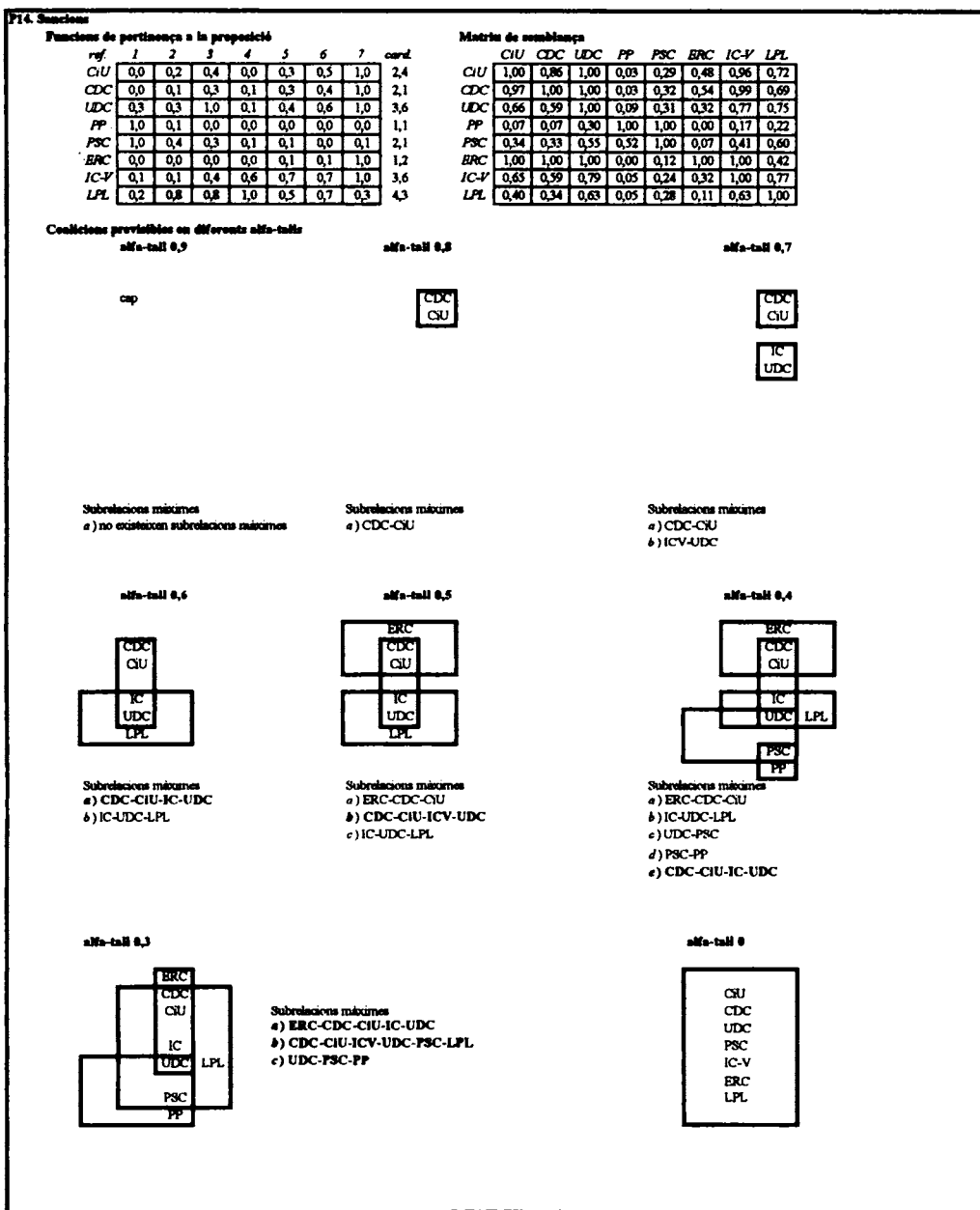


FIGURA 14

Resultats de la negociació per a polítiques restitutòries

P2. Proposició genèrica de restitució			
Nivell de similitud	Coalicions possibles (guanyadores en negreta)	Primera coalició guanyadora i primera coalició guanyadora amb la LPL	Ordre en què els partits pertanyen a la LPL
0,9	a) CDC-PP-GiU b) PP-GiU-ERC		
0,8	a) CDC-PP-GiU-ICV b) CDC-PP-GiU-ERC c) ICV-UDC	CDC-PP-GiU-ICV CDC-PP-GiU-ICV	
0,7	a) CDC-PP-GiU-ICV-UDC b) ERC-CDC-PP-GiU-ICV c) UDC-LPL		UDC (1)
0,6	a) ERC-CDC-PP-GiU-ICV-UDC b) UDC-LPL		
0,5	a) ERC-CDC-PP-GiU-ICV-UDC b) CDC-PP-GiU-ICV-UDC-LPL	CDC-PP-GiU-ICV UDC-LPL	ERC (2) PP (2) GiU (2) IC-V (2) CDC (2)
0,4	a) ERC-CDC-PP-GiU-ICV-UDC-LPL b) UDC-PSC-LPL		
0,3	a) ERC-CDC-PP-GiU-ICV-UDC-LPL b) PSC-CDC-PP-GiU-ICV-UDC-LPL		PSC (3) PP (4)

P11. Empreses públiques			
Nivell de similitud	Coalicions possibles (guanyadores en negreta)	Primera coalició guanyadora i primera coalició guanyadora amb la LPL	Ordre en què els partits pertanyen a la LPL
0,9	a) ICV-GiU-CDC b) ICV-UDC		
0,8	a) ICV-GiU-CDC-UDC b) ICV-GiU-CDC-ERC	ICV-GiU-CDC-UDC	
0,7	a) ICV-GiU-CDC-UDC-ERC b) PSC-LPL		PSC (1)
0,6	a) ICV-GiU-UDC-UDC-ERC b) PSC-LPL		
0,5	a) ICV-GiU-CDC-UDC-ERC b) PSC-LPL c) UDC-LPL		UDC (2)
0,4	a) ICV-GiU-CDC-UDC-ERC-LPL b) UDC-GiU-PSC-LPL c) PSC-PP	ICV-GiU-CDC-UDC ERC-LPL	GiU (3) IC-V (3) CDC (3) ERC (3)
0,3	a) UDC-GiU-CDC-ICV-ERC-PSC-LPL b) PSC-PP		PP (4)

FIGURA 15

Resultats de la negociació per a polítiques promotores

P3. Proposició genèrica de promoció			
Nivell de similitud	Coalicions possibles (guanyadores en negreta)	Primera coalició guanyadora i primera coalició guanyadora amb la LPL	Ordre en què els partits pertanyen a la LPL
0,9	a) CDC-GIU-UDC		
0,8	a) CDC-GIU-CDC-ERC b) CDC-GIU-CDC-ICV	a) CDC-GIU-CDC-ERC b) CDC-GIU-CDC-ICV	
0,7	a) CDC-GIU-UDC-ERC-ICV b) PSC-LPL		PSC (1)
0,6	a) CDC-GIU-CDC-ERC-ICV b) PSC-ICV-LPL c) CDC-GIU-UDC-ICV-PSC		IC-V (2)
0,5	a) CDC-GIU-UDC-ERC-ICV-PSC-LPL	a) CDC-GIU-UDC-ERC-ICV-PSC-LPL	CDC (3) GIU (3) UDC (3) ERC (3)
0,4	a) CDC-GIU-CDC-ERC-ICV-PSC-LPL		
0,3	a) CDC-GIU-CDC-ERC-ICV-PSC-LPL		PP (4)

P11. Ajuts pressupostaris per a la formació de treballadors en català			
Nivell de similitud	Coalicions possibles (guanyadores en negreta)	Primera coalició guanyadora i primera coalició guanyadora amb la LPL	Ordre en què els partits pertanyen a la LPL
0,9	a) CDC-GIU-UDC		
0,8	a) CDC-GIU-UDC		
0,7	a) CDC-GIU-UDC b) PSC-CDC c) ICV-ERC d) CDC-ICV-ERC		
0,6	a) CDC-GIU-UDC-PSC-LPL b) PSC-ICV-ERC	a) CDC-GIU-UDC-PSC-LPL	CDC (1) GIU (1) UDC (1) PSC (1)
0,5	a) CDC-GIU-UDC-PSC-LPL b) PSC-CDC-GIU-UDC-ICV-ERC		IC-V (2)
0,4	a) CDC-GIU-UDC-PSC-LPL b) PSC-CDC-GIU-UDC-ICV-ERC		
0,3	a) PSC-ICV-ERC-CDC-GIU-UDC-LPL b) CDC-UDC-GIU-PP		ERC (3) PP (4)

FIGURA 16A

Resultats de la negociació per a polítiques protectores

P4. Proposició genèrica de protecció			
<i>Nivell de similitud</i>	<i>Coalicions possibles (guanyadores en negreta)</i>	<i>Primera coalició guanyadora i primera coalició guanyadora amb la LPL</i>	<i>Ordre en què els partits pertanyen a la LPL</i>
0,9	a) GIU-UDC		
0,8	a) GIU-CDC-ERC		
0,7	a) GIU-CDC-ERC b) UDC-CDC-UDC c) ICV-LPL		
0,6	a) GIU-CDC-ERC-UDC b) PSC-LPL c) ICV-PLP	a) GIU-CDC-ERC-UDC	PSC (1) ICV (1)
0,5	a) GIU-CDC-ERC-UDC b) GIU-CDC-UDC-ICV c) ICV-PSC-UDC-LPL		UDC (2)
0,4	a) ERC-GIU-CDC-UDC-ICV-LPL b) PSC-GIU-CDC-UDL-ICV-LPL	a) ERC-GIU-CDC-UDC-ICV-LPL b) PSC-GIU-CDC-UDC-ICV-LPL	ERC (3) GIU (3) CDC (3)
0,3	a) ERC-GIU-CDC-UDC-ICV-LPL b) PSC-GIU-CDC-UDC-ICV-LPL		PP (4)

P7. Correspondència lingüística			
<i>Nivell de similitud</i>	<i>Coalicions possibles (guanyadores en negreta)</i>	<i>Primera coalició guanyadora i primera coalició guanyadora amb la LPL</i>	<i>Ordre en què els partits pertanyen a la LPL</i>
0,9	cap		
0,8	a) CDC-GIU		
0,7	a) CDC-GIU b) PSC-LPL c) ICV-LPL		PSC (1) ICV (1)
0,6	a) CDC-UDC b) PSC-ICV-LPL c) ERC-CDC-GIU d) UDC-ICV-LPL		UDC (2)
0,5	a) CDC-GIU-UDC b) PSC-ICV-UDC-LPL c) ERC-CDC-GIU		
0,4	a) CDC-GIU-UDC b) PSC-ICV-UDC-LPL c) ERC-CDC-GIU d) CDC-UDC-LPL		
0,3	a) ERC-UDC-CDC-GIU b) ICV-PSC-UDC-CDC-LPL c) UDC-GIU-CDC-ICV-LPL d) PSC-PP	a) ERC-UDC-CDC-GIU b) ICV-PSC-UDC-CDC-LPL c) UDC-GIU-CDC-ICV-LPL	CDC (3) GIU (3) ERC (4)

FIGURA 16B

Resultats de la negociació per a polítiques promotores

P14. Sancions			
<i>Nivell de similitud</i>	<i>Coalicions possibles (guanyadores en negreta)</i>	<i>Primera coalició guanyadora i primera coalició guanyadora amb la LPL</i>	<i>Ordre en què els partits pertanyen a la LPL</i>
0,9	cap		
0,8	a) CDC-CiU		
0,7	a) CDC-CiU b) ICV-UDC		
0,6	a) CDC-CiU-IC-UDC b) IC-UDC-LPL	a) CDC-CiU-IC-UDC	IC-V (1) UDC (1)
0,5	a) ERC-CDC-CiU b) CDC-CiU-ICV-UDC c) IC-UDC-LPL		
0,4	a) ERC-CDC-CiU b) IC-UDC-LPL c) UDC-PSC d) PSC-PP e) CDC-CiU-IC-UDC		
0,3	a) ERC-CDC-CiU-UDC b) CDC-CiU-ICV-UDC-PSC-LPL c) UDC-PSC-PP	b) CDC-CiU-ICV-UDC-PSC-LPL	CDC (2) CiU (2) PSC (2) PP (4) ERC (4)

4.8. CONSIDERACIONS SOBRE EL PROCÉS SEGUIT EN LA FORMACIÓ DE COALICIONS. CONSEQÜÈNCIES PER ALS PARTITS I PER AL RESULTAT

En primer lloc, cal indicar que els processos pels quals s'ha arribat a un acord final sobre les proposicions indicades més amunt són complexos i denoten negociacions en què la majoria de partits han renunciat a gran part dels seus posicionaments inicials. Quant a la formació de coalicions mínimes guanyadores, aquestes es formen a partir del nivell de negociació (o alfa-tall) 0,8 (P2 —*restitució*—, P11 —*empreses públiques*— i P3 —*promo-*

ció—). Els partits es veuen obligats a rebaixar el seu grau de similitud amb altres partits per trobar posicionaments coincidents en la resta de proposicions: el nivell 0,6 per a formar coalicions guanyadores en les proposicions P9 —*formació a l'empresa*—, P4 —*protecció*— i P14 —*sancions*—, han de renunciar a la major part dels seus posicionaments per trobar coalicions per qüestions com P7 —*correspondència lingüística*—, és a dir, la coalició es dona a un nivell de negociació 0,3. Els partits que formen aquestes coalicions guanyadores acostumen a ser alguna combinació de CDC – IC – ERC i un altre partit.

En segon lloc, les coalicions guanyadores formades en funció de la distància o la similitud entre partits polítics es troben dominades per altres lògiques explicatives de la formació de coalicions. Cap de les coalicions mínimes guanyadores formades en els nivells de negociació indicats abans (llevat de P7 —*correspondència lingüística*— i P9 —*formació a l'empresa*—) inclou, en el seu mateix nivell de similitud, el resultat final que adopta la LPL. És a dir, tot i que els partits membres de la coalició han rebaixat els seus criteris de similitud per a formar coalició, la combinació dels resultats d'aquests encara no queda reflectida en el resultat final de la negociació. Així, el procés seguit generalment és continuar la negociació fins a incloure en la coalició UDC en P2 —*restitució*—, P11 —*empreses públiques*—, P4 —*promoció*—, P7 —*correspondència lingüística*— i P14 —*sancions*—; el PSC en P11, P3 —*promoció*—, P4, P7, P14; IC-V en P4, P7 i P14. Això provoca que el partit ERC, que formava coalició guanyadora mínima en P3, P4 i P7 a nivells superiors de similitud amb altres partits, particularment CDC – UDC, abandoni les coalicions que finalment aproven o contenen el resultat final de la negociació.

El que s'ha comentat fins ara es pot concretar de la manera següent: pel que fa a restitució, en el cas de P2 —*restitució*—, existeixen en el nivell 0,8 dues coalicions possibles que per nombre de vots poden adoptar una LPL d'acord amb els seus interessos. Aquestes coalicions estan formades per CDC – CiU – IC-V – PP, d'una banda, i CDC – CiU – PP – ERC, per l'altra. Tot i això, el resultat final no s'assembla als posicionaments que conjuntament tenen aquests partits en aquest nivell de similitud. En aquest sentit, en el nivell 0,6, UDC és el partit que resta més ben representat en la proposició finalment adoptada en la LPL per a P2. En el nivell més avançat de negociació, 0,5, observem que la coalició CDC – PP – CiU – UDC – IC-V inclou també el resultat final de la LPL. És a dir, la LPL en la seva proposició P2 afavoreix abans UDC que CDC, PP, IC-V i CiU, mentre que els partits menys afavorits en la negociació són ERC i PSC. En el cas de P11 —*empreses públiques*— la primera coalició guanyadora mínima és, en el nivell 0,8, la formada per IC-V – CiU – CDC – UDC. Malgrat això, la primera coalició guanyado-

ra en què s'inclou el resultat de la LPL és IC-V – CiU – CDC – UDC – ERC en el nivell 0,4. La tendència en la negociació de la LPL és que el resultat finalment adoptat s'aproxima primer al PSC en el nivell 0,7 i a UDC en el nivell 0,5, mentre que la resta de partits ho fan en nivells de renúncia als propis posicionaments més avançats (alfa-tall 0,4 per a CiU, CDC, ERC, IC-V i alfa-tall 0,3 per al PP).

Quant a promoció, davant la proposició P3 —*promoció*—, les primeres coalicions guanyadores mínimes són les formades per CDC – CiU – UDC – ERC i CDC – CiU – UDC – IC-V en el nivell de negociació 0,8, però aquesta coalició resta dominada per la coalició en què els posicionaments polítics dels membres queden reflectits en la LPL. Així, la coalició formada finalment és CDC – CiU – UDC – ERC – IC-V – PSC – LPL en el nivell 0,5. Els partits més afavorits en el procés de negociació són el PSC, que troba similitud amb la LPL en el nivell 0,7, i IC-V, que troba similitud amb la LPL en el nivell 0,6, pel que fa a P11. En referència a P9 —*partides pressupostàries específiques per a la formació en llengua catalana dels treballadors*—, la primera coalició guanyadora i la que conté efectivament la LPL és CDC – CiU – UDC – PSC en el nivell 0,6. En aquest cas, la coalició mínima guanyadora coincideix amb la que inclou la LPL.

Finalment, en el cas de polítiques de protecció, per a la proposició P4 —*protecció*—, la coalició mínima guanyadora l'observem en el nivell 0,6 composta per CiU – CDC – ERC – UDC. Tot i això, la LPL participa de les coalicions guanyadores ERC – CiU – CDC – UDC – IC-V – LPL i PSC – CiU – CDC – UDC – IC-V – LPL en el nivell 0,4. Observem que la LPL s'aproxima amb anterioritat al PSC i a IC-V en el nivell 0,6 i a UDC en el nivell 0,5. Quant a P7 —*correspondència lingüística*— les coalicions mínimes guanyadores es formen en el nivell 0,3 i inclouen ERC – UDC – CDC – CiU, IC-V – PSC – UDC – CDC – LPL o UDC – CiU – CDC – IC-V – LPL. Tot i la multiplicitat de coalicions resultants, i la seva difícil interpretació, podem observar que el PSC i IC-V són els partits més beneficiats en el procés, ja que troben similitud amb la LPL en el nivell 0,7, la qual cosa succeeix també amb UDC en el nivell 0,5. Podem indicar que en tot moment la negociació ha seguit un procés segons el qual s'han afavorit els posicionaments d'aquests partits. En el cas de P14 —*sancions*—, la primera coalició guanyadora és la formada per CDC – CiU – IC-V – UDC en el nivell 0,6. Aquesta coalició està dominada per la coalició CDC – CiU – IC-V – UDC – PSC – LPL, que és la que finalment inclou la LPL en el nivell de negociació 0,3. A l'igual que en el cas anterior, la negociació té lloc de manera que l'objectiu és integrar en la coalició els partits IC-V i UDC que ja veuen reflectit el seu posicionament en la llei en el nivell 0,6, mentre que la resta de partits troben similitud amb la llei només en el nivell 0,3.

En tercer lloc, cal destacar que els nivells d'acord són superiors quan es tracta de proposicions genèriques o declaratives (P2, P3 i P4). En canvi, quan es tracta de polítiques concretes d'actuació lingüística en l'esfera socioeconòmica, les coalicions es produeixen en nivells de negociació inferiors, i els continguts de l'agenda lingüística tendeixen a diluir-se. En aquest sentit, les declaracions d'intencions (*politics*) són més fàcils d'adoptar i consensuar que les actuacions concretes (*policies*). Aquesta diferenciació també s'aprecia en la tipologia restitució-promoció-protecció. Els acords adoptats amb més facilitat són els de promoció i restitució. En canvi, el nivell més avançat de negociació, o on és més difícil de trobar el consens, és en les qüestions que fan referència a la protecció de la llengua.

A partir de les dades observades podem realitzar les generalitzacions següents: en primer lloc, el procés de negociació mostra com els partits polítics amb una postura més flexible o vaga participen en un major nombre de coalicions. És evident, a la llum de les funcions de pertinença, que aquells partits que formen la coalició que finalment aprova la LPL presenta una cardinalitat superior a la resta. És el cas de CDC – UDC – PSC – IC-V. En canvi, els partits amb una línia de posicionament més rígida acostumen a quedar fora de coalicions àmplies. És el cas d'ERC i el PP. Aquests partits només poden formar part de coalicions amb un espectre ideològic molt restringit o no tenen prou flexibilitat per adaptar-se als posicionaments dels altres partits. En segon lloc, les polítiques no s'adopten pel fet que una sèrie de partits amb vots suficients i uns posicionaments similars formin una coalició guanyadora. La formació de coalicions segueix una pauta on el primer objectiu es la inclusió en la coalició dels partits UDC, PSC, IC-V i CDC en aquest ordre. Contràriament, UDC, PSC i IC-V no accepten polítiques excessivament allunyades dels seus posicionaments inicials. Els casos paradigmàtics d'aquest tipus de partits són ERC i el PP. És a dir, existeixen partits més disposats a renunciar als seus posicionaments inicials que d'altres. En tercer lloc, s'han creat, generalment, polítiques que compten amb el suport de més formacions polítiques que les estrictament necessàries, que han donat lloc a un tipus de resultat consociacional limitat per la rigidesa dels posicionaments d'ERC i el PP. No podem oblidar un altre fet destacat del procés de negociació: la iniciativa del procés partia d'un govern de coalició (CDC – UDC) on el resultat en el decurs de la negociació s'ha decantat favorablement a UDC. Aquest fet és particularment evident quan hem considerat polítiques que afecten clarament els costos empresarials. Quan aquests costos concorren en les polítiques a adoptar es manifesten les ambigüitats, contradiccions i fractures en el si dels partits polítics.

ANNEX 1

QÜESTIONARI. «LLENGUA I MÓN SOCIOECONÒMIC»

Recerca: efectes de la Llei 1/1998, del 7 de gener,
de política lingüística

Indiqui, si us plau, les dades identificatives següents:

Nom i cognoms: _____

Entitat: _____

Càrrecs en l'actual legislatura: _____

Instruccions per a omplir el qüestionari

En el qüestionari trobarà 14 enunciats o proposicions que corresponen a diferents aspectes que van ser debatuts en el decurs de l'any 1997 en el procés de renovació del marc jurídic de la llengua a Catalunya.

Vostè hauria d'indicar amb una X en la casella corresponent **quin és el grau d'acord amb cadascun d'aquests enunciats o proposicions per part dels partits polítics representats en el Parlament**. D'altra banda, també haurà

d'indicar si aquests enunciat han quedat reflectits en la Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística.

Pot fer servir més d'una X per partit polític i enunciat a manera d'interval de confiança que indiqui possibles graus d'acord diferents per motius com ara: evolució del posicionament en el temps, ambigüitat en el discurs del partit, o manca de certesa sobre el posicionament d'aquest partit per part seva.

Darrere de cada quadre de respostes té un espai reservat per a **OBSERVACIONS**. Pot indicar-les tant en el mateix full com al darrere de la plana. En aquest apartat hauria de fer les observacions pertinents sobre les seves respostes, com ara, quins problemes té per posicionar els partits i per què.

Exemple de 4 partits davant d'un enunciat L

	Partit 1	Partit 2	Partit 3	Partit 4	LPL
Totalment d'acord	☒	☐	☐	☐	☐
Gairebé d'acord	☐	☒	☐	☐	☒
Més d'acord que en desacord	☐	☒	☐	☐	☒
Ni d'acord ni en desacord	☐	☐	☐	☒	☐
Més en desacord que d'acord	☐	☐	☒	☐	☐
Gairebé en desacord	☐	☐	☒	☐	☐
Totalment en desacord	☐	☐	☒	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐

En aquest exemple:

El partit 1 està totalment d'acord amb l'enunciat L.

El partit 2 no està totalment d'acord amb l'enunciat L, però n'està a favor.

El partit 3 està en desacord amb l'enunciat L, però no sabem si totalment o parcialment.

El partit 4 no es posiciona ni favorablement ni desfavorablement davant l'enunciat L.

La Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística reflecteix l'enunciat L (la llei està d'acord amb l'enunciat), però no totalment.

Nota: En el cas de Convergència i Unió (CiU) hem desagregat les dues formacions polítiques que la integren, Convergència Democràtica de Catalunya (CDC) i Unió Democràtica de Catalunya (UDC). El qüestionari s'hauria de

respondre per part de les tres sigles (CiU, CDC i UDC). En el cas que no puguin diferenciar el posicionament d'aquestes dues formacions i la coalició, poden respondre aquella/es que conegui.

Sigles:

CDC: Convergència Democràtica de Catalunya.
 CiU: Convergència i Unió.
 ERC: Esquerra Republicana de Catalunya.
 IC-V: Iniciativa per Catalunya - Verds.
 LPL: Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística.
 PCC: Partit Comunista de Catalunya.
 PI: Partit per la Independència.
 PSC: Partit Socialista de Catalunya.
 PP: Partit Popular.
 UDC: Unió Democràtica de Catalunya.

1. Era necessària una «nova llei del català»

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	CiU	CDC	UDC
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>NS / NC</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

2. La normalització lingüística ha de continuar avançant en la restitució formal de la llengua catalana. És a dir, el restabliment i/o reconeixement del català com a llengua pròpia i oficial de Catalunya, el reconeixement del deure vers el català per tal d'assolir plena igualtat formal amb el castellà, i/o l'abast competencial de les comunitats autònomes per a desenvolupar la cooficialitat

de la llengua i la compatibilitat amb les competències sectorials de l'Estat. Aquesta restitució aniria més enllà dels quatre àmbits competencials marcats en la LNL de 1983: ensenyament, toponímia i retolació, l'Administració catalana i els mitjans de comunicació de la Generalitat.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GiU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

3. La normalització lingüística ha de promoure el català i el seu ús social. Per mitjà de la creació d'una indústria cultural forta, promoure la formació i la necessitat del català en el lloc de treball, les activitats d'oci... Ajuts i incentius per a l'ús del català, tant selectius com generals.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GiU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

4. La normalització lingüística ha de protegir el català i el seu ús social davant de llengües majoritàries com l'anglès o el castellà. S'ha de garantir que els catalanoparlants puguin emprar la seva llengua en les seves activitats quotidianes. Les mesures de protecció de l'idioma poden incloure quotes en els mitjans de comunicació i/o sancions a institucions o empreses.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	CiU	CDC	UDC	LPL
Totalment d'acord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gairebé d'acord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Més d'acord que en desacord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ni d'acord ni en desacord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Més en desacord que d'acord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gairebé en desacord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Totalment en desacord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

5. S'ha de generalitzar l'ús del català en els usos externs (amb els clients i altres empreses) en empreses de serveis públics, de comunicacions, de transports o subministraments.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	CiU	CDC	UDC	LPL
Totalment d'acord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gairebé d'acord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Més d'acord que en desacord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ni d'acord ni en desacord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Més en desacord que d'acord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Gairebé en desacord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Totalment en desacord	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

6. Els establiments comercials que prestin un servei al ciutadà hauran d'estar en disposició d'atendre'l en la llengua oficial que triï. Implica el coneixement passiu de les llengües oficials —entén el català i el castellà— per part del treballador de l'establiment comercial.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GiU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>NS / NC</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

7. Els establiments comercials que prestin un servei al ciutadà hauran d'estar en disposició de correspondre'l en la llengua oficial que triï. Implica la pràctica activa de les llengües oficials per part del treballador de l'establiment comercial.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GiU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>NS / NC</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

8. S'ha de garantir el dret del ciutadà a demanar la comunicació (de les empreses) en qualsevol dels dos idiomes (en factures, correspondència...).

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GiU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

9. S'ha de fomentar, mitjançant partides pressupostàries específiques de la Generalitat, la formació lingüística del català a l'empresa.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GiU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

10. S'ha de fomentar l'ús del català en els centres de treball per mitjà de pactes d'empresa i convenis col·lectius.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GIU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>NS / NC</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

11. S'han d'equiparar les empreses públiques catalanes a les administracions pel que fa a l'ús del català, tant a nivell de treball intern com extern.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GIU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>NS / NC</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

12. S'ha de generalitzar l'ús del català en els productes o serveis per a empreses beneficiàries d'ajuts concedits per la Generalitat.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GIU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

13. Les normes sobre etiquetatge i embalatge s'han d'efectuar segons la STC 147/1996.

(En els productes comercialitzats a Catalunya, es permetrà l'etiquetatge només en català, només en castellà o només en una altra llengua europea fàcilment comprensible, però s'exigirà la constància bilingüe de les dades obligatòries de l'etiquetatge de productes envasats —excepció feta dels de producció artesana— i de productes tòxics o verinosos que es distribueixin a Catalunya.)

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GIU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

14. La «nova llei del català» hauria de tenir un règim sancionador propi amb multes a empreses, treballadors, institucions...

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	CiU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>NS / NC</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

15. S'ha de fomentar el català en les tanques publicitàries que afectin el paisatge lingüístic.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	CiU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>NS / NC</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

16. La publicitat institucional i d'empreses públiques serà preferentment en català.

	ERC	IC-V	PCC	PI	PP	PSC	GiU	CDC	UDC	LPL
<i>Totalment d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
NS / NC	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Observacions: _____

17. La nostra formació política està satisfeta amb el resultat de la Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística.

<i>Totalment d'acord</i>	☐
<i>Gairebé d'acord</i>	☐
<i>Més d'acord que en desacord</i>	☐
<i>Ni d'acord ni en desacord</i>	☐
<i>Més en desacord que d'acord</i>	☐
<i>Gairebé en desacord</i>	☐
<i>Totalment en desacord</i>	☐
NS / NC	☐

Observacions: _____

ANNEX 2

**RESULTATS AGREGATS DE L'ENQUESTA
«LLENGUA I MÓN SOCIOECONÒMIC»**

FIGURA 17A

RESTITUCIÓ									
(a) AUTOUBICACIÓ DELS PARTITS									
CRU	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2						1	16	17	
P11						2	15	17	
P12						2	15	17	
P16							17	17	
CDC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2						1	14	15	
P11						2	13	15	
P12						1	15	16	
P16							15	15	
UDC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2						4	6	10	
P11						3	7	10	
P12						3	7	10	
P16							10	10	
(b) UBICACIÓ ATORGADA PER ALTRES PARTITS									
CRU	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2					3	2	13	18	
P11			1	2	3	1	10	17	
P12	1		4		3	4	5	17	
P16					4	1	12	17	
CDC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2					2	3	14	19	
P11			1	1	2	1	13	18	
P12				4	3	4	8	19	
P16					4	1	14	19	
UDC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2				1	2	3	10	18	
P11			1	1	3	1	12	18	
P12				3	5	2	6	18	
P16					4	3	10	17	
(c) UBICACIÓ a + b									
CRU	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2					3	3	29	35	
P11			1	2	3	3	25	34	
P12	1		4		3	6	20	34	
P16					4	1	29	34	
CDC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2					2	4	28	34	
P11			1	1	2	3	26	33	
P12			2	4	3	5	23	37	
P16					4	1	29	34	
UDC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2				1	2	7	16	26	
P11			1	1	3	4	19	28	
P12	1			3	5	5	13	27	
P16					4	3	20	27	
RESTITUCIÓ									
(a) AUTOUBICACIÓ DELS PARTITS									
PSC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2					1	2	8	11	
P11	1				1	1	2	8	11
P12	1		1	2	4	1	2	11	
P16					3	3	4	10	
IC-V	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2							4	4	
P11							4	4	
P12						2	2	4	
P16							4	4	
(b) UBICACIÓ ATORGADA PER ALTRES PARTITS									
PSC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2		1	6	1	6	3	2	19	
P11		4	2	1	4	4	3	16	
P12	3	2	2	2	6	2	1	18	
P16	1	2			8	4	4	19	
IC-V	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2			1		1	6	17	25	
P11			1	1	3	2	19	26	
P12					4	7	15	26	
P16					2	7	14	23	
(c) UBICACIÓ a + b									
PSC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2		1	6	2	8	5	8	30	
P11	1	4	2	2	5	6	9	29	
P12	4	2	3	4	10	3	3	29	
P16	1	2			11	7	8	29	
IC-V	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2			1		1	6	21	29	
P11			1	1	3	2	23	30	
P12					4	9	17	30	
P16					2	7	18	27	
RESTITUCIÓ									
(a) AUTOUBICACIÓ DELS PARTITS									
PP	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2						2		2	
P11		1				1		2	
P12		1	1					2	
P16	1			1				2	
ERC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2							5	5	
P11						1	4	5	
P12							5	5	
P16						1	4	5	
(b) UBICACIÓ ATORGADA PER ALTRES PARTITS									
PP	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2					1	3	19	23	
P11	11	7	5	1	2		1	27	
P12	16	3	4	1			1	25	
P16	13	5	6	2				26	
ERC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2					2	22	24		
P11			1			1	21	23	
P12			1				22	23	
P16						1	19	20	
(c) UBICACIÓ a + b									
PP	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2					1	3	21	25	
P11	11	8	5	1	2	1	1	29	
P12	16	4	5	1			1	27	
P16	14	5	6	3				28	
ERC	1	2	3	4	5	6	7	n.	
P2					2	27	29		
P11			1			2	25	28	
P12			1				27	28	
P16					2	23	25		

FIGURA 17B

PROMOCIÓ

(a) AUTOUBICACIÓ DELS PARTITS

CIU	1	2	3	4	5	6	7	
P3					1	1	15	17
P9			1	2	4	3	7	17
P10					1	4	12	17

CDC	1	2	3	4	5	6	7	
P3					1	1	13	15
P9			1	1	4	4	5	15
P10					1	3	11	15

UDC	1	2	3	4	5	6	7	n
P3					1	1	8	10
P9			1	1	3	2	2	9
P10				1	1	1	7	10

(b) UBICACIÓ ATORGADA PER ALTRES PARTITS

CIU	1	2	3	4	5	6	7	
P3			1	1	0	4	11	17
P9	1		3	1	1	4	8	18
P10			1	1	3	1	11	17

CDC	1	2	3	4	5	6	7	
P3			1			4	14	19
P9			3	1	2	2	9	17
P10			1	1	1	1	13	17

UDC	1	2	3	4	5	6	7	n
P3		1		1		3	14	19
P9			1	1	2	3	8	15
P10		0	1	1	1	1	13	17

(c) UBICACIÓ a + b

CIU	1	2	3	4	5	6	7	
P3			1	1	1	5	26	34
P9	1		4	3	5	7	15	35
P10			1	1	4	5	23	34

CDC	1	2	3	4	5	6	7	
P3			1		1	5	27	34
P9			4	2	6	14	32	36
P10			1	1	2	4	24	32

UDC	1	2	3	4	5	6	7	n
P3		1		1	1	4	22	29
P9			2	2	5	5	10	24
P10			1	2	2	2	20	27

PROMOCIÓ

(a) AUTOUBICACIÓ DELS PARTITS

P3C	1	2	3	4	5	6	7	
P3						1	10	11
P9					1		10	11
P10				1		1	8	11

IC-V	1	2	3	4	5	6	7	
P3							4	4
P9								4
P10								4

(b) UBICACIÓ ATORGADA PER ALTRES PARTITS

P3C	1	2	3	4	5	6	7	
P3		2	3	2	5	2	5	19
P9		2	2	4	1	3	4	16
P10		0	2	2	3	3	5	19

IC-V	1	2	3	4	5	6	7	
P3					2	8	17	27
P9	0	1	0	0	2	5	4	14
P10	0	0	0	0	2	4	19	25

(c) UBICACIÓ a + b

P3C	1	2	3	4	5	6	7	
P3		2	3	2	5	3	15	30
P9		2	2	4	2	3	14	27
P10		2	2	4	3	6	13	30

IC-V	1	2	3	4	5	6	7	
P3					2	8	21	31
P9		1		2	5	4	18	30
P10					2	4	23	29

PROMOCIÓ

(a) AUTOUBICACIÓ DELS PARTITS

PP	1	2	3	4	5	6	7	
P3						1	1	2
P9				2				2
P10				1	1			2

ERC	1	2	3	4	5	6	7	
P3							5	5
P9					1		4	5
P10							5	5

(b) UBICACIÓ ATORGADA PER ALTRES PARTITS

PP	1	2	3	4	5	6	7	
P3	9	7	6	3		1	1	27
P9	1	1	4	5	2	2		24
P10	6	4	5	5		1		26

ERC	1	2	3	4	5	6	7	
P3					2	22	24	
P9	0	2	0	0	1	1	17	22
P10	0	0	1	0	0	1	20	22

(c) UBICACIÓ a + b

PP	1	2	3	4	5	6	7	
P3	9	7	6	3		2	2	29
P9	10	1	4	7	2	2		26
P10	6	4	5	6	6		1	28

ERC	1	2	3	4	5	6	7	
P3					2	27	29	
P9		2		1	2	1	21	27
P10			1			1	25	27

FIGURA 17c

PROTECCIÓ									
(a) AUTOUBICACIÓ DELS PARTITS									
CIU	1	2	3	4	5	6	7		
P4					2	14		18	
P5					1	1	15	17	
P6		1		1	2	13		17	
P7				2		2	13	17	
P8				1		6	10	17	
P13	1		2	2		2	9	16	
P14		3	2			5	7	17	
CDC	1	2	3	4	5	6	7		
P4						1	14	15	
P5					1		14	15	
P6			1				13	14	
P7					1	1	12	14	
P8				1		4	10	15	
P13	1	1	1	1	1	1	9	15	
P14			3		2	3	8	16	
UDC	1	2	3	4	5	6	7	n	
P4							4	7	11
P5						2	1	7	10
P6			1					8	9
P7					1	2	7	10	
P8			1		1	2	8	10	
P13	1	2	1					5	9
P14		2	1		3	4		10	
(b) UBICACIÓ ATORGADA PER ALTRES PARTITS									
CIU	1	2	3	4	5	6	7		
P4			1	1	2	2	11	17	
P5	1		1		3	1	12	18	
P6			1	2		3	11	17	
P7			2	1	4	1	9	17	
P8				1	1	3	14	19	
P13	1	1	2	2	2	1	7	18	
P14		3	2	0	2	1	8	18	
CDC	1	2	3	4	5	6	7		
P4			1	1	2	4	12	20	
P5			1	3	1	14	19		
P6				2		6	11	19	
P7			3	1	4	3	8	19	
P8				1	1	2	16	20	
P13	1	2	3	2	1	3	4	18	
P14		2	1	1	2	3	8	17	
UDC	1	2	3	4	5	6	7	n	
P4		1	1	1	3	2	10	18	
P5			1		3	7	8	17	
P6		1	1	1	3	7	6	19	
P7		2	2	0	8	3	4	19	
P8				1	2	3	14	19	
P13	1	2	3	2	3	1	5	17	
P14	2	2	5		2	2	4	17	
(c) UBICACIÓ a + b									
CIU	1	2	3	4	5	6	7		
P4			1	1	2	4	25	33	
P5	1		1		4	2	27	35	
P6		1	1	3		5	24	34	
P7			2	3	4	3	22	34	
P8					2	1	9	24	36
P13	2	1	4	4	2	3	16	32	
P14		6	4		2	6	15	33	
CDC	1	2	3	4	5	6	7		
P4			1	1	2	5	28	35	
P5				1	4	1	28	34	
P6			1	2		6	24	33	
P7			3	1	5	4	20	33	
P8				2	1	6	26	35	
P13	2	3	4	3	2	4	13	31	
P14		2	4	1	4	6	16	33	
UDC	1	2	3	4	5	6	7	n	
P4		1	1	1	3	8	17	29	
P5			1		5	8	13	27	
P6		1	2	1	3	7	14	28	
P7		2	2		9	5	11	29	
P8			1	1	3	5	20	29	
P13	1	3	5	3	3	1	10	26	
P14	2	2	7	1	2	5	8	27	
PROTECCIÓ									
(a) AUTOUBICACIÓ DELS PARTITS									
PSC	1	2	3	4	5	6	7		
P4				1	1		8	10	
P5					4	3	4	11	
P6				1	4	2	3	10	
P7	3				5	1	2	11	
P8					1	2	8	11	
P13	1			1	1	5	2	10	
P14	5	4	1		1			11	
IC-V	1	2	3	4	5	6	7		
P4			1			1	2	4	
P5					1	1	2	4	
P6						2	2	4	
P7			1		1	2		4	
P8						1	3	4	
P13					1		3	4	
P14					1	1	2	4	
(b) UBICACIÓ ATORGADA PER ALTRES PARTITS									
PSC	1	2	3	4	5	6	7		
P4	3	2	5	4	1	3	1	19	
P5	1	2	4	4	3	2	2	18	
P6	1	3	2	3	2	3	4	18	
P7	4	4	4	2	4	0	2	20	
P8	0	0	3	2	5	3	4	17	
P13	1	1	1	5	3	2	4	17	
P14	9	3	3	2	1	0	1	19	
IC-V	1	2	3	4	5	6	7		
P4	1	0	0	1	5	10	11	28	
P5	0	0	0	0	5	7	15	27	
P6	0	0	0	1	3	9	13	26	
P7	1	0	3	1	7	6	7	25	
P8	0	0	1	1	4	6	15	27	
P13	1	2	1	2	3	6	10	25	
P14	0	1	4	4	4	5	7	25	
(c) UBICACIÓ a + b									
PSC	1	2	3	4	5	6	7		
P4	3	2	5	5	2	3	9	29	
P5	1	2	4	4	7	5	6	29	
P6	1	3	2	4	6	5	7	28	
P7	7	4	4	2	9	1	4	31	
P8			3	2	6	5	12	28	
P13	2	1	1	6	4	7	6	27	
P14	14	7	4	2	2		1	30	
IC-V	1	2	3	4	5	6	7		
P4	1		1	1	5	11	13	32	
P5					6	8	17	31	
P6				1	3	11	15	30	
P7	1		4	1	8	8	7	29	
P8			1	1	4	7	18	31	
P13	1	2	1	2	4	6	13	29	
P14		1	4	4	5	6	9	29	

FIGURA 17c (Continuació)

PROTECCIÓ									
(a) AUTOUBICACIÓ DELS PARTITS									
PP	1	2	3	4	5	6	7		
P4			1	1				2	
P5		2						2	
P6						1	1	2	
P7	1		1					2	
P8				1			1	2	
P13		1					1	2	
P14	2							2	
ERC	1	2	3	4	5	6	7		
P4							5	5	
P5							5	5	
P6							5	5	
P7							5	5	
P8							5	5	
P13	1	1			1	1	1	5	
P14						1	4	5	
(b) UBICACIÓ ATORGADA PER ALTRES PARTITS									
PP	1	2	3	4	5	6	7		
P4	18	4	1	3	1	0	0	27	
P5	14	4	8	2	0	0	0	26	
P6	12	3	5	3	0	0	1	24	
P7	17	3	4	0	0	0	1	25	
P8	7	7	3	4	2	1	1	25	
P13	8	1	3	3	0	5	5	23	
P14	24	1	0	0	0	0	1	26	
ERC	1	2	3	4	5	6	7		
P4	0	0	0	0	1	2	22	25	
P5	0	0	0	0	0	1	23	24	
P6	0	0	1	0	0	1	22	24	
P7	0	0	0	0	0	1	21	22	
P8	1	0	0	1	0	2	20	24	
P13	5	2	2	1	1	1	12	24	
P14	1	0	0	0	1	1	20	23	
(c) UBICACIÓ a + b									
PP	1	2	3	4	5	6	7		
P4	18	4	2	4	1			29	
P5	14	8	6	2				28	
P6	12	3	5	3		1	2	26	
P7	18	3	5				1	27	
P8	7	7	3	5	2	1	2	27	
P13	8	2	3	3		5	6	25	
P14	26	1					1	28	
ERC	1	2	3	4	5	6	7		
P4					1	2	27	30	
P5						1	28	29	
P6			1			1	27	29	
P7							1	26	
P8	1			1		2	25	29	
P13	6	3	2	1	2	2	13	26	
P14	1				1	2	24	28	

FIGURA 17D

Grau en què la LPL recull les diferents proposicions segons els parlamentaris

Frequències absolutes

Restitució

	1	2	3	4	5	6	7	n.
P2	0	0	0	0	2	11	10	23
P11	0	0	2	3	5	6	9	25
P12	3	0	3	5	3	6	4	24
P16	2	0	0	3	5	3	11	24

	1	2	3	4	5	6	7	n.
P3	0	0	0	1	3	11	13	28
P9	0	3	1	2	7	4	6	23
P10	0	1	0	5	6	4	7	23

Promoció

	1	2	3	4	5	6	7	n.
P4	0	0	1	4	5	6	9	25
P5	0	0	0	4	6	7	8	25
P6	1	0	1	3	4	4	12	25
P7	3	2	2	2	6	3	6	24
P8	0	1	0	1	5	8	9	24
P13	1	1	2	7	3	5	6	25
P14	0	5	4	7	4	2	2	24

Frequències estandarditzades

	1	2	3	4	5	6	7	card.
P2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	1.0	0.9	2.1
P11	0.0	0.0	0.2	0.3	0.6	0.7	1.0	2.8
P12	0.5	0.0	0.5	0.8	0.5	1.0	0.7	4.0
P16	0.2	0.0	0.0	0.3	0.5	0.3	1.0	2.2

	1	2	3	4	5	6	7	card.
P3	0.0	0.0	0.0	0.1	0.2	0.8	1.0	2.2
P9	0.0	0.4	0.1	0.3	1.0	0.6	0.9	3.3
P10	0.0	0.1	0.0	0.7	0.9	0.6	1.0	3.3

	1	2	3	4	5	6	7	card.
P4	0.0	0.0	0.1	0.4	0.6	0.7	1.0	2.8
P5	0.0	0.0	0.0	0.5	0.8	0.9	1.0	3.1
P6	0.1	0.0	0.1	0.3	0.3	0.3	1.0	2.1
P7	0.5	0.3	0.3	0.3	1.0	0.5	1.0	4.0
P8	0.0	0.1	0.0	0.1	0.6	0.9	1.0	2.7
P13	0.2	0.2	0.3	1.2	0.5	0.8	1.0	4.2
P14	0.0	0.7	0.6	1.0	0.6	0.3	0.3	3.4

Grau de satisfacció dels partits amb el resultat final de la LPL

	1	2	3	4	5	6	7
UDC					1		
CDC				1	3	4	7
ERC		2	3				
IC-V					1	2	1
PP	1	1					
PSC			1	2	4	3	1

ANNEX 3

ELEMENTS PRINCIPALS DE LA TEORIA DE CONJUNTS BORROSOS

PREDICATS VAGUES

La teoria de subconjunts borrosos té com a eina principal de treball els predicats vagues. S'entén per *predicat vague* un predicat P (el nom d'una propietat dels objectes) que, en aplicar-lo a una col·lecció U d'objectes (l'univers del discurs), aquesta no queda classificada en només dues subclasses.

Els predicats que classifiquen U en dos subconjunts complementaris són els predicats clàssics; per exemple, si U és el conjunt de partits polítics presents en el Parlament i P és el predicat *partits que van votar favorablement a la Llei 1/1998*, està clar que U queda partit en dos subconjunts $\{1,0\}$.

$$\begin{aligned}P_1 &= [\mu \in U; \text{«vot favorable»}] \\ P_0 &= [\mu \in U; \text{«no vot favorable»}]\end{aligned}$$

Quan parlem d'un fenomen més complex com ara el de si una llei afecta els costos econòmics de les empreses, ens trobem davant d'una allau d'indicadors que poden correspondre a una escala semàntica de raonament que no inclogui només les categories *cert* o *fals* (1 o 0) sinó un ampli ventall de situacions.

Així, si $U = [0,1]$ i el predicat és $P_1 = \text{partits satisfets amb el resultat de la LPL}$, $P_2 = \text{acord amb el contingut x de la LPL}$ o $P_3 = \text{incidència en els costos per a les empreses dels continguts de la Llei 1/1998}$, no és possible una classificació del partit o de l'AL en només dues subclasses. Les categories

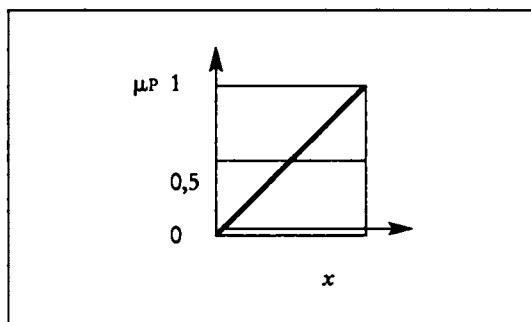
que puguem establir per classificar els continguts de la llei o els partits, difícilment poden constituir classes naturals en les quals encabir els continguts de l'AL o els partits polítics. En efecte, sempre resten elements d' U per classificar.

Així, P permet parlar de pertinença d'un partit polític a una proposició de llei o d'incidència econòmica d'una llei sobre l'empresa com quelcom variable que es distribueix sobre tot $U = [0,1]$, mentre que la diferència entre vot favorable es distribueix entre $U = [0, 1]$.

FUNCIO DE PERTINENÇA

Aquesta distribució o pertinença respecte a un terme genèric pot ser interpretada de manera que donats P i $U = [0,1]$, sia $\mu_P: U \rightarrow [0,1]$, de manera que $\mu_P(x)$ representi el grau amb què x sigui compatible amb G . Sembla raonable que sigui $\mu_G(0) = 0$, $\mu_P(0,5) = \mu_P(1) = 1$; sense més informació podem suposar que μ_P varia linealment amb x : $\mu_P(x) = \alpha x + \beta$, que per al nostre cas correspondria a una funció del tipus:

FIGURA 18

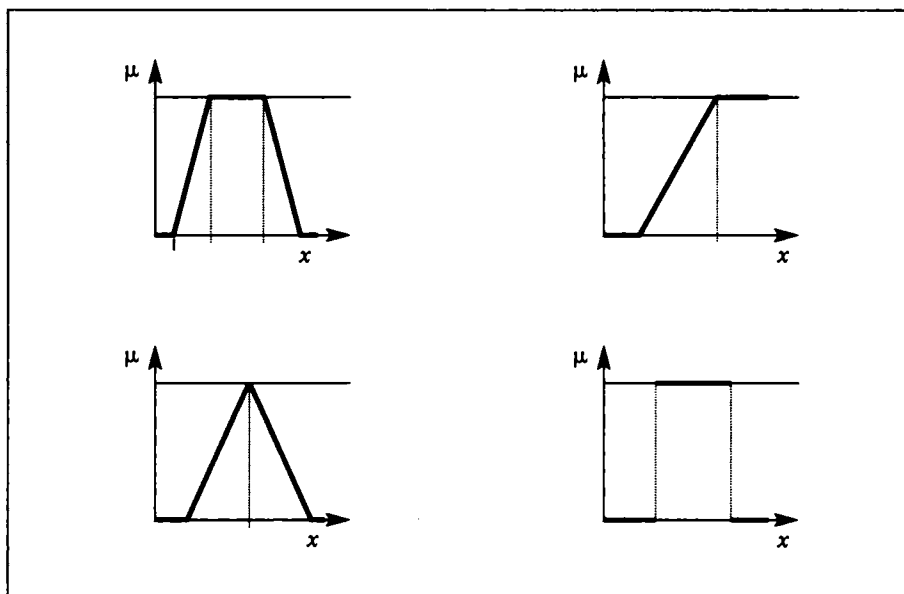


En aquesta figura, x representa una variable d'interval. Així, com més grau de compliment del predicat P , més grau de pertinença.

Donat un predicat P sobre un univers U , es presenta, doncs, el problema de determinar la corresponent funció de distribució de $\mu_P: U \rightarrow [0,1]$. Tal funció no és única i depèn del context, però hem de tenir en compte que els problemes que representen els predicats vagues són menys de precisió que de tipus qualitatiu; per això, en general, es tendeix a representar-los de la manera més lineal possible. Normalment, una representació trapezoïdal és sufi-

cient, ja que permet definir, com a màxim, amb quatre paràmetres, la pertinença d'una col·lecció d'objectes tal com s'observa en la figura 19.

FIGURA 19



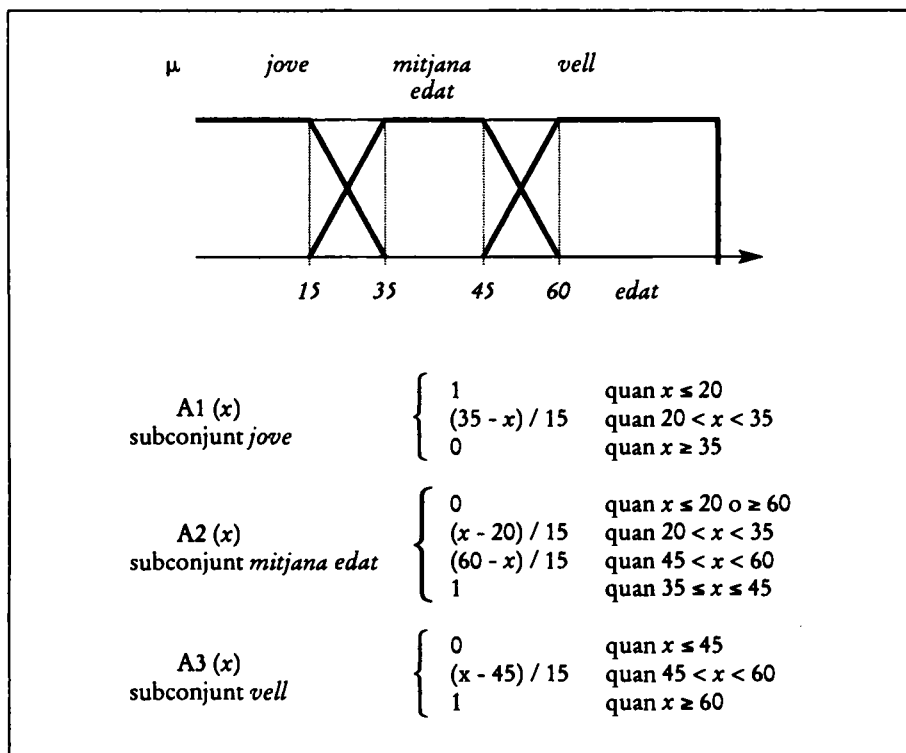
L'exemple clàssic en la teoria seria el predicat o variable lingüística «jove», de tipus qualitatiu, que tindria una variable base, o quantitativa, en l'edat de l'individu. D'aquesta manera, els individus complirien en més o menys grau la qualitat exposada pels predicats: «jove», «mitjana edat» i «vell». Aquest exemple el trobem en la figura 20.

Des d'aquesta òptica, els individus no poden ser classificats en classes «naturals» segons la seva edat. Per contra, la classificació ens és útil per comprendre un determinat fenomen social i és emprada sovint en els estudis sociològics. L'operativitat d'aquests subconjunts la veurem més endavant aplicada en el nostre objecte d'estudi.

En el cas de variables nominals sense una variable base quantitativa, sempre podem assignar un valor de veritat a la variable o construir un índex numèric que denoti aquesta propietat.

Quant al problema de determinar $\mu_P(x)$, considerem la hipòtesi de Zadeh en què: per a cada terna $(U, P, \mu_P(x))$ amb P un predicat de característica numèrica, existeix un P (subconjunt borrós de nom o etiqueta lingüística P d' U), al

FIGURA 19



qual, els elements x d' U pertany amb grau $\mu_P(x)$. Es diu que $\mu_P : C(U) \rightarrow [0,1]$ és la funció de pertinença de P . És a dir, x compatible amb P en grau $r = \mu_P(x)$ serà el mateix que dir que x pertany amb grau r a P . S'escriu:

$$\begin{matrix} x \in P \\ r \end{matrix}$$

Si fem servir el referencial $AL = \{\text{Proposta 1, Proposta 2, Proposta 3..., Proposta 17}\}$ podem observar la pertinença de cada partit polític al contingut d'aquestes propostes de manera que, per exemple, si prenem per cas l'acord amb la PC , ens podem trobar davant d'una de les possibles escales semàntiques on pel predicat P «acord amb el contingut x de l' AL » correspon un grau de pertinença, per exemple:

Referencial	Proposta						
	AL1	AL2	AL3	AL4	AL5	AL6	AL7
Subconjunt ordinari	1	0	1	1	0	0	0
Subconjunt borrós PP1	.5	.4	.2	.6	.2	.3	.7
Subconjunt borrós PP2	.5	.4	.3	.6	.9	.2	.7

A la Proposta 1 (AL1) el partit polític 1 (PP1) pertanyeria en grau .5, igual que el partit polític 2 (PP2). En canvi, com veiem en el cas del subconjunt ordinari, un partit només podria pertànyer o no pertànyer a una determinada AL.

INTERVALS DE CONFIANÇA I NIVELL D'INCERTESA

De la mateixa manera, podem establir intervals de confiança que ens indiquin des de la lògica humana i tenint en compte un cert grau d'incertesa respecte a la nostra afirmació, una valoració on $\mu_P \in [a1i, a2i] \subset [0,1]$, denominant els subconjunts derivats d'aquesta notació com *subconjunts Φ -borrosos*. Així, podríem establir una escala semàntica de representació de la pertinença de manera que:

- $\mu_{p1}(x) = [0, 0.1429]$ si el partit polític «està en desacord» amb un determinat contingut de la llei.
- $\mu_{p2}(x) = [0.1429, 0.2857]$ si el partit polític «està quasi en desacord».
- $\mu_{p3}(x) = [0.2857, 0.4286]$ si el partit polític «està més d'acord que en desacord».
- $\mu_{p4}(x) = [0.4286, 0.5714]$ si el partit polític «no està ni d'acord ni en desacord».
- $\mu_{p5}(x) = [0.5714, 0.7143]$ si el partit polític «està més d'acord que en desacord».
- $\mu_{p6}(x) = [0.7143, 0.8575]$ si el partit polític «està quasi d'acord».
- $\mu_{p7}(x) = [0.8575, 1]$ si el partit polític «està d'acord».

ALFA-TALLS I NIVELL DE PRESUMPCIÓ

Un dels conceptes més importants de la teoria és el concepte d' α -tall. Donat un subconjunt borrós, per cada $P\alpha \in [0,1]$ el subconjunt clàssic $P\alpha = \{x \in U; \mu_P \geq \alpha\}$ es diu *nivell de nitidesa* o *presumpció de P*. El nivell $0 \leq P\alpha = \{x \in U; \mu_P \geq 0\} = U$. És a dir, en el nivell alfa-tall 0, estem admetent

que tots els individus (o tot l'univers del discurs) pertanyen a P (la proposició en qüestió). Tots els individus per sobre de l'alfa-tall pertanyen a P , és a dir, $\mu_P(x) = 1$, mentre que tots els individus que estan per sota de l'alfa-tall no pertanyen en absolut a P $\mu_P(x) = 0$. Tenim, doncs, amb l' α -tall un vincle entre la teoria de subconjunts borrosos i els conjunts clàssics. Per exemple, podem afirmar que els partits polítics estan d'acord amb un determinat contingut de l'AL a partir d'un determinat grau de pertinença.

OPERACIONS BÀSIQUES

Les operacions bàsiques amb subconjunts borrosos són les següents:

Negació: $\neg A(x) = 1 - A(x)$

Conjunció: $(A \cap B)(x) = \min[A(x), B(x)]$

Disjunció: $(A \cup B)(x) = \max[A(x), B(x)]$ ⁸⁴

D'altres que farem servir a l'hora de relacionar subconjunts:

Distància (de Hamming): $\delta(A, B) = \sum |\mu_A(x_i) - \mu_B(x_i)|$, la qual, normalitzada, hauríem de dividir-la per n (nombre d'elements del referencial), per exemple, pel cas d'un interval de confiança:

$$a_1, a_2, b_1, b_2 \in [0, 1]$$

$$\delta([a_1, a_2], [b_1, b_2]) = \frac{1}{2} d([a_1, a_2], [b_1, b_2]) = \frac{1}{2} (|a_1 - b_1| + |a_2 - b_2|)$$

Coincidència de subconjunts (en quina mesura pertany el subconjunt A al subconjunt B):

$$S(A, B) = \frac{|A \cap B|}{\text{Card } A}$$

Podem dir que tant la coincidència com les distàncies entre subconjunts ens ajuden a modelar relacions borroses: donats dos conjunts x i y , una relació borrosa es defineix com un subconjunt borros de producte cartesià, és a dir, com una funció que assigna a cada parell format per un element x i un element y un grau de relació que existeix entre tots dos.

84. Les propietats de les operacions poden trobar-se a Klir i Bo (1995).

ALGUNES AREES D'APLICACIÓ

La teoria dels conjunts borrosos s'ha aplicat especialment en el tractament d'informació, en aquells contextos d'incertesa o vaguetat on la informació obtinguda en el procés de recollida de dades ha resultat ser incompleta, imprecisa, fragmentària o deficient (Klir i Bo, 1995, p. 245). La teoria dels conjunts borrosos, per tant, ha estat emprada per molt diverses disciplines científiques que han optat per models aproximatiu (*approximate reasoning*) en els seus processos de tractament d'informació.

La utilització de la teoria dels conjunts borrosos no és només portada a terme per part d'aquelles disciplines com la física, l'enginyeria o la matemàtica, sinó que el seu ús s'ha estès a d'altres ciències com ara la lingüística, l'economia, la sociologia, la ciència política o la psicologia, que han utilitzat de manera molt desigual el potencial d'aquesta teoria com a instrument analític (Mansur, 1995, p. 1).

De manera genèrica direm que les aplicacions de la teoria dels conjunts borrosos es concentren en: *a*) aplicacions matemàtiques, que són generalitzacions de la matemàtica tradicional (topologia, teoria de grafs, àlgebra, lògica, etc.); *b*) aplicacions algorítmiques (mètodes de *clustering*, control algorítmic, regressió borrosa, programació matemàtica, etc.); *c*) aplicacions a models estandarditzats; *d*) aplicacions relacionades amb el món real, de diferent tipus (medicina, economia, teoria de l'elecció racional, interacció interpersonal en context d'incertesa, presa de decisió, etc.). (Zimmermann, 1991.)

5. CONSIDERACIONS FINALS

Catalunya, Espanya i la Unió Europea són comunitats lingüístiques; comunitats lingüístiques diferenciades però inclusives. Perquè l'afirmació anterior sigui correcta, definim les comunitats lingüístiques com a grups socials que es mantenen units per la freqüència d'intercanvis comunicatius —o d'interacció social—, que es troben delimitats per àrees circumdants amb escasses línies de comunicació. De fet, per a eliminar qualsevol mena de confusió, el terme *comunitat lingüística* podria ser substituït per *comunitat comunicativa*. Així, una comunitat comunicativa pot ser monolingüe o multilingüe. És a dir, els grups socials de la comunitat poden ser un únic grup lingüístic o més. Els individus poden ser monolingües o multilingües i els patrons comunicatius poden presentar regularitats diglòssiques. El que determina que una comunitat lingüística sigui tal, és que hi ha una mobilitat social i geogràfica dels membres en el si d'aquesta i, en conseqüència, els individus es troben vinculats per intercanvis comunicatius. Aquestes comunitats, des de les ciències de la comunicació, es denominen *ecosistemes comunicatius*, o des de la ciència econòmica, *mercats d'intercanvi*.

La creació de l'Estat modern estén les comunitats lingüístiques des del poble o la vall cap a l'Estat. Fins a l'aparició d'aquest, només firaires, religiosos i invasors havien posat en contacte grups humans relativament distanciat. Quan es crea una estructura de govern territorialment estable, coercitiva i professionalitzada s'ha generat una força transformadora de la comunitat de comunicació. En primer lloc, perquè hi ha un cos professional que creix en progressió geomètrica en què s'imposa una racionalització lingüística: la reducció dels costos d'intercanvi en la comunicació per mitjà de l'establiment de l'homogeneïtzació lingüística. En segon lloc, perquè l'Estat posseeix la capacitat d'administrar tots els seus ciutadans, i entenem aquí per *administrar*, dotar a aquests dels instruments, els coneixements i les formes d'entendre la

vida més idonis per als interessos de l'Estat, ja sigui per mitjà de l'educació, el servei militar, els mitjans de comunicació, etc. La consolidació dels principis de la Revolució Francesa tindran molt a veure en això, particularment, quan el concepte *ciutadania* arrela en els individus i, per tant, s'estableixi el vincle Estat-individu, i es legítimi una relació de drets i deures entre ambdós. L'espai de l'individu com a ciutadà serà l'Estat.

Les transformacions tecnicoeconòmiques, en particular les vinculades a la industrialització, són forces de transformació de les comunitats lingüístiques. La primera, és l'expansió de les capacitats de comunicació per mitjà del transport a vapor durant els darrers segles i les noves tecnologies de la informació, avui. Els nous aparells locomotors per al transport físic i d'intercanvi d'informació amplien les comunitats de comunicació en el món en el seu conjunt. La segona, és que la industrialització suposa una mobilitat geogràfica major, l'establiment d'un mercat de força de treball, la necessitat de la seva intercanviabilitat i l'expansió dels mercats de productes i serveis.

El que hem comentat fins ara indica que el procés de modernització té conseqüències sobre la dimensió de les comunitats lingüístiques. Ara bé, fins al present, aquestes comunitats de comunicació han coexistit amb grups lingüístics diferenciats en el seu interior. Això és així tot i que, segons els etnògrafs, el nombre de llengües en el món s'ha reduït considerablement en els últims segles. És aquí on la relació entre grup lingüístic i comunitat d'intercanvis comunicatius planteja, o exigeix, la construcció d'una problemàtica més ambiciosa. Així, en alguns dels estats més desenvolupats del món, com poden ser el Canadà o Espanya, és on amb més força i èxit s'han dut a terme polítiques de reconeixement de la diferència, de protecció dels grups lingüístics relativament minoritaris en el conjunt de l'Estat. D'altra banda, la globalització multiplica les possibilitats del fet que els individus es trobin en situacions on la llengua del seu Estat evolucioni cap a una llengua inservible per a un nombre cada vegada major d'activitats.

Si seguim autors com Robertson o Beck, la «glocalització» expressa, des d'un punt de vista analític, la contradicció que suposa haver d'enfrontar-se a un món global que només pot ser entès pels individus des del seu modest o magnífic món local. Però, junt amb els elements analítics que ens ajuden a comprendre les transformacions socials, hem de recórrer a les interpretacions ideològiques que sobre el procés de canvi social tenen els actors. Així, «glocalisme» expressa un món de les idees bifurcat en globalisme i localisme, per la competitivitat internacional i les velles i noves rivalitats locals. El món sencer camina cap a una unitat econòmica i els individus, cada vegada més, estan obligats a competir de manera conscient o inconscient en el mercat mundial, ja sigui com a empresaris o com a treballadors. En aquest context, els globalistes, cada vegada un nombre major d'individus, adquireixen racionalment

capital lingüístic conscients que la seva situació en el mercat dependrà de la seva capacitat de comunicació. Més encara, si considerem que la tendència és que el valor afegit dels béns i serveis es produeix com a conseqüència del tractament de la informació que, per definició, és una indústria del llenguatge, les eleccions lingüístiques es fan ineludibles. Els globalistes troben la seva satisfacció personal no en l'administració estatal i la llengua oficial d'aquesta, sinó en el mercat internacional i en el liberalisme econòmic i, en conseqüència, en el liberalisme lingüístic. La ideologia localista argumenta que els grups lingüístics es mantenen en lluita entre si. Hi ha grups minoritaris de la mateixa manera que hi ha llengües minoritàries. Darrere la llengua anglesa, argumenten, hi ha una estructura econòmica liberal que no és un punt de reunió per a totes les cultures sinó únicament per a l'anglosaxona, que redueix els grups amb senyes distintives pròpies. Darrere l'espanyol, hi ha segles de dominació colonial castellana a Hispanoamèrica i la península Ibèrica.

Les visions anteriors es posen de manifest en les maneres d'actuar sobre les llengües. Quan s'actua deliberadament sobre les pràctiques lingüístiques, on els actors són tant les autoritats polítiques com els mateixos individus amb les seves petites inversions en capital lingüístic (o desinversions, de pràctica imaginable), es poden portar a terme polítiques acumulatives o redistributives. Les primeres, justificades pels globalistes; les segones, pels localistes. Les primeres, inverteixen en el mercat internacional com durant els segles anteriors s'invertia en la llengua de l'Estat, capitalitzant els individus de manera que aquests adquireixin una posició d'avantatge en el mercat. Les segones, aposten per la consciència del grup lingüístic particular com a estratègia col·lectiva, interclassista, enfront de la dominació d'altres grups socials que als ulls dels individus poden adoptar la forma d'ètnies diferents en competència amb la pròpia. Des d'un punt de vista econòmic, s'estableixen barreres lingüístiques per als llocs de treball locals de la mateixa manera que barreres a la immigració. Però, sobretot, és una qüestió d'autodeterminació, de gestió de la cosa pública, de control de l'aparell de govern, de gestió dels recursos produïts pels membres del grup. La política lingüística redistributiva no és pròpiament una política en favor de les llengües minoritàries, encara que està revestida d'aquesta fraseologia. És una política que afavoreix un grup social dominant, o que aspira a ser-ho, en el seu propi espai territorial. Aquestes aspiracions s'aconsegueixen expulsant o dominant els vells grups dominadors. La recuperació d'espais socials d'ús per a una llengua, particularment àmbits polítics i econòmics, és l'expressió de la victòria d'un grup lingüístic sobre un altre. En una societat democràtica, els individus poden arribar a donar suport a aquesta mena de polítiques per diferents camins. El camí principal és la socialització política. Una política lingüística que afavoreixi la idea de pertinença dels individus a un determinat grup lingüístic des de les aules o des dels

mitjans de comunicació públics, coadjuva, sens dubte, en el fet que els individus es percebin participants de l'ideari d'un determinat grup lingüístic. No estem parlant d'una altra cosa que del paper de la llengua en el nacionalisme polític.

Ara bé, quan es va formar el sistema internacional d'estats, les polítiques lingüístiques orientades a l'oficialització d'una llengua particular i a l'extensió del seu ús social complien una tasca de dominació sobre els grups lingüístics no «oficialitzats», però també era una pràctica acumulativa. En la mesura que l'Estat era la comunitat econòmica i política principal, l'educació en una sola llengua complia una missió acumulativa: gestionar eficientment els intercanvis comunicatius dintre d'una societat estanca. Així, el nacionalisme estatista pot ser considerat com la fase anterior al globalisme interestatista actual. Tot i això, en l'actualitat, quan els estats es plantegen la protecció de la seva llengua oficial respecte d'altres llengües internacionals, també porten a terme polítiques de redistribució favorables al grup lingüístic, aquell que el mateix Estat va crear i sobre el qual ha exercit tradicionalment el seu poder.

Així, en un sentit radical, sembla constatar-se que, en el present, l'única política acumulativa per mitjà d'una política lingüística és aquella que afavoreixi l'ensenyança de l'anglès com a llengua internacional; la resta de llengües no serien altra cosa que barreres a la lliure circulació de capitals —almenys, en la comunitat comunicativa de l'eix transatlàntic. Tot i això, l'abast de la globalització és encara força limitada i s'espera que la ideologia globalista s'enfronti a sòlids contraarguments. Els mercats de treball són bàsicament locals. Només un percentatge reduït sobre el total de la població abandona la seva comunitat autònoma o el seu estat anualment per a treballar en un altre lloc. A més, els «nouvinguts» acostumen a abandonar la idea del retorn quan estableixen la seva situació professional. El cost de bilingüitzar els «nouvinguts» és molt inferior i menys evident que el de capitalitzar tots els membres d'un determinat estat en una llengua estrangera. En definitiva, fins ara, els individus que realment participen del comerç internacional són relativament pocs. Els elements implicats en el procés de globalització (capitals financers, tecnologia, individus...) són relativament autònoms. Per tant, els interessos econòmics en la planificació lingüística presenten una geometria variable que respon a una ponderació de quines llengües per a quines funcions. Així, les polítiques lingüístiques que es porten a terme en l'actualitat són una combinació de les diferents propostes ideològiques i d'apreciació de la utilitat que reporta una determinada llengua per a uns determinats objectius.

Com a fruit de l'exposició realitzada sobre els models d'intervenció lingüística en l'esfera mercantil, on hem tingut present bàsicament les línies d'actuació del govern de la Generalitat i l'actuació de la UE, arribem al quadre síntesi següent:

TAULA 7.1

Els paradigmes de la planificació amb relació a l'esfera mercantil

<i>Paradigma</i>	<i>Restitució</i>	<i>Promoció</i>	<i>Protecció</i>	<i>Acumulació / protecció</i>
<i>Objectiu</i>	Reconeixement formal de la llengua. Extensió del coneixement.	Extensió de l'ús social. Preparació de les empreses per a l'etapa següent (protecció).	Garantir els drets lingüístics dels ciutadans en l'esfera mercantil. Extensió de l'ús social.	Afavorir la competitivitat empresarial. Protecció i promoció de la indústria cultural regional. Lliure circulació de mercaderies (sense barreres lingüístiques).
<i>Àmbit d'actuació</i>	Esfera estatal: administració pública, educació, mitjans de comunicació públics.	Esfera associativa: agents socioeconòmics. Esfera mercantil: empreses privades, indústries de la llengua.	Esfera mercantil: empreses privades en general, indústries de la llengua.	Esfera mercantil: empreses privades en general, serveis lingüístics privats, indústries de la llengua.
<i>Model d'actuació</i>	Regulació de l'activitat lingüística pública. Llengua del funcionari.	Extensió voluntarista de l'ús social: acords amb els agents socials, màrqueting lingüístic (aplicació de plans lingüístics en les empreses de manera voluntària), contrapartides econòmiques.	Extensió constrictiva de l'ús social: regular els drets lingüístics de consumidors i treballadors, regular els deures lingüístics de les empreses.	Protecció de les llengües locals en els béns produïts i distribuïts localment. Eliminació de les barreres lingüístiques en el comerç internacional produïdes per llengües no majoritàries.
<i>Concreció de les actuacions</i>	LNL, llei de la funció pública i reformes, decrets d'ensenyança. Planificació formal de la llengua.	Establiment de consells de treball tripartits, serveis lingüístics gratuïts o amb preus polítics, firma de convenis amb empreses públiques i grans empreses.	Estatut del consumidor, LPL, decrets d'àmbit sectorial.	Creació de xarxes de serveis lingüístics multilingües des de la lògica de mercat.
<i>Consideració sobre els efectes de l'ús privat de les llengües</i>	Externalitats d'activitats lingüístiques extrapúbliques no considerades.	Internalització, per part de les autoritats públiques i agents socioeconòmics empresaris, dels costos de «contaminació» lingüística.	Internalització, per part dels empresaris, dels costos de «contaminació» lingüística.	Barreres lingüístiques com a objectiu a superar en el comerç dins de la UE.

Font: Elaboració pròpia.

La taula expressa quatre maneres d'actuació sobre la llengua en l'esfera mercantil. La restitutiva està orientada fonamentalment al reconeixement formal d'un grup lingüístic. Expressa la victòria política d'un determinat grup sobre els grups lingüístics tradicionalment dominants de l'Estat. És el principal instrument de reconeixement dialògic dels altres cap a un mateix. Les implicacions d'aquest model sobre l'esfera mercantil són limitades però importants. En la mesura que el reconeixement del grup és acompanyat per la descentralització política, les institucions regionals disposen d'un cos de funcionaris i presten una sèrie de serveis públics. En la majoria dels casos, l'administració serà la major unitat de producció de béns i serveis de la seva àrea territorial per pressupost i nombre de treballadors. Per tant, aquesta unitat politicoproductiva tindrà una influència similar sobre les pràctiques lingüístiques dels ciutadans que la construcció de l'Estat modern, deixant de banda les distàncies històriques.

La promoció simplement exigeix recursos (humans, econòmics, etc.) per a la seva concreció. De fet, abans del reconeixement formal de la llengua expressat per la restitució, la promoció és un acte clandestí del grup lingüístic dominat. Un cop restituïda la llengua, és una intervenció que pretén l'adhesió voluntarista per mitjà d'incentius econòmics o simbòlics. La política de compres del Govern, les subvencions, les campanyes publicitàries, els mítings, etc. són els instruments. Aquí ens trobem amb una forma de construcció del grup diferent: monològica. El grup lingüístic s'ha de percebre a si mateix, reafirmar-se, mitjançant l'efecte catalitzador de l'acció de govern. Si les transformacions lingüístiques operades en el grup posseeixen algun cost econòmic, aquestes són internalitzades pel Govern. És el cost de la cohesió grupal.

L'extensió de l'ús social, com a construcció monològica, cobra un nou caire amb el model de protecció. Des de l'argument de defensa dels drets lingüístics de ciutadans o consumidors, s'identifica l'agressor del grup lingüístic: aquell amb activitats comunicatives quotidianes que suposen un perjudici per a la unitat lingüística. Les activitats lingüístiques de l'empresa són considerades com una forma de contaminació lingüística. Aquesta contaminació és una externalitat que el model protector tracta de corregir. Així, els costos de contaminació lingüística han de ser internalitzats, via regulació constrictiva, per l'empresa.

El model acumulatiu-proteccionista pretén eliminar les ineficiències econòmiques del mercat lingüístic conscient de l'elevat poder polític i econòmic dels grups lingüístics particulars. Assumeix, per tant, que mentre existeixin grups lingüístics diferenciats i proteccionistes, la població i les institucions seran irremeiablement multilingües. Així, tracta els grups lingüístics com a mercats de consum i producció diferenciats i sofisticats. Estableix noves regles de producció i consum —distingint béns i serveis produïts

i destinats al mateix grup lingüístic—, d'articles orientats al mercat internacional. Aquest paradigma no reconeix totes les llengües sinó només les de dos tipus: les que posseeixen un recolzament polític considerable (generalment, les estatals) i les que, pel valor d'ús que els seus parlants els confereixen i la mida del grup, constitueixen llengües de mercat.

Cap dels models presentats és exclusiu d'una sola institució. La UE, el govern espanyol i el govern català tenen com a objectius tant constituir-se en centres polítics que governen sobre una població homogènia com, en nom de la legitimació de l'acció de govern, garantir l'eficiència econòmica en el seu espai de domini territorial. Totes les actuacions tenen lloc en un únic ecosistema comunicatiu caracteritzat per la lliure circulació del capital, les mercaderies i el treball. Nogensmenys, és evident la fragmentació lingüística superior de la Unió Europea sobre Espanya i aquesta última sobre Catalunya. Cada centre polític té una problemàtica lingüística particular, el nivell d'homogeneïtat lingüística en el seu territori i, per tant, en una situació de sobirania compartida, exerceix el seu poder sobre els individus en forma d'actuacions que se succeeixen, es complementen i poden resultar contràries les unes a les altres.

Hem examinat la negociació d'una llei de política lingüística i les seves implicacions en l'esfera socioeconòmica fent constar que aquesta llei és un punt de reunió, no exempt de conflictes, d'interessos acumulatius, d'una banda, i d'interessos de protecció d'un grup lingüístic, de l'altra. La vaguetat i les contradiccions dels posicionaments que els partits polítics presenten amb relació a les diferents polítiques contingudes en la llei, expressen les dificultats que suposa el manteniment del creixement econòmic amb el respecte a les particularitats culturals. Per tant, l'eix clàssic nacionalisme estatista / nacionalisme regionalista és suficient per a explicar posicionaments de les forces que concorren en la negociació. És necessari incorporar altres dimensions, particularment l'eix de doctrina econòmica proteccionisme / liberalisme. L'establiment de barreres lingüístiques d'entrada en el mercat català pot satisfer certs empresaris i col·lectius empresarials o professionals i reduir la competència amb empreses i professionals que procedeixen d'altres àrees geogràfiques. De fet, en un mercat únic europeu, són aquesta mena de barreres les que poden limitar més efectivament la lliure circulació de factors. D'altra banda, es posa de manifest que la regulació lingüística de l'esfera mercantil ens remet a interessos immediats tant de treballadors (el compliment d'aquesta pot implicar la limitació de la mobilitat social dels treballadors a través de l'ocupació) com d'empresaris, en particular en la distribució de recursos públics per a l'adaptació d'aquests a la nova normativa. El fet és que la llengua està present en la major part de l'activitat social. Això suposa que cada esfera d'activitat i cada grup implicat en aquesta activitat presenta una estructura lingüística i uns interessos associats a la llengua que impliquen si-

tuacions complexes, rarament generalitzables i amb resultats rarament previsibles si tenim presents les interaccions del conjunt.

No podem finalitzar sense indicar que, al nostre entendre, ha estat fructífer el tractament del procés parlamentari de negociació de la llei per mitjà de la teoria de conjunts borrosos. Ens ha permès treballar amb l'ambigüitat dels discursos que habitualment caracteritzen els posicionaments dels partits polítics fins al punt de poder introduir de manera coherent la vaguetat dels posicionaments en l'operacionalització de les nostres hipòtesis. Així, ens ha permès de ser més ambiciosos en la formulació de la problemàtica i en la formalització del procés de formació de coalicions sense defugir el problema de la vaguetat i no exclusivitat, habitualment apartats del procés d'investigació científica.

6. BIBLIOGRAFIA

- ABRIL, J. (1996). «Els perfils lingüístics i la política de personal». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 5, p. 4-8.
- ASSOCIACIÓ DE DEFENSA DE L'ETIQUETATGE EN CATALÀ (1997). *Llista d'industrials i productors que etiqueten en català*. Barcelona: ADEC. [5a ed.]
- ADELANTADO, P. [et al.] (1998). «Las relaciones entre política social y estructura social: una propuesta teórica». Seminari d'Anàlisi de Polítiques Socials [UAB, Working Paper 1998/1], gener de 1998.
- AGUILERA, M. M.; ROMANÍ, J. M. (1995). *Actituds dels consumidors catalans davant de l'ús comercial del català*. Barcelona: Direcció General de Política Lingüística. (Publicacions de l'ISC)
- ALBERTÍ, X.; VICENS, J. (1994). *El català a l'empresa: l'empresa a normalitzar*. Girona: Federació d'Organitzacions Empresarials de Girona.
- ARATO, A. (1996). «Emergencia, declive y reconstrucción del concepto *sociedad civil*. Pautas para análisis futuros». *Isegoría*, núm. 13.
- ARENAS, J. (1991). «La situació sociolingüística de l'escola primària a Catalunya». *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Situació actual i evolució recent de la llengua catalana* [Barcelona: Publicacions de l'ISC], vol. 2.
- ARGELAGUET, J. (1996). *L'impacte dels partits polítics en la política lingüística de la Generalitat de Catalunya en l'ensenyament* [Tesi doctoral]. Departament de Ciència Política i Dret Públic. Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra.
- (1998a). *El procés d'elaboració de la Llei de política lingüística*. Barcelona: Mediterrània.
- (1998b). «Els partits i el procés d'elaboració de la Llei de política lingüística». *Ambits de política i societat*, núm. 7.
- AZORÍN, F. (1979). *Algunas aplicaciones de los conjuntos borrosos a la estadística*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
- BAKER, C. (1992). *Attitudes and Language*. Clevedon: Multilingual Matters.
- BALAGUER, A. (1994). «L'actuació en el món socioeconòmic». *II Trobada de Serveis Lingüístics*. Barcelona, 23, 24 i 25 de novembre de 1994. [Exemplar fotocopiat]

- BARBERA, J. «El rock y el cine en catalán caen en picado». *El Periódico de Catalunya* (19.11.96).
- BARNETT, G. A.; CHOL, U. (1995). «Physical Distance and Language as Determinants of the International Telecommunications Network». *International Political Science Review*, vol. 16, núm. 3, p. 249-265.
- BASTARDAS, A. (1991a). «Comportament lingüístic i canvi social». A: MARTÍ, J. [ed.]. *Processos de normalització lingüística: l'extensió d'ús social i la normativització*. Barcelona: Columna.
- (1991b). *Fer el futur: sociolingüística, planificació i normalització del català*. Barcelona: Empúries.
- BATLEY, E. [et al.] (1993). «Language Policies for the World of the Twenty-First Century». *World Federation of Modern Language Association*. [Agost]
- BAUMAN, Z. (1996). «Modernidad y ambivalencia». A: *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona: Anthropos, p. 73-119.
- BECK, U. (1998a). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- (1998b). *La sociedad del riesgo*. Barcelona: Paidós.
- BECKER, G. (1965). «A Theory of the Allocation of Time». *The Economic Journal*, núm. 75, p. 493-517.
- BELLMAN, R. E.; ZADEH, L. A. (1970). «Decision-making in a fuzzy environment». *Management Science*, núm. 17, p. 141-164.
- BERGUE, P. VAN DER (1981). *The Ethnic Phenomenon*. Nova York: Elvise.
- BOLAÑO, S. (1992). *Introducción a la teoría y práctica de la sociolingüística*. Mèxic: Trillas.
- BOURDIEU, P. (1985). *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal.
- BRAMS, S. (1966). «Transaction flows in the international system». *American Political Science Review*, núm. 60, p. 880-898.
- BRANCHADELL, A. (1996a). *Liberalisme i normalització lingüística*. Barcelona: Empúries.
- (1996b). *La normalitat improbable*. Barcelona: Empúries.
- BRASS, P. (1991). *Ethnicity and Nationalism*. Nova Delhi: Sage.
- BRETÓN, A. (1964). «The Economics of Nationalism». *Journal of Political Economy*, núm. 62, p. 376-386.
- (1978). «Nationalism and Language Politics». *Canadian Journal of Economics*, núm. 11, p. 656-668.
- (1996). «Reflections on Some Economics Aspects of Bilingualism». *New Canadian Perspectives. Official Languages and the Economy*. Department of Public Works and Government Services Canada, p. 26-32.
- (1998). «An Economic Analysis of Language». A: BRETÓN, A. [ed.]. *New Canadian Perspectives. Economic Approaches to Language and Bilingualism*. Toronto: Department of Public Works and Government Services Canada, p. 3-28.
- BREULLY, J. (1993). *Nationalism and the State*. Manchester: Manchester University Press.
- BUNGE, M. (1985). *Racionalidad y racionalismo*. Madrid: Alianza Editorial.

- CACHÓN, L. (1995). «Marco institucional de la discriminación y tipos de inmigrantes en el mercado de trabajo». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 69.
- [et al.] (1995). *Prevenir el racismo en el trabajo. Informe sobre España*. Dublín: Fundació Europea per a la Millora de les Condicions de Vida i Treball.
- (1997). «Notas sobre la segmentación del mercado de trabajo y la segregación sectorial de los inmigrantes en España». Comunicació presentada en el *Congreso sobre la Inmigración en España* [Madrid], 16-18 d'octubre de 1997.
- [et al.] (1997). *Buenas prácticas para la prevención de la discriminación racial y la xenofobia y la promoción de la igualdad de trato en el trabajo. Estudio de casos en España*. Dublín: Fundació Europea per a la Millora de les Condicions de Vida i Treball.
- CARDELLACH, M. (1995). «El màrqueting als serveis lingüístics. Introducció (I)». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 6, p. 21-26.
- CARDELLACH, M.; GRAELLS, J.; VILARÓ, F. (1996a). «Pensant en tot. El màrqueting als serveis lingüístics (III)». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 5, p. 14-18.
- (1996b). «A qui ho va dir? El màrqueting als serveis lingüístics (IV)». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 6, p. 10-16.
- CARR, J. (1985). «Le bilingüisme au Canada: l'usage consacre-t-il l'anglais monopole naturel?». A: VAILLANCOURT, F. [ed.]. *Economie et langue*. Documentation du Conseil de la langue française, núm. 20. Quebec: Editeur officiel du Québec, p. 27-37.
- CASTELLS, A. (1999). «II Jornada sobre l'Etiquetatge en Català de Vins i Caves». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 14, p. 17-23.
- CASTILLO, J. J. (1988-1989). «La división del trabajo entre empresas». *Sociología del Trabajo*, núm. 5, p. 19-39.
- CASTLES, S.; MILLER, M. (1993). *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern Age*. Basingstoke: Macmillan.
- CAWSON, A. [et al.] (1990). *Hostile Brothers: Competition and Closure in the European Electronics Industry*. Oxford: Clarendon Press.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (1994). *Conocimiento y uso de las lenguas en España. (Investigación sobre el conocimiento y uso de las lenguas cooficiales en las comunidades autónomas bilingües)*. Madrid: CIS.
- (1997). «Mi tierra, mi lengua». *Datos de opinión. Boletín del Centro de Investigaciones Sociológicas*. Madrid: CIS.
- (1998). *Barómetro de febrero de 1998*. Madrid: CIS.
- COLOMER, J. M. [ed.] (1991). *Lecturas de Teoría Política Positiva*. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales.
- (1996). *La utilitat del bilingüisme. Una proposta de pluralisme lingüístic a Catalunya, Espanya i Europa*. Barcelona: Edicions 62.
- COMES, G.; ALCARAZ, B. (1995). *La llengua catalana i els alumnes castellanoparlants de 10 a 15 anys*. Barcelona: Columna.
- CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA DE GIRONA (1989). *Lleis i reglament sobre l'ús del català*. Girona: CPNL.

- CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA (1996). *Indexplà: empreses privades*. Barcelona: CPNL. [Exemplar fotocopiat]
- (1998). *Memòria 1996 i 1997*. Barcelona: CPNL.
- COOPER, R. L. (1997). *Planificación Lingüística y Cambio Social*. Cambridge: University Press.
- CORBELLA, J.; MATEO, R. DE (1991). «La producció i el consum de premsa en català». *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Situació actual i evolució recent de la llengua catalana*. Barcelona: Publicacions de l'ISC, vol. 2.
- CORRETTA, M. (1995). *L'acció europea per a la protecció dels drets lingüístics*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Escola d'Administració Pública de Catalunya.
- CHAUDESON, R.; ROBILLARD, D. DE (1990). *Langues, économie et développement*. Marseille: Institut d'Études Créoles et Francophones. Université de Provence.
- CHORNEY, H. (1998). «Bilingualism in Employee Recruitment and the Role of Symbolic Analysts in Leading Export-Oriented Firms». A: BRETON, A. [ed.]. *New Canadian Perspectives. Economic Approaches to Language and Bilingualism*. Toronto: Department of Public Works and Government Services Canada, p. 120-146.
- DE SWAAN, A. (1972). *Coalition Theories and Cabinet Formation*. Amsterdam: North-Holland.
- (1991). «Un modelo empírico de formación de coaliciones como juego de n personas de minimización de la distancia política». A: COLOMER, J. [ed.]. *Lecturas de Teoría Política Positiva*. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales, p. 591-625.
- (1993). «The Emergent World Language System: An Introduction». *International Political Science Review*, vol. 14, núm. 3, p. 219-226.
- DEUTSCH, K.; ISARD, W. (1961). «A note on the generalized concepts of effective distance». *Behavioural Science*, núm. 6, p. 308-311.
- DEUTSCH, K. (1969). *Nationalism and Social Communication —An inquiry into the foundation of nationality*. Londres: The Massachusetts Institute of Technology Press.
- DIRECCIÓ GENERAL DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA (1984). *Les expectatives d'ús, actituds i necessitats lingüístiques entre la població adulta de l'aglomeració de Barcelona*. Barcelona: DGPL.
- (1988). *La llengua en el món del comerç*. Barcelona: DGPL.
- (1999). «Estudi sobre la llengua als hipermercats i supermercats de Catalunya». *Noves Sociolingüística*, Barcelona: DGPL, p. 2-4.
- DOMÍNGUEZ, F. (1998). «L'anàlisi de l'entorn: l'experiència del Servei Lingüístic del Consell de Col·legis d'Advocats de Catalunya». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, segon trimestre, 1998, p. 8-9.
- DOWNS, A. (1992). «Teoría económica de la acción política en una democracia». *Diez textos básicos de ciencia política*. Madrid: Ariel, p. 93-111.
- DWORKIN, R. (1993). *Ètica privada e igualitarismo político*. Barcelona: Paidós Bellaterra.
- DYM (1990). *Enquesta d'etiquetatge en català*. Barcelona: Institut Dym, SA.
- ELINDER, E. (1961). «How International Can Advertising Be?». *International Advertiser* (desembre), p. 12-16.
- (1961) «How International Can European Advertising Be?». *Journal of Marketing* (abril), p. 9.

- ESPENSHADE, T. J.; FU, H. (1997). «An Analysis of English-Language Proficiency among U.S. Immigrants». *American Sociological Review*, vol. 62 (abril), p. 288-305.
- FERRER, F.; CRAUÑAS, J. (1990). *Els drets lingüístics dels catalanoparlants*. Barcelona: Edicions 62.
- FERRER, J. (1993). «El català, eina de feina». *Món Laboral*, núm. 17/18, p. 6-9.
- FINKEL, L. (1994). *La organización social del trabajo*. Madrid: Pirámide.
- FISHMAN, J.; COOPER, R. L.; CONRAD, A. (1977). *The Spread of English*. Rowley: Newbury House.
- FISHMAN, J. (1979). *Sociología del Lenguaje*. Madrid: Ed. Cátedra.
- (1991). *Reversing Language Shift*. Clevedon: Multilingual Matters.
- FONT, A. (1986). «L'estatut lingüístic en el marc de les relacions comercials». *Revista de Llengua i Dret* (desembre).
- FRAASEN, B. C. VAN (1980). *The Scientific Image*. Oxford: Clarendon Press.
- GAMSON, W. A. (1962). «Coalition Formation at Nominating Conventions». *American Journal of Sociology*, núm. 68, p. 157-171.
- GARMENDIA, J. A. (1988). «La cultura de la empresa: una aproximación teórica y práctica». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, núm. 41/88, p. 7-23.
- GEERTZ, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. Nova York: Free Press.
- GELLNER, E. (1988). *Naciones y nacionalismo*. Madrid: Alianza Universidad.
- (1993). «El nacionalismo y las dos formas de cohesión en las sociedades complejas». A: DELANNOI, G.; TAGUIEFF, P. [ed.]. *Teorías del Nacionalismo*. Barcelona: Paidós, p. 333-365.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (1991). *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social del català. Situació actual i evolució recent de la llengua catalana*. Vol. 2. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura.
- GIDDENS, A. (1985). *The National-State and Violence*. Cambridge: Polity Press.
- GIERE, R. N. (1988). *Explaining Science. A Cognitive Approach*. Chicago: The University of Chicago Press.
- (1991). *Understanding Scientific Reasoning*, Holt. Chicago: Rinehart and Winston Inc.
- GIFREU, J. (1991). «Anàlisi i propostes des de la perspectiva de la comunicació». *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Dinàmica social i factors intervinents en l'extensió de l'ús social del català*. Barcelona: Publicacions de l'ISC, vol. 3.
- GIL, J. (1996). *La gestión interactiva de los recursos humanos en la incertidumbre*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- GOUGH, I. (1982). *Economía política del Estado de Bienestar*. Madrid: Blume.
- GRENIER, G. (1982). *Language as Human Capital. Theoretical Framework and Application in Spanish Speaking Americans* [Tesi doctoral].
- GRIN, F. (1990). «The economic approach to Minority Languages». *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, núm. 11, p. 153-174.
- (1992). «Towards a Threshold of Minority Language Survival». *Kyklos*, núm. 45, p. 89-97.
- (1994). «The economics of Language: Match or Mismatch». *International Political Science Review*, vol. 15, núm. 1, p. 25-42.

- (1996). «European Research on the Economics of Language: Recent Results and Relevance to Canada». *New Canadian Perspectives. Official Languages and the Economy*. Quebec: Department of Public Works and Government Services Canada.
- GÜELL, A. M. (1991). «L'edició de llibres en català». *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Situació actual i evolució recent de la llengua catalana*. Barcelona: Publicacions de l'ISC, vol. 2.
- GUIU, I. (1998). «La sanitat privada també evoluciona favorablement». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 11.
- GUMPERZ, J. J. (1962). «Types of linguistic Community». A: GUMPERZ (1971). *Language in social groups*. Stanford: Stanford University Press, p. 97-113.
- HANNESEY, H. (1995). *Global marketing*. Londres: SAC.
- HECHTER, M. (1988). «Rational Choice Theory and the Study of Ethnic and Race Relations». A: REX, J.; MADSON, L. [ed.]. *Theories of Ethnic and Race Relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HOCEVAR, T. (1975). *Equilibria in linguistic minority markets*. Kyclos, núm. 28, p. 337-357.
- HOLLER, M. J. [ed.] (1984). *Coalitions and collective action*. Würzburg: Physica-Verlag.
- HROCH, M. (1985). *Social Preconditions of National Revival in Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HUGUET, J. (1994). «Un vèrtex europeu: Alacant-Elx». A: SANTO, B. [ed.]. *Espais culturals, economia i territori*. Actes del I Seminari. Elx: Ajuntament d'Elx-Generallitat Valenciana, p. 79-87.
- ICOP (1992). *Estudi sobre l'ús del català a les empreses: esquema de resultats*. Barcelona: ICOP, 2 v.
- INSTITUT DE SOCIOLINGÜÍSTICA CATALANA (1991a): *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Situació actual i evolució recent de la llengua catalana*. Vol. 2. Barcelona: ISC.
- (1991b). *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Dinàmica social i factors intervinents en l'extensió de l'ús social del català*. Vol. 3. Barcelona: ISC.
- (1997). *Estudi sobre els usos lingüístics a la retolació a Barcelona*. Barcelona: DGPL.
- (1998). *Cens Lingüístic. El coneixement del català l'any 1996*. Barcelona: ISC.
- ISAACS, H. (1975). *The Idols of the Tribe*. Nova York: Harper.
- JAFRELOT, C. (1993). «Los modelos explicativos del origen de las naciones y del nacionalismo. Revisión crítica». A: DELANNOI, G.; TAGUIEFF, P. [ed.]. *Teorías del Nacionalismo*. Barcelona: Paidós, p. 226-236.
- KARIM, K. H. (1996). «Economic dimensions of Minority and Foreign Language Use: An International Overview». *New Canadian Perspectives. Official Languages and the Economy*. Department of Public Works and Government Services Canada, p. 10-25.
- KAUFMANN, A. (1977). *Introduction à la théorie des sous-ensembles flows*. Vol. 4: *Compléments et nouvelles applications*. París: Masson.
- KAUFMANN, A.; GIL, J. (1986). *Introducción a la teoría de los subconjuntos borrosos a la gestión de empresas*. Santiago de Compostella: Milladoiro.

- (1992). *Técnicas de Gestión de Empresa: Previsiones, decisiones y estrategias*. Madrid: Pirámide.
- KELLERMAN, A. (1990). «International telecommunication around the world: A flow analysis». *Telecommunications Policy*, núm. 15, p. 461-475.
- KINGSCOTT, G.; MATTERSON, J. (1989). *Corporate Language Policy*. Nottingham: Praetorius Limited.
- KINGSCOTT, G. (1989). «Every Company must have a Corporate Language Policy». A: KINGSCOTT, G.; MATTERSON, J. [ed.]. *Corporate Language Policy*. Nottingham: Praetorius Limited, p. 38-42.
- KLIR, G. J.; BO, Y. (1995). *Fuzzy Sets and Fuzzy Logic: Theory and Applications*. Nova Jersey: Prentice Hall.
- KOLINSKY, M. (1987). «El Estado Nación en Europa Occidental: ¿Erosión de "arriba" y de "abajo"?». A: TIVEY, L. [ed.]. *Estado Nación*. Barcelona: Península.
- KOSKO, B. (1995). *Pensamiento Borroso*. Madrid: Pirámide.
- KYMLICKA, W. (1995). *Ciudadanía multicultural*. Barcelona: Paidós.
- LABOV, W. (1975). *The study of social language in its social context*. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.
- LAITIN, D. D. (1988). «Language games». *Comparative Politics* (abril), p. 228-302.
- (1989). «Linguistic Revival: Politics and Culture in Catalonia». *Society for Comparative Study of Society and History*, p. 297-317.
- (1989). «Language Policy and Political Strategy in India». *Policy Sciences*, vol. 22, núm. 3-4, p. 415-436.
- (1992). «Language Normalization in Estonia and Catalonia». *Journal of British Sociology*, vol. 23, núm. 2, p. 149-165.
- (1993). «The Game Theory of Language Regimes». *International Political Science Review*, vol. 14, núm. 3, p. 227-239.
- (1998). *Identity in formation. The Russian-Speaking Populations in The Near Abroad*. Londres: Cornell University Press.
- LAITIN, D. D.; RODRÍGUEZ, G. (1992). «Language, Ideology, and the Press in Catalonia». *American Anthropologist*, núm. 94, p. 9-30.
- LAITIN, D. D.; SOLÉ, C.; KALYVAS, S. N. (1994). «Language and the Construction for States: The Case of Catalonia in Spain». *Politics & Society*, vol. 22 (març), p. 5-29.
- LAPONCE, J. A. (1985). «Language and communication: the rise of the monolingual state». A: CIOFFI-REVILLA, R. L.; MERRIT, R.; ZINNES, D. A. [ed.]. *Communication and interaction in global politics*. Beverly Hills: Sage.
- (1987). *Language and their territories*. Toronto: University of Toronto Press.
- LAVOIC, M. (1983). «Bilinguisme, langue dominante et réseaux d'information». A: *L'actualité économique*, núm. 58, p. 38-62.
- LEISERSON, M. (1966). *Coalitions in Politics* [Tesi doctoral]. Yale.
- LINDBLOM, C. E. (1991). *El proceso de elaboración de las políticas públicas*. Madrid: Instituto Nacional de Administraciones Públicas.
- LINE STAFF (1992). *Estudi sobre les actituds dels consumidors catalans davant de l'ús comercial del català*. Barcelona: Line Staff Consulting. 5 v.
- (1996). *Estudi sobre les actituds dels consumidors catalans davant de l'ús comercial del català*. Barcelona: Line Staff Consulting.

- LOPE, A.; MARTÍN ARTILES, A. (1995). «Las relaciones entre formación y empleo: ¿Qué formación para qué empleo?». *Revista de Economía y Sociología del Trabajo*, núm. 27/28, p. 254-265.
- LÓPEZ, B. (1998). «Política lingüística i política de comunicació davant dels reptes de la globalització». A: MOLLA, T. [ed.]. *Política lingüística i societat de la informació*. Alzira: Bromera, p. 161-178.
- LÓPEZ, P. (1996). «La construcción de tipologías: metodología de análisis». *Papers*, núm. 48, p. 9-29.
- LLINAS, F. (1994). «La negociació en el món socioeconòmic». *II Trobada de Serveis Lingüístics*. Barcelona, 23, 24 i 25 de novembre de 1994. [Exemplar fotocopiats]
- LLOBERA, J. R. (1999). «Recent Theories of Nationalism». *Working Papers*. Barcelona: Institut de Ciències Polítiques i Socials, núm. 164.
- MACKAY, J. R. (1958). «The interactance hypothesis and boundaries in Canada: A preliminary study». *The Canadian Geographer*, núm. 11, p. 1-8.
- MACRAE, K. (1994). «El establecimiento de una política lingüística en sociedades plurilingües». A: BASTARDAS, A. [ed.]. *¿Un Estado, una lengua? La organización política de la diversidad lingüística*. Barcelona: Octaedro Universidad.
- MAHMOUD, Y. (1987). «Cost-Benefit Analysis and Language Planning in the United Nations». A: TONKIN, H.; JOHNSON-WEINER, M. *The Economics of Language Use*. Nova York: Centre for Research and Documentation on World Language Problems, p. 33-44.
- MAJÓ, J. (1997). *Chips, cables y poder*. Barcelona: Planeta.
- MANSUR, Y. (1995). *Fuzzy Sets and Economics. Applications of Fuzzy Mathematics To Non-cooperative Oligopoly*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MARÍN, E. (1998). «Noves tecnologies, ecosistemes comunicatius i identitat». A: MOLLA, T. [ed.]. *Política lingüística i societat de la informació*. Alzira: Bromera, p. 181-200.
- MARTÍ, J. (1991). «Alguns supòsits per a la normalització lingüística». *Processos de normalització lingüística: l'extensió d'ús social i la normativització*. Barcelona: Columna.
- (1993). «Perspectiva de futur de la llengua catalana». *Ús social i futur de la llengua catalana. II Jornades de Sociolingüística*. Alcoi: Ajuntament d'Alcoi.
- (1994). «La planificació lingüística a Catalunya». *III Jornades de Sociolingüística. Normalització i planificació lingüístiques*. Alcoi: Ajuntament d'Alcoi.
- MATTELARD, A.; DELCOURT, X.; MATTELART, M. (1984). *¿La cultura contra la democracia? Lo audiovisual en la época transnacional*. Barcelona: Mitre.
- MATTELART, M. (1994). *Els nous escenaris de la comunicació internacional*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya.
- MESSORI, M. (1986). «Sistemi di imprise e sviluppo meridionale. Un confronto fra due aree industriali». *Stato e Mercato*, núm. 18, p. 403-431.
- MIGUÉ, J. I. (1970). «Le nationalisme, l'unité nationale et la théorie économique de l'information». *Canadian Journal of Economics*, núm. 3, p. 183-198.
- MILIAN, A. [s. d.]: «Reflexions sobre les intervencions lingüístiques públiques restrictives en el sector privat a propòsit del capítol V de la Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística». Barcelona: ISC. [Exemplar fotocopiats]

- MINISTERIO DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS (1997). *Boletín Estadístico*, 1996. Madrid: Ministerio de Administraciones Públicas.
- MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES (1996). *Anuario de Migraciones 1996*. Madrid: Subdirección General de Publicaciones.
- MIRABELL, A. (1998). «La Llei 1/1998, del 7 de gener, de política lingüística: el nou desplegament de l'art. 3 de l'Estatut d'Autonomia de Catalunya i els conceptes de llengua pròpia i llengua oficial». *Revista de Llengua i Dret*, núm. 29, p. 57-79.
- MIRÓ, C. (1998). «Estudi sobre la llengua dels rètols a la ciutat de Tarragona». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 12, p. 54-58.
- MORAGAS, M. (1998). «Canvis en la comunicació. Nous escenaris de la normalització lingüística». A: MOLLA T. [ed.]. *Política lingüística i societat de la informació*. Alzira: Bromera, p. 107-126.
- MUEZ, M. «El inglés, la asignatura pendiente de los médicos». *El País* (14.5.99).
- MUNDA, G. (1985). *Multicriteria Evaluation in a Fuzzy Environment*. Amsterdam: Physica-Verlag.
- NAVARRO, F. X. (1994). «La delimitació del món socioeconòmic». *II Trobada de Serveis Lingüístics*. Barcelona, 23, 24 i 25 de novembre de 1994. [Exemplar fotocopiat]
- (1994). «Quatre bases per a la dinamització del món socioeconòmic: delimitació, negociació, actuació i avaluació». *II Trobada de Serveis Lingüístics*. Barcelona, 23, 24 i 25 de novembre de 1994. [Exemplar fotocopiat]
- NELLO, O. [et al.] (1998). *La transformació de la societat metropolitana: Una lectura de l'enquesta sobre condicions de vida de la població de la regió metropolitana de Barcelona*. Barcelona: Institut d'Estudis Metropolitans.
- NEWMANN, J. VON; MORGENSTERN, O. (1947). *Theory of Games and Economic Behaviour*. Princeton.
- NINYOLES, R. L. (1975). *Estructura social y política lingüística*. València: Fernando Torres.
- O'CONNOR, J. (1981). *La crisis fiscal del Estado*. Barcelona: Península.
- OBSERVATORIO PERMANENTE DE LA INMIGRACIÓN (1998). *Indicadores de la inmigración y el asilo en España*, núm. 2.
- OLSON, M. (1965). *The Logic of Collective Action Public Goods and The Theory of Groups*. Cambridge: Harvard University Press.
- OPITZ, K. (1990). «Speaking the Customer's Language». A: KINGSCOTT, G.; MATTERSON, J. [ed.]. *Corporate Language Policy*. Nottingham: Praetorius Limited, p. 10-13.
- PARIJS, P. VAN (1990). *Le modèle économique et ses rivaux*. Ginebra: Librairie Droz.
- POOL, J. (1991). «The World Language Problem». *Rationality and Society*, núm. 3, p. 21-31.
- PUIG I SALELLAS, J. M. (1995). «La doble oficialitat lingüística com a qüestió jurídica». *IV Jornades de Sociolingüística. La política lingüística a l'Estat espanyol*. Alcoi: Ajuntament d'Alcoi.
- PUIG I SALELLAS, J. M. (1998). «Els grans conceptes de la doble oficialitat en la Llei 1/1998 de política lingüística». *Revista de Llengua i Dret*, núm. 29, p. 23-56.
- RAMÍREZ, D. (1995). *Leibniz i la interpretació gradual del coneixement*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

- (1995). «Leibniz i la interpretació gradual del coneixement». *Anuari de la Societat Catalana de Filosofia*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.
- (1998). «Resum de la lliçó sobre metodologia per al tractament de la incertesa». Reus: Universitat Rovira i Virgili (14.4.98).
- RAYNAULD, A.; MARION, G. (1970). «Une analyse économique de la disparité inter-ethnique des revenus». *Revue économique*, núm. 23, p. 1-19.
- RAZEEN, S. (1995). *States and Firms. Multinationals enterprises in institutional competition*. Londres: Routledge.
- REIXACH, M. (1997). *El coneixement del català. Anàlisi de les dades del cens lingüístic de 1991 de Catalunya, les Illes Balears i el País Valencià*. Barcelona: Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya.
- RENIU, M. (1990). *Un nou impuls a la política lingüística*, conferència pronunciada al Col·legi de Periodistes de Catalunya el dia 9 de juliol de 1990. Barcelona: Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya.
- REYNOLDS, V. [ed.] (1983). *The Sociobiology of Ethnocestrism*. Londres: Croom Helm.
- RIKER, W. H. (1962). *The Theory of Political Coalitions*. New Haven: Yale University Press.
- ROBERTSON, R. (1990). «Mapping the global condition: Globalization as the central concept». A: FEATHERSTONE, M. *Global culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. Londres: Sage, p. 15-30.
- (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Londres: Sage.
- (1995). «Glocalization: Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity». A: FEATHERSTONE, M.; LASH, S.; ROBERTSON, R. [ed.]. *Global modernities*. Londres: Sage, p. 45-67.
- ROBILLARD, D. (1990). «Vers une approche globale des rapports entre langue et économie». A: CHAUDESON, R.; ROBILLARD, D. [ed.]. *Langues, économie et développement*. Marsella: Institut d'Études Créoles et Francophones, Université de Provence.
- ROCHER, G. (1977). *Introducción a la Sociología General*. Barcelona: Herder.
- ROMAGUERA, J. (1991). «L'ús del català en el món cinematogràfic de Catalunya». *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Situació actual i evolució recent de la llengua catalana*. Barcelona: Publicacions de l'ISC, vol.2.
- ROMAGUERA, J.; LÓPEZ, J. M. (1991). «La situació de la llengua catalana». *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Situació actual i evolució recent de la llengua catalana*. Barcelona: Publicacions de l'ISC, vol. 2.
- ROSSERA, F. (1990). «Discontinuities in communication among communities of different languages in Switzerland: An analysis based on data of long-distance telephone calls». *Netcom*, núm. 4, p. 119-131.
- SABOURIN, C. (1985). «La théorie des environnements linguistiques». A: VILLANCOURT, F. [ed.]. *Économie et langue*. Mont-real: Editeur Officiel du Québec.
- SANCHEZ-TABERNERO, A. [ed.] (1993). *Concentración de la comunicación en Europa. Empresa comercial e interés público*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigació de la Comunicació.
- SASSEN, S. (1991). *The global city. New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press.

- SAVOIE, G. (1996). «The Comparative Advantages of Bilingualism in the Job Market». *New Canadian Perspectives. Official Languages and the Economy*. Department of Public Works and Government Services Canada, p. 45-56.
- SCHMITTER, P.; STREECK, W. (1981). *The Organization of Business Interests*. Berlín: Internationales Institut für Management und Vervalturig, Wissenschaftszentrum.
- SECRETARIA GENERAL DE LA COMISION DE COORDINACION DE LA FUNCION PUBLICA (1995). *Actuaciones del Estado para facilitar la implantación de la cooficialidad en la administración periférica del Estado; Comunidades Autónomas del País Vasco, Cataluña, Galicia, Navarra, Valencia e Islas Baleares*. Madrid: Ministerio de Administraciones Públicas.
- SERVEI DE NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA (1996). «Opinions sobre el comportament lingüístic en el món publicitari». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 6, p. 5-8.
- SHAW, P.; WONG, Y. (1989). *Genetic Seeds of Warfare*. Londres: Unwin Hyman.
- SIGUÁN, Miquel (1996). *La Europa de las lenguas*. Madrid: Alianza.
- «Aprender lenguas extranjeras». *La Vanguardia* (7.7.99).
- SMITH, A. D. (1976). *Las teorías del nacionalismo*. Barcelona: Península.
- (1990). «Towards a Global Culture». A: FEATHERSTONE, M. [ed.]. *Global culture. Nationalism, Globalization and Modernity*. Londres: Sage, p. 171-191.
- (1996). *Nations and Nationalism in a Global Era*. Cambridge: Polity Press, p. 8-27.
- (1998a). *Nationalism and Modernism*. Londres: Routledge.
- (1998b). «Prefacio». A: SOLÉ, C. (1998). *Modernidad y modernización*. Barcelona: Anthropos.
- SOLÉ, C. (1976). «Prólogo». A: SMITH, A. D. *Las teorías del nacionalismo*. Barcelona: Península.
- (1981). *La integración sociocultural de los inmigrantes en Cataluña*. Madrid: CIS.
- (1995). *Discriminación racial en el mercado de trabajo*. Madrid: Consejo Económico y Social.
- (1998). *Modernidad y modernización*. Barcelona: Anthropos.
- (1999). «L'ús del català a Ciutat Vella». *Quaderns de Sociolingüística*, núm. 14.
- SOLÉ I CAMARDONS, J. (1991). «Els cursos de català per a adults». *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Situació actual i evolució recent de la llengua catalana*. Barcelona: Publicacions de l'ISC, vol. 2.
- (1996a). «Els usos lingüístics en la retolació a Barcelona». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 6, p. 59-67.
- (1996b). «Resultats clau del Pla General de Normalització Lingüística». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 6, p. 19-22.
- (1997). «Els usos lingüístics en l'activitat comercial». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 9, p. 58-61.
- (1999). «Estudi sobre la llengua als hipermercats i supermercats de Catalunya». *Noves Sociolingüística*, núm. 28, p. 2-4.
- SOLÉ, J.; SAN MILLÁN, J. (1996). «Els perfils lingüístics a les administracions públiques (II)». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 6, p. 4-9.

- SOLÉ, J.; ROMANÍ, J. M. (1997). «Els usos lingüístics en l'activitat comercial». *Llengua i Ús. Revista Tècnica de Normalització Lingüística*, núm. 9, p. 58-61.
- SOMMERFELT, A. (1965). *Structures linguistiques et structures des groups sociaux*. París.
- STINCHCOMBE, A. (1991). «The conditions of fruitfulness of theorizing about mechanisms in social sciences». *Philosophy of social sciences*. Toronto: York University.
- STRUBELL, M. (1981). *Llengua i població a Catalunya*. Barcelona: La Magrana.
- STRUBELL, M.; ROMANÍ, J. M. (1998). «L'ús de la llengua a Catalunya». A: GINER, S. [ed.]. *La societat catalana*, p. 805-819.
- SUBIRATS, J. (1989). *Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración*. Madrid: Instituto Nacional de Administraciones Públicas.
- SWILLA, I. N. (1992). «The Relation of Local and Foreign Languages to National Needs in Africa». A: *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, núm. 13, p. 505-514.
- TAYLOR, C. (1996). *El multiculturalismo y la política del reconocimiento*. Mèxic: Fondo de Cultura Económica.
- TAYLOR, M. (1991). «Teoría de formación de coaliciones de gobierno». A: COLOMER, J. [ed.]. *Lecturas de Teoría Política Positiva*. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales, p. 627-646.
- TEJERINA, B. (1992). *Nacionalismo y lengua*. Madrid: CIS.
- TILLY, C. [ed.] (1975). *The Formation of National States in Western Europe*. Princeton: Princeton University Press.
- (1992). *Coerción, capital y los Estados europeos, 990-1990*. Madrid: Alianza Editorial.
- TIVEY, L. (1987). «Estados naciones y economía». A: TIVEY, L. [ed.]. *Estado Nación*. Barcelona: Península, p. 79-105.
- TORRES, A. (1991). «La situació i l'ús del català a la Confederació de Comerç de Catalunya i les seves entitats membres». *Estudis i propostes per a la difusió de l'ús social de la llengua. Situació actual i evolució recent de la llengua catalana*. Barcelona: Publicacions de l'ISC, vol. 2.
- TRESSERRAS, J. M. (1997). «Identitat, diferència i cultura de masses». V *Jornades de Sociolingüística. Comunitat lingüística i espais comunicatius*. Alcoi: Ajuntament d'Alcoi.
- (1998). «Identitat, diferència i cultura de masses». A: MOLLA, T. [ed.]. *Política lingüística i societat de la informació*. Alzira: Bromera, p. 31-62.
- TRILLAS, E.; ALSINA, C.; TERRICABRAS, J. M. (1995). *Introducción a la lógica borrosa*. Madrid: Ariel.
- TRILLAS, E. (1980). *Conjuntos borrosos*. Barcelona: Vicens Vives.
- TRILLAS, E.; GUTIÉRREZ, J. (1992). *Aplicaciones de la lógica borrosa*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- TUBELLA, I. (1997). «Televisió i normalització lingüística a Catalunya». V *Jornades de Sociolingüística. Comunitat lingüística i espais comunicatius*. Alcoi: Ajuntament d'Alcoi.
- TUDELA, J. (1993). «Treballar en català». *Món Laboral*, núm. 17/18, p. 45-62.
- (1994). *L'ús de la llengua catalana a les empreses de Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura.

- [ed.]. (1995). *El català a l'administració de la Generalitat*. Barcelona: Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya.
- UNIÓN EUROPEA (1993). *Libro Blanco. Crecimiento, competitividad, empleo: Retos y pistas para entrar en el siglo XXI*. Luxemburg: Oficina de Publicacions Oficials.
- VALLVERDÚ, F. (1968). *L'escriptor català i el problema de la llengua*. Barcelona: Edicions 62.
- VILA, X. (1996). *En acabar la classe* [Tesi doctoral presentada a la Universitat Lliure de Brussel·les]. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- VILADOT, M. A. (1993). *Identitat i vitalitat lingüística dels ciutadans*. Barcelona: Columna.
- VILAR, P. (1978). *Cataluña en la España moderna*, vol. I. Barcelona: Crítica.
- VILLA, P. (1990). *La estructuración de los mercados de trabajo. La siderurgia y la construcción en Italia*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- VOLTAS, E. (1996). *La guerra de la llengua*. Barcelona: Empúries.
- WALLERSTEIN, I. (1980). *The Capitalist World-System II*. Nova York: Academic Press.
- (1997). *State and Sovereignty in the World Economy*, conferència pronunciada a Irvine, University of California.
- WEBER, M. (1973). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península.
- (1991). «Parlamento y gobierno en una Alemania reorganizada. Una crítica política de la burocracia y de los partidos». A: ABELLÁN, J. [ed.]. *Escritos Políticos*. Madrid: Alianza Editorial.
- WEINSTEIN, B. (1983). *The civic tongue: Political consequences of language choice*. Nova York: Longman.
- WELLMAN, B.; TINDALL, D. B. (1993). «Reach out and touch some bodies: How telephone networks connect social networks». A: BARNETT, G. A.; RICHARDS, W. D. [ed.]. *Avances in Communication Networks: Progress in Communication Science*, vol. 12. Norwood: Ablex.
- YATRAKS, P. G. (1972). «Determinants of the demand for international telecommunication». *Telecommunication Journal*, núm. 39, p. 732-746.
- YBARRA, J. A. (1998). «Espais econòmics i espais lingüístics. Per una política econòmica coherent en l'era de la globalització». A: MOLLA, T. [ed.]. *Política lingüística i societat de la informació*. Alzira: Bromera, p. 205-230.
- ZIMMERMANN, H. (1991). *Fuzzy Sets and its Applications*. Massachusetts: Kluwer Academic Publishers.





Llengua i e
LI
Llengua i econom
economia a Catalunya
Llengua i e

Barcelona 2001