

Usos lingüístics en les TIC de les petites i mitjanes empreses de Catalunya

Autora

Vanessa Bretxa i Riera
Centre Universitari de
Sociolingüística i Comunicació

En aquest article farem una primera explotació de les dades referents als usos lingüístics en les noves tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC) de l'Estadística sobre usos lingüístics a les petites i mitjanes empreses de Catalunya (EULPILMES-06) elaborat per la Secretaria de Política Lingüística, amb el suport de l'Institut d'Estadística de Catalunya. Aquest estudi ens permet avaluar els usos lingüístics en les petites i mitjanes empreses (pimes) de Catalunya del sector serveis.

Emmarquem-ho: els usos lingüístics a Internet de la població de Catalunya

L'any 2003, un 36 % dels habitants de Catalunya manifestaven utilitzar la xarxa de manera habitual. D'aquest terç de la població que fa servir Internet habitualment podem diferenciar entre dos tipus d'usos lingüístics: usos com a consumidors i usos com a productors. Si ens fixem en els usos lingüístics com a consumidors, com és el cas de les pàgines web més visitades (tant la pàgina inicial com les més visitades per l'usuari), la llengua predominant és el castellà, concretament és la triada per un 63 %, amb més de quaranta punts de diferència amb el català. Ara bé, si ens fixem en els usos lingüístics com a productors (correu electrònic i xat) el percentatge d'ús de català augmenta considerablement, conjuntament amb la combinació de català i castellà (vegeu gràfic 1).

Dins els usos lingüístics en les TIC com a productors trobem, en primer lloc, el correu electrònic, que és una nova eina de comunicació interpersonal i, alhora, un bon indicador de l'ús del català escrit per part de la població de Catalunya. El percentatge d'ús del correu electrònic, segons l'EULC-03, és d'un 30 % del total de la mostra de l'enquesta. D'aquest, un 33,8 % declaren escriure els correus electrònics en català,

un 15,4 % en català i castellà, un 34 % en castellà i un 16,8 % en altres llengües.

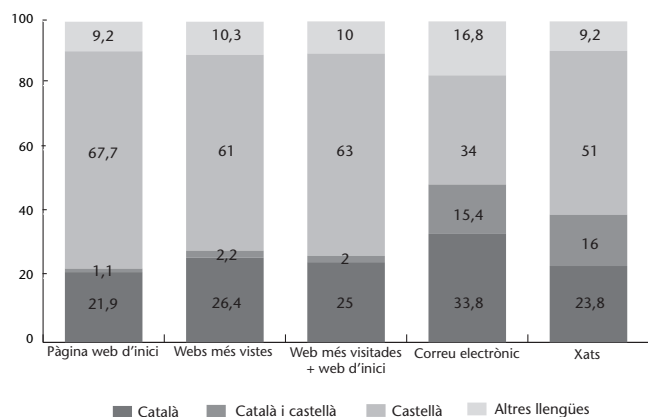
Finalment, presentem un nou mitjà de comunicació no formalitzada que comença a emergir en la societat catalana, els xats o grups de discussió. Cal advertir, però, que de totes les eines que ofereix Internet és la menys estesa, com ho demostren les dades següents: només un 8,2 % (N= 447) de la mostra diuen que utilitzen el xat. La freqüència d'ús dels xats dels enquestats de l'EULC-03 és molt baixa i per aquest motiu creiem que només podem parlar de tendències. Però, tot i així, la tendència s'assembla més als usos com a productors que com a consumidors.

Aprofundim-hi: els usos lingüístics en les TIC de les PIME a Catalunya

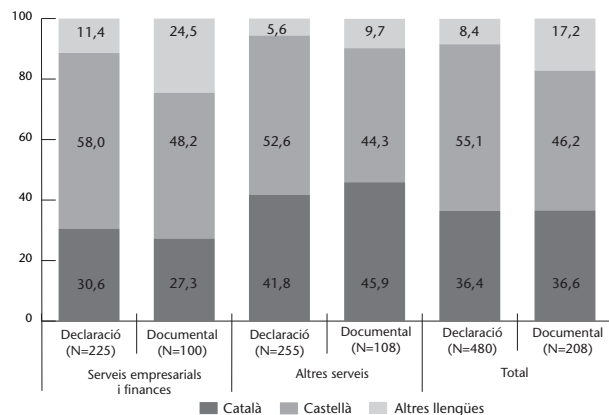
El principal objectiu de l'Estadística sobre usos lingüístics a les petites i mitjanes empreses de Catalunya (EULPILMES-06) és saber quina és la situació dels usos lingüístics al sector serveis de Catalunya; en especial, aquest article pretén conèixer els usos lingüístics en les noves tecnologies de la informació i la comunicació.

L'estudi s'ha dut a terme a partir d'entrevistes presencials a directius i gerents d'empreses catalanes seleccionades per mostreig aleatori estratificat entre l'univers format

Gràfic 1. Usos lingüístics en les TIC de la població de Catalunya



Gràfic 2. Llengua de la pàgina inicial del web (EULPILMES-06)



per 8.983 empreses. L'univers d'estudi són les empreses catalanes del sector serveis empresarials i de mediació financera i altres serveis (en què s'inclouen: correus i telecomunicacions; activitats immobiliàries; lloguer de maquinària i equip sense operar d'efectes personals i menesters domèstics; activitats informàtiques; investigació i desenvolupament; formació permanent i altres activitats d'ensenyament; activitats sanitàries i veterinàries; servei social; activitats de sanejament públic; activitats associatives; activitats recreatives, culturals i esportives; activitats diverses de serveis personals) de deu i més treballadors. En total, l'estudi ha comprès 754 entrevistes a directius i gerents.

L'instrument de mesura seleccionat per dur a terme l'estudi és una adaptació per a petites i mitjanes empreses del qüestionari Indexplà, per tal de conèixer l'adequació lingüística. De tot el conjunt de preguntes que conformen aquest qüestionari, aquí treballarem les preguntes que tracten d'esbrinar els usos lingüístics en les noves tecnologies de la informació i la comunicació.

Aquest conjunt d'ítems s'estructura en cinc blocs temàtics que seguirem al llarg de l'article. Són els següents:

Comunicació amb l'exterior: imatge

p. 17. La seva empresa té web pròpia?

p. 18. En quina proporció s'utilitza cada llengua en la pàgina inicial del web de l'empresa?

Documentació d'ús extern

p. 45. En quina proporció s'utilitza cada llengua en la capçalera, al peu de pàgina i en altres textos predeterminats dels missatges de correu electrònic procedents de la bústia general de l'empresa?

p. 46. En quina proporció s'utilitza cada llengua en els formularis electrònics al web de l'empresa (p. ex: butlletes, fulls de comanda, formulari de visita i altres).

Comunicacions escrites externes

p. 53.b. En quina proporció s'utilitza cada llengua en l'atenció oral en els seus entorns comunicatius (xat, correu electrònic, llistes de distribució, Messenger...) amb els clients de l'empresa?

p. 58.a. Quin és el contingut lingüístic del web de l'empresa?

p. 58.b. Les versions lingüístiques del web són...

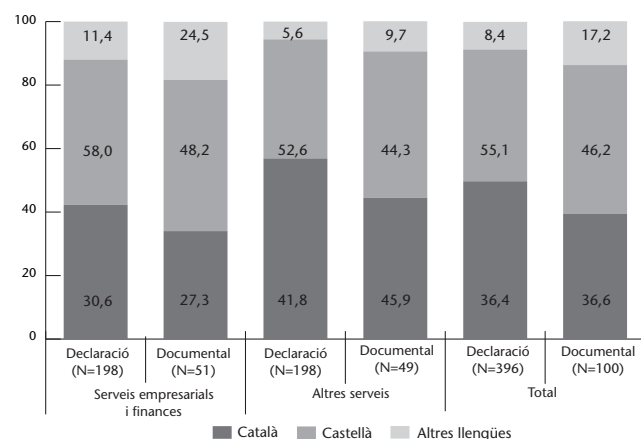
Documentació i comunicacions escrites internes

p. 66. En quina proporció s'utilitza cada llengua en el programa de tractament de textos o aplicatiu informàtic més usual de l'empresa?

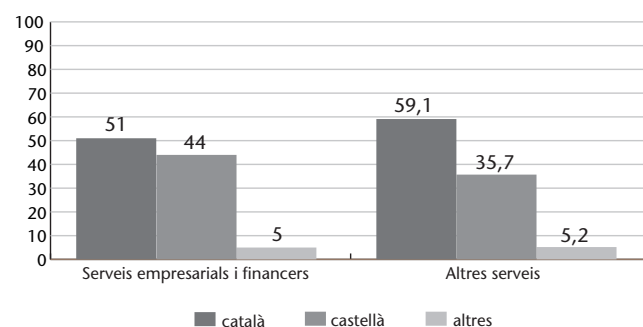
Dades de l'organització

p. 93. La seva empresa ha realitzat

Gràfic 3: Llengua dels textos predeterminats del correu



Gràfic 4. Llengua en els entorns comunicatius (EULPIMES-06)



innovacions de productes o serveis en el darrer any?

p. 94. S'ha introduït alguna innovació organitzativa en l'empresa en el darrer any?

p. 95. S'ha introduït alguna innovació en la política de comunicació a la seva empresa en el darrer any?

Les categories de resposta de la majoria de preguntes per conèixer la proporció d'usos lingüístics són les següents (les respostes han de sumar cent):

0. No pertinent
1. Català
2. Castellà
3. Anglès
4. Francès
5. Alemany
6. Altres
7. No distingible
8. Sense significat lingüístic
9. No ho sap / No contesta

En aquest cas, l'entrevista presencial la formen tres tipus de mètodes de recollida d'informació: una entrevista segons declaració de l'entrevistat (dades declarades-declaració), la recollida per observació visual i una recollida de dades documentals (dades observades-documental).

En les enquestes sociolingüístiques, com en d'altres tipus d'enquestes sociològiques, cal tenir en compte que una cosa són les dades declarades i una altra les dades observades, que només es poden obtenir de manera molt limitada. Pel que fa a les primeres dades, les declaracions no sem-

pre corresponen als comportaments reals, sinó que en alguns casos, són opinions o percepcions d'allò que realment fa o sap l'informador.

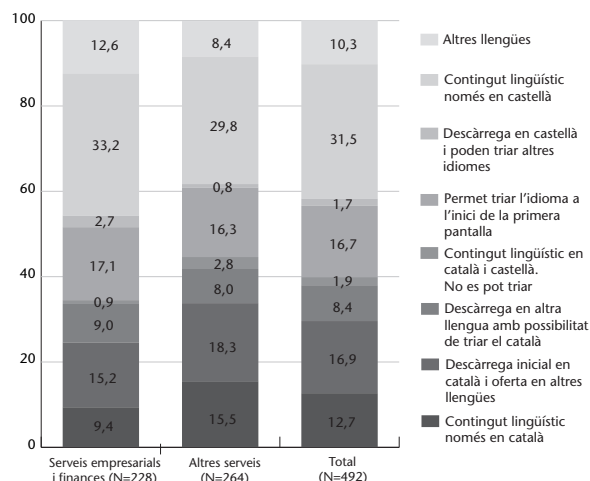
Així doncs, s'ha de tenir en compte, primerament, que l'enquesta, com qualsevol instrument d'anàlisi, mostra indicis de les lògiques socials que estructurin la nostra vida col·lectiva; i, en segon lloc, que cal ser modest en l'ús de qualsevol tècnica d'anàlisi social. Ara bé, la riquesa i alhora la importància d'aquesta recerca recau en el fet que ens permet comparar dades declarades i dades observades (documentades) en algunes de les seves preguntes, un dèficit visible en totes les estadístiques en què només podem treballar amb dades declarades.

Cal que fem esment d'un apunt metodològic: només hem analitzat les categories català, castellà i altres llengües (en què s'inclouen l'anglès, el francès, l'alemany i altres llengües), ja que si, dins aquesta mateixa categoria, hi afegíem les dades referents a les categories *no es distingeix el significat lingüístic* o bé *no hi ha significat lingüístic*, es convertiria en un calaix de sasstre molt difícil d'analitzar.

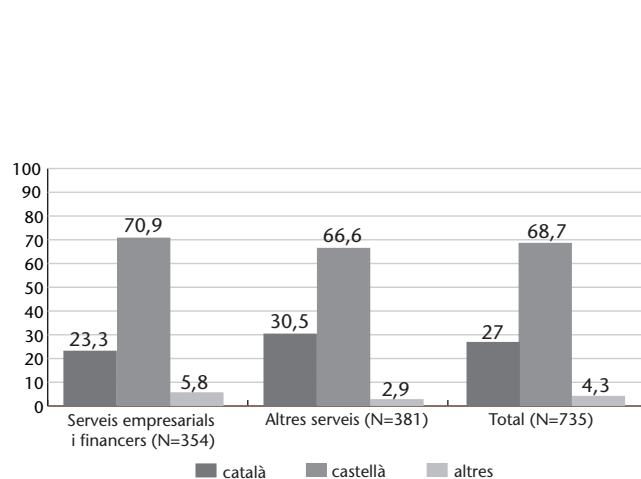
Comunicació amb l'exterior: la imatge

Actualment, la imatge és la primera cosa en què tothom es fixa, per tant té una importància vital. Diferenciar-se és un desafiament cada vegada més complicat d'assolir. Per tant la clau de les empreses competitives és poder presentar elements diferenciadors. La definició de l'estratègia d'imatge

Gràfic 5. Contingut lingüístic del web (EULPIMES-06)



Gràfic 6. Llengua de l'aplicatiu informàtic (EULPIMES-06)



radica en la configuració de la personalitat corporativa i cada cop més en la gestió de la comunicació corporativa. I, en el nostre cas, en l'adequació lingüística.

L'element que s'ha escollit per saber quina és la imatge corporativa i el seu impacte lingüístic és el web de l'empresa. El 65,3 % de les empreses del sector serveis declaren tenir web propi, amb molt poques diferències entre les empreses de serveis empresarials i les altres (62,8 % i 67,5 %, respectivament). Ara bé, quina és la proporció de cada llengua en la pàgina inicial del web de l'empresa? (vegeu gràfic 2).

En primer lloc, observem que entre les dades declarades i les observades hi ha poques diferències, sobretot en el cas del català. En les pàgines inicials dels webs de les empreses del sector serveis, el català hi és present en un 36 %, el castellà entorn d'un 50 % (amb una variació de 9 punts entre dades observades i declarades) i les altres llengües entorn d'un 12 % (amb 8 punts de diferència segons el tipus de dades). Així doncs, el castellà és la llengua predominant en les pàgines inicials dels webs, encara que el català hi té una presència significativa. Les pimes de serveis empresarials i financers tenen un percentatge inferior d'ús de català.

La diferència més significativa entre dades observades i declarades és l'augment de la proporció «d'altres llengües». Aquest fet es podria explicar pel mètode de recollida de dades. Quan es recullen les dades observades es quantificava la proporció de llengües segons les opcions que oferia la pàgina inicial del web. En el cas de les dades declarades, pot ser que es ponderés la llengua inicial del web segons la freqüència d'ús. Més com a percepció d'ús que com a opcions de llengües de la pàgina inicial.

Documentació d'ús extern

Entenem la *documentació d'ús extern* com a part de la imatge corporativa de l'empresa adreçada als clients. En aquest apartat hem treballat amb els textos predeterminats del correu electrònic i la llengua dels formularis electrònics.

En línies general podem dir, que la proporció d'ús de català augmenta en la imatge corporativa de l'empresa pel que fa als textos predeterminats de correu electrònic, però encara resta sota la influència de la llengua castellana, segons les dades observades. Ara bé, en aquest cas sí que es

manifesta una diferència significativa entre les dades observades i les declarades i, encara que les mostres són petites, el test de proporcions de mitjanes ens confirma que són significatives.

Així doncs, hem de llegir les dades des de dues perspectives força diferents: segons les dades declarades, s'utilitza el català gairebé en un 50 % dels textos predeterminats de correu electrònic, i en un 41 % el castellà; tanmateix, segons les dades documentals, la proporció de català no arriba al 40 %, la de castellà és entorn del 45 % i la de les altres llengües és del 14 %.

Pel que fa a la llengua dels formularis electrònics, es distribueix en una proporció d'un 34,3 % en català, un 55,3 % en castellà i un 10,5 % en altres llengües, més semblant a les dades de la pàgina inicial del web que no pas a les dels textos predeterminats de correu electrònic. Si diferenciem els serveis empresarials i financers dels altres serveis, notem diferències significatives. La proporció d'ús de català en els altres serveis és d'un 44 % en comparació dels serveis financers, que és d'un 23,4 % i en què el castellà és la llengua predominant, amb un 62,9 %.

Comunicacions exteriors

En aquest apartat treballarem el que s'anomena *comunicacions exteriors* en els nous entorns comunicatius, és a dir, la llengua utilitzada en l'atenció oral o personalitzada a través del xat, correu electrònic, llistes de distribució, Messenger, etc., amb els clients de l'empresa, així com el contingut lingüístic del web i les seves versions lingüístiques.

Les noves eines de comunicació interpersonal ofereixen nous espais de producció escrita, interessants per analitzar lingüísticament. En el cas de la població de Catalunya, segons les dades de l'EULC-03, el correu electrònic és l'eina més utilitzada, i en el cas de les empreses seria el mateix. Segons les dades declarades, més de la meitat dels textos escrits en els nous entorns comunicatius en l'atenció als clients de les empreses del sector serveis a Catalunya són en català (vegeu gràfic 4).

Com hem anat veient fins ara, sempre hi ha menys presència de català en els serveis empresarials i financers que en els altres serveis, i en aquest cas la diferència és de més de 20 punts.

En aquest cas només podem treballar

amb dades observades, ja que no s'han pogut recollir les dades documentals. Tot i així, aquestes dades segueixen la tendència apuntada a l'EUL-03, en què els usos lingüístics en la producció escrita privada eren més favorables a l'ús del català.

Dins aquest bloc, també hem incorporat les dades referents al contingut lingüístic del web de l'empresa. Tal com hem dit anteriorment, el 65,3 % de les pimes de Catalunya tenen web i d'aquestes la proporció de llengües en la pàgina inicial és d'un 36 % en català, aproximadament un 55 % en castellà i un 8 % en altres llengües, segons les dades declarades. Ara bé, en quina llengua trobem el contingut lingüístic en al web de l'empresa? Segons el gràfic 5, només el 12 % de les empreses del sector serveis tenen el web només en català i un 16,9 % tenen la descàrrega en català i l'opció de triar una altra llengua; en comparació trobem que el 31,5 % de les empreses tenen el seu web únicament en castellà.

Si ens fixem, però, en la possibilitat de consultar el web de l'empresa en català, les opcions augmenten fins a un 58,3 %. És a dir, encara que la llengua inicial del web de les pimes del sector serveis a Catalunya sigui majoritàriament en castellà, tenim opcions de poder-lo consultar en català en un 58 % dels casos. I en un 90 % d'aquests els continguts són iguals en totes les versions lingüístiques del web.

Documentació i comunicacions internes

En aquest ens centrem a conèixer els usos lingüístics de documentació i comunicacions internes de l'empresa, entesa com la llengua del programa de tractament de textos o aplicatiu informàtic més usual de l'empresa.

Malgrat l'oferta de programari (*software*) informàtic en català que actualment ofereix el mercat, les pimes del sector serveis de Catalunya encara utilitzen majoritàriament ens els seus usos habituals programari informàtic en castellà. Concretament, segons les dades declarades a l'EUPILMES-06, la proporció d'usos lingüístics es mou entorn el 69 % en castellà i el 27 % en català.

Les dades de l'organització

Finalment, presentem l'anàlisi de les da-

des referents a l'organització de l'empresa, centrant-nos en les innovacions de productes i serveis, d'organització i de la política de comunicació. Podem dir, primerament, que més de la meitat de les pimes de Catalunya del sector serveis en l'últim any han introduït alguna innovació, tant de productes i serveis com en l'organització de l'empresa, però només un terç de les petites i mitjanes empreses del sector serveis han introduït alguna innovació en la política de comunicació de l'empresa.

A tall de conclusió

Per tal de saber quina és la situació dels usos lingüístics en les noves tecnologies de la informació i la comunicació de les petites i mitjanes empreses (pimes) del sector serveis de Catalunya, hem treballat amb les dades que ens ofereix l'*Estadística sobre usos lingüístics a les petites i mitjanes empreses de Catalunya* (EULPIMES-06).

En primer lloc, pel que fa la imatge corporativa de l'empresa, podem dir que el 65,3 % de les pimes de Catalunya tenen web propi, i d'aquest segment la proporció de llengües en la pàgina inicial és d'un 36 % en català, un 55 % en castellà i un 8 % en altres llengües, segons les dades declarades.

Ara bé, si ens fixem en els textos predefinits de correu electrònic, la proporció d'ús de català augmenta, però encara resta sota la influència de la llengua castellana segons les dades observades, que difereixen notablement de les dades declarades, les quals mostren una posició millor per al català.

En segon lloc, més de la meitat dels textos orals o personalitzats en els nous entorns comunicatius en l'atenció als clients de les empreses del sector serveis a Catalunya són en català, atenent les dades declarades.

I encara que la llengua inicial del web de les pimes del sector serveis a Catalunya sigui majoritàriament el castellà, tenim opcions de poder-lo consultar en català en un 58 % dels casos. I d'aquests, en un 90 % el contingut és igual en totes les versions lingüístiques del web

En tercer lloc, malgrat l'oferta de programari informàtic en català, les pimes del sector serveis de Catalunya encara utilitzen majoritàriament ens els seus usos habituals programari informàtic en castellà. I només un terç de les pimes han introduït

alguna innovació en la política de comunicació de l'empresa.

Finalment, com ja hem anat veient al llarg de l'article, sempre hi ha menys presència de català en els serveis empresarials i financers que en els altres serveis.

El nostre objectiu era esbossar tendències que ens ajudin a entendre l'adequació lingüística en les TIC de bona part de les empreses catalanes.

Dels resultats, podem extreure'n tendències favorables a l'ús del català, sobretot en la producció escrita i en la possibilitat de consultar els webs en català, però també hem trobat àrees en les quals cal incidir

més en el foment de l'ús del català per tal d'equiparar-lo a l'ús d'altres llengües.

Bibliografia

BRETXA, V. «Mitjans de comunicació i Internet», dins Torres, J. *et al. Estadística sobre els usos lingüístics de Catalunya 2003 (EULC-03)*. Barcelona: Secretaria de Política lingüística, 2005

Estadística d'usos lingüístics a petites i mitjanes empreses 2006. Barcelona: Secretaria de Política Lingüística, 2006. ■