

Estudi sobre els usos lingüístics a les operadores de telecomunicacions

Sociolingüística

Objectius

L'objectiu principal de la investigació ha estat l'estudi dels usos lingüístics a les operadores de telecomunicacions que ofereixen els seus serveis a Catalunya. Concretament, l'estudi ha permès recollir dades sobre elements i actituds lingüístiques, a més de tenir en compte aspectes organitzatius de les empreses.

Els objectius específics que pretén abastar aquest estudi fan referència a:

1. El context sociolingüístic, que inclou aspectes que poden condicionar els diferents usos lingüístics, com ara:

- L'adequació lingüística del personal, segons els diferents perfils lingüístics definits al qüestionari Indexplà.²
- Les normes i criteris d'ús lingüístic referents als criteris d'atenció oral i escrita, als criteris de qualitat i als criteris de formació lingüística dels treballadors.

2. Els usos lingüístics, que permet recollir informació dels factors següents:

- Imatge i retolació: nom de l'empresa, rètol principal, rètol d'horari, rètols interiors, publicitat, etiquetatge de productes, patrocini, cibertires a Internet, marxandatge i pàgina inicial del web.
- Criteris d'ús lingüístic: selecció de personal, formació de/en català, criteris d'atenció oral i de comunicacions, qualitat i eines lingüístiques.
- Documentació d'ús extern: paper de carta, segells, documentació de difusió externa, contractes amb els clients, factures, rebuts o tiquets, textos del correu electrònic i formularis electrònics.
- Comunicacions exteriors: atenció personalitzada i contestador automàtic, atenció en els nous entorns comunicatius (xat, correu electrònic, Messenger...), usos orals, comunicacions amb institucions, amb ciutadans i amb proveïdors, publicacions periòdiques i contingut del web.
- Documentació i comunicacions internes: circulars, actes de reunió, formularis, llengua de les reunions, memòria anual, projectes en el si de l'empresa, programa informàtic més usual, i material dels cursos de formació.

3. Les actituds lingüístiques pel que fa a l'evolució del català, els avantatges i incon-

venients del seu ús i les seves perspectives de futur en les operadores de telecomunicacions.

Metodologia

Mostra

D'un total de 16 operadores de telecomunicacions que ofereixen els seus serveis a Catalunya, 14 han participat i col·laborat en la realització d'aquest estudi. Per tant, la mostra és prou significativa quant a la realitat sociolingüística en aquest sector en general. Aquestes 14 operadores són les següents: Abertis, Albura, Al-Pi, Amena, Auna, British Telecom, Colt Telecom, Iberbanda, Jazztel, Neo-Sky, Telefónica, Telefónica mòviles, T-Systems, i Ya.com.

Mètode de realització de l'entrevista

L'estudi s'ha fet a partir d'una sèrie d'entrevistes personals a directius i professionals de les operadores de telecomunicacions. La recollida de dades s'ha dut a terme mitjançant una enquesta a aquests directius i professionals al seu lloc de treball,³ i ha comprès també la recollida de dades per observació visual i la documentació administrativa de cada operadora.

Instrument de mesura

L'instrument de mesura seleccionat per dur a terme l'estudi ha estat el qüestionari es-

Autors

Ivan Soler
 Institut DEP
 soler@dep.net
 Alba Guarro
 Centre de Telecomunicacions
 i Tecnologies de la Informació
 aguarro@gencat.net
 Marina Solís
 Secretaria de Política Lingüística
 msolis@gencat.net

Aquest article presenta els principals resultats d'un estudi sociolingüístic adreçat a les operadores de telecomunicacions que ofereixen els seus serveis a Catalunya, promogut pel Centre de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació. Es presenten les dades principals pel que fa al context sociolingüístic, els usos lingüístics i les actituds lingüístiques d'una mostra total de 14 operadores. L'Institut DEP, consultoria estratègica especialitzada en estudis i informació, ha dut a terme el treball de camp i el processament de les dades sota la direcció tècnica de l'Institut de Sociolingüística Catalana¹ de la Secretaria de Política Lingüística.

1. Podeu consultar aquest estudi complet al Centre de Documentació en Sociolingüística de l'Institut de Sociolingüística Catalana de la Secretaria de Política Lingüística: <<http://www.gencat.net/presidencia/llengcat/cds>>.

2. Per a més informació sobre el qüestionari Indexplà, podeu consultar els articles en línia d'Alfred Castells i Montserrat Peitx al número d'estiu 2003 de *Noves SL* (<http://www6.gencat.net/llengcat/noves/hemeroteca/estiu03.htm>) i l'article d'Assumpta Escolà, Alfons Duarte, Toni Mataix, Jaume Urgell i Joan Solé Camardons publicat al número 5 de *LLENGUA I ÚS*.

3. Les entrevistes fetes a Ya.com, Amena i Auna, però, han estat fetes de forma electrònica autoadministrada i respostes des dels centres de decisió d'aquestes empreses a Madrid.

Taula 1. Adequació lingüística del personal segons perfils lingüístics

Adequació lingüística	Síntesi	Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3	Perfil 4	Perfil 5
Personal amb coneixements adequats de català	78,1%	80,7%	77,5%	78,9%	80,8%	88,8%
Personal amb manca de coneixements adequats de català	21,9%	19,3%	22,5%	21,1%	19,2%	11,2%

Taula 2. Incentivació quant a temps a càrrec de l'organització

Incentivació quant a temps	Total
Parcial	33,3%
Cap	16,7%
No se segueix cap criteri	50%

estructurat en què es basava l'entrevista personal. El qüestionari és una adaptació per a operadores de telecomunicacions del qüestionari Indexplà utilitzat per conèixer la situació lingüística d'organitzacions i empreses.⁴

Aquest qüestionari integra tres tipus de recollida d'informació:

- Entrevista segons la declaració de l'entrevistat.
- Recollida per observació visual.
- Recollida per dades documentals.

Treball de camp

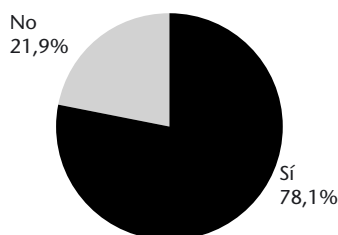
El treball de camp s'ha dut a terme entre el mes de desembre de 2004 i el mes de gener de 2005.

El context sociolingüístic

L'adequació lingüística del personal

Un element clau del context sociolingüístic d'una organització determinada és el coneixement que tinguin d'una llengua les persones que en formen part. Per tal de fer la valoració de l'adequació dels coneixements de català, s'ha definit el personal tenint en compte cinc perfils lingüístics:⁵

Gràfic 1. Coneixements adequats de català a les operadores de telecomunicacions



- Perfil 1: personal que no té contactes amb l'exterior, ni orals ni escrits.
- Perfil 2: personal que té contacte amb el públic per a informacions de primera atenció.
- Perfil 3: personal que ha de donar informacions orals d'atenció bàsica en un lloc de treball considerat important per a la imatge de l'organització.
- Perfil 4: personal que produeix textos escrits breus o pautats.
- Perfil 5: personal que produeix textos escrits de diferent complexitat.

Així, segons la declaració de la direcció de les operadores de telecomunicacions que ofereixen els seus serveis a Catalunya, el 78,1% dels treballadors de les operadores disposa actualment dels coneixements adequats de català. Amb tot, un 21,9% presenta mancances en aquest sentit.

Per altra banda, cal afegir que el 66,7% dels treballadors que presenten mancances de coneixements suficients de català no fa formació en català. Val a dir que, tot i això, a les operadores de comunicacions que ofereixen els seus serveis a Catalunya s'incentiva la formació de català en un 57,1%, tot i que no hi ha incentivació o suport a la formació d'aquesta llengua en un 42,9%. A més, la majoria dels entrevistats de les operadores de telecomunicacions (83,3%) on s'incentiva la formació de català assenyala que a la seva organització el suport quant al finançament és total. Tenint en compte aquest aspecte, cal afegir que les operadores on s'incentiva o es dóna suport a la formació en català, la incentivació quant a temps a càrrec de l'organització és menys freqüent que la incentivació quant al finançament. Així, una de cada tres persones entrevistades (33,3%) declara que la incentivació quant a temps és parcial i el 16,7% afirma que no hi ha incentivació pel que fa al temps a càrrec de l'organització.

D'altra banda, el 50% de les persones entrevistades afirma que en la qüestió del finançament no se segueix cap criteri.

Ara bé, tot i que hi hagi una incentivació de l'organització per tal de fer formació en català pel que fa al finançament i al temps,

4. Vegeu la nota número 2.

5. Es pot consultar el document de perfils lingüístics lliurat a les persones entrevistades en l'annex de l'informe de l'estudi dipositat al Centre de Documentació en Sociolingüística.

només el 16% de les persones entrevistades declara que la formació de català a la seva empresa té caràcter obligatori. Per a la majoria d'operadores (83,3%) la formació en aquest sentit no és obligatòria.

Pel que fa a l'adopció de criteris d'ús lingüístic en les darreres incorporacions de personal, el 57,1% de les persones entrevistades de les operadores de telecomunicacions declara que hi ha hagut criteri de valoració dels coneixements de català en les dues darreres incorporacions.

A més, segons declaren les persones entrevistades els coneixements de català en les darreres incorporacions han estat valorats com a requisit en el 50% dels casos, mentre que el 50% indica que han estat valorats com a mèrit.

Criteris d'atenció oral

Dels criteris d'atenció al públic que duen a terme les operadores destaquen aquells que fan referència a l'atenció oral. En aquest sentit, un de cada dos entrevistats declara que a la seva organització, el català és el criteri establert quant a l'atenció al públic.

No obstant això, el 57,1% de les persones entrevistades declara que, tot i que s'atengui el públic en català, si l'interlocutor utilitza una llengua diferent al català, es canvia a la llengua de l'interlocutor. D'altra banda, el 42,9% afirma que si es dona aquest cas no s'ha adoptat cap criteri.

En relació amb els criteris d'atenció oral en el primer contacte amb l'interlocutor de les distribuïdores/franquícies de l'empresa, el 50% de les operadores declara que s'atén per defecte en català, respecte del 37,5% que afirma no haver adoptat cap criteri (vegeu el gràfic 2 i les taules 4 i 5).

Criteris d'atenció escrita

Pel que fa als criteris d'atenció escrita, el 46,2% de les persones entrevistades declara que hi ha una adaptació a la llengua del receptor. El mateix percentatge (46,2%) afirma que no s'ha adoptat cap criteri i el 7,6% que s'escriu per defecte en català i castellà (vegeu el gràfic 3).

Criteris de qualitat lingüística

Finalment, el 35,7% de les persones entrevistades assenyalen que la seva operadora adopta criteris de qualitat lingüística per a totes les comunicacions i publicacions en català, i el 21,4% manifesta adoptar-los únicament en determinats textos. Tot i així, el 35,7% declara no adoptar cap criteri en aquest tipus de comunicació.

Taula 3. Valoració dels coneixements de català en les dues darreres incorporacions

Valoració	Total
Hi ha criteri de valoració	57,1%
No hi ha cap criteri de valoració	42,9%

Per altra banda, la totalitat de les operadores que afirma adoptar criteris de qualitat lingüística per a les comunicacions o publicacions en català declara fer-ho en les comunicacions escrites amb els clients. El 75% esmenta adoptar-ho a les publicacions i altres tipus de documents, i el 62,5% a la publicitat i els catàlegs. Només el 25% reconeix portar-ho a terme en l'atenció oral amb el públic.

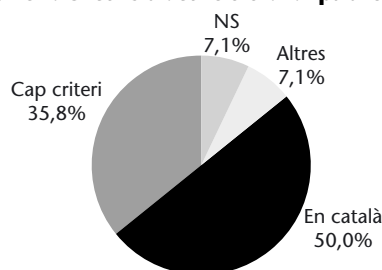
Disponibilitat d'eines lingüístiques

En relació amb la disponibilitat d'eines lingüístiques, el 92,9% de les persones entrevistades declara disposar de corrector ortogràfic o verificador informàtic, men-

Taula 4. Si l'interlocutor utilitza una llengua diferent del català

Criteris	Total
Es canvia a la llengua de l'interlocutor	57,1%
No s'ha adoptat cap criteri	42,9%

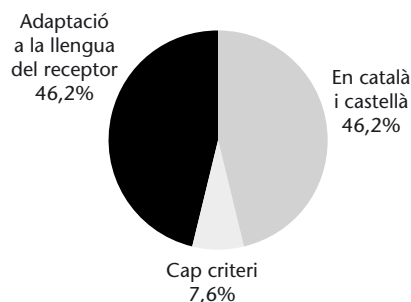
Gràfic 2. Criteris d'atenció oral al públic a les operadores de telecomunicacions



Taula 5. Criteris d'atenció oral amb el primer contacte amb l'interlocutor de les distribuïdores/franquícies

Criteris	Total
S'atén per defecte en català	50%
No s'ha adoptat cap criteri	37,5%
No ho sap	12,5%

Gràfic 3. Criteris d'atenció escrita



Taula 6. Disponibilitat d'eines lingüístiques

Eines	Total
Corrector ortogràfic o verificador informàtic	92,9%
Diccionari general de la llengua catalana	78,6%
Diccionari català en línia	78,6%

tre que el 78,6% afirma tenir diccionari general de la llengua catalana. També un 78,6% de les persones entrevistades declara tenir diccionari català en línia (vegeu la taula 6).

criteris de suport a la formació del personal

Tan sols l'11,1% de les persones entrevistades afirma que els treballadors amb manca de coneixements adequats al seu lloc de treball ha rebut formació de català darre-rament. En canvi, dos de cada tres perso-nes entrevistades (66,7%) esmenten que el personal amb mancances lingüístiques no ha rebut formació de català.

Els usos lingüístics

Aquest estudi mesura els usos lingüístics dels diferents aspectes de les operadores de telecomunicacions en tant que organitza-ció, i no mesura, per tant, els usos lingüís-tics interpersonals entre professionals.

En els usos lingüístics testats en aquest estudi s'observa un ús més aviat baix. Així, segons la declaració dels entrevistats, en cap dels 37 aspectes testats la proporció d'ús del català supera el 90% i tan sols en un, les comunicacions amb institucions, la proporció d'ús del català està per sobre del 85%.

L'ús global del català en les operadores de telecomunicacions en tots els seus usos lingüístics és del 37,6%.

Tot i això, cal tenir present que, segons els entrevistats:

- *L'ús del català en les comunicacions exter-nes és superior a l'assolit en les comunicacions internes.* Així, mentre que en 7 dels 27 as-pectes de comunicacions externes (25,9%) l'ús del català és superior al 50%, en el cas de les comunicacions internes l'ús del ca-talà és inferior, ja que només en 1 dels 10 aspectes testats (10%) l'ús del català és su- perior al 50%.

- *L'ús del català en les comunicacions orals és superior a l'assolit en les comunicacions es- crites.* Així, mentre que la proporció de ca- talà superior al 50% s'assoleix en 2 dels 7 aspectes de comunicacions orals (28,6%

de les ocasions), en el cas de les comuni- cacions escrites aquesta proporció s'asso- leix en 5 dels 30 aspectes testats (16,7%).

Per altra banda, l'ús del català és diferent segons de quina dimensió de l'ús lingüístic es tracti:

- En l'apartat d'imatge i retolació, els rètols interiors són els únics que presen- ten proporcions d'ús del català superiors al 50%; 3 (30%) se situen entre el 40% i el 50% d'ús del català, 4 (40%) presenten un ús del català entre el 20% i el 30%, i 2 (20%) obtenen resultats per sota del 20%. Pel que fa als aspectes d'imatge, cal dir que el nom de l'organització (16,1%) i les ci- bertires a Internet (15%) són, juntament amb la recollida per observació del rètol principal (12,5%) i la recollida documen- tal del marxandatge (12,6%) i de la pàgina inicial del web (18,8%), els aspectes on l'ús del català és més baix. En segon lloc, en l'ús del català en la publicitat emesa per l'organització i el patrocini s'observa una major presència del català (per sobre del 40% declarat i del 52% pel que fa a la recollida documental de la publicitat). Final- ment, en els rètols interiors és on s'observa un ús més elevat del català, el 53% decla- rat i el 61,6% observat.

- D'entre els aspectes de documentació d'ús extern, no se n'observa cap amb una proporció d'ús del català superior al 40%. En canvi, 4 (57,1%) corresponen a un ús d'aquesta llengua d'entre el 30% i el 40%, i 3 (42,9%) presenten proporcions d'ús in- feriors al 20%. En aquest sentit, destaca que l'ús del català en els segells propis i en els textos de correu electrònic són els as- pectes que presenten un ús més baix del català, el 14,2%% i el 7,6%, respectivament.

- Pel que fa a la comunicació oral ex- terna, s'observa com, mentre que l'activi- tat oral més habitual obté un resultat del 53,4%, l'atenció personalitzada telefònica i l'atenció en els nous entorns comunica- tius presenten uns percentatges d'ús del català inferiors, del 44% i el 50%, respecti- vament. Entre les qüestions de comunica- ció oral externa, la llengua del contestador automàtic destaca com l'aspecte on menys s'usa el català (25%).

- Els 66,7% dels aspectes de comunica- cions escrites externes presenten propor- cions d'ús del català superiors al 54%. Entre aquestes hi ha les comunicacions a institucions, les quals (amb el 86,4%%) constitueixen l'aspecte amb la proporció d'ús del català més alta del total d'aspectes testats.

- L'ús del català en les comunicacions orals internes és desigual. Dels tres aspectes de comunicació oral interna testats, les reunions amb persones a càrrec, les reunions amb superiors i la llengua vehicular de la formació obtenen resultats d'ús del català dispersos, el 68,8%, el 45,8% i el 19,5%, respectivament.

- En la dimensió corresponent a la documentació i les comunicacions escrites internes també s'observa, en general, un ús baix del català. En les comunicacions escrites internes, la proporció d'ús del català dels set aspectes testats se situa per sota del 30%, i destaquen especialment el cas del projecte o memòria anual (10%), el material dels cursos de formació (8,5%) i el del programa informàtic, que esdevé l'aspecte amb un ús menor del català (7,1%). Finalment, les circulars, directrius o notes (22%), els projectes en el si de l'empresa (26,2%) i els ordres del dia o actes de reunió (31,3%) són els aspectes amb un ús del català més alt.

En l'àmbit del sector en general i, pel que fa a cada una de les sis dimensions lingüístiques tenim el comportament següent pel que fa a l'ús del català: imatge i retolació (29,8%); documentació d'ús extern (26,6%); comunicacions escrites externes (55%); comunicacions escrites internes (17,7%); comunicacions orals externes (52,2%); comunicacions escrites externes (44,8%).

Amb tot, s'observen diferències que podrien matisar les conclusions abans esmentades entre els resultats obtinguts segons la recollida documental i l'observació visual i els recollits segons la declaració dels entrevistats.

Així, dels 19 aspectes dels quals, a banda de la recollida per declaració, s'ha fet la recollida de dades per observació visual o documental, s'observa que:

- D'una banda, els rètols interiors, el paper de carta, la publicitat i la pàgina inicial del web obtenen uns resultats sobre l'ús del català que varien entre 1 i 9 punts percentuals en la recollida documental o per observació, respecte de la declaració dels entrevistats.

- D'altra banda, qüestions com el marxandatge i el rètol principal obtenen resultats que varien més de 10 punts percentuals en la recollida documental o per observació respecte dels resultats obtinguts amb la declaració dels entrevistats.

- Cal destacar que l'ús del català en els formularis i impresos d'ús intern, segons la recollida documental, està 30,8 punts percentuals per sobre de l'ús declarat.

La distribució dels diferents aspectes testats s'especifica a la taula 7.

Les actituds lingüístiques

L'estudi també ha tractat de copsar les valoracions dels entrevistats respecte de l'ús i les actituds que s'adopten a les operadores de telecomunicacions en relació amb la llengua catalana.

Així, segons el 50% dels entrevistats, l'ús de la llengua catalana en la seva organització ha augmentat respecte de fa 3 o 4 anys. D'altra banda, mentre que el 35,7% assenyala que s'ha mantingut igual, el 14,3% afirma que l'ús del català ha disminuït a l'empresa.

D'entre les qüestions que s'esgrimeixen sobre per què ha augmentat, hi ha motius

Taula 7. Usos lingüístics observats i declarats a les operadores de telecomunicacions

Aspectes	Ús del català	
	Declaració	Observació/Documentació
Comunicacions a institucions	86,4	74,1
Reunió amb persones a càrrec	68,8	-
Comunicacions a clients	57,4	35,7
Comunicacions a altres empreses	55,8	-
Comunicacions escrites presentades oralment a clients	54,2	-
Activitat oral més habitual	53,3	-
Rètols interiors	53	61,6
Atenció personalitzada telefònica	50	-
Reunió amb superiors	45,8	-
Publicitat	45,4	52
Atenció en els nous entorns comunicatius	44	-
Patrocini	41,5	-
Rètol horari	40	-
Documentació de difusió externa	39,9	95,7
Comunicacions a proveïdors	39,1	74,3
Factures, rebuts o tiquets de caixa	38,1	31,7
Contractes amb els clients	33,9	-
Ordres del dia o actes de reunió	31,3	39,7
Paper de carta	30	29,2
Marxandatge	26,4	12,6
Projectes en el si de l'empresa	26,2	-
Rètol principal	25	12,5
Llengua del contestador automàtic	25	-
Pàgina inicial del web	23,8	18,8
Etiquetatge de productes	22,8	-
Circulars, directrius o notes escrites	22,5	0
Formularis electrònics	19,5	0
Llengua vehicular de la formació	19,5	-
Publicacions	19,2	57
Nom de l'organització	16,1	-
Formularis i impresos interns	15,4	46,2
Cibertires a Internet	15	-
Segells propis	14,2	43,9
Projecte o memòria anual	10	24
Material dels cursos de formació	8,5	-
Textos del correu electrònic	7,6	74
Programa informàtic més usual	7,1	-

empresarials o de negoci (50%), declaracions que el personal és catalanoparlant (16,7%) i que hi ha incentivació per part de l'empresa (33,3%). Si donem un cop d'ull als motius pels quals s'ha mantingut, destaquen els motius empresarials o de negoci (20%), no s'ha modificat la política lingüística de l'empresa (20%), el nivell ja és l'adequat (40%) i no és un requisit del personal de l'empresa (20%). Finalment, pel que fa als motius de per què ha disminuït, en el 100% dels casos es fa referència a motius empresarials o de negoci.

En segon lloc, cal afegir que els entrevistats troben, en major proporció, més avantatges que inconvenients en l'ús de la llengua catalana. Així, el 57,1% dels entrevistats creu que utilitzar el català a la seva empresa té avantatges. Tot i això, el 42,9% considera que utilitzar-lo no comporta cap profit.

Els principals avantatges esmentats són aquells que fan referència a la millora de l'atenció als clients (37,5%), a una bona imatge de l'empresa (37,5%), i a més competitivitat respecte d'altres empreses que no l'usen (25%).

En sentit contrari, el 21,4% sí que creu que utilitzar-lo té desavantatges. En aquest sentit, els principals inconvenients són la duplicació de costos econòmics (66,7%) i la dificultat de relació amb altres seus no catalanes (33,3%).

Finalment, encara en l'àmbit de les actituds lingüístiques, el 71,4% de les persones entrevistades afirma que la seva empresa té intenció d'augmentar l'ús del català el proper any. El 21,5% declara que no té intenció de fer-ho. Cal esmentar, a més, que el 7,1% de les persones desconeix si hi ha o no dins de l'entitat cap directriu o iniciativa per tal d'augmentar l'ús del català.

Pel que fa als motius per augmentar l'ús del català hi ha motius comercials i empresarials (70%), l'adequació a la legislació (10%), la voluntat de l'empresa (10%). En aquest sentit, un 10% declara que no ho sap. Entre el motius de per què no es té intenció d'augmentar l'ús del català, hi ha motius comercials i empresarials (25%), el nivell ja és l'adequat (25%), tot el personal és a Madrid (25%) i no ho sap (25%).

Conclusions

En general, l'ús del català en les operadores de telecomunicacions en tots els seus usos lingüístics és baix, d'un 37,6%. Amb tot, però, cal establir diferències entre l'ús del

català en les comunicacions externes, com ara l'atenció als clients, i en les comunicacions internes (en el si de l'empresa, per exemple). En aquest sentit, l'ús del català és superior en les comunicacions externes que no pas en les comunicacions internes. D'altra banda i segons les dades de què disposem, l'ús del català en les comunicacions orals és superior a les comunicacions escrites. Així, el català és el criteri establert per a l'atenció al públic per a una de cada dues operadores.

Pel que fa a l'adequació de coneixements de català per part dels treballadors, el 78,1% dels treballadors de les operadores disposa de coneixements adequats de català per al seu lloc de treball. Ara bé, la formació en català a les operadores no és obligatòria en un 83,3%.

Finalment, i quant a les actituds i opinions sobre l'ús del català en les operadores, un 42,9% creu que utilitzar el català no comporta cap profit. Entre els inconvenients per usar el català hi ha la duplicació de costos econòmics (66,7%) i el fet que dificulta la relació amb altres seus no catalanes (33,3%). Amb tot, un 71,4% afirma que la seva empresa té intenció d'augmentar l'ús del català l'any que ve. Entre els avantatges per usar el català, hi ha la millora de l'atenció als clients (37,5%), la bona imatge de l'empresa (37,5%) i més competitivitat respecte d'altres empreses que no l'usen (25%).

