

**El català a Media Markt
El Prat – Cornellà.**

Miriam Tovar Moreno

Tutor/a: Mercè Lorente Casafont
Seminari 103: Llengües en entorns empresarials.

Curs 2014-2015



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	... 3
2. DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA	... 7
3. METODOLOGIA I CORPUS	... 10
4. ANÀLISI D'ERRORS DEL CORPUS	... 12
5. RESULTATS DE LES ENTREVISTES	... 19
6. LES LLENGÜES A MEDIA MARKT ESPANYA	... 23
7. PROPOSTA DE MILLORES	... 25
8. CONCLUSIONS	... 27
9. BIBLIOGRAFIA	... 29
10. ANNEX: ENQUESTES	... 31
10.1. Enquestes als venedors	... 31
10.2. Enquestes als caps de secció	... 51
10.3. Enquestes a Recursos Humans	... 57

AGRAÏMENTS

A la botiga Media Markt el Prat – Cornellà, per la seva gran disposició a col·laborar en aquest anàlisi, especialment als responsables, a la recursos humans i als treballadors col·laboradors. Des del moment de la meva proposta de treball han estat disposats a ajudar-me en tot el que necessités.

A la meva tutora, la Mercè Lorente, per la paciència en els moments de pànic i el recolzament constant durant l'elaboració del meu treball. A l'Alba Coll i l'Amor Montané pel seu suport durant els sis mesos de treball i la seva predisposició en tot moment.

A la meva família, pel seu suport i motivació en tot el que faig cada dia.

Als meus amics, aquells que han vist la llum quan jo no ho feia i m'han motivat per continuar.

ABSTRACT

The Catalan language treatment in multinationals is one of the main topics without a theoretical framework in the Catalan territory. Facing this gap of linguistic rules, which establish a good use for the Catalan language regarding the communication between multinationals and its clients, we try to list in this project the principal language problems, which can be found when entering in a shop located in a Spanish speaker town and nearby the city of Barcelona. More specifically, we focus on the errors found on informative posters seen all over the shop. Hence, in this project we list, analyse and try to sort out the linguistic errors found during the visit in the shop belonging to the multinational enterprise called Media Mark, located in Cornellà del Llobregat, in the province of Barcelona.

After the visit, we list every mistake, analyse them regarding its typology and afterwards, we interview a 10% of the shop staff in order to know their acknowledgement about the Catalan language. Finally, we present appropriate conclusions concerning the amount of mistakes and the needs, which were collected with the interviews. In addition to this, we provide a list of improvement suggestions that we consider are necessary in order to avoid committing the same linguistic errors found in the first visits.

1. INTRODUCCIÓ

El tractament de les llengües en les empreses no és un tema que estigui del tot instaurat, però podem veure aspectes que necessiten ser tractats i establerts com cal. Amb el pas del temps comença a haver-hi la necessitat d'un canvi en la gestió lingüística de les empreses. A més, la presència de multinacionals originàries d'altres països que tenen altres llengües dificulta la regularització de la situació.

L'estudi ELAN (*Effect on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*) publicat per la Comissió Europea l'any 2006 revela la capacitat de les estratègies plurilingües per obtenir un alt rendiment en les empreses. A més, afirma que la inversió en competències lingüístiques i culturals comporta efectes macroeconòmics positius. Després d'analitzar diverses empreses, han verificat que les empreses que tenen estratègies lingüístiques tenen més possibilitats de reeixir com a exportadores i han destacat quatre elements que proporcionen bons resultats per a la gestió lingüística, que són: l'obtenció d'estratègies lingüístiques, la contractació de parlants nadius, tenir personal amb capacitat lingüística i la utilització de traductors en el cas que fos necessari¹.

En aquest treball es planteja una anàlisi d'usos lingüístics en una empresa comercial implantada a Catalunya, concretament Media Markt, que es tracta d'una empresa de comercialització de productes electrònics de tot tipus. Cada empresa funciona d'una manera molt diferent a les altres i hi ha molts motius perquè les empreses s'hagin d'enfrontar amb les llengües en funció de les seves polítiques.

¹ STRUBELL, MIQUEL I MARÍ, ISIDOR. *Mercat global i mercat local: implicacions per al multilingüisme de l'empresa*. Actes del seminari del CUIIMPB-CEL 2008. Editorial UOC.

L'empresa objecte d'estudi d'aquest treball és la multinacional d'electrònica amb una de les millors facturacions² actualment a Espanya, Media Markt. Provenent d'Alemanya, es va instaurar a Espanya l'any 1999 i des de llavors no ha parat de créixer. Durant setze anys ha obert un total de setanta-quatre botigues per tot el país; l'última es va inaugurar l'any 2014.

La llengua espanyola és la llengua predominant en les multinacionals estrangeres quan actuen a Espanya, però a Catalunya el català també és llengua oficial i des de les institucions es promou perquè guanyi més terreny en el sector empresarial. A Catalunya, les empreses s'intenten comunicar en català per apropar-se més a la població catalana, però l'àmbit de la publicitat i les comunicacions escrites no són l'única via per apropar-se més als clients. Els venedors són un factor molt important de l'empresa, ja que són els que la representen directament de cara al client. És per això que en aquest treball s'analitzarà la situació de les llengües en la venda directa al client, la publicitat i la retolació.

Tenint en compte que els rètols, com ja s'ha comentat, són el mirall de la botiga i que en aquest cas haurien d'estar en català, per la situació geogràfica, els venedors haurien de ser conscients del que escriuen i com ho escriuen. Tot i això, la realitat s'allunya molt del que hauria de ser. És per això que en aquest treball es proposaran solucions als problemes lingüístics presents en una botiga concreta de Media Markt, amb l'ajuda i participació dels venedors, caps de secció i l'encarregada del departament de Recursos Humans, i que a través d'entrevistes ens indicaran els seus coneixements de català per poder establir els paràmetres que cal seguir.

Així doncs, l'objectiu principal d'aquest treball és trobar la solució o el suport per millorar l'ús de la llengua catalana dins de la botiga analitzada. Això s'aconseguirà a partir de les mancances que es puguin trobar en els rètols exposats als clients per tota la botiga. D'aquesta

² Nuestras cifras. Sobre nosotros. Media Markt: Gener – Setembre 2013

manera es podria trobar un equilibri per seguir fomentant la llengua alhora que es continua venent i tractant amb el client.

Per assolir l'objectiu final, cal tenir en compte diversos aspectes de l'empresa. És necessari saber els coneixements lingüístics que tenen els venedors, és a dir, el perfil que té cadascun. De la mateixa manera, és important conèixer els criteris que se segueixen per contractar un venedor nou i quin paper té la llengua en l'entrevista de feina i en l'elecció definitiva. Tot això implica que caldrà conèixer la política lingüística que se segueix al departament de Recursos Humans per entendre com se selecciona el personal.

Un altre tema molt important és el tracte amb el client. Les necessitats lingüístiques no apareixen només per escrit, sinó que també n'hi ha d'orals. Els venedors de la botiga han d'estar preparats per cobrir les necessitats dels clients. En aquest cas, la llengua, tant catalana com espanyola, és una condició per a una bona atenció al client, d'acord amb els seus requeriments lingüístics.

Pel que fa als rètols, com ja hem esmentat abans, contenen faltes d'ortografia que, a part de donar molt mala imatge de la botiga, no aconsegueixen transmetre el missatge desitjat. Els rètols són realitzats pels venedors i és per això que és necessari que aquests estiguin ben formats en les dues llengües o, si no és el cas, que puguin tenir eines per poder-se defensar i poder escriure allò que necessitin sense faltes d'ortografia.

Cal dir que preveiem que es detectaran algunes mancances pel que fa al català, ja que la botiga que s'analitzarà està situada a la comarca del Baix Llobregat, on hi ha un nombre elevat de població castellanoparlant, que no sol utilitzar el català o que no el sap parlar³.

³ Idescat. Cens de població: 2011

Per tal de desenvolupar aquest treball, en primer lloc descriurem l'empresa que tractarem i desenvoluparem el problema que ha motivat a realitzar-lo; en segon lloc redactarem la metodologia que durem a terme; i finalment, intentarem identificar les mancances que hi puguin haver i tractarem les possibles solucions que trobem pertinents.

2. DESCRIPCIÓ DE L'EMPRESA

Media Markt, coneguda pel seu eslògan *Jo no sóc tonto!* i relacionada amb el color vermell, és una de les multinacionals d'electrònica, informàtica i electrodomèstics que s'ha instaurat en l'Estat espanyol i ha crescut progressivament. Es tracta d'una botiga que acostumem a trobar a dins de centres comercials, en espais d'una o dues plantes distribuïdes segons les seves seccions. Caracteritzada pel disig d'apropament als seus clients fent servir un vocabulari familiar i de carrer, amb publicitat humorística i campanyes trencadores amb el que la població està acostumada a veure. El tipus de botiga que utilitza Media Markt, molt propera al client, presenta els seus productes en mostradors acompanyats de rètols que aporten la fitxa tècnica del producte, però també actuen com a mirall de la botiga.

Aquesta empresa d'origen alemany es va fundar el novembre de l'any 1979, a Munic. Va ser fundada pels empresaris Leopold Stiefel, Walter Gunz, Erich Kellerhals i Helga Kellerhals. El bon resultat d'aquest establiment va portar l'obertura de noves botigues a Alemanya. Amb els pas dels anys l'empresa va obtenir un èxit imparabile que la va exterioritzar cap a la resta d'Europa, i va arribar a Espanya l'any 1999. En aquella època, un grup de persones que formaven l'equip de Media Markt Espanya van apostar amb molta il·lusió i esforç per la primera botiga en territori espanyol. Es va obrir a San Sebastián de los Reyes, a Madrid.

Paral·lelament, va arribar a Espanya una empresa gestionada pel mateix grup de persones a Alemanya anomenada Saturn. Era molt semblant a Media Markt i estava representada amb els mateixos colors. Saturn va arribar a tenir quatre botigues repartides per Espanya, però cap a Catalunya, tot i tenir la seva seu central a Barcelona. L'any 2013 Saturn va fer públic el seu tancament i es va fusionar amb Media Markt i així es va crear el grup Media-Saturn. Actualment, la seu central d'aquest grup es troba a la població del Prat de Llobregat, a

Barcelona, i s'encarrega de gestionar tota la península Ibèrica, les illes Balears i les illes Canàries. Això fa que no només el castellà sigui la llengua que utilitzi l'empresa, sinó que aquesta s'adapti a la llengua de la zona, com passa amb el portuguès o el català.

Amb el nom del grup Media-Saturn l'empresa agrupava els clients de les dues empreses i continuava amb l'èxit que tenia Media Markt. La gran varietat d'articles situats dins d'una mateixa superfície proporciona als clients facilitat per poder escollir en funció de les seves necessitats. L'èxit de la primera botiga va fer que obrissin en molt pocs anys un total de cinquanta botigues. Actualment n'hi ha setanta-quatre en tot el territori espanyol.

La primera botiga a Catalunya va ser la que està situada en un dels centres comercials més visitats de Catalunya⁴, La Maquinista (Barcelona). Actualment és la botiga més antiga de Catalunya i segons els resultats interns de la botiga és la que té la millor facturació de tota la península Ibèrica, les illes Balears i les illes Canàries. Media Markt compta avui amb vuit botigues repartides per les diverses províncies de Catalunya. L'última es va obrir a Parets del Vallès: facilita l'accés a les persones que viuen a les comarques del nord de Barcelona, perquè no s'hagin de desplaçar a la capital.

La botiga que ens interessa per al nostre estudi és una botiga que es va obrir fa cinc anys. Està situada a Cornellà de Llobregat (Barcelona), al centre comercial Splau! i al costat de l'estadi del Reial Club Deportivo Espanyol. La botiga, anomenada Media Markt Cornellà – El Prat per la seva situació geogràfica, pertany a la comarca del Baix Llobregat. Aquesta comarca, com ens indica la demografia històrica (Recaño, 2000), durant els anys seixanta va rebre una gran quantitat de població andalusa. Això va repercutir en l'ús del català en aquesta zona, ja que hi havia més població andalusa que catalana. Actualment, les dades han millorat

⁴ SALA, AGATA; NAVARRO, ISANA. Comunicado: La Maquinista sigue creciendo en visitantes y aumenta su afluencia un 4,6% en 2014 <http://www.europapress.es/comunicados/sociedad/noticia-comunicado-maquinista-sigue-creciendo-visitantes-aumenta-afluencia-46-2014-20150119120307.html> [Data de consulta: 17 d'abril del 2015]

en positiu pel que fa a l'ús del català, tot i que encara hi ha un nombre elevat de persones que entenen el català però no el parlen. L'any 2011, al Baix Llobregat hi havia un total de 774.549 habitants de dos i més anys d'edat. D'aquest total, 44.446 habitants van afirmar que no entenen el català. Van ser 730.102 habitants els que sí que entenen el català, però només 526.488 el saben parlar⁵.

La botiga objecte d'estudi està ubicada en la població que mostra els pitjors resultats pel que fa a la situació del català. Cornellà de Llobregat, amb 84.702 habitants, va mostrar als resultats de l'Idescat l'any 2011 que un total de 7.580 habitants no entenen el català. De la mateixa manera, altres poblacions com el Prat de Llobregat, Viladecans o Castelldefels presenten una situació similar. En canvi, altres poblacions com Torrelles, Castellví de Rosanes i el Papiol es troben en una situació molt més equiparada pel que fa al bilingüisme i, en concret, a l'ús del català (Idescat, 2014). Així doncs, la botiga es troba en una de les poblacions en què el català s'utilitza menys que el castellà, fet que no ajuda en el problema que es presenta en aquest treball.

La botiga Media Markt Cornellà – El Prat consta de noranta treballadors de diverses edats, des dels 19 fins als 54 anys. L'equip de treball d'aquesta botiga està format pel gerent, l'encarregada de l'administració i recursos humans (amb tres persones al seu càrrec per diverses finalitats), deu responsables de secció i setanta-cinc venedors. Cada venedor pertany a una secció i, encara que pugui conèixer aspectes d'altres seccions, sempre és responsable de la secció a la qual pertany. Tal com ja hem comentat, els rètols dels productes els elaboren els venedors de cada secció. En el moment en què exposen els productes dediquen uns minuts a crear els rètols informatius. D'altra banda, també solen crear els rètols addicionals com ara els que destaquen productes nous o promocions especials que hi ha penjats per la botiga, tret que siguin oficials de totes les botigues d'Espanya.

⁵ Idescat. Cens de població: 2011

3. METODOLOGIA I CORPUS

Per tal de cobrir les necessitats de la botiga objecte d'estudi és important conèixer el tractament de la llengua, les competències dels treballadors i analitzar els rètols entre d'altres. A continuació, detallem els passos que seguirem per desenvolupar aquest treball.

Primerament, i tenint en compte la motivació del tema, cal que analitzem la situació lingüística que hi ha en la botiga. Per poder desenvolupar aquesta anàlisi, caldrà visitar la botiga i presenciar diverses situacions, com ara: la relació venedors-clients; la relació venedors-caps de secció; les informacions auditives dins la botiga; la llengua dels rètols; la llengua dels vídeos o anuncis que es proporcionen; la llengua d'ús en la publicitat que es reparteix, entre d'altres.

Durant la primera anàlisi, i com a base del treball, caldria visualitzar la llengua dels rètols. Durant aquest estudi, podrem veure i recopilar informació sobre el nivell de llengua que hi ha. Així mateix, podrem veure si l'ús de la llengua és l'apropiat o si, d'altra banda, necessita ser revisat.

En el cas que trobem mancances en l'ús de la llengua i que creiem necessari un estudi més acurat, haurem de conèixer la importància que rep la llengua dins d'una multinacional que està situada en un territori bilingüe, com és el cas de la botiga objecte d'estudi. Per obtenir aquesta informació caldrà que ens adrecem a la persona que s'encarrega del departament de Recursos Humans i, a continuació, fer-li una enquesta amb la qual podrem saber tot allò que necessitem sobre la importància que la botiga dóna a la llengua. És a dir, podrem saber quin punt ocupa en l'ordre de prioritats o importància pel que fa al desenvolupament de la botiga en general.

Un cop haguem identificat els errors que trobem, haurem d'adquirir un marc dels coneixements que tinguin els treballadors sobre la llengua catalana. Per poder aconseguir aquesta informació haurem de realitzar enquestes a un venedor de cada secció per tenir la mitjana del coneixement de tota la botiga. Per ser més exactes, caldria que ens dirigíssim al venedor amb més experiència de cada secció. També seria interessant poder enquestar alguns caps de departament que portin molts anys treballant a la botiga i ens puguin proporcionar la informació necessària. En aquestes enquestes farem preguntes que ens proporcionin informació de diversos tipus, que contextualitzin l'estudi pel que fa al seu nivell de llengua.

Dins de les enquestes, i a part del nivell de llengua, voldrem conèixer el desenvolupament de la creació dels rètols. Les preguntes que realitzarem demanaran als venedors i als caps de secció que ens proporcionin tot tipus d'informació sobre tot el que envolta la creació d'un rètol. D'aquesta manera, si escau, podrem trobar els factors que afecten la producció de rètols amb faltes d'ortografia. A més, també demanarem que ens expliquin tot el procés de la realització d'aquests rètols. Per això, demanarem informació sobre diversos aspectes: situació durant la creació, ajudes externes, observacions personals, temps per realitzar el rètol, etc.

4. ANÀLISI D'ERRORS DEL CORPUS

Els errors en l'ús del català són presents en tota la botiga. Es poden trobar errors en qualsevol secció de la botiga que es vulgui analitzar. A més, no són sempre el mateix tipus d'errors, però sí que hem vist que molts dels errors es repeteixen, fins i tot en diferents seccions.

El primer error que volem destacar és el que fa referència a la traducció al català de l'eslògan que representa aquesta multinacional. L'eslògan *Jo no sóc tonto!* fa servir el mot *tonto* que no pertany a la llengua catalana. La traducció més acurada hauria de ser *Jo no sóc babau!*, però en aquest cas, fem servir un terme que no ajuda al màrqueting. És per això que han mantingut el terme en castellà, ja que en tractar-se d'una multinacional que busca la proximitat amb el client i que fa servir un vocabulari familiar i corrent, és habitual que trobem casos de paraules del castellà pronunciades com si pertanyessin al català.

Com que es tracta d'una botiga d'electrònica, podem deduir que una gran quantitat de paraules es fan servir a gairebé totes les seccions i que es repeteixen sovint. Es tracta de paraules del camp de l'electrònica i d'altres que pertanyen a la terminologia del màrqueting.

Aquests són alguns dels exemples⁶:

- *Inclos* (Inclòs).
- *Messos* (Mesos).
- *Garantía* (Garantia).
- *Rubatori* (Robatori).
- *Abaria* (Avaria).
- *Ultimas* (Últimes).
- *Ecológica* (Ecològica).
- *Qälitat* (Qualitat).

⁶ Els exemples següents mostren la paraula recollida i entre parèntesis la correcció d'aquesta.

Així doncs, en aquest apartat es classificaran i analitzaran els errors que vam poder recollir després d'haver llegit tots els rètols que hi havia exposats per tota la botiga el dia 12 de febrer del 2015. La classificació es farà segons el tipus d'error i en l'annex 2 podrem veure el glossari de mots que van ser recollits i corregits.

El tipus d'error més freqüent en tots els rètols és l'accentuació. En aquest cas hi ha un major nombre d'errors amb els accents greus. Tot i que en general no hi ha accents, en molts casos trobem mots amb accents aguts quan han de portar l'accent greu. Després de comprovar si els textos escrits en majúscula també portaven accents, per entendre si tenien fixada alguna normativa concreta en aquest sentit, vam veure que els accents eren presents tant en els textos escrits en majúscula com en minúscula. Així doncs, podem afirmar que el problema més freqüent en els rètols són els accents.

La majoria de paraules que contenen un accent en la vocal *a* àtona el porten tancat o directament no en porten. És ben cert que en molts dels casos hi era, però com ja hem dit, era agut enlloc de ser greu. El mateix passa amb la vocal *o*: molts dels accents no apareixien com ho indica la norma o directament no hi apareixien. En el cas de les altres vocals, es trobaven en la mateixa situació. Un dels errors que volem destacar és l'ús d'accents en paraules que no ho requereixen o l'absència en les quals, segons la normativa, n'haurien de portar. Alguns exemples són:

- *Acustica* (Acústica).
- *Alimentacio* (*Alimentació*).
- *Audiófon* (Audiòfon).
- *Botò* (Botó).
- *Cámara* (Càmera).
- *Cárrega* (Càrrega).
- *Climàtic* (Climàtic).
- *Cómode* (Còmode).
- *Diametre* (Diàmetre).
- *Dinàmic* (Dinàmic).
- *Distancia* (Distància).

- <i>Dipòsit</i>	(Dipòsit).
- <i>Eficiència</i>	(Eficiència).
- <i>Energètica</i>	(Energètica).
- <i>Encès</i>	(Encès).
- <i>Ergonòmic</i>	(Ergonòmic).
- <i>Experiència</i>	(Experiència).
- <i>Fàcilment</i>	(Fàcilment).
- <i>Fondària</i>	(Fondària).
- <i>Gràfica</i>	(Gràfica).
- <i>Hàbits</i>	(Hàbits).
- <i>Halògena</i>	(Halògena).
- <i>Inclinació</i>	(Inclinació).
- <i>Interferència</i>	(Interferència).
- <i>Iònic</i>	(Iònic).
- <i>Làser</i>	(Làser).
- <i>Memòria</i>	(Memòria).
- <i>Monopode</i>	(Monopode).
- <i>Música</i>	(Música).
- <i>Òptic</i>	(Òptic).
- <i>Obturació</i>	(Obturació).
- <i>Podòmetre</i>	(Podòmetre).
- <i>Potència</i>	(Potència).
- <i>Pràctic</i>	(Pràctic).
- <i>Ràdio</i>	(Ràdio).
- <i>Ràpid</i>	(Ràpid).
- <i>Referència</i>	(Referència).
- <i>Resistència</i>	(Resistència).
- <i>Retràctil</i>	(Retràctil).
- <i>Ròtula</i>	(Ròtula).
- <i>Sòlida</i>	(Sòlida).
- <i>Tècnic</i>	(Tècnic).
- <i>Televisió</i>	(Televisió).
- <i>Vídeo</i>	(Vídeo).
- <i>Videoconferència</i>	(Videoconferència).
- <i>Visió</i>	(Visió).

El segon error que apareix amb més freqüència és l'ús dels castellanismes. Moltes de les paraules que vam trobar als rètols no existeixen, es tractava de paraules creades a partir de mots de la llengua castellana, i que òbviament no apareixen en cap obra de referència de la llengua catalana. Són els que corresponen a errors propis dels territoris on el bilingüisme és

més accentuat. En el cas de la botiga Media Markt de Cornellà – El Prat, com ja hem esmentat, està situada en un territori on la majoria de la població parla castellà. És per això que l'origen de la invenció del mot és la llengua castellana. També podem pensar que el mot està format a partir del castellà perquè la persona que l'escriu coneix el mot castellà, però no la forma en català. Alguns exemples són:

- *Aument* (Augment).
- *Mando* (Comandament).
- *Destrull* (Destrueix).
- *Sense mans* (Mans lliures).
- *Medeix* (Mesura).
- *Migues* (Molles).
- *Ases* (Nanses).
- *Pulsador* (Pulsador).
- *Clavija* (Ranura).
- *Inalàmbric* (Sense fil).
- *Sobremesa* (Sobretaula).
- *Sumergible* (Submergible).
- *Soport* (Suport).
- *Pomo* (Pom).
- *Llamades* (Trucades).
- *Cristall* (Vidre).

Si revisem l'ortografia castellana podem comprovar que la duplicació d'algunes consonants en català o la geminació, no s'utilitza. Durant la revisió dels rètols vam trobar molts casos de paraules que requerien geminació i no la duïen, o a l'inrevés, no l'havien de dur i sí que l'havien afegit. Els casos de geminació que hem documentat estan relacionats amb les consonants *n*, *m*, *s*, *l* i *d*. Alguns dels exemples que vam trobar són:

- *Accesoris* (Accessoris).
- *Adicional* (Addicional).
- *Asistencia* (Assistència).
- *Borrisol* (Borrissol).
- *Bosa* (Bossa).
- *Carcasa* (Carcassa).
- *Clase* (Classe).
- *Conexió* (Connexió).
- *Corent* (Corrent).

- *Desconexió* (Desconnexió).
- *Diseny* (Disseny).
- *Ilimitat* (Il·limitat).
- *Inedit* (Inèdit).
- *Lista* (Llista).
- *Metàlic* (Metàl·lic).
- *Necessita* (Necessita).
- *Procesador* (Processador).
- *Reseca* (Resseca).
- *Satèlit* (Satèl·lit).
- *Tapiseria* (Tapisseria).

A més, la convivència entre dues llengües també pot fer que a l'hora d'escriure una paraula hi hagi errors en algunes lletres. Si comparem el català i el castellà, són dues llengües que tenen una gramàtica similar. L'ortografia és semblant, però hi ha alguns canvis que són els que provoquen els errors, com vam poder comprovar en la botiga. Un exemple és l'ús de la *b* enlloc de la *v* o la *g* per la *j*. Aquests són alguns dels exemples que vam trobar:

- *Avans* (Abans).
- *Agustos* (Ajustos).
- *Bloqueix* (Bloqueig).
- *Conbersa* (Conversa).
- *Corretga* (Corretja).
- *Dabantera* (Davantera).
- *Muntatje* (Muntatge).
- *Netegador* (Netejador).
- *Tarjeta* (Targeta).

Pel que fa a la dièresi, vam seguir el mateix procés que amb l'accent. En primer lloc, vam buscar rètols en majúscula que portessin una paraula amb dièresi per veure si tenien algun tipus de norma establerta respecte a això. Un cop comprovat que no hi havia cap norma sobre la dièresi, vam procedir a marcar-les com a faltes d'ortografia. Alguns exemples són:

- *Extraïbles* (Extraïbles).
- *Frequencia* (Frequència).

Una altra característica pròpia del català i que no existeix en castellà és l'apòstrof. En català, l'apòstrof es pot trobar en els articles, la preposició *de* i els pronoms. En la llengua castellana

L'apòstrof no existeix i és per això que per als venedors castellanoparlants que no fan servir el català pot ser més complicat. Molts dels apòstrofs que vam trobar estaven mal utilitzats. Molts dels rètols evidenciaven que no es té clar quan i com cal escriure l'apòstrof. Els exemples més característics d'errors en l'ús de l'apòstrof són:

- *T'el* (Te'l).
- *Demanan's* (Demana'ns).
- *Emportat* (Emporta't).
- *Consultan's* (Consulta'ns).
- *Proval* (Prova'l).

L'ús de les preposicions també és objecte d'estudi en aquest treball, ja que durant l'anàlisi dels rètols vam veure que hi ha confusió en la tria de la preposició adequada, a causa de la convivència de les dues llengües. Moltes de les preposicions que vam veure que s'utilitzaven de manera incorrecta en els rètols eren preposicions que serien correctes en aquell context si la llengua fos el castellà. A més, vam comprovar que hi havia poc ús de preposicions pròpies de la llengua catalana. Alguns exemples són:

- *Temps en congelador* (Temps al congelador).
- *Posada amb marxa* (Posada en marxa).
- *Temps per repòs* (Temps de repòs).

Actualment s'utilitzen amb freqüència manlleus que no han estat acceptats i no s'han incorporat al vocabulari de la llengua catalana, però que s'utilitzen per qüestions de màrqueting del producte. Als rètols de la botiga vam veure un seguit de manlleus que formen part del grup de calcs semàntics que encara no han estat acceptats. Un exemple és la paraula *tablet*, que actualment no trobem quan cerquem al Termcat, ja que ens proposa el terme *tauleta tàctil*.

Un altre error que vam veure en la botiga i que ens va sobtar va ser la presència de rètols redactats íntegrament en castellà. Eren els rètols que mostraven les característiques dels productes de les marques Samsung i Apple. Després d'interessar-nos per aquests rètols, els

responsables i treballadors de la secció en qüestió no tenien constància d'aquest fet, és a dir, no n'eren conscients. A més, tampoc vam veure interès per canviar la llengua d'aquests rètols. Es tracta de rètols creats des de la marca a la qual pertanyen els productes.

A més, la secció de discos i software estava tota redactada en castellà. Podíem veure un rètol d'una d'aquestes seccions al costat d'una altra i cadascun estava en una llengua diferent. Quan vam interessar-nos per aquests rètols ens van informar que en aquests casos, en tractar-se de promocions, la gran majoria dels rètols venien redactats des de l'administració. Així doncs, la llengua de l'administració és la llengua castellana i quan creen rètols, únicament es redacten en castellà.

5. RESULTATS DE LES ENTREVISTES

Com hem comentat en l'apartat de la metodologia, és important saber els coneixements que té el personal de la botiga. Per obtenir aquesta informació hem cregut necessari realitzar enquestes a un venedor de cada secció, a tres caps de secció i a la persona que s'encarrega de contractar els nous treballadors i que alhora s'encarrega de l'administració general de la botiga. Tenint en compte que hem fet la distinció entre diversos càrrecs, hem cregut necessari realitzar diverses enquestes per obtenir la informació pertinent en cada cas. Al final d'aquest treball s'adjunten totes les enquestes realitzades que han servit per obtenir els resultats que es mostren en aquest apartat.

Les primeres preguntes que vam realitzar als venedors són respecte a les funcions que realitzen dins de la botiga, per saber si estan involucrats en la redacció i creació dels rètols i saber si són conscients de les faltes que hi ha quan es llegeixen. Les enquestes es van realitzar en català, excepte una que va ser en castellà, ja que la venedora era una noia de Sevilla que havia arribat a Catalunya feia relativament poc i, tot i que entenia el català, no el parlava.

Primer de tot vam voler conèixer les funcions que realitzaven els venedors dins de la seva secció. La majoria es dediquen bàsicament a l'atenció al públic, però en funció de les hores que fan i el temps que porten a la botiga fan més tasques que d'altres. El que sí que podem concloure és que tots els venedors s'encarreguen de crear i redactar els rètols. La persona que exposa el producte és la que s'encarrega de crear el rètol, si no existeix, o de retocar-lo, si cal actualitzar-lo.

La idea que Media Markt té sobre els seus rètols és proporcionar la informació bàsica del producte amb les característiques més importants ben destacades i que el client sigui capaç de veure allò que busca amb l'ajuda del venedor. Quant a la redacció dels rètols, els venedors

van explicar-nos que les instruccions que van rebre a l'hora de fer-los era l'ús de la llengua catalana per redactar els rètols i que la lletra fos el tipus de font pròpia de la botiga i de caixa baixa. Alguns venedors ens van informar que no havien rebut cap tipus d'informació, però tots els venedors tenen clar que el gerent prefereix la llengua catalana, ja que és la seva llengua materna i en un primer contacte amb la gent sempre s'adreça en català. En una de les entrevistes una venedora ens ho fa saber.

Pel que fa a la pregunta sobre el nivell de llengua catalana que es requeria durant l'entrevista, la majoria dels venedors tenen clar que es dona per descomptat que han de saber català, ja que en teoria són nascuts a Catalunya i que en molts dels casos l'entrevista es va realitzar en català. En alguns casos puntuals hi ha venedors que no són nascuts a Catalunya i que fa poc que han arribat a Catalunya. Tot i això, poden entendre el català però no el parlen, com és el cas de la venedora que va realitzar l'enquesta en castellà.

La llengua d'ús durant el tracte amb el client depèn de cada persona, tant venedor com client. En molts casos els venedors ja tracten el client en català i si el client parla en castellà, els venedors canvien la llengua sense cap problema. També es poden trobar situacions a la inversa, en funció de la llengua materna del venedor i del client. Després de presenciar algunes situacions de venda, també hem trobat casos que hi ha venedors que, tot i entendre i parlar el català, quan es troben amb un client que parla català, segueixen parlant en castellà.

Quan vam preguntar sobre l'aspecte de les faltes d'ortografia en els rètols situats a la botiga, tots els entrevistats, tant venedors com caps de secció i la persona encarregada de recursos humans van afirmar que havien trobat algun cop una falta d'ortografia. La seva reacció va ser identificar-la i canviar el rètol automàticament o, si no pertanyia a la seva secció, comunicar-ho a la secció corresponent. Tot el personal és conscient que hi ha faltes d'ortografia a la botiga.

La realització dels rètols, pel que hem pogut observar, es realitza en els ordinadors que hi ha a la botiga. En aquest espai tenen accés a internet, però en alguns casos restringit. Això implica que no sempre poden consultar la pàgina web per buscar com s'escriu una paraula. Així doncs, els venedors creen els rètols amb ajuda de traductors web, diccionaris, amb ajuda d'altres companys o amb ajuda de la informació que proporciona el mateix producte a les instruccions de la caixa.

La darrera pregunta que es va realitzar als venedors va ser sobre quina millora consideren que haurien de realitzar a la botiga. Vam obtenir diverses respostes, però totes assenyalen cap a la mateixa direcció. La majoria de venedors veuen necessària la presència d'una persona que tingui coneixements lingüístics i que s'encarregui de fer un seguiment dels rètols que hi ha a la botiga. D'altres, creuen en la formació del personal per part de la botiga o com a requeriment per ser contractat. Una última persona comenta que, donat l'objectiu principal d'una multinacional d'aquest tipus i la situació geogràfica en concret d'aquesta botiga, considera correctes els coneixements que hi ha de llengua i els usos que es fan d'aquesta.

Els caps de secció, a part de tractar amb els seus venedors i guiar-los, es dediquen a la venda quan cal, gestionen la secció, tracten amb comercials, fan comandes i tracten directament amb l'administració, la central de Media Markt Espanya. Moltes de les preguntes que vam realitzar durant l'enquesta són molt semblants a les dels venedors i van en la mateixa línia de respostes. Així, tractem de resumir els resultats de les preguntes corresponents únicament als caps de secció.

Durant el tracte amb els comercials, importadors o gent externa de la botiga que no són clients, els caps de secció van respondre que en la majoria dels casos la llengua depenia de l'altra persona, ja que ells personalment no tenien cap inconvenient a parlar una llengua o una altra, independentment de les seves llengües maternes. Dos dels caps de secció van

afirmar que ells sempre començaven amb la seva llengua materna, el català, i si l'altra persona parlava en castellà, canviaven de llengua. En el cas de la tercera persona ens va explicar que ell intentava esperar que parlés l'altra persona o intuir la llengua per tal de parlar-li en la seva llengua.

La comunicació amb els seus venedors no es regeix per una llengua en concret. És ben cert que cadascú té la seva llengua materna i es pot sentir més còmode amb aquesta, com podem veure amb les seves respostes, però no tenen cap inconvenient a canviar de llengua. El que sí que hem pogut observar a través de les respostes obtingudes és que normalment és la persona que parla castellà la que fa que es canviï al castellà i no pas al català. A més, en el tracte entre venedor i cap de secció, és la llengua del venedor la que se sol establir entre ells.

La persona encarregada de contractar el personal de la botiga, la de Recursos Humans, va afirmar que les enquestes que ella realitza es fan en català, ja que ella, personalment, se sent més còmoda parlant en aquesta llengua. A més, ens comentava que és una bona manera de saber si el candidat té un bon nivell de català. Tot i així, no té cap inconvenient a canviar de llengua si la situació ho requereix.

Des del departament de Recursos Humans hi ha constància de la falta de competències lingüístiques que té el personal de la botiga. Ens explica que no tots són bilingües, però que la majoria entén el català. Aquest fet està justificat, ja que l'empresa no requereix cap tipus de coneixement lingüístic a l'hora de contractar algú.

6. LES LLENGÜES A MEDIA MARKT ESPANYA

Un altre tipus d'informació que és creada a l'administració són els fulletons nacionals de productes en oferta. La informació sobre les llengües i els processos de creació dels rètols a l'administració ens va ser facilitada per la persona de Recursos Humans a la botiga analitzada, però se'ns va demanar explícitament que no es mostrés cap informació proporcionada directament. Així doncs, a continuació tractem de fer un resum que s'acosti a la informació que se'ns va proporcionar.

El procés de creació dels rètols és el següent: els compradors nacionals dels productes creen fitxes tècniques de cada producte que apareixerà en el fulletó; aquestes fitxes són revisades (només les característiques dels productes) pel departament de màrqueting; un cop són aprovades, s'envien a Alemanya (la central de Media Markt de tot el món) i es filtren per un programa anomenat *Red Blue*. Aquest programa no dóna importància a la qualitat de la llengua, només comprova que la informació sigui correcta. Un cop es dóna per aprovat el fulletó, es torna a repetir tot el procés a la inversa fins que arriba a l'administració de Media Markt Espanya.

Quant a la llengua, quan contracten els compradors nacionals, es dóna per descomptat que tenen coneixements tant de català com de castellà. Així doncs, en cap moment ningú revisa la qualitat de redacció. Media Markt Espanya ofereix fulletons en català, castellà i portuguès, ja que Portugal està administrat per la mateixa administració que la d'Espanya. En el cas del portuguès, per exemple, només tenen contractades dues persones que saben portuguès i s'encarreguen de redactar els rètols en aquesta llengua.

Quan vam preguntar sobre el català a l'administració ens van assegurar que el català està en perill d'extinció a l'empresa, ja que suposa una versió nova de rètols. Per tant, es preveu que

en un futur els rètols seran redactats en castellà, tot i que els rètols de les botigues continuaran escrits en català. Finalment, la llengua de comunicació de l'administració és sempre el castellà, cosa que no ajuda en la progressió del català dins la multinacional.

Per finalitzar aquesta anàlisi, tot i no ser el mateix tema que estem tractant dins d'aquest apartat, volem afegir que durant la lectura de tots els rètols, vam poder comprovar que hi ha una descoordinació en l'edició dels rètols, fet que no ajuda al client a sentir-se còmode mirant dos productes diferents.

7. PROPOSTA DE MILLORES

Tenint en compte les bones pràctiques del català a les empreses⁷, a continuació comentarem un seguit de propostes de millora i suggeriments d'intervenció lingüística que hem cregut necessàries per resoldre els problemes que hi ha a la botiga amb la llengua i els seus usos lingüístics. A més, també afegirem algunes estratègies que puguin recolzar els nostres arguments.

Primer de tot, creiem necessari comentar el desig per part de l'empresa d'apropar-se al client. La proximitat, com hem vist durant el treball, és un dels punts més importants per aquesta empresa i, tot i deixar veure intencions, creiem que no s'arriba a l'objectiu establert. Per defensar la proximitat amb el client, és important tenir en compte les llengües de l'entorn on es vol arribar. Així, creiem necessària la introducció de totes les llengües que existeixen en el territori de la península Ibèrica, les illes Balears i les illes Canàries. Aquestes són: castellà, català, basc, gallec i portuguès. Cal dir que els costos no augmenten a l'hora de contractar personal que tingui coneixement de dues llengües, un detall que cal tenir present durant l'entrevista. A més, tampoc encareix la producció de rètols bilingües, ja que es tracta d'imprimir el mateix rètol amb dos textos. Aquestes estratègies són exemples de millora sense afectar els costos de la botiga.

La central de l'empresa hauria de tenir un servei lingüístic en cada llengua per tal de poder fer arribar la informació a cada botiga en l'idioma que sigui necessari i ser capaços de resoldre tot tipus de dubtes que puguin sorgir durant la producció dels textos. Per tal de no crear posicions noves i haver de contractar nou personal, seria interessant buscar perfils nous o

⁷ *El Català a les empreses. Guia de serveis a l'empresa.* Consorci per a la Normalització Lingüística

perfilar les places existents amb personal que, a part de tenir el càrrec que té, sigui capaç de controlar la qualitat lingüística.

Tot i que l'empresa no és conscient de l'existència d'un llibre d'estil, com passa a moltes altres empreses, tenen algunes normes establertes, com el tipus de lletra, les majúscules i les minúscules, la redacció, etc. La llengua en els rètols és una norma establerta però no aplicada, pel que hem pogut comprovar a la botiga que hem analitzat. Per tant, és important establir i aplicar finalment la llengua que s'ha de fer servir en tots els rètols de la botiga, que en aquest cas hauria de ser el català.

Les competències bàsiques en català haurien de ser un requeriment essencial a l'hora de realitzar les entrevistes. És important que el personal sigui capaç d'entendre el que ens vol transmetre un client i saber-lo ajudar amb el que necessiti. Media Markt dona importància a la venda, no importa com, però cal tenir present que sense l'idioma no hi ha comprensió.

Tenint en compte les opinions dels venedors i els resultats de l'anàlisi del corpus de la botiga, creiem necessària la creació d'un corrector automàtic plurilingüe amb vocabulari i expressions que permetés millorar la generació dels rètols. En aquest cas, el corrector podria proporcionar les explicacions de les paraules que marca com errònies per tal d'evitar els mateixos errors en el futur. Els venedors, així, podrien aprendre o recordar normes d'ortografia.

A més, la botiga podria realitzar formacions anuals sobre la qualitat de llengua pel que fa a la redacció i l'edició dels rètols, tot tractant el vocabulari específic. Aquestes formacions estarien justificades amb la creació del corrector comentat i que els venedors utilitzarien per crear els rètols i l'actualització anual d'aquest. A més, els venedors haurien de poder trobar un fòrum on poguessin realitzar tot tipus de consultes que fossin necessàries.

8. CONCLUSIONS

L'anàlisi de les necessitats d'aquesta botiga, tenint en compte els paràmetres de l'empresa i els resultats que hem obtingut, ens porten a un seguit de conclusions que detallem a continuació. Aquestes conclusions són creades amb l'objectiu de reforçar les propostes de millora i ajudar a la botiga amb les necessitats que actualment es troben descobertes.

La primera conclusió que hem obtingut és que la llengua no té prou importància dins de les estratègies de l'empresa i que no es fa res per evitar els errors que es cometen. Tot i que l'ús del català s'inclou com a una estratègia de màrqueting per apropar-se més al client i, per tant, es fa ús del català, la llengua catalana de Media Markt no té la qualitat desitjable.

Tot i que ens trobem en una botiga situada geogràficament en una zona on hi ha una majoria de població castellanoparlant, el català continua sent present en els rètols i la mateixa població castellanoparlant conviu amb això. És probable que la gent gran no entengui del tot el significat del que llegeix en un rètol en català, però sí que són capaços d'intuir-ho per la quantitat d'anys que porten exposats a aquesta llengua. A més, tot i que potser ells no són capaços de comprendre el català, per als seus descendents, nascuts i escolaritzats a Catalunya, la presència del català en el comerç comença a ser ben natural.

A través de l'anàlisi dels rètols i de les entrevistes realitzades, hem pogut saber que no hi ha cap tipus de control de qualitat lingüística a la botiga. No hi ha cap treballador que s'encarregui de revisar que la qualitat del català és l'adequat i els mateixos venedors no són capaços de fer un seguiment dels seus propis errors. Per tant, els treballadors no estan formats lingüísticament, no reben cap tipus de formació per millorar la situació. La situació de la botiga afecta també la qualitat lingüística i la generació dels errors existents.

A més, com ja hem comentat anteriorment i ens va informar el cap de vendes, el català es troba en perill d'extinció dins de la multinacional. No pel que fa a l'atenció oral al client, però sí en les polítiques d'unificació de generació de publicitat i documentació centralitzada. La concentració de la gestió de botigues de tota la península ha suposat la incorporació del portuguès a l'empresa, a banda del castellà. El fet que el castellà i el portuguès convisquin en la gestió comporta conseqüències econòmiques. Com tots portem veient des de fa anys, els productes que arriben a les nostres mans estan etiquetats en castellà i portuguès, a causa de la concentració logística de les empreses per zones que abasteixen més d'un país. Aquest sistema d'etiquetatge bilingüe abarateix costos i, per tant, l'existència d'una tercera llengua (o de més llengües) podria dificultar la producció, segons veu Media Markt. Aquest és el fet que posa en perill la convivència entre més de dues llengües, segons els responsables de l'empresa. L'ús d'una tercera llengua, el català, comportaria l'edició de tres versions per cada emissió publicitària. Tot i això, ens van afirmar que els rètols de la botiga continuarien escrits en català, per estratègia de màrqueting.

La gestió del multilingüisme com a estratègia empresarial, i unes simples pautes de millora com les que hem proposat, podrien resoldre aquest conflicte aparent per la presència de més de dues llengües a la zona. A més, amb la bona gestió de les llengües dins de les empreses es pot comprovar que hi ha més proximitat amb la població i, en cas de voluntat d'externalització, és necessària la gestió de més d'una llengua dins de la mateixa empresa. Com més llengües pugui dominar una empresa, a més llocs i a més gent podrà arribar.

9. BIBLIOGRAFIA

- CCM. (2011). *Cross Cultural Management: An International Journal*. Recuperat des de: <http://www.emeraldinsight.com/journal/ccm>. [data de consulta: 25 d'abril del 2015].
- CENTRE CULTURAL JOAN N. GARCÍA-NIETO. (2011). *Memoria antifranquista del Baix Llobregat. La represión franquista en Andalucía*. Recuperat des de: http://granadamemoriahistorica.es/wp-content/docs/Revista_represion_Andalucia.pdf. [data de consulta: 17 de març del 2015].
- CENTRE D'ESTUDIS COMARCALS DEL BAIX LLOBREGAT. (2015). *Moviments migratoris*. Recuperat des de: <http://cecbll.cat>. [data de consulta: 15 de març del 2015].
- CONSORCI PER LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA. (2012) *El català a l'empresa: Guia de serveis a l'empresa*. Recuperat des de: http://arxius.cpl.cat/arxius/imatgesactivitats/opuscle_catala_empresa.pdf. [data de consulta: 20 de maig del 2015].
- EL PUNT AVUI. (2013). *Societat: Un 95% dels residents a Catalunya entén el català i un 73% el parla*. Recuperat des de: <http://www.elpuntavui.cat/noticia/article/2-societat/5-societat/695427-un-95-dels-residents-a-catalunya-enten-el-catala-i-un-73-el-parla.html?tmpl=component&print=1&page=>. [data de consulta: 27 de març del 2015].
- GRUPO MEDIA-SATURN. (2015). *Media Markt*. Recuperat des de: <http://www.mediamarkt.es>. [data de consulta 5 de febrer del 2015].
- GUAL I REMIREZ, XABIER., MILLAS I CASTELLVÍ, CARLES. (2004). *Movimientos migratorios en el Baix Llobregat en época moderna (1565-1714). Sesión 9: Movilidad geográfica, movilidad social: movimientos migratorios y reproducción social en la España Moderna (siglos XVI-XVIII)*. Recuperat des de: <http://www.xtec.cat/~xgual1/movimentsmigratoris.pdf>. [data de consulta: 15 de març del 2015].

- GRUPO MEDIA-SATURN. (2015). *Sobre nosotros: resultados*. Recuperat des de: <http://www.mediamarkt.es/mcs/shop/sobre-nosotros/resultados.html>. [data de consulta 29 d'abril del 2015].
- IDESCAT. (2015). *Territori. El municipi en xifres. Baix Llobregat*. Recuperat des de: <http://www.idescat.cat/emex/?id=11> [data de consulta: 20 d'abril del 2015].
- RECAÑO VALVERDE, JOAQUÍN. (2000) *Materials del Baix Llobregat: La immigració al Baix Llobregat. L'onada migratòria dels anys seixanta*. Recuperat des de: <http://www.ced.uab.es/publicacions/PapersPDF/Text177.pdf> [data de consulta: 15 d'abril del 2015].
- STRUBELL I TRUETA, MIQUEL. *La predicció de dades lingüístiques censals*. Recuperat des de: <http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000065%5C00000097.pdf>. [data de consulta: 28 de març del 2015].
- STRUBELL, MIQUEL., MARÍ, ISIDOR. (2008). *Mercat global i mercat local: implicacions per al multilingüisme de l'empresa*. Recuperat des de: <http://www.editorialuoc.cat/mercatglobalmercatlocal-p-862.html?cPath=1>. [data de consulta: 26 d'abril del 2015].
- WIKIPEDIA. (2014). *Media Markt*. Recuperat des de: http://es.wikipedia.org/wiki/Media_Markt. [data de consulta: 5 de febrer del 2015].

10. ANNEX 1: ENQUESTES

10.1. Enquestes als venedors

- ENQUESTA 1

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Lidia

Població: Terrassa

Edat: 23

Nacionalitat: espanyola

Sexe: dona

Llengua materna: castellà

Secció: accessoris d'informàtica

Estudis: secundaris (grau superior)

1. Teniu alguna funció especial dins la secció?

Normalment tots hem de fer la mateixa feina, encara que en ser una de les venedores que fa més hores, m'encarrego de dirigir una mica l'equip, revisar que la botiga i magatzem segueixin un ordre, que no faltin preus, rètols, productes...

2. Qui crea els rètols informatius dels productes de la vostra secció? Quins procediments se segueixen?

Els fem entre tots. Seguim una pauta molt senzilla fent una descripció fàcil del producte per tal que tothom l'entengui.

3. En algun moment us han donat pautes sobre algun tema relacionat amb la llengua dins de la botiga? Quines?

A mi personalment no. Tinc entès que al gerent li agrada més que parlem en català, però tenim lliure elecció.

4. Durant l'entrevista de feina, us van preguntar el nivell de llengua catalana?

No, però la vaig fer en català.

5. En quina llengua us adreceu normalment als clients si no sabeu en quina llengua parlen?

Per què?

Normalment en castellà, perquè és la meua llengua materna, però si el client parla en català canvio sense cap problema.

6. Algun cop us heu trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què heu fet?

Sí, el corregeixo.

7. Us heu trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho vau solucionar?

Sí, la busco en algun traductor web.

8. Quines millores lingüístiques considereu que caldria imposar a la botiga?

Seria interessant que alguna persona sempre revisés els rètols abans d'exposar-los, ja que dóna una mala imatge de la botiga.

9. Teniu alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

No.

- ENQUESTA 2

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Alex

Població: Cornellà de Llobregat

Edat: 28

Nacionalitat: espanyola

Sexe: home

Llengua materna: castellà

Secció: discos i software

Estudis: grau superior de disseny

1. Teniu alguna funció especial dins la secció?

Endreçar, reposar, introduir i exposar productes a la botiga.

2. Qui crea els rètols informatius dels productes de la vostra secció? Quins procediments se segueixen?

Jo, mitjançant Photoshop.

3. En algun moment us han donat pautes sobre algun tema relacionat amb la llengua dins de la botiga? Quines?

No, cap.

4. Durant l'entrevista de feina, us van preguntar el nivell de llengua catalana?

No.

5. En quina llengua us adreceu normalment als clients si no sabeu en quina llengua parlen?

Per què?

En castellà, ja que és la meva llengua materna.

6. Algun cop us heu trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què heu fet?

Sí, es canvia automàticament.

7. Us heu trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho va solucionar?

Sí, fem servir Google i traductors.

8. Quines millores lingüístiques considereu que caldria imposar a la botiga?

Que algú amb bon nivell es dediqués a revisar els rètols, tenint aquesta tasca com a feina diària.

9. Teniu alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

No.

- ENQUESTA 3

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Esther

Població: El Prat de Llobregat

Edat: 43

Nacionalitat: espanyola

Sexe: dona

Llengua materna: català

Secció: fotografia

Estudis: batxillerat

1. Teniu alguna funció especial dins la secció?

No.

2. Qui crea els rètols informatius dels productes de la vostra secció? Quins procediments se segueixen?

Tots els venedors. El procediment que es realitza és el de seguir unes pautes de les característiques del producte i revisar-les a Internet a la pàgina oficial de la marca del producte.

3. En algun moment us han donat pautes sobre algun tema relacionat amb la llengua dins de la botiga? Quines?

No, nosaltres mateixos. Si tenim algun dubte revisem el traductor a l'hora de fer els rètols.

4. Durant l'entrevista de feina, us van preguntar el nivell de llengua catalana?

No, perquè la vaig fer en català, ja que és la meva llengua materna.

5. En quina llengua us adreceu normalment als clients si no sabeu en quina llengua parlen?

Per què?

Jo personalment en català, ja que estem a Catalunya.

6. Algun cop us heu trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què heu fet?

Sí, alguna vegada. L'hem corregit.

7. Us heu trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho vau solucionar?

Sí, algun cop sí, però la solució l'he trobat a Internet, al traductor.

8. Quines millores lingüístiques considereu que caldria imposar a la botiga?

Com a millora lingüística considero que s'hauria de parlar sempre amb certa paciència, saber escoltar més al client i no haver de fer les feines tan ràpides.

9. Teniu alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

A vegades ens falta temps per fer les coses com realment ens agradaria.

- ENQUESTA 4

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Alejandro

Població: Barcelona

Edat: 23

Nacionalitat: espanyola

Sexe: home

Llengua materna: castellà

Secció: blanca

Estudis: grau en disseny gràfic (grau superior)

1. Teniu alguna funció especial dins la secció?

La funció principal que realitzo a la secció és l'atenció al públic i la venda directa. En segon lloc, també realitzo el manteniment de la secció, pressupostos, servei postvenda, control de preus respecte a la competència, exposició d'articles, creació i redacció de rètols...

2. Qui crea els rètols informatius dels productes de la vostra secció? Quins procediments se segueixen?

Totes les informacions sobre els articles són creats per membres de la secció. Per obtenir-los s'utilitza un software programat per l'empresa que distribueix els articles per famílies i seccions. Una vegada realitzada la cerca d'informació sobre aquest producte, s'afegeix al programa i s'imprimeix.

3. En algun moment us han donat pautes sobre algun tema relacionat amb la llengua dins de la botiga? Quines?

L'únic imprescindible que ens dona l'empresa és l'idioma, ha d'estar escrit en català i en caixa baixa.

4. Durant l'entrevista de feina, us van preguntar el nivell de llengua catalana?

No, com que la majoria del treballadors hem nascut a Catalunya, se suposa que el nivell de llengua és el d'un nadiu, tot i que en molts casos no ho sigui.

5. En quina llengua us adreceu normalment als clients si no sabeu en quina llengua parlen?

Per què?

En el meu cas sempre m'adreço als clients en català, crec que tots hauríem d'intentar parlar en català i més quan treballes en una empresa de cara al públic. En qualsevol cas, si el client em respon en castellà, automàticament canvio d'idioma.

6. Algun cop us heu trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què heu fet?

Sí, moltíssimes. Des del meu punt de vista, una empresa en què la majoria dels seus rètols tenen faltes bàsiques d'ortografia deixa molt a desitjar. Tant els venedors com els rètols són la cara i els representants de l'empresa. En la meva secció, sempre que el temps m'ho permet, canvio els rètols que tenen faltes d'ortografia.

7. Us heu trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho vau solucionar?

Sí, moltes vegades. En el meu cas, el català no és la meua llengua materna i en diverses ocasions no sé com s'escriu una paraula. En la majoria dels casos utilitzo portals web com Softcatalà per resoldre dubtes.

8. Quines millores lingüístiques considereu que caldria imposar a la botiga?

S'hauria d'exigir que no hi hagués faltes ortogràfiques. Actualment hi ha molts recursos per evitar-ho, però per falta de temps o ganes la majoria de venedors no en fan ús.

9. Teniu alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

Creo que és necessària una reflexió sobre el tema. La llengua és un element molt important per oferir una bona imatge.

- ENQUESTA 5

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Mireia

Població: Hospitalet de Llobregat

Edat: 28

Nacionalitat: espanyola

Sexe: dona

Llengua materna: castellà

Secció: HIFI

Estudis: CFGS secretariat

1. Teniu alguna funció especial dins la secció?

M'encarrego d'endreçar i reposar la botiga i el magatzem, fer els rètols, sincronitzar preus i atendre els clients.

2. Qui crea els rètols informatius dels productes de la vostra secció? Quins procediments se segueixen?

Els creem les companyes i jo, indistintament. El procediment que se segueix és el de fer una descripció extensa del producte al programa base dels rètols i, a partir d'aquí, anar imprimint les mides que siguin necessàries.

3. En algun moment us han donat pautes sobre algun tema relacionat amb la llengua dins de la botiga? Quines?

És norma de la botiga que tots els rètols estiguin en català. No hem rebut cap ordre més sobre això.

4. Durant l'entrevista de feina, us van preguntar el nivell de llengua catalana?

En el meu cas no, però em van preguntar si parlava català amb normalitat.

5. En quina llengua us adreceu normalment als clients si no sabeu en quina llengua parlen? Per què?

Normalment m'adreço en castellà i si veig que em contesta en català segueixo la conversa en català. La gran majoria de la gent que ve al centre comercial parla en castellà, estadísticament tinc més probabilitats d'encertar si m'adreço en castellà.

6. Algun cop us heu trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què heu fet?

Si, l'he tret i he corregit l'error.

7. Us heu trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho vau solucionar?

Alguna vegada he tingut dubtes amb les paraules que porten dièresi o ela geminada; he confirmat al traductor de Google que l'escrivia correctament.

8. Quines millores lingüístiques considereu que caldria imposar a la botiga?

Crec que seria interessant que el programa dels rètols incorporés un corrector per evitar perdre temps en buscar-ho a Internet o trobar un rètol malament i haver-lo de refer. Es guanyaria temps i esforç.

9. Teniu alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

Respecte al tema del català no, em sembla bé. Respecte al tema dels rètols trobo que, com he dit abans, caldria millorar el programa, tot i que la majoria de la gent no els llegeix i pregunten el que ja està escrit.

- ENQUESTA 6

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Marc

Població: Sant Feliu de Llobregat

Edat: 23

Nacionalitat: espanyola

Sexe: home

Llengua materna: català

Secció: informàtica

Estudis: graduat en periodisme

1. Teniu alguna funció especial dins la secció?

No, venedor.

2. Qui crea els rètols informatius dels productes de la vostra secció? Quins procediments se segueixen?

Qualsevol dels venedors. Tenim en compte les especificacions i característiques del producte i les plasmem sobre una plantilla que ja tenim creada.

3. En algun moment us han donat pautes sobre algun tema relacionat amb la llengua dins de la botiga? Quines?

Els rètols sempre en català. A l'hora de dirigir-nos als clients, intentar parlar amb la llengua que ell se senti més còmode.

4. Durant l'entrevista de feina, us van preguntar el nivell de llengua catalana?

Sí.

5. En quina llengua us adreceu normalment als clients si no sabeu en quina llengua parlen?

Per què?

En català, perquè és la meva llengua materna, però no tinc cap problema en adaptar-me al castellà o a l'anglès si la situació ho requereix.

6. Algunes vegades us heu trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què heu fet?

Sí. Corregir-ho i intentar avisar de l'error a la persona que l'ha comès.

7. Us heu trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho vau solucionar?

Sí. Ho he consultat a Internet.

8. Quines millores lingüístiques considereu que caldria imposar a la botiga?

Aniria bé treballar amb eines de correcció a l'hora de dur a terme un rètol, ja que el programa ofimàtic amb el qual treballem no en té.

9. Teniu alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

Els grans magatzems solen tenir una política d'empresa basada en el rendiment ràpid en relació producció/temps. Així doncs, no es d'estranyar que es trobin sovint errades ortogràfiques, doncs potser és un "detall" que no és prioritari.

- ENQUESTA 7

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Camila

Població: Vilassar de Dalt

Edat: 24

Nacionalitat: espanyola

Sexe: dona

Llengua materna: castellà

Secció: petit aparell electrodomèstic

Estudis: batxillerat

1. Teniu alguna funció especial dins la secció?

Devolucions de producte.

2. Qui crea els rètols informatius dels productes de la vostra secció? Quins procediments se segueixen?

Nosaltres. Es miren les característiques del producte, ja sigui per la pàgina web del producte o pel seu embalatge.

3. En algun moment us han donat pautes sobre algun tema relacionat amb la llengua dins de la botiga? Quines?

Sí, tipus de font i que estigui redactat en català.

4. Durant l'entrevista de feina, us van preguntar el nivell de llengua catalana?

Sí.

5. En quina llengua us adreceu normalment als clients si no sabeu en quina llengua parlen?

Per què?

Castellà, ja que és la meva llengua materna.

6. Algun cop us heu trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què heu fet?

Sí, preguntar si està ben escrit i canviar-ho si fes falta.

7. Us heu trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho va solucionar?

Sí, buscant al diccionari, Internet o preguntant.

8. Quines millores lingüístiques considereu que caldria imposar a la botiga?

Potser seria adient tenir un esquema més pautat perquè tothom fes el mateix, però és complicat amb tanta varietat de gent i edat que tothom tingui un mateix nivell de llengua escrita.

9. Teniu alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

No.

- ENQUESTA 8

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Sheila Maria

Població: Cornellà de Llobregat

Edat: 21

Nacionalitat: espanyola

Sexe: dona

Llengua materna: castellà

Secció: departament d'atenció al client, **Estudis:** grau superior de comerç internacional
caixes i servei postvenda

1. Teniu alguna funció especial dins la secció?

Actualment faig el mateix treball que la resta de companyes de la meva secció.

2. Qui crea els rètols informatius dels productes de la vostra secció? Quins procediments se segueixen?

En el cas del meu departament, no fem rètols, però sí que som les encarregades de preparar els fullets setmanals i deixar-los a l'abast dels clients perquè puguin veure les nostres promocions i ofertes setmanals.

3. En algun moment us han donat pautes sobre algun tema relacionat amb la llengua dins de la botiga? Quines?

No.

4. Durant l'entrevista de feina, us van preguntar el nivell de llengua catalana?

Sí, em van demanar tant si tenia bon nivell de català com si sabia més idiomes.

5. En quina llengua us adreceu normalment als clients si no sabeu en quina llengua parlen? Per què?

Em dirigeixo tant en català com en castellà, en funció del moment. Si per exemple parlo en castellà a un client i em respon en català, per educació canvio ràpidament i començo a parlar en català.

6. Algun cop us heu trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què heu fet?

Sí, en el meu cas he trobat faltes d'ortografia en el tiquet de compra i d'immediat ho vaig fer saber a la persona encarregada per rectificar l'errada.

7. Us heu trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho vau solucionar?

No.

8. Quines millores lingüístiques considereu que caldria imposar a la botiga?

Doncs la veritat és que penso que s'hauria de tenir mínimament un bon nivell tant de català com de castellà i un mínim nivell d'anglès. S'hauria de fer una petita formació a les persones que no en saben, per tal que aprenguin les coses més bàsiques i importants i així poder atendre correctament els clients.

9. Teniu alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

Sí, que tant el llenguatge com el fet de saber idiomes, juntament amb la seva ortografia i la manera d'expressar-se hauria de tenir més importància tant en la vida personal com en la professional.

- ENQUESTA 9

Por favor, responda las siguientes preguntas:

Nombre: Laura

Población: Barcelona

Edad: 27

Nacionalidad: española

Sexo: mujer

Lengua materna: castellano

Sección: telefonía

Estudios: diplomada en educación especial

1. ¿Tiene alguna función especial en la sección?

No, función de vendedora.

2. ¿Quién crea los carteles informativos de los productos de vuestra sección? ¿Qué procedimientos se siguen?

Los carteles los creamos todos los vendedores de la sección, hay programas predeterminados para cada tipo.

3. ¿En algún momento os han dado pautas sobre algún tema relacionado con la lengua en la tienda? ¿Cuáles?

No, cada uno habla en la lengua que se defiende mejor. Solo se pide que se entienda el catalán.

4. ¿Durante la entrevista de trabajo, os preguntaron el nivel de lengua catalana?

No.

5. ¿En qué lengua os dirigís normalmente a los clientes si no sabéis en qué lengua hablan? ¿Por qué?

Yo en castellano, hay compañeros que en catalán.

6. ¿Alguna vez os habéis encontrado alguna falta de ortografía en un cartel expuesto? ¿Qué habéis hecho?

Sí, corregirlo cambiando el cartel.

7. ¿Os habéis encontrado alguna vez sin saber cómo escribir alguna palabra? ¿Cómo lo solucionasteis?

Sí, ya que no manejo muy bien el catalán, preguntando a los compañeros o buscando en el traductor.

8. ¿Qué mejoras lingüísticas considerarías que habría que implantar en la tienda?

Pues seguramente muchas porque siempre existen carencias de todo tipo, siempre tenemos que estar abiertos al aprendizaje y cada día crecer tanto profesional como personalmente.

9. ¿Tenéis alguna observación o comentario personal que añadir sobre el tema?

Pienso que lo importante no es hablar catalán o castellano, lo importante es saber dirigirse a la persona con educación y respetar a todo el mundo. También creo que si trabajamos de cara al público cuantos más idiomas sepamos mejor. Si nos dedicamos a la atención al público en Cataluña lo mínimo es entender el idioma, creo que es algo bastante respetable.

- ENQUESTA 10

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Enrique Lucas	Població: Hospitalet de Llobregat
Edat: 39	Nacionalitat: espanyola
Sexe: home	Llengua materna: castellà
Secció: imatge i so	Estudis: estudis obligatoris

1. Teniu alguna funció especial dins la secció?

Sí, fer comandes d'estoc i exposició dels productes, entre d'altres.

2. Qui crea els rètols informatius dels productes de la vostra secció? Quins procediments se segueixen?

Els rètols els fem entre tots mitjançant un programa intern.

3. En algun moment us han donat pautes sobre algun tema relacionat amb la llengua dins de la botiga? Quines?

Sí, els rètols han d'estar escrits en català.

4. Durant l'entrevista de feina, us van preguntar el nivell de llengua catalana?

No.

**5. En quina llengua us adreceu normalment als clients si no sabeu en quina llengua parlen?
Per què?**

Normalment en castellà ja que és la llengua amb la qual m'expresso millor.

6. Algun cop us heu trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què heu?

Sí, quan això passa ho rectificuem.

7. Us heu trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho vau solucionar?

Sí, jo ho intento solucionar preguntant als companys o mirant algun diccionari a Internet.

8. Quines millores lingüístiques considereu que caldria imposar a la botiga?

Crec que la botiga té la correcció lingüística adient al que s'espera d'ella, tenint en compte la seva idiosincràsia i situació.

9. Teniu alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

No.

10.2. Enquestes als caps de secció

- ENQUESTA 1

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Pol	Població: Barcelona
Edat: 32	Nacionalitat: espanyola
Sexe: home	Llengua materna: català
Càrrec: cap de cinc seccions i cap de vendes	Estudis: batxillerat

1. Quina és la funció que es realitza en el teu càrrec?

Funció de controlar la rotació del producte dels departaments que gestiono, procurar que mai falti producte per no perdre vendes; controlar l'entrada de mercaderia, el marge de benefici que pot donar el departament, la venda complementària, les aportacions que poden donar els proveïdors als departaments que gestiono; negociar accions a nivell local per potenciar alguna marca en concret, o per ajudar en la rotació d'alguns productes de venda difícil o preu mig més alt; procurar que el producte tingui una rotació alta i no quedi encallat més de sis mesos; estar pendent del personal perquè facin les màximes vendes possibles, amb la factura més alta i la venda creuada o de serveis (garanties) possible; horaris del personal.

2. Durant el tractament amb comercials i importadors externs, en quina llengua us comuniquen?

A nivell local, és a dir de botiga, no es treballa amb importadors externs. Això es fa a la nostra administració, i sé que es parla amb ells en anglès. Quan vols pujar a treballar a l'administració com a comprador nacional sempre demanen que tinguis anglès amb nivell suficient com per mantenir converses d'aquest tipus.

3. Quina llengua predomina en el teu tracte amb els venedors?

Amb els venedors el tracte és en català. Crec que amb un 95% dels venedors amb els que parlo és tot en català.

4. Quan busques un nou treballador, esperes alguna característica lingüística?

La veritat és que a les entrevistes sempre parlo en català. Si l'altre persona és castellanoparlant, però fa l'esforç de comunicar-se amb mi en català, perfecte. Però si jo parlo en català i l'altra persona no en fa cas, ja no tinc clar que sigui el que jo busco. Els venedors han de saber tractar tant en català com en castellà. Sé que hi ha departaments on hi ha gent que amb prou feines entén el català, però en el meu cas per mi és important.

5. En quina llengua t'adreces normalment als clients si no saps la llengua que parlen? Per què?

En català, perquè és la meua llengua materna. Si l'altra persona parla en castellà sempre m'adapto.

6. Algun cop has trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què has fet?

En diverses ocasions. En aquest cas li dono el rètol al venedor que en aquell moment tinc a la botiga per modificar la falta d'ortografia. Després a la llibreta del departament apuntem la falta d'ortografia perquè els companys s'ho mirin i que no es repeteixi.

7. T'has trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho has solucionat?

Sí. Ho he solucionat amb algun corrector ortogràfic que he trobat a Internet.

8. Quines millores lingüístiques consideres que caldria imposar a la botiga?

Crec que el que podria funcionar és tenir una persona amb estudis lingüístics i que a part de la feina que pogués tenir a la botiga es dediqués a repassar els departaments per veure les possibles faltes d'ortografia, la seva correcció i després el seguiment a la persona que l'ha fet per poder millorar en aquest aspecte.

9. Tens alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

Crec que una empresa com Media Markt no dóna importància a la llengua. És una empresa a la que només interessa la facturació i el benefici de les seves botigues.

- ENQUESTA 2

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Mauro

Població: Barcelona

Edat: 28

Nacionalitat: espanyola

Sexe: home

Llengua materna: castellà

Càrrec: responsable gamma blanca

Estudis: llicenciat en arquitectura

1. Quina és la funció que es realitza en el teu càrrec?

Gestió comercial del departament; control d'estocs, vendes i producte; direcció de l'equip de venedors; gestió de compres, devolucions i seguiment de les xifres de vendes.

2. Durant el tractament amb comercials i importadors externs, en quina llengua us comuniqueu?

Generalment, depèn de l'idioma en què s'expressi el comercial, ja sigui castellà o català. Per norma general, deixo que ells iniciïn la conversa i marquin l'idioma de la reunió.

3. Quina llengua predomina en el teu tracte amb els venedors?

Sempre provo de personalitzar el tracte amb cadascun dels venedors i dirigir-me a ells en l'idioma en què se sentin més còmodes.

4. Quan busques un nou treballador, esperes alguna característica lingüística?

Principalment, que domini amb facilitat, tant el català com el castellà. A més, busco que tingui facilitat en l'expressió i recursos lingüístics per tal que tinguin capacitat per poder tenir una conversa tècnica i propera amb els clients.

5. En quina llengua t'adreces normalment als clients si no saps en quina llengua parlen? Per què?

En el cas dels clients, normalment, em dirigeixo a ells en castellà. Tenint en compte que ens trobem al Baix Llobregat, considero que un alt percentatge dels nostres clients són castellanoparlants. De

vegades, si el client no va sol, el més aconsellable es provar d'esbrinar en quin idioma es dirigeix al seu acompanyant, abans de dirigir-te a ell, per tal de poder utilitzar el mateix idioma.

6. Algun cop has trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què has fet?

Sovint. En aquest cas, la meva reacció és demanar que el rètol es retiri de forma immediata i se'n col·loqui un de nou amb la falta d'ortografia degudament modificada. Provo d'acostumar els venedors a que revisin amb calma els rètols per tal d'evitar qualsevol errada o falta d'ortografia.

7. T'has trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho has solucionat?

En aquests casos, el més fàcil és, normalment, utilitzar el mòbil o l'ordinador i utilitzar alguna de les moltes aplicacions que ens permeten trobar la paraula o expressió adequada.

8. Quines millores lingüístiques consideres que caldria imposar a la botiga?

En general, detecto una falta de formació generalitzada en aquest aspecte en els nostres venedors. És massa freqüent trobar errades o faltes en els rètols escrits en català. A més, crec que en general s'hauria de recalcar més la importància que el venedor sempre s'adreci al client en l'idioma del client, i no esperar que sigui el client qui canviï d'idioma.

9. Tens alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

No.

- ENQUESTA 3

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Aida

Població: Cornellà de Llobregat

Edat: 27

Nacionalitat: espanyola

Sexe: dona

Llengua materna: català

Càrrec: cap de secció a PAE

Estudis: llicenciatura en arquitectura tècnica

1. Quina és la funció que es realitza en el teu càrrec?

Realització de comandes i devolucions de productes; la coordinació de l'equip de venedors/es del departament; negociació amb comercials; tenir visió de llançament d'ofertes de nous productes.

2. Durant el tractament amb comercials i importadors externs, en quina llengua us comuniquen?

Habitualment en català, però si algun comercial és de fora de Catalunya aleshores en castellà.

3. Quina llengua predomina en el teu tracte amb els venedors?

Predomina el català, però acostumo a ser jo la que parlo en la llengua amb què em parlen.

4. Quan busques un nou treballador, esperes alguna característica lingüística?

No és un aspecte al qual li dono importància. Si parla català i castellà, millor, fins i tot si parla anglès. Però si només parla castellà perquè és de fora de Catalunya no faig cap discriminació.

5. En quina llengua t'adreces normalment als clients si no saps en quina llengua parlen? Per què?

Inicialment en català, és la meua llengua materna i com que estem a Catalunya primer parlo en català i si em contesten en castellà aleshores canvio de llengua.

6. Algun cop has trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què has fet?

Sí que n'he trobat. Ho he comunicat al cap del departament perquè ho comunicui als seus venedors i facin el canvi en el rètol.

7. T'has trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho has solucionat?

Algunes vegades. He preguntat a alguna altra persona de l'empresa a veure si sabia com s'escriu, i sinó ho he buscat a Internet, en algun corrector.

8. Quines millores lingüístiques consideres que caldria imposar a la botiga?

Hauria d'haver-hi un bon corrector lingüístic en el programa que utilitzem per crear els rètols, ja que si no corregeixes el text abans, el programa no ho fa.

9. Tens alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

Realment l'ideal seria que hi hagués una persona que s'encarregués de la correcció de tots els rètols de la botiga.

10.3. Enquesta a Recursos Humans

- ENQUESTA 1

Si us plau, responeu a les preguntes següents:

Nom: Sònia

Població: El Prat de Llobregat

Edat: 39

Nacionalitat: espanyola

Sexe: dona

Llengua materna: castellà

Càrrec: responsable Recursos Humans

Estudis: llicenciada en econòmiques

1. Quina és la funció que es realitza en el teu càrrec?

Entrevistar, contractar el personal nou, controlar les renovacions, ampliacions i finalitzacions de contractes; dirigir i coordinar el departament d'Administració de personal, prevenció de riscos laborals, seguiment conjunt amb la mútua laboral de les baixes mèdiques; supervisar les nòmines del personal.

2. Quan realitzes una entrevista, en quina llengua parles d'entrada? Per què?

En català. Per saber com es defensa el candidat en la llengua catalana.

3. Es demana algun tipus de coneixement lingüístic dins dels requisits per ser venedor en aquesta botiga? Quins?

No.

4. Tens constància del nivell lingüístic dels venedors de la botiga? Són tots bilingües?

Sí. No tots són bilingües, la majoria l'entén, però no tothom el sap parlar.

5. En quina llengua t'adreces normalment als clients/treballadors si no saps en quina llengua parlen? Per què?

En català, ja que és l'idioma que em surt amb més facilitat.

6. Algun cop has trobat alguna falta d'ortografia en un rètol exposat? Què has fet?

Sí. Comunicar-ho al responsable del departament per tal que ho corregeixi.

7. T'has trobat algun cop sense saber com escriure alguna paraula? Com ho has solucionat?

Sí. Consultant algun lloc web de corrector ortogràfic.

8. Quines millores lingüístiques consideres que caldria imposar a la botiga?

Fer algun tipus de formació de reciclatge o de repàs de llengua catalana.

9. Tens alguna observació o comentari personal a afegir sobre el tema?

No.