

Proposta per a l'establiment
d'un Codi de bones pràctiques
a l'empresa en relació amb l'ús
del català en els productes i
serveis que s'ofereixen a les
persones consumidores



agència catalana
del consum



PROPOSTA PER A L'ESTABLIMENT D'UN CODI DE BONES PRÀCTIQUES A L'EMPRESA EN RELACIÓ AMB L'ÚS DEL CATALÀ EN ELS PRODUCTES I SERVEIS QUE S'OFEREIXEN A LES PERSONES CONSUMIDORES.

Orientacions per a la responsabilitat social a l'empresa – Pautes lingüístiques bàsiques per a una activitat responsable de l'empresa envers els clients o les clientes i les persones consumidores en matèria d'ús de la llengua catalana

Autoria: Plataforma per la Llengua

Agraïments:

En l'elaboració d'aquest document també hi han col·laborat també en Tais Bastida, en Martí Gasull, n'Eva Inglés, en Jordi Manent, na Gemma Ponsa i en David Valls, juntament amb l'assessorament tècnic de l'Agència Catalana del Consum.

Gràcies a tots ells i elles, i a tots aquells altres que de manera desinteressada hi han assessorat.

La reproducció total o parcial d'aquest document mitjançant qualsevol procediment, compresos la reprografia i el tractament informàtic, està rigorosament prohibida sense l'autorització expressa dels titulars dels drets d'autor i se sotmet a les sancions establertes a la llei.

© Agència Catalana del Consum
Av. Diagonal, 405 bis
08008 Barcelona
Telèfon: 934 849 300 - Fax: 934 849 320
consum@consum.cat
www.consum.cat

© edició a cura de la Plataforma per la Llengua
C/ Diputació, 276. Planta baixa
08009 Barcelona (Barcelonès)
93 321 18 03
info@plataforma-llengua.cat
www.plataforma-llengua.cat

Maquetació: Una Idea Original
Disseny: Una Idea Original

ISBN: 84-8334-122-0
DL: B-23.046-2006

Imprès a Treballs Gràfics, S.A. , Barcelona
Imprès a Catalunya - Printed in Catalonia

“Allò que vull accentuar, avui, és que aquesta diversitat de llengües no és un obstacle, ni internament, ni externament, als nostres tractes amb la resta del món. La nostra diversitat és una oportunitat. (...) Podem utilitzar les nostres llengües per obrir oportunitats noves de comerç i guanyar un avantatge comparatiu en un mercat cada vegada més globalitzat”

Extracte de la conferència que amb el títol Llengües vol dir negoci, va fer el senyor Leonard Orban, Comissari Europeu Responsable pel Multilingüisme, dins de la jornada Negoci, llengües i habilitats interculturals a Brussel·les, el 21 de setembre del 2007.



La nostra és una societat altament desenvolupada en el pla econòmic tal com ho palesa l'existència d'un ampli ventall de drets reconeguts a les persones consumidores. Aquests drets són fruit d'una dialèctica constant entre els oferents de productes i serveis i les persones consumidores.

Les relacions d'aquests dos actors han sofert grans canvis durant el darrer mig segle. Hem passat d'un escenari on els poders públics havien de "defensar" els consumidors de les pràctiques agressives de les empreses a un altre de radicalment diferent. Els consumidors comencem a ser conscients que tenim la capacitat d'influir i provocar canvis tant en els productes que ens ofereixen com en la mateixa activitat de l'empresa que els genera. Les empreses són conscients que els consumidors, en el moment d'escollir un producte o servei tenim en compte coses que depassen el mateix producte o servei en si. Aquesta constatació s'ha traduït en la implantació de polítiques de responsabilitat social que assegurin la satisfacció de les noves inquietuds dels seus clients.

Des de l'Agència Catalana del Consum (ACC), a més de continuar treballant tant per a la informació i formació de les persones consumidores com per a la defensa dels seus drets mitjançant la disciplina del mercat, vam voler iniciar noves línies d'actuació que ens permetessin donar una millor resposta a aquest nou marc de relacions entre els consumidors i el món empresarial.

Una d'aquestes línies, potser la principal, ha estat el foment del principi del consum responsable, i dins d'aquest el del consum de proximitat. A l'ACC entenem que les relacions de consum s'han d'ajustar als criteris de racionalitat i sostenibilitat, en relació amb la preservació del medi ambient, la qualitat de vida, l'especificitat cultural, el comerç just, l'endeutament familiar, els riscos admissibles i altres factors que determinen l'adequat desenvolupament socioeconòmic. Entenem, per tant, que aquests criteris són els que les empreses haurien de tenir en compte en les seves polítiques de responsabilitat social.

S'ha escrit molt respecte a la major part dels criteris esmentats, però no tant sobre el respecte a l'especificitat cultural en un territori determinat. En el nostre país una de les especificitats més importants és precisament la llengua, que fins i tot té una regulació legal expressa pel que fa a la seva utilització en l'àmbit socioeconòmic.

Amb aquesta guia intentem tancar aquest buit, i dotar les empreses d'una eina que els faciliti incloure línies d'actuació dins les seves polítiques de Responsabilitat Social Empresarial amb relació a l'aspecte lingüístic.

Des de l'ACC, doncs, ens complau presentar aquesta proposta de bones pràctiques lingüístiques en l'àmbit empresarial, amb una clara voluntat d'anar més enllà de l'estricta compliment de la llei, convençuts que el foment de l'ús de la llengua catalana en tots els àmbits és no sols una necessitat evident, sinó també un compromís de tota la societat.

Jordi Anguera i Camós

Director de l'Agència Catalana del Consum



Sumari

Sumari

Proposta per a l'establiment d'un codi de bones pràctiques a l'empresa.

	Pàg.
1. Introducció	13
2. Com s'estructura el document	17
3. Importància de la persona consumidora catalana i del context econòmic de la llengua catalana.	21
3.1.L'ús del català, un mercat d'oportunitats	22
3.2.L'evolució positiva en els darrers anys de l'ús del català a les empreses	25
3.3.El català com a responsabilitat social de l'empresa	27
3.4.La situació legal en els contextos lingüístics comparables	28
4. Codi de bones pràctiques	31
4.1. Deu preceptes bàsics per tenir en compte les empreses pel que fa a l'ús del català	32
4.2. Bones pràctiques per àmbits genèrics	35
4.2.1. Atenció oral (presencial i telefònica)	35
4.2.2. Atenció escrita (correspondència i correu electrònic)	40
4.2.3. Publicitat (via pública, mitjans de comunicació, fullets, publicitat a la bústia, premsa escrita...)	43
4.2.4. Catàlegs, prospectes i altres edicions de documents d'ofertes de serveis	46
4.2.5.Etiquetatge, instruccions i embalatge de productes	49
4.2.6.Retolació i cartelleria (informacions generals, seccions, senyalitzacions, cartells d'ofertes, informacions del producte, fitxes dels productes a la prestatgeria...)	54
4.2.7.Megafonia	58
4.2.8.Pàgines web	60
4.2.9.Contractes i factures	68
4.2.10.Tractament de diversos escrits (tiquets de compra, bosses, fulls de suggeriments, certificats de garantia, enquestes, formularis...)	74
4.2.11.Informació a l'usuari o usuària sobre l'ús del català als productes i serveis de venda	75
4.2.12.Ús de la toponímia	77
4.3. Bones pràctiques en alguns sectors concrets d'activitat	82
4.3.1.Llistat de preus	83
4.3.2.Entitats financeres i d'assegurances	88
4.3.3.Agències de viatges	92
4.3.4.Empreses de transports	96
4.3.5.Telecomunicacions, productes informàtics i TICs en general	102
4.3.6.Productes destinats als infants i joves (jocs, joguines, pel·lícules, llibres, videojocs...)	110
4.3.7.Installacions, reformes, manteniments i reparació de béns de naturalesa duradora i de l'habitatge; i prestacions i lliuraments a domicili	114

	Pàg.
4.3.8. Distribució i venda de productes lingüístics (pel·lícules, DVDs, llibres, revistes, diaris...)	119
4.4. de referències de legislació general sobre l'ús del català per part de les empreses i comerços en relació amb els clients i les clientes o les persones consumidores.	123
4.5. Llistat de recursos útils generals sobre l'ús del català per part de les empreses i comerços en relació amb el client o consumidor	124
5. Directori	127
5.1. Organismes oficials	128
5.2. Altres organismes i entitats	129
6. Índex per mots clau	131



1. Introducció

1.

Introducció

Hem d'entendre, d'entrada, que sovint la pretensió principal d'un negoci no és altra que la d'aconseguir els màxims beneficis amb la plena satisfacció dels seus clients i clientes. El concepte de plena satisfacció dels clients i clientes, evidentment, ha de formar part d'un objectiu possibilista i d'un mitjà d'actuació que, admetem-ho, tot i respectar uns mínims en les regles del joc, pretén, en la majoria dels casos, no veure perjudicada la competitivitat de l'empresa. Sortosament, l'ús normal del català acompanya ambdós requisits: és plenament factible econòmicament i afavoreix i condiona la qualitat del servei amb els clients i clientes. Aquest punt de partida que l'empresa assumeix per a les comunitats lingüístiques comercialment comparables amb la catalana arreu del món, no sempre es dona per a les persones consumidores de casa nostra, de manera que allò que en un altre lloc es pren en consideració com un punt inalienable de partida sobre el qual fer el negoci -l'ús normal d'una llengua comercialment a bastament factible- no sempre s'aplica per a les persones consumidores catalanes. Les causes poden ésser diverses, entre elles, evidentment, el buit legal que afecta molts aspectes d'actuació de l'empresa pel que fa a la llengua catalana, però l'efecte, en aquests casos, és sempre el mateix: L'empresa en lloc de considerar el català com a paràmetre comercial, de servei a la persona consumidora i de responsabilitat bàsica de l'empresa, simplement l'ignora o fins i tot el tracta en funció de prejudicis personals fora de l'àmbit econòmic i d'actuació normal empresarial. Aquest anunciament, però, sortosament cada cop és menys verídic. L'empresa moderna està actualitzant el seu funcionament i aplicant criteris coherents que parteixen d'una visió comercial i de responsabilitat social envers els seus clients i clientes amb relació a la llengua catalana. I això vol dir normalitzar l'ús de la nostra llengua en els diversos àmbits d'actuació pel que fa a l'atenció a les persones consumidores o usuàries.

El document que presentem no és només una eina per a totes aquelles empreses que, per les causes que siguin, encara no estan aplicant aquest criteris bàsics, sinó també un suport per a totes aquelles altres que vulguin dissenyar, aprofundir o completar un pla d'actuació coherent amb les persones consumidores o usuàries catalanes; un manual de bones pràctiques d'actuació de l'empresa pel que fa a l'ús, justament, de la llengua catalana. Podríem dir que es tracta d'un seguit de pautes mínimes si volem tractar i actuar en coherència davant del ciutadà o ciutadana de casa nostra. Els criteris descrits pretenen també, en conseqüència, que l'empresa amb inèrcies i actuacions que comporten un tracte excepcional envers les persones consumidores catalanes, sigui conscient de la situació i deixi d'aplicar-los. A més, ho vol fer de manera senzilla i fàcil; definitivament útil, i pensant justament amb l'empresariat o les persones responsables en el disseny i decisió d'aquestes polítiques.

Evidentment no és pas un dogma. Més enllà del vessant informatiu per adequar-se al mercat i entendre les seves possibilitats, es faciliten un seguit de recomanacions d'actuació que, per descomptat, no en són pas les úniques i que caldria adaptar a la situació concreta de cada empresa. Si més no vol ser un punt de reflexió i partida com a sac d'idees per afavorir una política comercial coherent amb les persones

consumidores catalanes o, en general, per a qui viu dins de l'àmbit lingüístic d'aquesta llengua.

A qui es dirigeix aquesta eina? Tot i que l'enfocament general es fonamenta en l'àmbit d'actuació de les empreses a Catalunya i, en concret, dins de l'àmbit territorial de competències del territori sota administració de la Generalitat de Catalunya, l'aplicació pot fer-se extensiva a la resta del domini lingüístic de la llengua catalana. De fet, sovint, en fem referències i fins i tot esmentem la legislació corresponent d'aquests territoris que hem trobat més significativa i útil per a l'empresariat. Així doncs, el document està dirigit a totes les empreses que actuen dins de l'àmbit territorial on la llengua catalana n'és pròpia, i de manera especial a Catalunya. No és tampoc un document dirigit de manera exclusiva a les empreses o establiments catalans, sinó a totes aquelles, multinacionals incloses, que tot i no ésser catalanes, comercialitzen llurs productes en aquest àmbit.

Com a tast final d'aquest enunciat despleguem l'esborrany d'un possible full de ruta amb l'objectiu d'assolir la normalitat en el tracte envers el client o clienta català/catalana. És només una pinzellada, com n'hi podrien haver d'altres, que seguint un sentit temporal vol apropar-se a la màxima excel·lència en la nostra relació amb la persona consumidora i usuària.

Proposta de procés en el temps en relació amb el planejament d'una bona pràctica pel que fa a l'ús del català:

1. Ens proposem l'objectiu: Vull actuar amb normalitat.
2. Analitzem la situació: Què haig de fer per actuar amb normalitat.
3. Dissenyem el recorregut: Configuro els canvis i estratègies per atènyer aquesta normalitat, fins i tot l'ordre i la temporalització d'aquests canvis.
4. Actuem: Procedeixo a la realització de les estratègies. Normalitzo el tracte amb els clients i clientes.
5. Gaudim: Em beneficium dels canvis assolits i de la satisfacció de les clientes i els clients que és qui en definitiva és el potencial usuari o usuària d'aquests canvis.

Evidentment qualsevol normalització, en aquest sentit, no es fa d'un dia per un altre, i cal una bona estratègia per anar avançant en aquesta direcció.



2. Com s'estructura el document

2.

Com s'estructura el document

Justament amb el propòsit d'ésser útil i de fàcil ús, hem inclòs unes parts ben diferenciades de les quals tot seguit n'expliquen breument les intencions, estructura i objectius.

3. L'ús del català en el context de l'empresa

Tot i no voler ésser exhaustius, en aquest capítol volem situar la persona consumidora i el mercat català en el context d'actuació de l'empresa. Si sabem, si coneixem realment qui és, com és, quina importància té la persona consumidora catalana i l'ús de la llengua com a potencial econòmic i social, a partir d'aquí sabrem quina mena d'actuació podem fer. Aquest hauria d'ésser un element bàsic a l'hora d'implementar-se o actuar dins d'un mercat. Per actuar, consegüentment, amb la màxima eficiència econòmica i responsabilitat davant del consumidor o consumidora, caldrà, prèvia actuació, analitzar el mercat, fins i tot si fa anys que hi actuem però mai ens hem aturat a fer aquesta anàlisi.

4. Pautes per a l'establiment d'un Codi de bones pràctiques

Aquest és el gruix fonamental dels continguts del document. En un primer capítol es descriuen els preceptes bàsics que considerem que caldria tenir en compte de manera primordial pel que fa a l'ús del català i després passem a descriure les bones pràctiques per àmbits.

Pel que fa a la primera part, de manera molt sintètica hem resumit en deu enunciats allò que creiem fonamental a l'hora de dur a terme una bona actuació pel que fa a la llengua. Aquesta part la considerem summament important. De fet, seguint plenament aquests anunciats en les nostres actuacions, n'hi hauria prou per deduir la resta del document pel que fa a les bones pràctiques. Si els tenim presents, la nostra actuació ja serà de fet una bona pràctica.

La segona part no és res més que l'aplicació directa d'aquests deu preceptes. En el capítol 4.2. anem detallant (sense arribar tampoc a gaire concreció) les bones pràctiques segons cada àmbit d'actuació de l'empresa, amb un enfocament dirigit especialment en aquells àmbits més genèrics (atenció oral, escrita, retolació, etiquetatge, instruccions, pàgines web, serveis d'atenció als clients i clientes...). En el capítol 4.3. exposem de manera específica alguns casos de sectors d'activitat que hem trobat significatius. Així mateix, per a cada àmbit, tant per als del capítol 4.2 com del capítol 4.3, de manera breu fem una descripció de la bona pràctica recomanada que cal seguir mitjançant la resposta d'una o més preguntes, un recull legislatiu i algunes pinzellades, si escau, de recursos útils per dur a terme la bona pràctica.

Aquesta n'és l'estructura bàsica:

Àmbit d'actuació

- Bones pràctiques
- Legislació
- Recursos

Finalment, als capítols 4.4 i 4.5 esmentem les referències de suport de la legislació referenciada i dels recursos generals que complementen els ja específics que hem anomenat en els capítols anteriors.

Al capítol 5. *Director*, hi ha un seguit d'adreces i contactes que poden ésser útils per ajudar a complementar aquesta normalització, tant d'organismes oficials, com d'entitats i organitzacions diverses. I en el capítol 6. n'hem fet un índex per mots clau.



3. Importància de la persona consumidora catalana i del context econòmic de la llengua catalana

3.

Importància de la persona consumidora catalana i del context econòmic de la llengua catalana

3.1.

L'ús del català, un mercat d'oportunitats

De les més de 6.000 llengües que hi ha al món el català es troba aproximadament entre la posició 70 i la 90 pel que fa al nombre de parlants (depenent de les fonts). De tota manera si analitzem aquest potencial lingüístic en termes de mercat, la llengua catalana se situaria en una posició molt més avantatjosa. És, per tant, segons aquests paràmetres, una llengua de dimensions mitjanes, amb un pes econòmic superior a moltes de les llengües oficials de la Unió Europea que, d'altra banda, també llurs parlants tenen, com els catalans i catalanes, ple coneixement d'una segona o més llengües. El català és la novena llengua de la Unió Europea segons població en el seu domini lingüístic i la catorzena pel que fa al nombre absolut de parlants, per sobre de llengües com l'irlandès, el maltès, l'estonià, el letó, el lituà, el finès, el danès, l'eslovè o l'eslovac. La llengua catalana per demografia, estatus jurídic, presència en les mitjans de comunicació, situació sociolingüística, vitalitat literària i equipament lingüístic, pot comparar-se amb llengües com el finès, el suec, el danès, el lituà, el noruec, el grec, l'eslovac, el txec o l'eslovè. A més, en relació amb les actuals llengües oficials de la Unió Europea, el català en alguns aspectes és i ha estat una llengua pionera: així va ser de les primeres en fer-se ciència i filosofia, en tenir un sistema estandarditzat des de l'Edat Mitjana, en diccionaris i manuals (entre llengües, de cuina, eròtics...), etc. És

Percentatge de coneixements de català als territoris de parla catalana

Territoris	L'oficialitat	El sap parlar	Població Total
Catalunya (1)	97,4 %	84,7 %	7.134.697
Illes Balears (2)	93,1 %	74,6 %	1.001.062
Catalunya Nord (3)	68,9 %	37,1 %	422.297
Andorra (4)	96,0 %	78,9 %	78.549
L'Alguer (5)	90,1 %	61,3 %	40.257
País Valencià* (6)	75,9 %	53,0 %	4.806.908
Franja de Ponent (7)	98,5 %	88,8 %	45.357
Tots	11.011.168	9.118.882	13.529.127

(1) Font: Enquesta d'usos lingüístics a Catalunya 2003. (2) Font: Enquesta d'usos lingüístics a les Illes Balears 2004. (3) Font: Enquesta d'usos lingüístics a la Catalunya Nord 2004. (4) Font: Enquesta d'usos lingüístics a Andorra 2004. (5) Font: Enquesta d'usos lingüístics a l'Alguer 2004. (6) Font: Enquesta sobre la situació social del valencià 2004. * S'han sumat el percentatges de les variables Bastant bé i Perfectament. (7) Font: Estadística d'usos lingüístics a la Franja d'Aragó 2004.

Territoris segons l'oficialitat del català


Territoris	L'entén
Andorra	Sí (única llengua oficial)
Catalunya	Sí
Illes Balears	Sí
País Valencià	Sí
La Franja (Aragó)	En procés d'oficialització
Catalunya del Nord	No (reivindicat)
L'Alguer (Sardenya)	com a llengua regional
Comarca del Carxe	No

un idioma plenament codificat i normativitzat amb un total consens acadèmic. A diferència d'altres llengües no hi ha grans diferències dialectals. Els seus recursos lingüístics i estudis sobre gramàtica, lexicografia, dialectologia, terminologia, història de la llengua, toponímia i onomàstica són comparables i en alguns casos superiors, als de les grans llengües llatines. El català compta amb textos escrits i literaris, ininterrompudament, des del segle XII. Actualment hi ha més de 1.200 autors i autores literaris/literàries vius/vives que escriuen en català i cada any es publiquen més de 7.000 títols en català (als anys trenta del segle vint ja se'n publicaven un miler l'any). El català és també la desena llengua del món més traduïda en l'àmbit editorial. A Internet ocupa, segons dades del 2005, el lloc 26 pel que fa a nombre de pàgines web. D'altra banda ocupa la posició 19a en pàgines web per parlar, per damunt de llengües com el xinès, el castellà, l'àrab, el rus, el portuguès o el turc.

El català no és, en conseqüència, una llengua minoritària, ans al contrari. Segons les darreres dades, a partir de l'Enquesta d'Usos Lingüístics del 2003, té 9.118.882 parlants i l'entenen 11.011.168 persones en un territori on n'hi viuen 13.254.100. És, per tant,

El domini lingüístic del català





compresa àmpliament per la població que viu en el seu domini lingüístic. A Catalunya, per exemple, l'entén més del 97% de la població, a les Illes Balears per sobre del 93% i en llocs com la Franja, a l'Aragó, la comprensió ultrapassa el 98%. Dins el context de l'Estat espanyol també el català és força important. Un 30% dels ciutadans espanyols viuen en territoris on el català és llengua oficial. Si ens fixem en els altres parlants de llengües diferents del castellà dins l'Estat espanyol, el català triplica en nombre de parlants totes les altres comunitats lingüístiques pròpies plegades.

Els estatuts d'autonomia de Catalunya, les Illes Balears i el País Valencià (Comunitat Valenciana) reconeixen el català com a llengua oficial (en el darrer cas amb el nom de valencià). D'altra banda, a l'any 1990 el Parlament Europeu va aprovar una resolució que reconeixia la identitat, la vigència actual i l'ús de la llengua catalana en el context de la Unió Europea. Posteriorment (2006) ha estat reconeguda com a llengua d'ús en el Parlament Europeu i les relacions entre la ciutadania i la Unió Europea.

3.2.

L'evolució positiva en els darrers anys de l'ús del català a les empreses

La presència del català en l'ús que en fan les empreses segueix incrementant-se de manera continuada en el temps. Però ha estat precisament en els darrers anys quan s'ha notat una tendència positiva més marcada. Més enllà de l'augment notable en general del català, també hi ha hagut una clara amplitud en els vessants d'actuació de l'empresa. Per posar un exemple, si fins ara la normalització del català era clara en la retolació, publicitat o catàlegs, ara també s'està ampliant en camps com l'etiquetatge de productes, les noves tecnologies o els productes pròpiament lingüístics. Les empreses que actuen a Catalunya estan assumint de manera global, justament en els darrers anys, l'ús del català en tots els elements que interaccionen amb els seus clients i clientes.

Com a bona mostra de tot plegat, podríem esmentar de manera concreta l'etiquetatge de productes. Sens dubte, augmenta any rere any de manera sostinguda. Lluny d'aquells inicis on l'etiquetatge en català restava restringit al producte artesanal, ara com ara el català és present, i cada vegada més, en tots els sectors, inclosos els productes de grans multinacionals. En aquests moments podem afirmar que hom pot trobar qualsevol tipus de producte etiquetat en català. Així trobem des d'aparells de telefonia mòbil amb les instruccions en català, fins a jocs infantils, aigües, refrescs, cerveses, productes alimentaris de tota mena, electrodomèstics, ferreteria... Hi ha, a més, una dada prou significativa pel que fa l'etiquetatge en català: no hi ha retrocessos. Un cop un producte afegeix el català en l'etiquetatge ja no es fa enrere.

L'ADEC (Associació de Defensa de l'Etiquetatge en Català) elabora periòdicament un catàleg d'empreses que etiqueten en català. Tot i que no hi són totes, sí que és una bona mostra que ens ajudarà a fer evident aquesta evolució. Per posar algunes dades, l'any 1989 hi havia 308 empreses en el catàleg. El 1994 n'eren 647, el 1997 1046 i el 2006 1822. L'any 2000 no hi havia cap cervesa etiquetada en català. Actualment hi ha com a mínim 6 empreses que etiqueten els seus productes en català, algunes de manera exclusiva. Pel que fa a les llets envasades el creixement també ha estat espectacular. Llevat d'un cas isolat, la totalitat d'empreses amb plantes embotelladores al nostre país etiqueten ara en català. Si ens fixem en els productors capdavanters del sector de begudes, per exemple, les empreses amb seu a Catalunya i amb més de 100 milions d'euros de facturació anual, 5 de 8 (un 62%) estan ja etiquetant en català (dades 2006). A més, de les que l'estan introduint, totes tenen el primer producte en vendes de l'empresa, el número u, etiquetat en català.

Potser on hi ha hagut un seguiment més clar ha estat en els caves i vins catalans. Segons dades de la Plataforma per la Llengua, a partir dels estudis periòdics que realitza, l'augment en aquest sector en els darrers anys ha estat molt notable. L'any 2003 un 25% dels vins i caves catalans de denominació d'origen venuts en supermercats i hipermercats estaven etiquetats en català. A hores d'ara (2007) aquest percentatge se situaria al 90%.

Un altre exemple del creixement molt positiu és en les Tecnologies de la Informació i la Comunicació, i en l'ús que se'n fa del català a la xarxa. En aquest sentit us recomanem la lectura dels apartats 4.2.8. sobre les bones pràctiques de les empreses a Internet i el 4.3.5. sobre la bona pràctica en les telecomunicacions, productes informàtics i TICs en general. En aquests dos apartats es fa un resum de l'evolució positiva del català en aquest àmbit que està experimentant un fort creixement, i de manera significativa en allò que fa referència a les empreses.

Si ens fixem en els productes lingüístics, on la llengua és l'eina fonamental d'ús del producte, també hi ha dades positives, que han sorprès fins i tot als mateixos emprenedors. L'èxit en l'edició de revistes en català de natura, història, turisme... ha resultat ésser aclaparador, obrint un mercat important que algú havia assenyalat com a via morta. Aquest mateix comportament s'ha donat a la premsa diària. Aquells que l'han afegit tot fent una versió en català han obtingut unes dades de venda magnífiques. Per posar un exemple, El Periódico en català ja tenia el 40% de quota de venda tot just es va treure la primera edició i ara ja és del 46 % fent plantejar un canvi d'estratègia a la mateixa empresa i incentivant el plantejament d'edicions en català d'altres diaris.

En definitiva, el potencial econòmic i el gruix de persones consumidores justifiquen amb escreix tota presència de la nostra llengua. La clau és la modernitat i l'aposta de l'empresa per una situació emergent i de tracte modern envers els seus clients i clientes. Si encara hi ha dèficits lingüístics a les empreses es deuen més aviat a manca d'adequació al mercat, de desconeixement del potencial econòmic i manca d'aplicació de polítiques coherents basades amb les normatives vigents i drets de les persones consumidores, o simplement per pors i inèrcies comercialment no justificades. L'ús del català és una inversió, una estratègia comercial i un punt de partida indefugible per garantir els mínims d'ètica empresarial en qualsevol actuació envers la comunitat lingüística catalana.

3.3.

El català com a responsabilitat social de l'empresa

Les empreses, més enllà de les voluntats comunicatives, tenen compromisos ètics i d'estratègia comercial amb els seus clients i clientes. Cada cop més, sobretot les grans empreses, acostumen a tenir codis de conducta que fan públics com una garantia d'actuació davant de les persones consumidores. Aquests codis de conducta contenen referències al respecte per l'entorn cultural del consumidor o de la consumidora, de manera que, tant en el procés d'elaboració, distribució i venda del producte, l'empresa es compromet a mantenir actituds socialment acceptables i no discriminatòries, siguin per raó de sexe, raça, religió o també culturals o lingüístiques. L'empresa moderna vol tractar totes les persones consumidores amb respecte, sensibilitat i justícia. Això vol dir, per tant, la plena presència del català en totes les relacions amb aquestes persones consumidores en l'àmbit lingüístic corresponent. No hi ha, en definitiva, responsabilitat social sense l'ús normal del català.

Si la presència del català és part indissociable d'una actuació coherent amb els principis ètics de l'empresa, també forma part integrant d'aquells productes que són considerats de consum responsable. El consum responsable és un consum conscient, informat, reflexiu i crític, que es fonamenta en criteris ètics, principis morals i en valors com la solidaritat, la justícia, el respecte al medi i a la natura i el desenvolupament sostenible. Aquesta consciència no només aglutina el procés d'elaboració del producte, sinó que abasta les diferents fases per les quals transcorre, des de la seva producció fins a la comercialització. De manera que un consum responsable implica un tracte just vers les persones consumidores en el darrer graó d'aquesta cadena. I, precisament, és aquí on afecta a les persones consumidores catalanes i la llengua pròpia d'aquest entorn d'actuació.

3.4.

La situació legal en els contextos lingüístics comparables

Pel que fa a la situació legal en els contextos lingüístics, comercials i polítics comparables al català, arreu del món, sense excepcions, les llengües corresponents són obligatòries, de conformitat amb les legislacions corresponents, en la majoria d'àmbits d'actuació bàsics de l'empresa. Així, l'etiquetatge, la publicitat, la retolació, la disponibilitat oral i escrita de les empreses, documents de tota mena... són obligatoris en les respectives llengües. A l'Estat espanyol hi ha un endarreriment considerable en aquest sentit, ja que ara per ara només té una protecció semblant una de les llengües de l'Estat, el castellà. De tota manera la legislació vigent a Catalunya, i amb concordança als objectius de la Unió Europea, preveu el desenvolupament normatiu corresponent per tal que el català s'equipari amb la resta de llengües comparables d'Europa. Tot això, tenint en compte el context de la Unió i la sensibilització creixent pels drets lingüístics de les persones consumidores, comportaria que la finalització d'aquest procés, pel que fa a llengua catalana, s'hauria de dur a terme en els propers anys.


Com dèiem, totes les llengües pròpies amb un nombre similar de parlants de la catalana a la Unió Europea i als països desenvolupats de tradició democràtica tenen una protecció de les persones consumidores molt estricta que per descomptat inclou, per exemple, l'obligatorietat de la llengua en l'etiquetatge i la publicitat a la via pública. Així mateix es produeix en tots els estats amb comunitats lingüístiques tan significatives com les de l'Estat espanyol; per exemple al Canadà amb el francès i l'anglès, a Suïssa amb l'italià, l'alemany i el francès o a Bèlgica amb el francès, el neerlandès i l'alemany. La mateixa situació es dona, fins i tot, en països plurilingües amb comunitats lingüístiques pròpies de només centenars de milers de parlants, com Itàlia (amb la minoria alemanya) o Finlàndia (amb la minoria sueca), i també per llengües en un principi minoritàries al propi país amb una altra llengua no pròpia molt més estesa a nivell de coneixement per tota la població (com era el cas de Letònia amb el letó respecte el rus).

Sí que, probablement, els dèficits legals del català han contribuït al fet que algunes empreses realitzessin polítiques diferenciades de responsabilitat social de les persones consumidores en aquestes comunitats respecte del català. Tanmateix també és cert que, fins i tot quan existeix una obligació o un dret per part de les persones consumidores, algunes multinacionals el respecten de manera escrupolosa a Suïssa per l'italià, l'alemany i el francès, a Dinamarca pel danès, a Finlàndia pel finès i el suec o a Eslovènia per l'eslovè, però no pas a l'Estat espanyol, per exemple amb el català. Un bona mostra d'això seria la infracció prevista a Catalunya en relació amb la vulneració del dret de les persones consumidores catalanes per rebre les informacions bàsiques dels productes en català. Moltes empreses que respecten aquest dret als països abans esmentats l'incomplixen sistemàticament i de forma repetitiva per a la comunitat lingüística catalana. La normalització en la coherència d'actuació de les multinacionals, al no considerar la persona consumidora catalana en les mateixes condicions que la resta de persones consumidores, hauria d'ésser, sense dubte, una acció prioritària.

En les altres comunitats lingüístiques, l'establiment d'aquestes obligacions funciona bé per legislacions específiques per cada àmbit, per una llei lingüística o per la combinació d'ambdues legislacions (cas més generalitzat). Finlàndia, com a mostra d'un estat plurilingüe amb llengües pròpies sensiblement menys parlades que la catalana, no hi ha, com en el cas encara de l'Estat espanyol, una diferenciació legal en benefici d'una de les llengües (en aquest cas el castellà) respecte de les altres llengües pròpies molt parlades (català, basc i gallec), sinó que el suec i el finès són tractats en igualtat de condicions tant des de la Constitució del 2000, com per part de la Llei de Llengües del 2004, tot i que el suec només sigui llengua materna d'un 6% de la població i amb un pocs centenars de milers de parlants.

En el cas de Letònia, on l'any 1991 només el 52% de la població tenia el letó com a llengua pròpia, les mesures de protecció es van desenvolupar mitjançant la Llei de la República de Letònia de les Llengües (1992), que establia la discriminació positiva a favor del letó. De fet el model d'aquesta Llei provenia de les polítiques lingüístiques quebequeses basades en els drets col·lectius segons territori. Al Quebec, al Canadà, hi ha aproximadament uns 6 milions d'habitants que tenen el francès com a llengua materna. La Carta de la Llengua Francesa, ha estat la base de les obligacions força estrictes per les quals el francès, de manera preeminent, ha d'ésser present en qualsevol empresa i en productes de distribució en aquest territori.

També són prou conegudes les polítiques de reconeixement del plurilingüisme a Bèlgica i a Suïssa. En ambdós països, el reconeixement estricte de les diferents llengües oficials per territorialitat garanteix la presència de cada llengua segons el lloc de distribució i actuació. A Bèlgica té una política ferma de reconeixement de les llengües. Així, el francès, el neerlandès i l'alemany són llengües oficials a tots els efectes. Cadascuna d'aquestes comunitats té molts menys parlants que la comunitat lingüística catalana a l'Estat espanyol. En el cas de la comunitat alemanya tot just s'acosten als 80.000 parlants. Cada comunitat té totes les competències per legislar i fer polítiques independents i sobiranes a tots els efectes en tot allò que afecti a la llengua, però a la vegada existeix la Llei de les pràctiques del comerç i de la informació i de la protecció del consumidor del 1991, que estableix obligacions equitatives en les diverses llengües. Suïssa, amb més de 6 milions d'habitants, té una clara majoria de parlants alemanys (o parlants de dialectes suïssos) amb més del 73% de la població. Els francesos són uns 1,3 milions, els italians uns 300.000 i els romanxs uns 50.000. La Constitució, per descomptat, reconeix les quatre llengües com a llengües nacionals. L'italià, l'alemany i el francès són oficials a tots els efectes, i el romanx oficial en les relacions amb els parlants propis d'aquesta llengua, tot i que cada vegada està obtenint més reconeixement. Suïssa s'organitza en cantons monolingües, bilingües i trilingües, reconeixent 4 zones lingüístiques en principi monolingües. Per posar un exemple d'aquestes aplicacions podem esmentar el cas de la Llei Federal sobre la Informació al Consumidor de Suïssa del 1990. A l'article 2 obliga als productes a informar les persones consumidores en els llengües oficials del país. Així, per exemple, els aproximadament 300.000 habitants del cantó de Ticino, tot i compartir el cantó amb una important minoria alemanya, tenen l'etiquetatge de tots els productes en italià. Aquesta obligació de les llengües pròpies en el món socioeconòmic, es dona fins i tot en comunicats lingüístiques molt petites, i de manera específica per una regió



determinada, no pas com a normativa d'àmbit estatal. Aquest és el cas del Tirol sud, a Itàlia, pel que fa a l'alemany.

4. Proposta per a l'establiment d'un Codi de bones pràctiques

4.

Proposta per a l'establiment d'un Codi de bones pràctiques

4.1.

Deu preceptes bàsics per tenir en compte les empreses pel que fa a l'ús del català

A títol orientatiu, i de manera molt sintètica, hem agrupat en forma de frases uns enunciats bàsics que considerem fonamentals perquè tota empresa que actuï al nostre territori tingui en consideració les persones consumidores. De fet la consolidació d'aquests enunciats i l'extrapolació a les diverses actuacions de l'empresa són, en definitiva, les pautes per a l'establiment d'un codi de bones pràctiques que més endavant desglossarem.

- 1. La persona consumidora catalana té els mateixos drets que qualsevol altre persona consumidora.** No en té més ni menys. Per tant, tot allò que fem per a les comunitats lingüístiques que tenen un pes econòmic similar o inferior a la catalana pel que fa a l'actuació de la nostra empresa ho hem de fer com a mínim també per a la comunitat lingüística catalana.
- 2. La normativa vigent i els drets lingüístics de les persones consumidores han de ser de rigorós compliment per part de l'empresa.** Una empresa seriosa ha d'acomplir al peu de la lletra tant les obligacions de la legislació pel que fa a l'ús del català (hi hagi o no sancions) com l'acompliment estricte dels drets legals les persones consumidores pel que fa a la llengua. No hi ha lleis i terminis d'aplicació de primera pel que fa a altres llengües i lleis i terminis d'aplicació de segona pel que fa al català.
- 3. No hi ha responsabilitat social ni consum responsable sense l'ús normal del català.** La responsabilitat social de l'empresa no preveu només l'elaboració i la distribució del producte, sinó també el respecte vers la persona consumidora. L'ús del català forma part d'aquest tracte de respecte i és inherent a la responsabilitat social de l'empresa i d'un bon codi de conducta.
- 4. Les pors i els prejudicis personals a l'hora d'emprar el català no han de pesar més que les dades objectives purament comercials.** Tots, i per descomptat també l'empresariat, tenim la pròpia història personal on hi poden haver pors, records d'altres temps polítics on la nostra cultura ha estat perseguida, dubtes, manca d'autoestima vers la llengua, submissió lingüística en el seu ús, tòpics subjectius, anècdotes; però dins el món empresarial hem d'abandonar aquestes percepcions personals i basar-nos purament amb qüestions de mercat i de respecte a la persona consumidora pel que fa a la llengua catalana, tal i com fem amb la resta de llengües. Els

drets de les persones consumidores i l'interès del mercat no poden quedar subjectes als nostres prejudicis personals.

5. **No barrejar ideologies ni qüestions identitàries.** Si fem el català és per raons purament comercials i de respecte i de màxima qualitat en l'atenció vers els clients i les clientes i les persones consumidores i, naturalment, d'acompliment de la legislació i dels seus drets. Emprar el català no forma part de cap ideologia, com no forma part de cap ideologia ni activitat nacionalista com és, per exemple, emprar l'anglès, el castellà o el danès d'acord al mercat on ens dirigim. En aquest aspecte la llengua catalana no constitueix una excepció. Sí que tindria càrrega ideològica no fer-ho en català si justament actuem en un mercat on el català és una llengua present entre les nostres persones consumidores. Seria interposar la nostra ideologia a la lògica del mercat, cosa que una empresa seriosa no hauria de fer.
6. **L'empresa que no innova, no avança ni progressa. El català forma part d'aquesta innovació.** A vegades les inèrcies empresarials o la por a la innovació ens priven d'avançar i per tant de millorar en l'empresa. Si encara no fem el català, no ens faci por d'anar-lo introduint; els canvis per adaptar-nos a la realitat i la modernitat són necessaris i el català forma part d'aquests canvis.
7. **L'ús del català no és un cost, és una necessitat o una inversió.** El català no constitueix una excepció respecte a les altres llengües; fem les coses en català per coherència amb el mercat i ho assumim com una necessitat, de la mateixa manera que l'existència d'un contracte de treball o la no explotació laboral dels treballadors tampoc és un cost, malgrat que hi hem de destinar uns recursos que assumim com a necessaris. Fins i tot, de vegades, aquests recursos destinats, com en l'etiquetatge, són nuls o insignificants. En el cas del català però a més aquesta necessitat molt sovint comporta uns beneficis, atesa la demanda i el potencial econòmic del mercat català. Per tant aquesta necessitat s'acaba convertint en una inversió.
8. **No hem de sacrificar en cap cas els drets bàsics de les persones consumidores catalanes en benefici d'actituds puntuals de caire racista o xenòfob.** No hem d'equiparar els drets i demandes lingüístics de les persones consumidores amb actituds minoritàries, xenòfobes, racistes. Per posar un exemple, no és el mateix atendre les demandes de les persones consumidores per tal que el català sigui també present en l'etiquetatge d'un producte al costat d'altres llengües que desprestigiar la seriositat de l'empresa equiparant-les amb actituds d'aquell que, tot i estar el producte etiquetat en castellà, exigeix que al costat no hi sigui també el català. Avaral i equiparar en un mateix nivell aquests dos tipus d'actituds a la llarga poden ésser fins i tot molt contraproduents per a la imatge de l'empresa. Encara és molt pitjor sobredimensionar de manera poc objectiva aquestes actituds puntuals xenòfobes quan els drets d'aquestes persones consumidores ja estan plenament representats donant-les més valor que no pas a les moltes

demandes prou fonamentades de respecte al consumidor o la consumidora.

- 9. El català és la llengua pròpia de Catalunya.** D'acord al principis legals, històrics i socials el català és la llengua d'ús preferent i comuna dels catalans i les catalanes, independentment de la llengua que parlin. Aquest és un principi àmpliament aplicat arreu en les diverses comunitats lingüístiques. Per tant no ens faci por d'adoptar-la com a llengua per defecte i posteriorment adequar-nos si cal a la llengua pròpia de cada client o clienta o persona consumidora. No hem de menystenir ni infravalorar les capacitats ni l'amplitud de mires per entendre la nostra realitat de tots aquells que tenen altres llengües diferents de la nostra. Si viuen a Catalunya, ells també són catalans i no els podem negar la nostra llengua. No estigmatitzem ni discriminem ningú. No parlar català no significa pas que no la puguis sentir també com un patrimoni propi. Oferim-los en tot cas la possibilitat d'escollir si així ens ho fan saber, però no cal que decidim per ells o elles, ni entenguem de bell antuvi que mostraran una actitud gens receptiva vers la nostra llengua.
- 10. No som els primers que fem les coses en català.** Tal vegada no ens hi hem fixat, potser ofuscats per una imatge de bon principi negativa de l'ús de la llengua. Però amb una actitud oberta i més objectiva descobrirem que l'ús del català és ben present, no només en moltes empreses, sinó en importants multinacionals i grans indústries. I si analitzem descobrirem que molt d'aquests canvis són força recents, perquè l'ús del català va creixent dia rere dia justament en les empreses més punteres del mercat.

4.2.

Bones pràctiques per àmbits genèrics

4.2.1.

Atenció oral (presencial i telefònica)

Quines obligacions hi ha per llei?

L'article 34 de l'Estatut d'autonomia de Catalunya del 2006 tracta dels drets lingüístics de les persones consumidores i usuàries, i manifesta el següent:

“Totes les persones tenen dret a ésser ateses oralment i per escrit en la llengua oficial que elegeixin en llur condició d'usuàries o consumidores de béns, productes i serveis. Les entitats, les empreses i els establiments oberts al públic a Catalunya estan subjectes al deure de disponibilitat lingüística en els termes que estableixen les lleis.”

Per altra banda, la Llei 3/1993, de 5 de març (DOGC 1719, del 12 de març), de l'Estatut del consumidor al seu article 27 del capítol IV sobre drets lingüístics de les persones consumidores diu:

“Dret a ésser atès de qui s'expressa en qualsevol de les llengües oficials. Les empreses i els establiments dedicats a la venda de productes o a la prestació de serveis que desenvolupen llur activitat a Catalunya han de trobar-se en condicions de poder atendre els consumidors quan s'expressin en qualsevol de les llengües oficials de Catalunya.”

I, a més, la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística (DOGC 2553, de 9 de gener) al seu article 32 sobre l'atenció al públic esmenta:

“Les empreses i els establiments dedicats a la venda de productes o a la prestació de serveis que desenvolupen llur activitat a Catalunya han d'estar en condicions de poder atendre els consumidors i consumidores quan s'expressin en qualsevol de les llengües oficials a Catalunya.”

Per tant, els ciutadans i ciutadanes han de poder ésser atesos en català quan s'adrecen oralment o per escrit a qualsevol establiment o servei d'atenció al públic d'una empresa. Fins ara l'Administració de la Generalitat de Catalunya ha entès el dret d'ésser atesos en el sentit que mai l'empresa o establiment pot demanar un canvi d'idioma al client o la clienta, i cal que aquesta (actui de manera presencial, telefònica o com a servei informàtic de resposta automàtica programada), com a mínim, hagi d'entendre el català, no forçosament parlar-lo. Això vol dir que tots els establiments i les empreses que es dediquen a la prestació de serveis i a la venda de productes, com ara botigues, supermercats, bars, cafeteries, restaurants, hotels, càmpings, altres

allotjaments turístics, bancs, caixes, entitats, asseguradores, empreses de transport, centres sanitaris, agències de viatges, empreses de telefonia, benzineres, empreses energètiques, museus i monuments, serveis d'atenció a la clientela en general... han d'estar en disposició de poder atendre els seus clients i clientes i usuaris i usuàries quan s'expressin en qualsevol de les dues llengües oficials.

Cal insistir que l'obligació de poder atendre en català no afecta només les atencions directes. Si aquesta atenció és telefònica i el servei s'ofereix o es dirigeix al territori de Catalunya (sota administració de la Generalitat de Catalunya), tant hi fa el lloc d'ubicació d'on procedeix la trucada, sempre han d'estar en disposició d'atendre oralment en català als clients i clientes, usuaris o usuàries i persones consumidores.

Més enllà del territori sota administració de la Generalitat de Catalunya, el dret d'ésser atès oralment i per escrit en català també està previst en altres indrets. Al Principat d'Andorra, i amb el benentès d'acomplir l'article 3 de la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial de l'any 2000, pel qual els ciutadans i les ciutadanes tenen el dret d'ésser atesos en català, s'especifica a l'article 20 de la mateixa Llei:

“Article 20

Personal que presta servei al públic

- 1. Per tal de fer possible l'exercici dels drets lingüístics previstos a l'article 3, totes les empreses establertes a Andorra han de posar els mitjans per garantir l'atenció al públic en català.*
- 2. Aquesta obligació és especialment exigible a professionals lliures o treballadors autònoms, al personal sanitari i personal de serveis socials, i als establiments turístics i comercials.*
- 3. Sens perjudici del què preveuen els paràgrafs anteriors, el Govern pot condicionar reglamentàriament l'autorització per a l'exercici de determinades professions a l'acreditació prèvia del coneixement de la llengua oficial.”*

En aquest cas, de manera més coherent, el dret d'ésser atès s'ha entès sempre com el dret d'ésser correspost en la llengua catalana, no només el dret d'ésser entès, sinó que cal parlar també en català al client o la clienta.

A les Illes Balears també existeix aquesta obligació per part de les empreses, tant per la Llei 3/1986, de 29 d'abril, de normalització lingüística de les Illes Balears, com per la Llei 11/2001, de 15 de juny, d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears. Mentre la Llei de normalització especifica el dret d'adreçar-se en català (similar a la legislació catalana), la Llei d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears va més enllà i, com la llei andorrana, exigeix ésser atesos i, per tant, correspostos, en català, si l'establiment té més de tres dependents:

“Llei de Normalització Lingüística de les Illes Balears

Article 2

- 1.-La llengua catalana és la llengua pròpia de les Illes Balears i tots tenen el dret de conèixer-la i d'usar-la.*
- 2.-Aquest dret implica poder adreçar-se en català, oralment o per escrit, a*

l'Administració, als organismes públics i a les empreses públiques i privades. (..)"

"Llei d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears

Disposicions generals

Article 8. Drets lingüístics dels consumidors

1. En els establiments regulats en aquesta llei, els consumidors tenen dret a ser atesos en alguna de les llengües oficials de les Illes Balears, i no podran ser discriminats o atesos incorrectament per raó de la llengua oficial que emprin.

2. En els establiments al detall que disposen d'una plantilla laboral de més de tres treballadors, els consumidors tenen, a més, el dret de ser atesos en la llengua oficial de les Illes Balears que escullin."

Finalment al País Valencià (Comunitat Autònoma Valenciana), tot i que de manera menys clara, també existeix el dret d'emprar el català:

"Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià (DOGV núm. 133, d'1 de desembre)

Article 2

El valencià és llengua pròpia de la Comunitat Valenciana i, en conseqüència, tots els ciutadans tenen dret a conèixer-lo i a usar-lo oralment i per escrit tant en les relacions privades com en les relacions amb les instàncies públiques.

Article 3

Sense perjudici de les excepcions regulades en aquesta Llei, l'ús del valencià pels ciutadans en les relacions tant públiques com privades, produeix plens efectes jurídics, igual com si emprassen el castellà, sense que pugui derivar-se de l'exercici del dret a expressar-se en valencià, qualsevol forma de discriminació o exigència de traducció."

Quina en seria una bona pràctica?

Totes aquelles persones que presten una atenció vers els clients o clientes o bé que la seva feina implica una relació amb ells o elles (persones venedores, persones dependents, cambrers i cambreres, informadors i informadores, serveis d'atenció telefònica, serveis d'incidències..) haurien no només d'estar plenament capacitats d'entendre el català quan aquesta sigui la llengua que utilitza l'usuari o usuària, client o clienta o persona consumidora, sinó també haurien d'estar plenament capacitats per parlar-lo i, per tant, poder contestar i respondre en aquesta llengua si el client o la clienta, o usuari o usuària així s'hi dirigeix.

En el cas que l'actuació es faci en una llengua per defecte o primera llengua per tal de dirigir-se al client o clienta (de manera presencial o telefònica) quan encara desconexem la llengua que aquest vol utilitzar, aquesta hauria d'ésser el català atès que és la llengua pròpia i comuna de pràcticament tot el territori sota administració de la Generalitat de Catalunya (exceptuant la Vall d'Aran). L'atenció primària en català

predisposarà l'interlocutor/a a emprar-lo si el coneix o és la seva llengua i, per tant, a fer més còmoda la relació. Altrament, depenent de les circumstàncies, si la resposta és en castellà o altre idioma, pot ser que fem un canvi de llengua, tot i que cal tenir en compte que malgrat que l'altra persona no parli el català pot estar plenament predisposada per ésser atesa en aquesta llengua de manera que emprant el català afavorim el mateix sentiment de pertinença a la nostra comunitat i, per tant, fins i tot en aquests casos, el manteniment de l'idioma pot ésser positiu.

Si en el servei, especialment telefònic, desconeixem si l'usuari que se'ns adreça s'ubica a Catalunya o bé en una altra part de l'Estat espanyol o territori, fóra bo que el primer contacte justament cerqués la tria per part de l'usuari o usuària de la llengua d'ús. Si el mateix servei s'ofereix per a tot l'Estat espanyol i no podem destriar l'origen de la trucada, no hi hauria d'haver llavors cap llengua per defecte, entenent la igualtat de drets de les diversos comunitats lingüístiques pròpies de l'estat i caldria que el client o la clienta pogués escollir sense determinismes previs la llengua per utilitzar i pogués conèixer la disponibilitat de bon principi en aquesta llengua sense necessitat de fer cap petició expressa. Un cop identificada la procedència o voluntat de l'interlocutor/a ja serem a temps de canviar el registre lingüístic a l'idioma que correspongui sense cap problema.

Finalment, voldríem exposar una situació concreta que malauradament es produeix força encara en el sector de la restauració i sobretot en bars. El cambrer o la cambra o la persona dependent no entén el català, de manera que l'empresari o empresària incompleix la Llei tot i que aquest al·lega la impossibilitat de trobar personal adient amb aquestes competències. Voldríem remarcar que, fins i tot, en aquests casos extrems, l'empresari o empresària pot explicar oralment i/o elaborar un petit full o cartronet de frases bàsiques més comunes, de manera que, sense cap cost ni pràcticament esforç, el cambrer pugui entendre coses tan bàsiques com “café amb llet” o “tallat”. Tal vegada les frases més elaborades poden ésser de comprensió més difícil fins i tot en aquests casos extrems (que d'altra banda insistim que no s'haurien de produir), però exemples bàsics com els anteriors no es poden justificar de cap manera per part de l'empresariat, pel simple fet que s'està incomplint la normativa vigent.

Legislació

Catalunya:

Estatut d'Autonomia de Catalunya. 2006. Articles 34 i 50.

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, Capítol V L'activitat socioeconòmica, article 32.

Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del consumidor. Capítol IV (article 27) i les disposicions de la Llei.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Andorra:

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra. Articles 3 i 20.

País Valencià:

*Estatut d'autonomia de la Comunitat Valenciana. 2006. Article 7.
Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià. Articles 2 i 3.*

Illes Balears:

*Estatut d'autonomia de les Illes Balears. 2007. Article 4.
Llei 3/1986, de 29 d'abril, de normalització lingüística a les Illes Balears. Article 2
Llei 11/2001, de 15 de juny, d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears. Article 8.*

Recursos

A dreta llei. Núm. 7 Atenció al públic. Generalitat de Catalunya. 1999.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dins la col·lecció de vuit tríptics divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, aquest fa referència a l'atenció al públic oral i escrita.

Oberts al català. Guia per instal·lar-se comercialment en català.

- Confederació de Comerç de Catalunya i Generalitat de Catalunya. 2007. També descarregable des del web de la Confederació de Comerç de Catalunya (www.confecomer.cat) i des del web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/llengcat).

Carpeta amb llibret i CD amb un resum dels drets lingüístics dels consumidors, bones pràctiques en el comerç, legislació i recursos. Existeix també en espanyol, anglès, urdú, àrab i xinès.

La llei del català de portes endins, la llei del català de portes enfora 2006.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dos opuscles divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, relacionats amb la senyalització, els cartells d'informació general de caràcter fix, els documents d'oferta de serveis, els contractes, l'atenció a les persones consumidores i els topònims.

4.2.2.

Atenció escrita (correspondència i correu electrònic)

Quines obligacions hi ha per llei?

Vegeu l'apartat anterior 4.2.1. sobre l'atenció oral.

Quina en seria una bona pràctica?

A diferència de l'atenció oral, sempre que el client o clienta, o usuari o usuària se'ns dirigeix podem identificar fàcilment la llengua triada (bé sigui per correspondència, emplenament de documents impresos, correu electrònic o via web). Així doncs, podem correspondre'l en la llengua que ha escollit. Aquest seria el cas d'una atenció personalitzada.

En segon terme, caldria tenir en compte les atencions no personalitzades (per exemple les trameses més generals) o bé quan som nosaltres qui ens adrecem al client o clienta i en desconeixem per tant l'idioma en què vol ser atès. En aquest sentit, podem conèixer o no l'àmbit territorial on ens dirigim (en el cas de la correspondència això serà molt clar). Si l'àmbit territorial és de llengua catalana (fins i tot més enllà de pròpiament el Principat de Catalunya) hauríem de fer-ho en aquesta llengua. Altrament, si volem ésser més precisos i podem o volem destinar més recursos en aquesta qüestió o bé tenim dubtes d'actuació en segons quins àmbits territorials concrets, podem emprendre diferents alternatives (especialment adreçades quan no és una tramesa puntual sinó que volem mantenir o fidelitzar un client o clienta sense arribar a la personalització directa):

- Fer una primera tramesa en català però demanant o oferint la versió en altres llengües per a futures trameses si així ho desitja el client o la clienta.
- Fer una primera tramesa plurilingüe demanant o oferint la versió únicament en diferents llengües per a futures trameses si així ho desitja el client o la clienta.
- Fer trameses plurilingües (especialment adient si no volem fer diferenciació entre els territoris de parla catalana i la resta de l'Estat espanyol). En aquest cas, recomanem que només siguin casos puntuals on no puguem concretar o diferenciar el territori on seran lliurades. En el cas de trameses diferenciades per Catalunya no té sentit ja que el coneixement del català és prou generalitzat i aquest ens dona proximitat amb el territori d'actuació. Altrament, si volem fer un tracte més específic per al client o clienta, tenim les alternatives anteriors.

En general, a les trameses plurilingües cal vigilar de no caure en la literalitat en les traduccions, en les incorreccions lingüístiques (ortogràfiques, morfològiques, gramaticals...) i que, en qualsevol cas, aquestes tinguin prou consistència sintàctica. Una empresa que ofereix documentació o qualsevol altre suport escrit amb incorreccions de tota mena no dona garanties a les persones consumidores sobre la

seva eficàcia, ans el contrari, demostra desídia en la seva actuació.

Aquestes opcions també les podem adaptar per a les trameses o publicitat mitjançant els correus electrònics i Internet. De tota manera, llevat que el client o la clienta pugui triar i així ho faci explícit per rebre-ho en una altra llengua, creiem que és important que el català hi sigui plenament present.

Legislació

Catalunya:

Estatut d'Autonomia de Catalunya. 2006. Articles 34 i 50.

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, Capítol V L'activitat socioeconòmica, article 32.

Llei 3/1993, de 5 de març de l'Estatut del consumidor. Capítol IV (article 27) i les disposicions de la Llei.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Andorra:

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra. Articles 3 i 20.

País Valencià:

Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià. Articles 2 i 3.

Illes Balears:

Llei 3/1986, de 29 d'abril, de normalització lingüística a les Illes Balears. Article 2

Llei 11/2001, de 15 de juny, d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears. Article 8.

Recursos


A dreta llei. Núm. 7 Atenció al públic. Generalitat de Catalunya. 1999.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dins la col·lecció de vuit tríptics divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, aquest fa referència a l'atenció al públic oral i escrita.

Oberts al català. Guia per instal·lar-se comercialment en català. Confederació de Comerç de Catalunya i Generalitat de Catalunya. 2007.

- També descarregable des del web de la Confederació de Comerç de



Catalunya (www.confecomercat.es) i des del web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/llengcat).

Carpeta amb llibret i CD amb un resum dels drets lingüístics dels consumidors, bones pràctiques en el comerç, legislació i recursos. Existeix també en espanyol, anglès, urdú, àrab i xinès.

També existeixen diversos vocabularis i recursos sobre l'ús del català en el llenguatge comercial i la correspondència. Per a una informació més detallada vegeu el capítol 4.5. sobre el llistat de recursos útils generals.

4.2.3.

Publicitat (via pública, mitjans de comunicació, fullets, publicitat a la bústia, premsa escrita...)

Quines obligacions hi ha per llei?

En general, no hi ha una legislació que de manera general obligui a fer la publicitat en català, tot i que de manera específica sí que n'hi ha. Així si l'empresa és pública o té una concessió de la Generalitat de Catalunya o d'una administració local hi està obligada. D'aquesta manera queda reflectit a l'article 35.1 de la Llei de política lingüística:

“En la publicitat institucional de la Generalitat i de les administracions locals, de llurs empreses públiques o concessionàries i de les altres institucions i corporacions catalanes de dret públic feta en l'àmbit territorial de Catalunya, s'ha d'utilitzar de manera general el català.”

Per altra banda, l'Estatut d'autonomia de Catalunya del 2006 també avala aquesta pràctica a l'article 50 sobre foment i difusió del català:

“La Generalitat, l'Administració local i les altres corporacions públiques de Catalunya, les institucions i les empreses que en depenen i els concessionaris de llurs serveis han d'emprar el català en llurs actuacions internes i en la relació entre ells. També l'han d'emprar en les comunicacions i les notificacions dirigides a persones físiques o jurídiques residents a Catalunya, sens perjudici del dret dels ciutadans a rebre-les en castellà si ho demanen.”

També hi ha obligació de fer-ho com a mínim en català i per a totes les empreses, si el text publicitari es considera un document d'oferta de serveis. Normalment s'entén com a oferta de serveis si al document publicitari hi apareix el preu del producte al costat de la imatge o de les indicacions que en corresponen. Així, per exemple, un catàleg o fullet publicitari enviat a la bústia d'una adreça haurà d'ésser com a mínim en català si conté les indicacions de preu de cada producte. Tanmateix, malgrat hi apareguin els preus, ara com ara no s'interpreta com un incompliment de la Llei de política lingüística la publicitat en diaris i revistes o via web o correu electrònic.

“Llei 1/1998 de política lingüística, article 32, l'atenció al públic 3. La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuàries i consumidores dels establiments oberts al públic han d'ésser redactats, almenys, en català. Aquesta norma no s'aplica a les marques, als noms comercials i als rètols emparats per la legislació de la propietat industrial.”

Hi ha un altre aspecte on el català pot ésser obligatori. A diferència de la resta de casos

catalana. A més, llevat segurament de comptades excepcions, podem, fins i tot, emprar exclusivament aquesta llengua. La percepció del català entre tota la població, i més tenint en compte el contingut en general senzill del missatge publicitari, no plantejarà cap problema per al nostre receptor o receptora.

Pel que fa a la publicitat a la via pública, establiments públics o transports, la podem fer únicament en català (llevat de comptades ocasions de publicitat per un públic molt específic on l'element lingüístic és molt important). De la mateixa manera, únicament, o com a mínim en català, ho podem fer per a la publicitat a la bústia o a botigues (fullets, catàlegs, prospectes...). Si l'edició d'aquest material és compartida amb altres territoris on el català no és llengua pròpia, en podem fer versions diferenciades o bé plurilingües però, en cap cas, s'ha d'eliminar la llengua catalana si aquest és també l'àmbit d'actuació.

Si ens fixem en la publicitat als mitjans de comunicació (televvisions, ràdios, diaris, revistes...), la presència parcial o total del català en l'idioma del mitjà ens indicarà la conveniència de fer servir aquesta llengua. I, així mateix, ho podem fer si el mitjà, tot i estar escrit en una altra llengua o fins i tot essent el català absent o anecdòtic, aquest es dirigeix a un públic clarament de manera majoritària català ubicat en territoris on el català és llengua pròpia. Tot i que el lector o a lectora pot estar avesat a la lectura d'una determinada informació en un altre idioma, la percepció de la llengua catalana en el missatge publicitari, fins i tot per a aquest públic, pot ésser clarament positiva.

Legislació

Catalunya:

Estatut d'Autonomia de Catalunya. 2006. Article 50.

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, Capítol V L'activitat socioeconòmica, articles 32 i 35.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Andorra:

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra. Article 15.

europaus, on normalment les llengües com el català són obligatòries en la publicitat a la via pública per la legislació de l'estat o regió que en té la competència (aquest és el cas fins i tot d'Andorra per al català com expliquem més endavant), a Catalunya això, ara com ara, depèn de la normativa de cada municipi. De manera que segons els respectius reglaments la publicitat a la via pública pot ser o no obligatòria. Aquesta reglamentació es desprèn arran de l'aplicació de l'article 35.2 de la Llei de política lingüística segons el qual el Govern de la Generalitat i els ens locals han d'afavorir, estimular i fomentar l'ús del català a la publicitat, i de manera especial la de la via pública, amb l'objectiu que sigui la llengua d'ús normal. Això faculta també al govern català a legislar sobre la qüestió i, per tant, en el futur hi podria haver una reglamentació més general. Cal, en conseqüència, que l'empresa s'assabenti especialment de les normatives municipals per tal d'acomplir estrictament la Llei. Sovint aquestes normatives no abasten sempre la totalitat de la publicitat a la via pública de manera que poden afectar només a un o uns tipus de suports determinats.

Com dèiem, al Principat d'Andorra sí que hi ha una normativa clara pel que fa a la publicitat, on el català hi és obligatori:

“Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra (Butlletí Oficial del Principat d'Andorra, Número 2, 12 de gener del 2000).

Article 15

Noms comercials i denominacions socials, rètols d'establiment i publicitat

1. Els noms comercials, les denominacions socials i els rètols d'establiment s'han de redactar en català.

2. Tot altre rètol oficial o privat, publicitari, comercial, informatiu o de qualsevol altra mena ha de ser també redactat en català.

3. Els cartells, proclames, propaganda, prospectes, catàlegs, trameses publicitàries, anuncis, tant orals com escrits, que es difonguin o es distribueixin dins d'Andorra s'han de fer en català. En lloc secundari poden utilitzar-se expressions en altres llengües, sempre que la superfície que ocupin sigui inferior al tema principal, redactat en català.

(...)

6. Tota la publicitat comercial i els cartells editats i distribuïts a Andorra dels cinemes, els teatres, els espectacles i qualsevol altra manifestació cultural pública han de ser redactats en la llengua oficial, sense perjudici dels títols i les denominacions en altres llengües.”

Quina en seria una bona pràctica?

Sortosament en la majoria d'aquests casos coneixem perfectament l'àmbit lingüístic del mitjà de comunicació on inserim la publicitat o el lloc geogràfic on l'exposem. Fora d'aquests contextos en destaquem la publicitat més específica i personalitzada i les opcions a través de la xarxa. Per aquestes darreres situacions, vegeu els apartats d'atenció oral (4.2.1.), atenció escrita (4.2.2.) i pàgines web (4.2.8.).

La publicitat dins l'àmbit geogràfic on el català és llengua pròpia i en els mitjans dirigits en aquest àmbit, primordialment, recomanem de fer-la com a mínim en llengua

4.2.4.

Catàlegs, prospectes i altres edicions de documents d'ofertes de serveis

Quines obligacions hi ha per llei?

Cal que els catàlegs i fullets dels establiments oberts al públic a Catalunya siguin com a mínim en català si contenen el preu i nom dels productes per vendre (vegeu per a més detalls l'apartat 4.2.3. sobre publicitat). Així, un supermercat, una botiga de mobles, una agència de viatges, una botiga d'electrodomèstics, d'informàtica, alimentació, esports, roba, un centre comercial o qualsevol altra botiga o establiment cal que tingui a disposició del públic, com a mínim, una versió del catàleg en català si s'hi inclouen els preus, ja que aquest document s'entén com a oferta de serveis i així ho preveu la Llei de política lingüística en el punt 3 de l'article 32.

“La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuàries i consumidores dels establiments oberts al públic han d'ésser redactats, almenys, en català. Aquesta norma no s'aplica a les marques, als noms comercials i als rètols emparats per la legislació de la propietat industrial.”

El no compliment d'aquesta Llei és sancionable, tal com es preveu a la mateixa Llei a la disposició addicional cinquena sobre les garanties d'acompliment:

“b) L'incompliment dels preceptes dels articles 15, 30, 31 i 32.3 imputable a les empreses i les entitats concernides es considera una negativa injustificada a satisfer les demandes de les persones usuàries i consumidores, a la qual s'ha d'aplicar el règim sancionador que estableix la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.”

A les Illes Balears l'obligació afecta en els mateixos termes que a Catalunya. La Llei 11/2001, de 15 de juny, d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears, reproduïx el mateix text:

*“Article 8. Drets lingüístics dels consumidors
3. La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per als consumidors dels establiments oberts al públic han de ser redactats, almenys, en català. Aquesta norma no s'aplica a les marques, als noms comercials i als rètols emparats per la legislació de la propietat industrial.”*

Pel que fa a la Llei andorrana l'obligació és molt més general i abasta qualsevol tipus de catàleg o fulllet:

*“Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra
Article 15*

*Noms comercials i denominacions socials, rètols d'establiment i publicitat
3. Els cartells, proclames, propaganda, prospectes, catàlegs, trameses publicitàries, anuncis, tant orals com escrits, que es difonguin o es distribueixin dins d'Andorra s'han de fer en català. En lloc secundari poden utilitzar-se expressions en altres llengües, sempre que la superfície que ocupin sigui inferior al tema principal, redactat en català.*

6. Tota la publicitat comercial i els cartells editats i distribuïts a Andorra dels cinemes, els teatres, els espectacles i qualsevol altra manifestació cultural pública han de ser redactats en la llengua oficial, sense perjudici dels títols i les denominacions en altres llengües.”

Quina en seria una bona pràctica?

En aquest cas, ja de per sí la Llei garanteix força la presència del català en els catàlegs i fullets i cal, en conseqüència, aconseguir-la tot respectant els drets les persones consumidores catalanes. Tanmateix, també caldria disposar en català de tots aquells catàlegs i fullets de l'empresa (o altra documentació informativa o publicitària) fins i tot en el cas que no hi apareguin el preu del producte.

Quan el document d'oferta de servei s'exposa o es distribueix al mateix establiment podem:

- o bé fer una única versió en català
- fer una versió bilingüe (si és un document extens probablement aquesta opció no sigui la més adient per afavorir la lectura per part del client o clienta)
- o fer dues versions o més en diferents llengües segons els tipus de clients o clientes.

En tot cas, serem ben curiosos que la versió catalana exposada sigui fàcilment adquirida i en cap cas el client o clienta l'hagi de demanar expressament o fins i tot desconèixer-ne l'existència respecte a les altres versions.

Quan la distribució del catàleg o fullet es fa a domicili, aquesta pot ser individualitzada amb coneixement previ de la preferència del client o clienta o de manera generalitzada sense aquest coneixement previ. En aquest segon cas tindrem cura que la versió lliurada sigui, almenys, la catalana. Altrament, en el cas que vulguem fer la diferenciació, bé podem demanar al client o clienta la versió que desitja rebre previ enviament, o bé enviar en una primera tongada la versió catalana oferint-nos a tramitar-li una altra versió si així ens ho comunica (vegeu també l'apartat 4.2.2 sobre atenció escrita). És molt important que no sigui el client o clienta qui hagi de demanar expressament la versió en català.

Legislació

Catalunya:

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, Capítol V L'activitat socioeconòmica, article 32 i la disposicions addicional cinquena.
Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Andorra:

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra. Article 15.

Illes Balears:

Llei 11/2001, de 15 de juny d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears. Article 8.

Recursos

Oberts al català. Guia per instal·lar-se comercialment en català.

- Confederació de Comerç de Catalunya i Generalitat de Catalunya. 2007. També descarregable des del web de la Confederació de Comerç de Catalunya (www.confecomercat.es) i des del web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/llengcat).

Carpeta amb llibret i CD amb un resum dels drets lingüístics dels consumidors, bones pràctiques en el comerç, legislació i recursos. Existeix també en espanyol, anglès, urdú, àrab i xinès.

4.2.5.

Etiquetatge, instruccions i embalatges de productes

Què cal etiquetar en català d'acord amb la llei?

En tots els productes de gran consum cal que el català sigui present, com a mínim, en les indicacions bàsiques obligatòries de l'etiquetatge o embalatge i en les instruccions del producte. En aquest cas no és només una pràctica recomanable atès el volum del mercat català i els codis lògics de responsabilitat de l'empresa vers les persones consumidores, sinó que la no inclusió del català en aquestes dades significa una vulneració clara de la legislació en matèria de drets de les persones consumidores. Concretament, des de l'any 1993, l'Estatut del Consumidor al seu article 26 diu ben clarament:

“Els consumidors tenen dret a rebre en català les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis, i especialment les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de llur salut i seguretat.”

El fet de no respectar aquest dret, constitueix, per la mateixa Llei, una infracció, com queda reflectit en l'article 29:

*“Infraccions
Es consideren infraccions en matèria de defensa dels consumidors:
f) Vulnerar els drets lingüístics que són reconeguts per aquesta Llei als consumidors o impedir-ne l'exercici.”*

El règim sancionador (a 2007) encara està pendent de desenvolupar i per tant la vulneració d'aquest dret, tot i constituir una infracció, ara com ara no es pot pas sancionar. De tota manera és important que l'empresa la respecti plenament.

D'altra banda, existeix ja una legislació específica amb sancions per als productes catalans artesanals, amb denominacions d'origen o amb segells de qualitat distribuïts en l'àmbit territorial de Catalunya. La Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística preveu l'obligatorietat d'etiquetar totes les dades de l'etiqueta en català per a tots aquests productes distribuïts a Catalunya, i hi ha diverses lleis i reglamentacions concordants que en preveuen sancions en el cas que la comercialització es trobi fora de la Llei. Concretament l'article 34.2 manifesta:

“Les dades obligatòries i les informacions voluntàries addicionals que figuren en l'etiquetatge de productes catalans que gaudeixen de denominació d'origen, de denominació comarcal o de denominació de qualitat i dels productes artesanals que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya han d'ésser necessàriament, com a mínim, en català.”

Això vol dir que tota la informació que estigui en d'altres llengües, com a mínim, també ha d'aparèixer en català. Aquesta Llei afecta productes tan diversos com un vi o un cava, un arròs o un oli amb denominació d'origen o un producte ecològic amb el segell CCPAE. Les infraccions i sancions estan descrites segons els casos en diverses lleis (com la Llei d'ordenació vitivinícola o la Llei de qualitat agroalimentària). D'altra banda, els consells reguladors tenen l'obligació, pels reglaments corresponents, de controlar l'acompliment de la legislació, fins i tot en el moment de la comercialització i retirar del mercat, o no donar el segell corresponent, als productes que no etiqueten plenament en català.

També hi ha unes obligacions específiques per a les empreses concessionàries d'un servei de la Generalitat de Catalunya i de les corporacions locals. Segons la Llei de política lingüística, a l'article 30.1, s'exposa que:

“Les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, i també les seves empreses concessionàries que gestionen o exploten el servei concedit, han d'emprar normalment el català en llurs actuacions i documentació internes i en la retolació, en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'emalatge dels productes o els serveis que produeixin o ofereixin”.

Així doncs, les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, així com totes les empreses concessionàries, estan obligades a etiquetar en català. Als incompliments de l'article 30 que afecten a empreses cal aplicar, segons la disposició cinquena de la mateixa Llei, el règim sancionador que estableix la Llei 1/1990, de 7 de gener, sobre la disciplina de mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

En aquests mateix sentit també queda especificat en l'Acord de Govern de la Generalitat de Catalunya de 30 de novembre de 2004 per fomentar l'ús del català:

*“Els òrgans competents de l'Administració de la Generalitat i de les entitats que hi estan adscrites o vinculades han d'incorporar les següents previsions en els plecs de clàusules per a la contractació administrativa:
(...)*

-Esmentar específicament les obligacions que la Llei de Política Lingüística i les normes que la desenvolupen imposen als adjudicataris de contractes administratius.

- Incorporar com a condició d'execució del contracte l'obligació d'utilitzar el català en aquells supòsits en què l'idioma formi part, directament o indirectament, del producte o del servei, sempre que el cost de la mesura es consideri proporcionat als beneficis que es pretenen aconseguir.

- Establir com a causa de resolució del contracte l'incompliment d'aquestes obligacions en aquells supòsits en que aquest incompliment tingui una relació directa amb l'execució de les prestacions objecte del contracte.

Tanmateix i per a cada tipus de contracte s'inclouran les següents disposicions:

- En els contractes de subministraments: En el plec de clàusules administratives cal establir l'obligació de facilitar en català els manuals d'instrucció o documentació tècnica dels béns o productes objecte del contracte. D'altra banda i pels contractes de subministrament que inclouin productes catalans amb distintius d'origen i de qualitat i dels productes artesanals que es distribueixen en l'àmbit territorial de Catalunya, s'ha de fer constar que és condició d'execució del contracte que l'etiquetatge d'aquests productes sigui en català.

(...)

- En els contractes de gestió de serveis públics: S'establirà que els adjudicataris han d'emprar normalment el català en les actuacions i la documentació internes, en la retolació, en les comunicacions per megafonia, en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'emalatge dels productes o els serveis que produeixen o ofereixen. També s'haurà d'utilitzar el català en les comunicacions i notificacions adreçades a persones físiques o jurídiques residents en l'àmbit lingüístic català, sense perjudici del dret dels ciutadans a rebre-ho en castellà si ho sol·liciten.

(...)"

Al Principat d'Andorra la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial, obliga, en l'article 16, a etiquetar com a mínim en català pràcticament tots els productes elaborats, fabricats, envasats o etiquetats al Principat i distribuïts en aquest territori. L'obligació afecta a les etiquetes, les instruccions, la garantia i els altres escrits inserits en els productes.

Quina en seria una bona pràctica?

Evidentment cal respectar els drets de les persones consumidores recollits a la llei, i que com a mínim totes les indicacions obligatòries de l'emalatge, instruccions i etiquetatge dels productes siguin en català (nom del producte, ingredients, indicacions de caducitat...). Més enllà d'aquestes dades procurarem que la resta d'informacions complementàries figurin també en català i amb el màxim de visibilitat. El gruix i la rellevància d'aquesta altra informació possiblement variarà en funció de qüestions logístiques. Així, si la distribució del producte és únicament per l'àmbit lingüístic català, té una identificació particular amb aquest territori, o si més no, hi ha una diferenciació logística respecte la resta de territoris amb d'altres llengües, és clar que la llengua catalana ha d'ésser força aclaparadora en l'espai de l'etiqueta. Si es fa una distribució conjunta del producte per a d'altres comunitats lingüístiques, optarem per models multilingües, on la presència del català ha de ser total en les indicacions obligatòries i en les dades opcionals pot ser que sigui variable. Segurament variarà en funció de la importància de les vendes per a l'àmbit lingüístic català respecte de la totalitat de la distribució. L'etiquetatge multilingüe o bé la diferenciació en l'estocatge de la distribució són les dues opcions més lògiques per incloure el català. Insistim que en tots els casos el nom del producte i les indicacions bàsiques del producte han d'estar,

com a mínim sempre, en català.

Hi ha comunitats lingüístiques més petites que la nostra on l'etiquetatge en aquesta llengua està normalitzat en el mercat?

En general, arreu dels països democràtics i desenvolupats (inclosa la totalitat dels de la Unió Europea), en l'etiquetatge i instruccions dels productes, sempre es respecten escrupolosament les comunitats lingüístiques amb un gruix de consumidors o consumidores similars a la catalana. No hi ha raons objectives que justifiquin un tractament excepcional per al consumidor/a català/catalana. No tindria sentit etiquetar un producte per a una comunitat lingüística més petita que la catalana i no fer-ho per a aquesta. En molts casos comparables els parlants tenen ple coneixement d'altres llengües molt més parlades en l'àmbit internacional i dins el mateix país i, per tant, el plurilingüisme o bilingüisme pel que fa al coneixement de les llengües és un fet. Però això, en cap cas, no posa traves que la llengua pròpia sigui sempre present en l'etiquetatge.

Com valora el consumidor o la consumidora la presència del català en l'etiquetatge i les instruccions d'un producte?

El consumidor/a català/catalana valora positivament que un producte estigui etiquetat en català (aspecte ratificat per tots els estudis seriosos fets fins ara). Tot i que molts consumidors o consumidores no són conscients o no es fixen en l'idioma de l'etiqueta, aquells que sí que ho fan, i que representen un percentatge que pot ésser significatiu per a les vendes, ho realitzen discriminant de manera positiva el producte que és en català.

Quant costa etiquetar en català?

El cost d'etiquetar en català es pot considerar ínfim o, fins i tot, pràcticament nul. L'argument pel qual no es pot etiquetar en català per raons de costos de l'etiqueta no té cap mena de fonament. Si un productor o productora és capaç de fer la despesa d'etiquetar en castellà pot fer-la també pel català. Tampoc presenta un problema d'espai com és ben palès en la pràctica cada cop més estesa de productes bilingües o multilingües arreu del món. La llengua catalana no presenta, en aquest sentit, cap complexitat afegida i existeixen totes les màximes facilitats per fer-ne una traducció correcta.

Legislació

Catalunya:

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, Capítol V. L'activitat socioeconòmica, articles 30 i 34 i les disposicions addicionals i transitòries
Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del consumidor. Capítol IV i les disposicions de la Llei.

Llei 15/2002, de 27 de juny, d'ordenació vitivinícola.
Llei 14/2003, de 13 de juny, de qualitat agroalimentària.
Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Andorra:

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra. Article 16.

Recursos

Ja etiquetes en català ? L'etiquetatge en català, una necessitat clau per a l'empresa moderna.

- *Orientacions per etiquetar en català i conèixer les raons i importància per fer-ho. Dirigit a empresaris i persones implicades del sector. Document elaborat per la Plataforma per la Llengua. 2006. Descarregable des del web de la Plataforma per la Llengua (www.plataforma-llengua.cat) en format pdf. També hi ha una versió publicada resumida en forma de desplegable amb el mateix nom i també descarregable des del mateix web*

Orienta a l'empresari sobre les raons per etiquetar en català, temes de legislació, dades sobre els consumidors, com afrontar l'etiquetatge en català dins de la resta del territori espanyol, la situació actual de l'etiquetatge, les pors de l'empresari, la situació en d'altres casos comparables....

Dins el web de la Plataforma per la Llengua, i concretament en l'apartat d'Estudis, es poden consultar diversos documents en format pdf sobre l'etiquetatge en diversos sectors (vins i caves, arrossos, marques blanques de supermercats, grans marques de begudes, aigües, centres comercials, cerveses...)

Catàleg de productors que etiqueten en català. Llista d'industrials i productors que etiqueten en català.

- ADEC Associació en Defensa de l'Etiquetatge en Català (www.adec.cat). Hi ha catàlegs des del 1989 fins al darrer del 2006. La informació dels catàlegs també es pot consultar a través del web.

L'ADEC publica de manera periòdica un catàleg amb el nom i els productes d'empreses que etiqueten en català. A més també ha publicat el document L'Evolució de l'Etiquetatge en Català (2005), descarregable per Internet en format pdf a www.adec.cat/estudi.pdf.

4.2.6.

Retolació i cartelleria (informacions generals, seccions, senyalitzacions, cartells d'ofertes, informacions del producte, fitxes dels productes a la prestatgeria...)

Quines obligacions hi ha per Llei?

Tal i com diu l'article 32.3 de la Llei de política lingüística cal que la retolació fixa (tant exterior com interior) dels establiments oberts al públic figuri, com a mínim, en català:

“La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuàries i consumidores dels establiments oberts al públic han d'ésser redactats, almenys, en català. Aquesta norma no s'aplica a les marques, als noms comercials i als rètols emparats per la legislació de la propietat industrial.”

El no acompliment d'aquesta Llei és sancionable, tal com està previst en la mateixa Llei a la disposició addicional cinquena sobre les garanties d'acompliment:

“b) L'incompliment dels preceptes dels articles 15, 30, 31 i 32.3 imputable a les empreses i les entitats concernides es considera una negativa injustificada a satisfer les demandes de les persones usuàries i consumidores, a la qual s'ha d'aplicar el règim sancionador que estableix la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.”

Així, s'entén que els rètols d'activitat (com per exemple el rètol extern que ens indica el tipus d'establiment: joieria, restaurant, mobles, esports, viatges...) com les llistes de preus i de serveis, les senyalitzacions, les indicacions... (entrada i sortida, horaris, indicacions de seccions, nom de les seccions, plafons informatius per als clients i clientes...) i tota la resta de senyalització fixa han d'estar com a mínim en català. Dins d'aquesta obligatorietat hi són inclosos els rètols d'informació del producte. És a dir, si un producte en una prestatgeria té el nom i el preu col·locat amb un cartellet a sota, o bé hi ha un plafó o un full al costat on s'indica el preu i les característiques del producte caldrà que, com a mínim, tota la informació aparegui en català. Aquesta obligatorietat, tot i no poder-se entendre com una retolació fixa, bé donada pel fet d'ésser un document d'oferta de serveis, on hi ha el preu (també previst en el mateix article 32.3 de la Llei de política lingüística).

Evidentment l'obligatorietat no afecta al nom de l'establiment, ja que aquest és una marca. Així hi pot haver un rètol d'identificació amb una part genèrica (restaurant xinès) i una altra d'específica (Fung Yu). La Llei només afecta la part genèrica del nom de l'establiment quan s'utilitza sola i no està emparada per la legislació de la propietat industrial. Sovint els rètols comercials porten indicacions d'activitat o publicitàries

complementàries, per exemple:

VIAJES CAPADOCIA, AGÈNCIA DE VIATGES. Les indicacions d'activitat complementàries han de ser almenys en català, mentre l'altra part s'entén com a marca o nom de l'establiment.

A més d'aquestes obligacions cal tenir present que en certs tipus d'establiments hi pot haver obligacions específiques (vegeu alguns exemples al capítol 4.3 sobre bones pràctiques en alguns sectors concrets d'activitat)

A les Illes Balears l'obligació afecta en els mateixos termes que a Catalunya. La Llei 11/2001, de 15 de juny, d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears reproduceix el mateix text:

“Article 8. Drets lingüístics dels consumidors

3. La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per als consumidors dels establiments oberts al públic han de ser redactats, almenys, en català. Aquesta norma no s'aplica a les marques, als noms comercials i als rètols emparats per la legislació de la propietat industrial.”

La Llei andorrana, va més enllà, i no només és obligatòria la retolació en català en la cartelleria fixa sinó també en la resta, i de manera preeminent. Així s'esmenta en l'article 15 de la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra:

“Article 15

Noms comercials i denominacions socials, rètols d'establiment i publicitat

1. Els noms comercials, les denominacions socials i els rètols d'establiment s'han de redactar en català.

2. Tot altre rètol oficial o privat, publicitari, comercial, informatiu o de qualsevol altra mena ha de ser també redactat en català.

3. Els cartells, proclames, propaganda, prospectes, catàlegs, trameses publicitàries, anuncis, tant orals com escrits, que es difonguin o es distribueixin dins d'Andorra s'han de fer en català. En lloc secundari poden utilitzar-se expressions en altres llengües, sempre que la superfície que ocupin sigui inferior al tema principal, redactat en català.

4. S'apliquen en aquesta matèria les normes i excepcions contingudes en la Llei de noms comercials, denominacions socials i rètols d'establiment. També s'exceptuen del que prescriu l'apartat 3 els catàlegs, cartells i prospectes editats a l'estranger i que es distribueixin des de l'estranger.

5. S'exceptuen del que preveu l'apartat 3 els missatges adreçats exclusivament a un grup lingüístic diferent del català en qualsevol camp de les seves relacions internes.

6. Tota la publicitat comercial i els cartells editats i distribuïts a Andorra dels cinemes, els teatres, els espectacles i qualsevol altra manifestació cultural pública han de ser redactats en la llengua oficial, sense perjudici dels títols i les denominacions en altres llengües.”

Quina en seria una bona pràctica?

Més enllà de la retolació fixa, una bona pràctica en l'ús del català seria que tota la cartelleria (fixa, variable, estacional o fins i tot els avisos puntuals o plafons lluminosos d'anuncis i informació) fos com a mínim en català. Cal recordar que alguns aspectes comporten l'adaptació de les bases de dades informàtiques però que no signifiquen problemes en la distribució d'aquests plafons o rètols, car sabem perfectament l'àrea on se situa l'establiment.

Hi ha ajuts per canviar el rètol?

De manera periòdica, des de l'administració, especialment la local i la Generalitat de Catalunya, hi ha convocatòries d'ajuts a la retolació de comerços en català. Tanmateix aquests ajuts normalment no es destinen als rètols nous o comerços de nova creació, sinó com a modernització i actualització dels establiments i rètols ja existents. Per part de la Generalitat normalment les convocatòries es fan des del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa (www.gencat.cat/diue).

Legislació

Catalunya:

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, Capítol V. L'activitat socioeconòmica, article 32 i la disposició addicional cinquena

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Andorra:

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra. Article 15.

Illes Balears:

Llei 11/2001, de 15 de juny d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears. Article 8.

Recursos

A dreta llei. Núm. 5 Retolació comercial. Generalitat de Catalunya. 1999.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dins la col·lecció de vuit tríptics divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística aquest fa referència a la retolació comercial.

La llei del català de portes endins, la llei del català de portes enfora

2006.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dos opuscles divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, relacionats amb la senyalització, els cartells d'informació general de caràcter fix, els documents d'oferta de serveis, els contractes, l'atenció a les persones consumidores i els topònims.

Oberts al català. Guia per instal·lar-se comercialment en català. Confederació de Comerç de Catalunya i Generalitat de Catalunya. 2007.

- També descarregable des del web de la Confederació de Comerç de Catalunya (www.confecomercat.es) i des del web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/llengcat).

Carpeta amb llibret i CD amb un resum dels drets lingüístics dels consumidors, bones pràctiques en el comerç, legislació i recursos. Existeix també en espanyol, anglès, urdú, àrab i xinès.

4.2.7.

Megafonia

Quines obligacions hi ha per llei?

No hi ha en aquests moments una interpretació directa de la Llei entenent que el català hagi d'ésser obligatori en la megafonia per a totes les empreses amb establiments o serveis oberts als clients o clientes. Tanmateix sí que existeix aquesta obligatorietat per a totes les empreses que ofereixen serveis públics, fins i tot les privades; com ara transports, subministraments o comunicacions. Així queda reflectit en l'article 31.1 de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística:

“Article 31

Les empreses de servei públic

1. Les empreses i les entitats públiques o privades que ofereixen serveis públics, com ara les de transport, de subministraments, de comunicacions i d'altres, han d'emprar, almenys, el català en la retolació i en les comunicacions megafòniques.”

En l'incompliment d'aquest article cal aplicar les infraccions i sancions previstes a la Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris. Així s'hi refereixen les garanties de compliment de la disposició addicional cinquena de la Llei de política lingüística.

Sí que hi ha obligacions en el cas del Principat d'Andorra, on la megafonia dels establiments i empreses que ofereixen serveis ha d'ésser, com a mínim, en català:

“Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra

Article 21

Comunicacions per altaveu

1. Les comunicacions per altaveu als establiments comercials i a les societats públiques del país es fan en català tot i que s'hi pot afegir la traducció a les llengües que siguin necessàries per a la bona comunicació.

2. Aquesta prescripció s'estén als centres esportius, a les discoteques, a les estacions d'esquí, als concerts, als espectacles, i a qualsevol altre indret o activitat oberts al públic.

3. S'exceptuen del que preveu l'apartat 2 anterior els missatges adreçats exclusivament a un grup lingüístic diferent del català en qualsevol camp de les seves relacions internes.”

Quina en seria una bona pràctica?

Més enllà del que preveu la Llei, recomanem que totes les informacions que es donen per megafonia siguin com a mínim en català, sigui quin sigui el tipus d'establiment o servei. De fet, llevat de casos puntuals de públics específics (per exemple missatges

destinats a grups turístics o grups lingüístics concrets), el català pot ésser perfectament l'única llengua emprada en la megafonia. En aquest sentit voldríem distingir tres tipus de missatges que es poden donar per aquest mitjà:

- 1) *Missatges generalistes destinats a tots els clients o les clientes, o usuaris o usuàries..*
Proposem que la megafonia es faci com a mínim tota en català. En general no hi ha necessitat d'utilitzar d'altres llengües llevat que els clients o clientes i usuaris o usuàries no l'entenguin o ens vulguem adreçar a públics específics (en aquest cas però no deixarem d'utilitzar el català).
- 2) *Missatges dirigits a un client o clienta concret (avisos principalment).*
Entenem que la llengua d'aquest client o clienta, o usuari o usuària concret no és la catalana i que fins i tot pot desconèixer-la, és lògic, en conseqüència, que empremuna una altra llengua. Tanmateix, essent el missatge públic, com a imatge de l'empresa, creiem que és convenient de fer-ho també en català (llevat de casos, és clar, molt particulars).
- 3) *Missatges dirigits a treballadors i treballadores, però que els clients o clientes, o usuaris o usuàries també els senten.*
En aquest cas, cal molta fidelitat en l'ús del català per megafonia, per no mostrar incoherències davant el client o clienta. Per tant, els missatges haurien de ser també en català. En el cas extrem que vagi dirigit a un treballador/a nou/nova que no desenvolupa una feina davant del client o clienta i que encara no té prou comprensió del català, a més de la llengua comprensible per aquest o aquesta és recomanable d'afegir també el català amb la mateixa informació.

Legislació

Catalunya:

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, Capítol V. L'activitat socioeconòmica, article 31 i la disposició adicional cinquena.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Andorra:

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra. Article 21.

4.2.8.

Pàgines web

Què en diu la llei?

No hi ha una legislació específica en aquest camp i, per tant, no existeix cap obligació. Tanmateix cal entendre que hi ha lleis (com l'Estatut del Consumidor del 1993 o la Llei de política lingüística del 1998) que vetllen per tal que les persones consumidores rebin les informacions del productes i dels béns de consum en català i, per tant, dins d'aquest context fóra bo de tenir en compte els drets lingüístics de les persones consumidores en el nostre web.

Quina importància té el català a la xarxa?

Segons el darrer informe de l'octubre del 2005 elaborat per Softcatalà sobre la presència del català a Internet (a partir de la base de dades del cercador Google) existeixen 7.140.000 pàgines en català, essent la nostra la 26a llengua més present a Internet. En aquest mateix informe es destaca que si tenim en compte el nombre relatiu de pàgines web indexades per nombre de parlants, el català ocupa la dinovena posició, per davant del castellà (24a posició), el portuguès (31a) i el xinès (33a), i d'altres llengües com el turc, el rus o l'àrab. Així mateix, segons un estudi nord-americà de l'organització Nitle (estudi Nitle Blog Census, blocs que contenen, com a mínim, 500 bytes de text), el català és la segona llengua més utilitzada als blocs després de l'anglès. Aquest estudi, que pot ser discutible, ens indica si més no una molt bona presència del català al món dels blocs. Una bona referència és que l'administrador principal de blocs (Blogger) té el català entre les 34 llengües operatives (novembre 2007). D'altra banda, i com a dada significativa del català dins la xarxa, destaquem que aquesta llengua va ésser la segona en incorporar-se a l'enciclopèdia electrònica Wikipedia després de l'anglès, i compta a hores amb 90.000 articles (novembre 2007) trobant-se entre les 20 primeres llengües amb més entrades. El principal cercador, Google, no només ofereix aquest servei en català, amb recerques específiques, sinó que també existeixen més aplicacions en la nostra llengua (en el cas de Google Books el català, per exemple, és la segona llengua). D'acord amb el Baròmetre de l'ús del català a Internet que elabora WICCAC, el català presenta un creixement sostingut a la xarxa. Malgrat que encara hi ha molt de camí per fer, cada cop es va implantant més en els webs de les empreses catalanes i multinacionals. En destaquem justament els anys 2006 i 2007 com claus per a la incorporació de la versió catalana en els webs d'importants marques de productes d'abast internacional. Així mateix el domini .cat, que agrupa els webs de la comunitat catalanoparlant, ha estat tot un èxit. En deu mesos d'ençà que es va fer activa (13 de febrer del 2006) es van aconseguir més de 19.000 dominis actius, amb més de 3,5 milions de pàgines web. A setembre del 2007 ja n'eren 24.000 (amb més de 4 milions de documents), essent també el 5è domini en volum de documents que contenen les webs en el rànquing de les llengües del món.

Per a més informació vegeu també l'apartat 4.3.5. sobre telecomunicacions, productes informàtics i TICs en general.

Quina en seria una bona pràctica?

Cal tenir en compte que tota empresa que fa servir Internet mitjançant un web propi (sigui per venda, atenció als clients o clientes, informació, pàgina promocional, publicitat...), tot i tenir un abast territorial molt ampli, el client o clienta sempre serà local, amb unes característiques concretes lligades a un territori, una llengua i una cultura, i que a la vegada aquest mitjà cada cop més condiona un apropament directe del producte al client o clienta, justament com l'aparador més directe: a casa o en l'àmbit de treball, en el moment que ho decideix, de la manera que aquest vol que sigui més còmode. Per tant, és importantíssim el paper de la llengua com a portal d'entrada del producte i l'empresa. A més, sortosament, les noves tecnologies i la presència més extensiva del multilingüisme als webs de les empreses, fan pràcticament indispensable aquesta pràctica si no es vol entrar en incoherències davant de l'usuari o usuària pel que fa a la imatge i el prestigi de l'empresa.

Els clients o les clientes prefereixen un producte al màxim de proper i poder emprar amb tota tranquil·litat llur llengua, sense traves ni dificultats afegides. Comprenen millor els missatges comercials en la pròpia llengua, i quan diem comprenen no ens referim només en el sentit d'entendre el significat del missatge, sinó de sentir-lo proper i fàcil. També el nivell de recordança d'aquest missatge és molt més eficient i influeixen molt més en el consumidor o consumidora a l'hora de triar un producte.

La comunitat lingüística catalana viu especialment el fenomen de la societat en xarxa, més que no pas en d'altres comunitats europees similars a la nostra. Per tant, les empreses que venen o utilitzen les TICs han d'aprofundir en l'anàlisi de l'oportunitat econòmica que suposa l'oferta de serveis en català.

Sobre els webs es poden donar diverses opcions per a les empreses que venen llurs productes en l'àmbit territorial de parla catalana:

- 1) **Lloc web monolingüe:** Si el nostre àmbit d'actuació és exclusiu per a les terres de parla catalana o el producte està relacionat justament en qüestions específiques d'aquest territori o de la cultura i llengua, és lògic que el web sigui monolingüe català. En aquest cas el domini emprat pot ésser-ne qualsevol en funció de l'objectiu del web (.es, .cat, .com, .org...), tot i que l'ús del .cat, cada cop més extens, és especialment adient. Per descomptat pot ser que utilitzem enllaços en la pàgina principal en d'altres llengües per donar informacions generals (no pas, per tant, complertes) o corporatives de la nostra empresa (en aquest cas hi ha webs on existeixen informacions en anglès o altres llengües un cop hem entrat en el lloc web en català)
- 2) **Lloc web multilingüe.** Aquesta és una forma molt emprada atès que l'actuació de la nostra empresa pot abastar clients o clientes més enllà de l'àmbit territorial de parla catalana o bé de manera específica certs sectors dins d'aquest àmbit. Llavors el nostre web a més d'ésser en català tindrà diferents opcions en d'altres llengües segons el tipus de clients o clientes on incideix o vol incidir l'empresa. És molt important que sempre que ens dirigim

al client o clienta català/catalana, o en sigui un potencial consumidor o consumidora, l'opció en llengua catalana existeixi com a mínim en les mateixes condicions que emprem les altres llengües en els territoris d'actuació comparables. En aquest sentit és important de distingir el paper i l'ús de la llengua atès el públic on ens dirigim.

- a. En els webs corporatius o internacionals de les empreses (generalment per empreses amb el domini .com) no sempre tota la informació és en les llengües on es distribueix el producte. En aquests casos normalment es realitza en una o unes poques llengües d'ampli coneixement internacional, o en tot cas també en la llengua d'on és pròpia l'empresa. Per posar un exemple, una multinacional alemanya és possible que tingui el web principal en alemany i anglès i que remeti a webs específics segons idiomes o països en les respectives llengües amb informacions diferenciades. Així mateix, una multinacional catalana tindria el web per exemple en català i anglès i remetria a pàgines específiques per països o idiomes.
- b. En els webs específics per països o per comunitats lingüístiques concretes el tractament lingüístic tindrà en compte aquest àmbit local. Si el web és per països (bé sigui per exemple amb el domini .es per l'estat espanyol o un altre web específic que ens hi remet a partir del web internacional), tenint en compte que l'empresa actua per descomptat en l'àmbit territorial de parla catalana, caldrà que en aquest .es, per exemple, hi sigui l'opció idiomàtica en català. Si una empresa ven només a Madrid, València i Barcelona, el web per a l'Estat espanyol seria doncs, com a mínim, en castellà i català. Si ven significativament arreu de l'Estat, hi hauria les quatre llengües (castellà, català, gallec i basc).
- c. Els webs específics amb el .cat són una bona manera de redirigir directament a la versió amb l'opció en català, sense haver de fer cap tipus de tria. Així una mateixa opció del web en català hi podríem arribar per exemple de diverses maneres: Des d'un web internacional on ens remetria a una llista de llengües o països a escollir, des del web per l'Estat espanyol (.es per exemple) que ens deixaria escollir l'opció en català, o des del .cat que directament ens portaria a la versió en català (tot i poder escollir posteriorment si s'escau altres opcions idiomàtiques des d'aquest mateix web).

El tractament lingüístic i la coherència davant el client o la clienta (evitar barreges caòtiques de llengües dins un mateix web)

La coherència davant el client o clienta en el tractament lingüístic és important. Així, no només cal tenir present que existeixi una opció idiomàtica del web en català, sinó que aquesta sigui de fàcil accés per part de l'internauta i que pugui desenvolupar les

tasques i obtenir la informació complerta en aquesta llengua. No seria lògic presentar una opció en català al costat de les altres llengües i l'usuari o usuària s'adonés que certes informacions, que certs tràmits, contactes... no els pot realitzar des de l'opció en català. Així mateix és important evitar el desgavell idiomàtic, és a dir; entrem a l'opció en català però un cop allí veiem que hi ha un seguit d'informació en castellà o que els enllaços ens remeten a pàgines en d'altres llengües i, per tant, el català es presenta com una façana poc creïble per a l'usuari o usuària, tot creant certa desconfiança i insatisfacció. Evidentment és lògic, i així mateix pot succeir, que certs enllaços ens remetin al web internacional de l'empresa, de manera que certa informació pot ser, per exemple, només en anglès. En aquest sentit és important, o bé avisar a l'usuari o usuària de la possibilitat que certes informacions només es trobin en una altra llengua per ésser enllaços lligats a un altre web internacional; o bé que en tot cas, es faci ben evident aquest canvi, de manera que quedi justificat i coherent davant l'usuari o usuària.

Tipus d'accés a la versió en català mitjançant el web multilingüe (jerarquia lingüística)

La manera d'accedir als continguts amb una llengua pot fer-se de diverses maneres segons, és clar, el tipus de pàgina. És molt important tenir cura d'aquells detalls tècnics que condicionen la tria de la llengua de la clientela. La bona o mala gestió d'aquests aspectes influirà de manera prou decidida perquè l'internauta se senti respectat o no en la seva tria lingüística. Aquests en són uns quants exemples:

1) Llengua no predeterminada

Aquest és segurament la forma més idònia per la majoria de webs d'empresa per ésser coherents amb el client o la clienta. L'usuari o usuària entra en un entorn neutre on se li presenten diverses opcions idiomàtiques. Tria l'opció (en aquest cas català) i accedeix als continguts en aquesta llengua. Quan des del mateix ordinador torna a visitar el mateix web, pot tornar a fer la tria (cada vegada ha de triar la llengua abans d'accedir-hi) o bé ja no accedeix a la pàgina de tria de llengua, sinó que es mostra directament la pàgina de continguts del portal en la llengua que l'usuari va seleccionar en una visita anterior, i en tot cas un cop dins l'entorn, ja amb la llengua anteriorment triada, té l'opció de canviar de llengua. Aquest model no imposa cap llengua d'entrada i és l'usuari o usuària qui triarà la llengua que desitgi. Per a una gran multinacional que té un web corporatiu .com, per exemple, i remet a webs per països i llengües, pot haver-hi petites modificacions en aquest model:

- El web general internacional pot indicar ja d'entrada totes les llengües disponibles i que l'usuari o usuària triï l'entorn.
- El web general internacional pot indicar ja d'entrada les webs per països, i un cop allí s'accedeix, sense llengua predeterminada, entre les diferents llengües on actua l'empresa en aquell país (català-castellà, català-castellà-gallec-basc...)
- El web internacional és en una llengua predeterminada amb informació general de l'empresa (generalment l'anglès) i hi ha una

galleta que bé remet a les diverses llengües o bé a informacions per països (en aquests, a la vegada sense predeterminedar, ens indicarà les llengües per fer la tria)

2) Llengua predeterminedada

Més enllà de l'exemple anterior per webs corporatius o amb una única llengua internacional (vegeu l'apartat anterior), en aquests casos es tracta d'un lloc web multilingüe que quan l'usuari o usuària el visita, per defecte accedeix a una de les versions idiomàtiques, tot i que el lloc web ofereix la possibilitat de canviar els continguts en altres llengües un cop dins. En general aquesta fórmula no és gaire recomanable. Per exemple, en un web que sigui en castellà, basc, gallec i català dirigit a tot l'Estat espanyol, no és recomanable accedir a la versió en català després de passar per l'entorn castellà, cosa que provoca un greuge en la percepció de l'usuari o usuària. Llevat, és clar, que el web sigui específic per a una comunitat lingüística determinada, o s'identifiqui amb aquesta o les altres opcions siguin més per a visitants o potencials consumidors o consumidoras més secundaris. L'altra opció és que s'accedeixi amb el *.cat*, de manera que evidentment l'entorn hauria d'ésser d'entrada predeterminedat en català tot i que després pugem canviar de llengua. És una bona fórmula que actuaria com a drecera de webs multilingües per accedir directament a l'opció català. Mentre el web *.es* o *.com* accedim sense llengua predeterminedada i hem de fer la tria, amb el *.cat* anem directament a la versió en català.

Senyalització de l'idioma de tria

Bé sigui de manera predeterminedada o no, l'opció idiomàtica per fer l'enllaç pot presentar-se de diverses maneres:

- Amb una bandereta que en el cas del català correspondria a la de les quatre barres.
- Amb el nom de l'idioma en la llengua corresponent (català)
- Amb una frase de benvinguda en cada llengua d'accés (del tipus; "benvingut", "benvinguts", "cliqueu aquí", "entreu"...). Aquesta opció sovint s'ha fet servir per evitar reticències en el nom de la llengua.
- Altres opcions imaginatives; des del nom del país (per exemple Catalunya o Països Catalans per accedir a la versió catalana) o distingir un nom o mot en diverses llengües per accedir a les diferents versions.

Finalment voldríem esmentar el document *El multilingüisme als webs d'empresa. Orientacions per al multilingüisme als webs d'empresa*, elaborat des de la Secretaria de Política Lingüística (vegeu més avall els recursos), i destacar que també existeixen ajuts per tal d'incloure i emprar el català en els web, a més de totes les facilitats per fer les traduccions i correccions pertinents. Les convocatòries d'aquests ajuts depenen del moment en concret i ens alguns casos de l'especificitat i objectius de la pàgina. La Generalitat de Catalunya, per exemple, a través del programa d'incorporació de les tecnologies de la informació i de la comunicació a la petita i mitjana empresa

comercial, concedeix ajuts per a la creació de pàgines web i portals informatius amb el requisit que disposin, com a mínim, d'una versió íntegra en llengua catalana. Aquests són per exemple les subvencions del COPCA (Consorti de Promoció Comercial de Catalunya) per a l'elaboració de webs multilingües.

Per a més informació vegeu també l'apartat 4.3.5. sobre telecomunicacions, productes informàtics i TICs en general.

Recursos

El multilingüisme als webs d'empresa.

- Orientacions per al multilingüisme als webs d'empresa (www.gencat.cat/websmultiling/). Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya. 2005.

Orientacions adreçades a les empreses i organitzacions que desenvolupen l'activitat a Catalunya o tenen la població catalana entre el seu públic objectiu, amb la finalitat de fomentar l'ús del català als webs d'empresa. L'opuscle es troba també en format web i pdf, en català, castellà, anglès i occità (aranès). Aquest format inclou també orientacions destinades als responsables del web, relatives al disseny i producció de llocs web multilingües.

Baròmetre de l'ús del català a Internet (www.wiccac.cat); lloc web de Wiccac (Webmàsters Independents en Català de Cultura i d'Àmbits Cívics).

- De manera periòdica (mensual) analitza l'ús del català en diversos webs relacionats en l'àmbit d'actuació català, particularment sobre l'ús del català als webs de grans empreses i organitzacions radicades a Catalunya i a altres llocs de parla catalana, o que hi ofereixen llurs productes i serveis.

Pàgina web del Termcat (www.termcat.cat)

- Hi ha una àmplia gamma de recursos de tot tipus, especialment diccionaris de termes propis d'Internet, però també eines més especialitzades de gran utilitat.

Noves tecnologies i Internet: diccionari terminològic Societat de la informació. 2a ed. rev. i ampl. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2003.

Segona edició revisada i ampliada que conté més de 2.000 termes en català, castellà, francès i anglès, amb definicions incloses, sobre les xarxes de telecomunicacions, Internet, informàtica, telefonia i televisió

Terminologia del comerç electrònic.

- Diccionari en línia, tot i que també hi ha la versió impresa. Vocabularis i diccionaris varis del TERMCAT (2006) (www.termcat.cat, concretament a http://www.termcat.cat/dicci/com_electronic/index.html).

Aquest diccionari aplega 284 denominacions catalanes corresponents als conceptes més habituals de l'àmbit del comerç electrònic, juntament amb les equivalències en castellà, francès i anglès i les definicions respectives. Els termes es poden consultar a partir de les denominacions en qualsevol de les quatre llengües de treball (català, castellà, francès i anglès). Conjuntament amb aquesta terminologia s'han editat dos tríptics, titulats Màrqueting electrònic, amb una selecció de 39 termes bàsics, i Seguretat a la xarxa, amb 29 termes.

Màrqueting electrònic. Tríptic. TERMCAT, Centre de Terminologia. Màrqueting electrònic. 2006.

Tríptic que conté 39 termes relacionats amb el màrqueting electrònic, com ara bàner, anunci emergent, anunci latent, anunci intersticial o usabilitat.

Seguretat a la xarxa Tríptic. TERMCAT, Centre de Terminologia. Màrqueting electrònic. 2006.

Tríptic que conté 29 termes relacionats amb la seguretat a la xarxa, com ara correu brossa, descaminament, esquer o pesca.

Internet Tríptic. TERMCAT, Centre de Terminologia. Màrqueting electrònic. 2003.

Elaborat i editat pel TERMCAT amb el suport del Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació, el Consorci per a la Normalització Lingüística i el Govern d'Andorra, el tríptic d'Internet conté 64 termes amb els equivalents en castellà i anglès i notes d'ús complementàries.

Lèxic panllatí de comerç electrònic . Vocabularis i diccionaris en línia varis del TERMCAT (2003) D'ús des del web www.realiter.net.

El TERMCAT ha elaborat la versió catalana del Lèxic panllatí del comerç electrònic. El projecte ha estat elaborat per la Xarxa Panllatina de Terminologia (Realiter) i coordinat per l'Oficina de la Traducció del Govern del Canadà. Aquesta obra inclou la terminologia de diferents àrees d'especialitat relacionades amb aquest àmbit, com ara les transaccions, el màrqueting, la seguretat, la criptografia, les comunicacions, els productes i serveis a persones i empreses, la protecció dels consumidors i les tecnologies de la informació i la comunicació. El lèxic, únicament de consulta en línia, conté, a més de la versió catalana, les versions en castellà, francès,

gallec, italià, portuguès, romanès i anglès.

Diccionari d'Internet. TERMCAT, Centre de Terminologia. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 2001. (El Calidoscopi)

Eina pràctica adreçada als internautes perquè puguin resoldre els dubtes que els sorgeixen a l'hora de navegar per la xarxa, consultar-hi els termes que li són característics, conèixer trucs diversos, dades d'actualitat, els acrònims més utilitzats, emoticones, dominis, programes de correu electrònic, navegadors, cercadors, serveis en línia, proveïdors, etc.

Terminologia Oberta- Internet i societat de la Informació. TERMCAT, Centre de Terminologia. (2005) fitxes conceptuals en format XML

S'inclou dins una col·lecció que aplega repertoris terminològics d'interès general, procedents de treballs de recerca terminològica duts a terme pel TERMCAT, que es poden baixar lliurement. El format en què es presenten, l'XML, és un llenguatge que permet estructurar les dades segons convingui i exportar-les a qualsevol format. Les denominacions són en català, castellà i anglès.

Altres diccionaris i vocabularis varis

Més enllà del diccionari de comerç electrònic del Termcat hi ha múltiples eines a la xarxa sobre diccionaris i vocabularis d'Internet en català. N'esmentem alguns tot i que se'n poden trobar molts més:

Lèxic bàsic d'Internet: lèxic català-anglès i anglès-català, elaborat per la Universitat de les Illes Balears i consultable a:
<http://www.caib.es/conselleries/educacio/lexic/lexic.htm>

Diccionari d'Internet: conté 62 entrades, amb definicions. Llengües català i anglès:
<http://personal2.iddeo.es/ferranguri/Treball/diccionari/diccionari.html>

Vocabulari bàsic d'Internet: servei de Llengües i Terminologia de la UPC; Gabinet de Llengua Catalana de la UAB. Barcelona. Institut Joan Lluís Vives, 2002, 913 entrades amb traduccions al català, castellà i anglès, descarregable a Internet a:
<http://www.upc.edu/slt/vocabularis/pdf/internet.pdf>

Interdiccionari: conté aproximadament 230 entrades, amb definicions. Llengües català i anglès: <http://www.fut.es/~sev/codi/1.htm>

Referències d'Internet. Glossari de termes d'Internet (Conté 83 termes, amb definicions. D'ús a la xarxa a <http://lg.msn.com/intl/ca/tutorial/glossary.htm>)

També us recomanem els webs www.llengua.org, www.informaticaencatala.com, www.softcatala.cat i l'apartat 4.3.5. sobre telecomunicacions, productes informàtics i TICs en general

4.2.9.

Contractes i factures

Quines obligacions hi ha per llei?

Pel que fa als contractes d'adhesió, normats, amb clàusules tipus o amb condicions generals, a Catalunya les empreses els han de tenir disponibles en exemplars separats, en català i en castellà. Per tant, el client o clienta ha de disposar de la versió catalana i aquesta ha d'estar a disposició immediata del client o clienta en exemplars separats en català i en castellà. Això afectaria, per exemple, un contracte de serveis financers, un contracte d'assegurances, un préstec, una hipoteca... Així queda ben palès en l'article 15, apartat 3, de la Llei de política lingüística. D'altra banda, els documents privats, contractuals o no, qualsevol que sigui la naturalesa, s'han de redactar en la llengua oficial que les parts acordin (per exemple: un contracte privat de compravenda d'un habitatge); així s'especifica en l'apartat 2 del mateix article:

“Els documents civils i mercantils

1. La llengua no és requisit de forma dels documents privats. Per tant, són vàlids els redactats en qualsevol idioma, sens perjudici de les traduccions que les lleis civils, mercantils o processals exigeixin per a executar-los, en el cas que l'idioma no sigui oficial a Catalunya.

2. Els documents privats, contractuals o no, qualsevol que en sigui la naturalesa, redactats en qualsevol de les dues llengües oficials a Catalunya són vàlids i no requereixen cap traducció per a exigir-ne judicialment o extrajudicialment el compliment en l'àmbit territorial de Catalunya.

3. Els documents a què es refereix l'apartat 2 s'han de redactar en la llengua oficial que les parts acordin. Nogensmenys, si es tracta de contractes d'adhesió, normats, contractes amb clàusules tipus o amb condicions generals, s'han de redactar en la llengua que escullin els consumidors i consumidores i han d'estar a disposició immediata dels clients i clientes en exemplars separats en català i en castellà.”

En el cas que una empresa no compleixi l'article 15, la mateixa Llei preveu en la disposició addicional cinquena el règim sancionador que estableix la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina de mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Aquesta mateixa obligació també es veu ratificada en els drets expressats en l'article 26.b de l'Estatut del consumidor des de l'any 1993:

“Ús del català en la informació i en la contractació.

D'acord amb el que estableix l'article 3.3 de l'Estatut d'autonomia de Catalunya:

b) Qualsevol part interessada té dret a rebre en català els contractes d'adhesió, els contractes amb clàusules-tipus, els contractes normats, les

condicions generals i la documentació que hi faci referència o que es desprengui de la realització d'alguns dels contractes esmentats.”

Més enllà d'aquestes obligacions, que afecten en general a totes les empreses, hi ha legislacions específiques segons els sectors i àmbits. Això també pot afectar a d'altres documents com el tiquet, la factura, l'albarà, etc. És en aquest sentit que recomanem d'informar-se sobre la legislació de manera adient segons el tipus d'empresa, a la vegada que en el capítol sobre bones pràctiques en alguns sectors concrets d'activitat (4.3.) n'esmentem alguns exemples; com les entitats financeres i d'assegurances (4.3.2.), les agències de viatges (4.3.3.), les empreses de transports (4.3.4.), les empreses de telecomunicacions (4.3.5.) i les empreses d'instal·lacions, reformes, manteniments i reparació de béns de naturalesa duradora i de l'habitatge; i altres prestacions a domicili (4.3.7.). Per a d'altres casos insistim que cal consultar la normativa específica. De tota manera, aquí n'esmentem alguns altres dels més rellevants:

- 1) Les empreses públiques de la Generalitat o d'alguna altra administració de Catalunya i les que presten un servei de concessió d'alguna d'aquestes administracions.
- 2) Les empreses de servei públic en general. Com ara les de telefonia fixa i mòbil, comunicacions per Internet, correus, ferrocarrils, taxis, línies d'autobusos, companyies aèries i les subministradores d'aigua, llum i gas.
- 3) Els allotjaments turístics.

1) Les empreses públiques de la Generalitat o d'alguna altra administració de Catalunya, i les que presten un servei de concessió d'alguna d'aquestes administracions

La Llei de política lingüística especifica clarament l'obligació de fer servir normalment el català en les factures, documents comercials, comunicacions i notificacions adreçats a les persones residents en l'àmbit lingüístic català, si l'empresa presta una concessió de la Generalitat o d'alguna altra administració de Catalunya,

“Article 30

Les empreses públiques

- 1. Les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, i també les seves empreses concessionàries quan gestionen o exploten el servei concedit, han d'emprar normalment el català en llurs actuacions i documentació internes i en la retolació, en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'emalatge dels productes o els serveis que produeixen o ofereixen.*
- 2. Les empreses a què fa referència l'apartat 1 han d'emprar normalment el català en les comunicacions i les notificacions, incloses les factures i els altres documents de tràfic, adreçades a persones residents en l'àmbit lingüístic català, sens perjudici del dret dels ciutadans i ciutadanes a rebre-*

les en castellà o, si és el cas, en català, si ho demanen.”

La disposició addicional cinquena de la mateixa Llei en preveu el règim sancionador en cas de no acomplir-se.

2) Les empreses de servei públic; com ara les de telefonia fixa i mòbil, comunicacions per Internet, correus, ferrocarrils, taxis, línies d'autobusos, companyies aèries i les subministradores d'aigua, llum i gas.

Segons l'article 31 de la Llei de política lingüística, les empreses de servei públic, com ara les de telefonia fixa i mòbil, comunicacions per Internet, correus, ferrocarrils, taxis, línies d'autobusos, companyies aèries i les subministradores d'aigua, llum i gas, han de fer servir el català en les comunicacions i notificacions escrites, incloent-hi les factures i altres documents comercials adreçats a persones residents a Catalunya.

“Article 31

Les empreses de servei públic

1. Les empreses i les entitats públiques o privades que ofereixen serveis públics, com ara les de transport, de subministraments, de comunicacions i d'altres, han d'emprar, almenys, el català en la retolació i en les comunicacions megafòniques.

2. Les comunicacions i les notificacions escrites adreçades a persones residents a Catalunya per les empreses i les entitats a què fa referència l'apartat 1, incloses les factures i els altres documents de tràfic, s'han de fer almenys en català, sens perjudici del dret dels ciutadans i ciutadanes a rebre-les en castellà si ho demanen.

3. El que disposa l'apartat 2 en relació amb les factures i els altres documents de tràfic s'entén sens perjudici de la competència de l'Estat per a organitzar els serveis esmentats quan els presta directament o per mitjà de les seves empreses i entitats.”

La disposició addicional cinquena de la mateixa Llei en preveu el règim sancionador en cas de no acomplir-se.

3) Allotjaments turístics

La normativa obliga a fer en català la factura dels serveis prestats per l'allotjament turístic. Així està especificat en l'article 10 del capítol 4 sobre facturació del Decret 53/1994, de 8 de febrer, sobre el règim de preus, reserves i serveis complementaris en establiments d'allotjament turístic.

“Capítol 4 Facturació

Article 10. Requisits de les factures

La factura haurà de contenir, almenys en català, de manera clara i especificada, ja sigui nominalment o en clau, desglossats per dies i conceptes, els diversos serveis prestats per l'establiment d'allotjament turístic.”

L'article 39 del mateix Decret fa referència a les infraccions i sancions en cas de no acomplir-se la normativa.

Legislació andorrana

A Andorra, segons l'article 22 de la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra, les factures i contractes cal fer-los en català:

“Article 22

Contractes i altres documents

1. Qualsevol part interessada té l'obligació de contractar en català i rebre en aquest idioma els contractes de treball, els contractes anomenats d'adhesió i els contractes normats.

(...)

4. Tothom ha de redactar i té dret a rebre, les comandes, les factures, els pressupostos, els rebuts, els projectes i, en general, la documentació pròpia de la contractació mercantil, en català.”

Quina en seria una bona pràctica?

Més enllà d'allò que diu la Llei pel que fa als contractes i factures, caldria que les empreses, independentment del tipus d'activitat que desenvolupen, tinguessin la totalitat d'aquests documents com a mínim en català a disposició del client o clienta a Catalunya i quan aquest pertany a l'àmbit territorial lingüístic de parla catalana (evidentment això no exclou que també estiguin a disposició en d'altres llengües).

Un altre aspecte força important és que el client o clienta no es vegi mai en la necessitat de demanar expressament la factura o el contracte en català. Caldria que, bé sigui per defecte en llengua catalana o bé que el client o clienta abans de realitzar o rebre el contracte o factura sigui preguntat sobre l'idioma i, en conseqüència, pugui disposar d'aquests documents en aquesta llengua sense cap mena de dificultat o esforç mínim.

Legislació

Catalunya:

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, articles 15, 30 i 31.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del Consumidor, article 26.

Decret 168/1994, de 30 de maig, de reglamentació de les agències de viatges.

Decret 53/1994, de 8 de febrer, sobre el règim de preus, reserves i serveis complementaris en establiments d'allotjament turístic.

Decret 213/2001, de 24 de juliol, de protecció dels drets del consumidor i usuari en la prestació de serveis sobre els béns de naturalesa duradora.

Decret 290/1995, de 28 de setembre, pel qual es regulen determinades activitats de prestació de serveis a domicili.

Andorra:

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra. Article 22.

Recursos

A dreta llei. Núm. 8 Comunicacions empresarials. Generalitat de Catalunya. 1999.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dins la col·lecció de vuit tríptics divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística aquest fa referència a diversos aspectes de la comunicació empresarial, com l'atenció oral i escrita als consumidors i consumidores, la senyalització i retolació, els documents d'oferta de serveis, els contractes, factures....

Manual de consells pràctics per redactar documents. Montserrat Badia Gomis, Govern d'Andorra, Ministeri d'Educació, Cultura, Joventut i Esport. Servei de Política Lingüística, 2005.

- També descarregable en format web a www.catala.ad

Es tracta d'un manual imprès en format útil i fàcil d'emprar, amb informació molt completa per a la redacció de tot tipus de document. Hi ha exemples, consells pràctics, qüestions ortogràfiques, de forma... Des del web també es pot accedir als mateixos continguts mitjançant documents en format pdf de cada temàtica

Web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya

- Descarregable a www6.gencat.net/llengcat

Dins el web, a l'apartat d'El català a l'abast i Assessorament Lingüístic s'especifica per cada document com fer la redacció. A <http://www6.gencat.net/llengcat/altres/models.htm> hi ha també alguns exemples de models en català de documents diversos.

Manuels de Documents per a l'empresa Elaborat per Departament d'Indústria Comerç i Turisme de la Generalitat de Catalunya i accessible per web a www.gencat.cat/diue/llengua/eines_per_a_l_empresa/mde/web/index.html

Hi una seguit d'exemples i recomanacions per elaborar tot tipus de documents de l'empresa, entre ells les factures i albarans.

Web de Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya

- A www.gencat.cat/treball/

Hi ha alguns exemples de models en català de documents de contractes de treball.

4.2.10.

Tractaments diversos escrits (tiquets de compra, bosses, fulls de suggeriments, certificats de garantia, enquestes, formularis...)

Quina en seria una bona pràctica?

Més enllà dels diferents aspectes tractats en aquest apartat, n'hi ha molts d'altres que caldria no descuidar per tal de seguir una coherència i bona pràctica vers les persones consumidores o la clientela. Comptat i debatut, la bona pràctica en tots aquests àmbits es desprèn com a conseqüència de tenir present la persona consumidora catalana en les diverses activitats que desenvolupem. A títol d'exemple n'esmenten alguns

- Inscripcions de preu i altres indicacions en els tiquets de compra, tiquets de devolució, tiquets del pàrquing...
- Bosses dels establiments, tant generalistes com més específiques (com pot ser una bossa tèrmica d'un supermercat) i carretons de la compra o altres estris semblants.
- Avisos i informacions diverses a la clientela, sobretot les més instantànies, fins i tot escrites a mà (avisos de neteja, d'incidències, seguretat...)
- Cartells i paperassa d'ofertes, rebaixes, promocions, oportunitats...
- Documents diversos escrits o per emplenar: garanties dels productes, fulls de validació o registre, enquestes per omplir, fulls de suggeriments... (també per via electrònica)
- Revistes de promoció de l'establiment, del producte o d'àmbits culturals o diversos relacionats amb el producte de venda.
- Targetes de fidelització de la clientela, de descompte, targetes-regal o altres.
- Material publicitari promocional (sobres de sucre, tovallons, estovalles de paper, bolígrafs, gorres...)
- Punts i aparells de reciclatge de productes
- Guixetes i consignes
- Vals de compra
- Informació escrita i digital en les pantalles de les màquines expenedores de productes, els caixers automàtics, del pàrquing...
- Pantalles digitals publicitàries i informatives i plafons mòbils.
- Tiquets i aparells de tanda d'espera
- Targetes de presentació del personal de l'empresa
- Correcta adaptació dels noms traduïts d'altres llengües en formes properes i genuïnes i coherència en els tractaments. Així per exemple en un llistat de preus la "cuajada" en castellà la traduirem per "brossat" o "mató" i no pas per "cuajada" llevat que el factor origen sigui molt important. O no posarem noms de marques del tipus "Viajes Alegre. Agències de Viatges" sense canviar el "viajes" en l'àmbit territorial català sí que ho fem en l'àmbit d'un altre idioma (per exemple si en portuguès el canviéssim per "Viagens Alegre"). Intentarem que el noms dels productes tinguin un caràcter internacional, bé arrelats al lloc que els relaciona com a productes o bé propers al català.

4.2.11.

Informació a l'usuari o usuària sobre l'ús del català en els productes de venda

Per què és tan important que el client o clienta, o usuari o usuària estigui plenament informat de l'ús del català en els productes i serveis?

Cal reconèixer que els antecedents de manca de normalitat democràtica encara tenen repercussions en l'oferta de productes en català, però aquestes conseqüències fins i tot són més evidents en la consciència i hàbits la persona consumidora, de manera que la percepció d'aquest, fruit evidentment del desconeixement dels darrers avenços és, en general, més baixa pel que fa a l'oferta en català que no pas la que hi ha realment. Per tant, és ben lògic que per part del client o clienta sovint pressuposi, per l'experiència pròpia i el costum acumulat, que aquell producte i servei no estigui disponible en català, i així, tot i preferir-ne aquesta versió o ésser-ne totalment neutre pel que fa a la llengua, acabi adquirint per defecte un producte en castellà o altre llengua, tot creant-se una situació si més no curiosa i de baixa qualitat en el servei envers la clientela.

Aquesta situació encara s'agreuja més quan al desconeixement, d'altra banda, com hem dit sovint lògic per part del client o clienta, s'hi afegeix el desconeixement del venedor o venedora que no sap que pot oferir o té a disposició del client o clienta, o usuari lo usuària la versió en català del servei o producte. En casos més greus, i de realment baixa qualitat del servei, el venedor o venedora, tot i conèixer l'existència de la versió catalana, no l'ofereix per defecte o en igualtat de condicions respecte altres llengües, bé per hàbit i manca d'actualització del servei (fins ara sempre ha posat a disposició una versió no en català) o pel fet de pressuposar que no serà ben acollida.

Com a conseqüència de tot això, el consum del producte en català pot ser més baix respecte al potencial comercial que té, i ensems el client o clienta poc sentir-se poc o gens content de no poder-lo haver obtingut en català tot i ésser-hi.

Per tant, la informació és molt important; tant com la presència del català en el producte o servei. Això és especialment evident en els productes on l'ús de la llengua que en faci l'usuari o usuària és important (un programa informàtic, un joc, un llibre, un telèfon mòbil, un joc d'ordinador, una pel·lícula...). És en aquest sentit que recomanem també la lectura de l'apartat 4.3.8. sobre distribució i venda de productes lingüístics (pel·lícules, DVDs, llibres, revistes, diaris...) per ser-hi estretament relacionat.

Quina en seria una bona pràctica?

Tot seguit donem un seguit de pautes que considerem imprescindibles per donar un bon servei a les persones consumidores:

- El venedor/a o ofertant ha de tenir ple coneixement de l'existència o no del català en els productes o serveis que ofereix.
- Si hi ha un producte en més d'una llengua, i atès que la pròpia de Catalunya és el català, oferir per defecte la versió catalana o en tot cas fer l'opció de tria entre les diverses versions en igualtat de condicions. Puntualment pot ser que el client o clienta ens demani el producte en una llengua en particular, i que aquesta no sigui el català. Naturalment en aquests casos li oferirem (si és possible) el producte directament en la llengua demanada, tot i que cal puntualitzar que fins i tot en aquests casos a vegades és bo informar-lo de la versió en català. Per posar un exemple: Un comprador/a demana la versió en castellà d'un videojoc (en contraposició a una altra versió en anglès) o llibre. Per descomptat no pensa ni de lluny que la versió en català també hi és. És probable que aquesta persona si sabés que existeix la versió en català la demanaria en aquest idioma, però com que pressuposa que només serà en castellà i anglès, no li passa pel cap de demanar-la tot i preferir-la. En aquest cas, per tant, és molt important d'informar-lo de l'existència de la versió en català per ésser el màxim d'efectius en la qualitat d'atenció a la clientela.
- En els productes tradicionalment on el català no ha estat àmpliament present i la llengua sigui un factor important d'ús, informar-ne al client o clienta, o usuari o usuària de manera acurada (telefonía mòbil, pel·lícules, llibres, productes informàtics, productes tecnològics, electrodomèstics, jocs i joguines, productes per infants en general, jocs d'ordinador...). Això pot fer-se amb plafons dins l'establiment, en el web, en els canals publicitaris convencionals, en els fullets i catàlegs, en les mateixes etiquetes d'informació del producte (entre les especificitats del rètol on hi ha el preu del producte podem esmentar les llengües d'ús per tal que el client o clienta sigui plenament conscient del què compra) i/o directament per part del mateix venedor/a.
- Tenir ben clar que cal evitar que el client o la clienta hagi de demanar la versió o l'existència del català en un producte o servei que ja hi és en aquesta llengua. Ha d'ésser ben evident. No s'han de produir situacions del tipus: "Ah! Sí! També el tenim en català" o "Si vol li puc instal·lar sobre la versió del programa en castellà".
- L'obtenció dels serveis o productes en català no ha d'ésser pas més complicada per part del client o clienta, o usuari o usuària que fer-ho en qualsevol altra llengua.

Per a més informació vegeu també l'apartat 4.3.5. sobre telecomunicacions, productes informàtics i TICs en general, on també s'esmenten aspectes relacionats en la venda d'aquests productes, i sobretot l'apartat 4.3.8. de distribució i venda de productes lingüístics (pel·lícules, DVDs, llibres, revistes, diaris), estretament lligat amb aquest apartat.

4.2.12.

Ús de la toponímia

Què entenem per la toponímia en l'ús que en fan les empreses?

Quan parlem de toponímia ens referim a tots els noms de lloc, ciutats, països, nuclis de població, regions, adreces (carrers, places, avingudes), etc. que apareixen en qualsevol dels elements interns o externs, orals o escrits que fan servir les empreses. En aquest apartat farem especial incidència en els topònims catalans o amb noms de tradició catalana, no només en l'ús que es faci en la llengua catalana, sinó també enmig de textos escrits o parlats en d'altres llengües. D'altra banda també incidirem en l'ús i traducció dels noms propis.

Quin és l'ús que cal fer dels topònims arreu on els fem servir?

En aquest aspecte la Llei és molt precisa tot i que l'aplicació no sempre es porta a terme del tot bé, cosa que comporta un ús incorrecte i fins i tot fals de topònims i adreces inexistents per part de les empreses. Hem dividit aquest apartat en:

- 1) Ús de la toponímia referent al territori català sota administració de la Generalitat de Catalunya.
- 2) Ús de la toponímia referent a la resta del territori d'àmbit lingüístic català (Illes Balears, País Valencià, Franja, Catalunya del Nord, l'Alguer i el Carxe).
- 3) Ús de la toponímia referent a altres llocs i territoris.

1) Ús de la toponímia referent al territori català sota administració de la Generalitat de Catalunya.

En aquest sentit voldríem remarcar que les formes catalanes són les úniques oficials en el territori de Catalunya (exceptuant la Vall d'Aran on només són oficials les occitanes). En aquest sentit en destaquem l'article 18 de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, sobre toponímia:

- “1. Els topònims de Catalunya tenen com a única forma oficial la catalana, d'acord amb la normativa lingüística de l'Institut d'Estudis Catalans, excepte els de la Vall d'Aran, que tenen l'aranesa.*
- 2. La determinació de la denominació dels municipis i les comarques es regeix per la legislació de règim local.*
- 3. La determinació del nom de les vies urbanes i els nuclis de població de tota mena correspon als ajuntaments, i la dels altres topònims de Catalunya correspon al Govern de la Generalitat, incloses les vies interurbanes, sigui quina en sigui la dependència.*
- 4. Les denominacions a què es refereixen els apartats 2 i 3 són les legals a tots els efectes i la retolació s'hi ha d'acordar. Correspon al Govern de la Generalitat de reglamentar la normalització de la retolació pública,*

respectant en tots els casos les normes internacionals que han passat a formar part del dret intern.”

I també el Decret 78/1991, de 8 d'abril, sobre l'ús de la toponímia, modificat pels Decrets 59/2001, de 23 de gener, pel qual s'estableix la Comissió de Toponímia, i 60/2001, de 23 de gener, pel qual es regula el procediment per al canvi de denominació dels nuclis de població i les entitats municipals descentralitzades.

“Article 1. Forma oficial dels topònims

1.1 Els noms de les comarques, dels municipis, de les entitats municipals descentralitzades, dels nuclis de població, dels accidents geogràfics i de qualsevol altra demarcació territorial, i també els noms dels carrers i de les vies urbanes i interurbanes de Catalunya, tenen com a única forma oficial la catalana, excepte els de la Val d'Aran, que tenen com a única forma oficial l'aranesa.

1.2 Les denominacions en català o en aranès que estableixin els organismes competents, d'acord amb el procediment que estableix l'ordenament vigent, són les úniques legals a tots els efectes en el territori català.

Article 3. Ús de la toponímia oficial en els serveis al públic

3.1 En tots els rètols externs i interns de Catalunya, els topònims de Catalunya han de constar en la seva forma oficial.

3.2 En tots els impresos, les capçaleres impreses de tota classe de papers, els segells i els matasegells, la premsa escrita, els fulletons publicitaris i altres elements anàlegs fabricats o editats a Catalunya per al seu ús a Catalunya, els topònims de Catalunya han de constar en la seva forma oficial.

3.3 Els mapes, les guies i, en general, les publicacions descriptives del territori que s'editin a Catalunya, han de fer constar els topònims de Catalunya en la seva forma oficial.

3.4 En tots els registres públics de Catalunya, inclosos els dependents de l'Administració de l'Estat, s'hi han de fer constar els topònims de Catalunya en la seva forma oficial.”

Això vol dir que en un text, estigui escrit en català o en qualsevol altra llengua, els municipis, entitats municipals descentralitzades, nuclis de població, comarques, carrers, places, barris, vies urbanes i interurbanes i accidents geogràfics de Catalunya estaran escrits sempre en la forma oficial catalana (llevat per la Vall d'Aran). Així doncs, sigui la llengua que sigui que emprem, en els impresos, segells, capçaleres, documents diversos, mapes, rètols, documents mercantils, etiquetatge, guies, fullets publicitaris, catàlegs, correspondència, publicacions, impresos, mitjans escrits o orals diversos... l'única forma correcta és l'oficial en català.

En el cas que sigui un document oficial, un mapa, una etiqueta, una adreça, un rètol o document mercantil, tot i que estigui en castellà o anglès per exemple, els noms seran únicament en la forma oficial catalana. En el cas que el document no sigui oficial o

d'aquestes característiques, hi ha algunes excepcions puntuals pel que fa a l'ús de la toponímia quan l'escrit no és en català. Així es podrà emprar la forma adaptada sempre que hi hagi una tradició en aquesta llengua, altrament recomanem de fer servir la forma original catalana. Això afecta principalment al nom del país o de la comunitat autònoma, de les províncies i de les capitals de província, però no pas a la resta de poblacions on no hi ha formes tradicionals, sinó altrament traduccions artificioses d'èpoques de situacions sociolingüístiques desfavorables. Així en castellà, i de manera no oficial, podrem fer servir "Lérida" o "Gerona", però no pas "Tarrasa" o "La Seo de Urgel". Evidentment els carrers no tenen traducció (en castellà el "carrer de Sant Francesc" és "carrer de Sant Francesc", no pas "calle de San Francisco"). En altres idiomes diferents del castellà on no hi ha tradició d'una forma pròpia del topònim en català farem servir la versió original catalana. Així en un text en anglès no posarem mai "Lérida" sinó sempre "Lleida".

En els taulers d'horaris, plafons informatius, fullets... destinats al territori català, especialment en empreses de transports, únicament emparem les formes oficials en català (vegeu més informació a l'apartat 4.3.4. sobre empreses de transports).

2) Ús de la toponímia referent a la resta del territori d'àmbit lingüístic català (Illes Balears, País Valencià, Franja de Ponent, Catalunya del Nord, l'Alguer i el Carxe).

Cal de primer precisar que en tot l'àmbit territorial de parla catalana les úniques formes genuïnes dels topònims són les catalanes i així mateix les hauríem de fer servir en català i també en les altres llengües si és que no hi ha una forma tradicional (vegeu el punt 1 aplicant el mateix mecanisme). A nivell de reconeixement legal es donen tres situacions ben diferenciades. Les Illes Balears segueixen el model de Catalunya, de manera que les úniques formes oficials són les catalanes. En el País Valencià es reconeix una denominació bilingüe, o monolingüe en català o en castellà segons els casos. En els altres territoris no hi ha sempre un reconeixement clar o es donen situacions diverses. En tot cas en català sempre farem servir únicament les versions pròpies del territori. Així mai escriurem en català "Valencia", "Alghero", "Tamarite de Litera", "Mahón", "Perpignan" o "Bourg Madame", sinó que emparem "València", "Alguer", "Tamarit de Litera", "Maó", "Perpinyà" o "La Guingueta d'Ix". Procurarem, fins i tot en les versions en castellà, francès o italià, d'emprar els noms propis catalans si les formes en aquests idiomes corresponen a traduccions artificioses no tradicionals, o en tot cas la doble versió. Evidentment en escrits en d'altres llengües (anglès, alemany..) farem servir les formes catalanes (llevat dels comptats casos que hi ha formes tradicionals en aquestes llengües). Així, en un text en anglès no escriurem mai "Castellón de la Plana", "Peñíscola" o "Oropesa del Mar", sinó "Castelló de la Plana", "Peníscola" o "Orpesa".

En els taulers d'horaris, plafons informatius, fullets... destinats al territori català, especialment en empreses i estacions de transports, únicament emparem les formes en català (vegeu més informació a l'apartat 4.3.4. sobre empreses de transports).

3) Ús de la toponímia referent a altres llocs i territoris

En l'àmbit lingüístic català, quan el text és en català o bé de manera neutra (per

exemple en un plafó informatiu) emprarem sempre la versió catalana tradicional o (si no existeix) la versió en la llengua pròpia del lloc. En general, els noms de tots els estats, nacions, comunitats autònomes, regions naturals, o divisions administratives de caràcter regional van en la llengua del text i, per tant, són susceptibles de ser traduïts perquè majoritàriament tenen una forma tradicional en la llengua d'arribada. Així mateix succeeix per a algunes ciutats i llocs característics. Així en una traducció en català podem parlar del riu Roine, Nova York, Montpeller, Tolosa de Llenguadoc, la Vall d'Aran o l'Arieja. Per a les formes on no hi ha versió catalana tradicional és preferible d'emprar les formes originals pròpies i no recórrer a tercers idiomes.

Pel que fa a la traducció al català dels noms de poblacions en castellà, es tradueixen els noms de les capitals de província espanyoles, de les poblacions limítrofes amb l'àrea lingüística catalana i d'alguna capital llatinoamericana amb nom tradicional en català (Bogotà, Ciutat de Mèxic, Lleó, Conca, Montsó, Barbastre ...). No es tradueixen normalment, en canvi, les divisions infraregionals com els noms de comarques o petites regions naturals. Són una excepció d'aquesta regla alguns noms de comarca que tenen tradició en català (com per exemple la Manxa) i les comarques de la zona de parla castellana del País Valencià: l'Alt Millars, l'Alt Palància, el Racó, els Serrans, la Plana d'Utiel, la Vall de Cofrents, l'Alt Vinalopó, etc.

Cal traduir els noms de persona?

Per evitar confusions i manca de coherència és preferible no traduir o canviar els noms de persona. Si hom es diu José Luis Porta Dalmau, se n'hauria de dir de la mateixa manera per als escrits formals en castellà com en català, com en anglès o francès. I així mateix hauria de funcionar per algú que es diu Miquel Llopis García. Si no traduïm el nom d'un directiu alemany o francès, tampoc ho hem de fer amb el nostre en una targeta, missatge web, carta... Tampoc hem de traduir els noms propis de les altres persones, llevat d'alguns casos puntuals que tot seguit exposem. Es tracta d'alguns personatges històrics. Els noms de reis, monarques, prínceps, membres de cases sobiranes, dinasties, llinatges, sants, personatges bíblics i històrics, papes i personatges mitològics o literaris també tenen formes específiques en cada llengua. En aquests casos se segueix, doncs, el criteri de la tradició (Carlemany, Joan Carles I, Benet XVI, Felip de Borbó, Isabel d'Anglaterra...). En aquest sentit cal anar molt en compte amb els personatges històrics catalans traduïts en d'altres llengües. Així si parlem de Jaume I de Catalunya i Aragó, en castellà serà Jaime I, i en anglès James I (no pas Jaime I naturalment), o en tot cas, segons el context, Jaume I per la versió castellana i anglesa (sense traducció)

Legislació

Catalunya:

*Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, article 18.
Decret 78/1991, de 8 d'abril, sobre l'ús de la toponímia, modificat pels Decrets 59/2001, de 23 de gener, pel qual s'estableix la Comissió de Toponímia, i 60/2001, de 23 de gener, pel qual es regula el procediment per al canvi de denominació dels nuclis de població i les*

entitats municipals descentralitzades.

Illes Balears:

Llei 2/1986, de 29 d'abril, de normalització lingüística a les Illes Balears, article 14.

País Valencià:

Decret 58/1992, de 13 d'abril, del Govern Valencià, pel qual es regula el procediment per a l'alteració dels noms dels municipis, article 1

Recursos

Criteris de traducció de noms, denominacions i topònims. 1999.

- Col·lecció «Criteris Lingüístics»; 3. ISBN 84-393-4748-0. Generalitat de Catalunya. Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf: www6.gencat.net/llengcat/publicacions/criteri/docs/criteri.pdf

Treball revisat i aprovat per la Comissió Assessora de Llenguatge Administratiu. Propostes per resoldre homogèniament els problemes de traducció, entre el català i el castellà, que presenten els noms propis i els noms oficials en els textos de l'Administració, que també poden ser útils per als textos d'altres organismes.

Pàgina web de la Comissió de la toponímia de Catalunya

- A www.gencat.cat/toponimia.

Pàgina oficial de la Comissió de la toponímia, formada per diversos estaments, amb recursos de gran utilitat per aclarir dubtes.

A dreta llei. Núm. 4 Toponímia. Generalitat de Catalunya. 1999.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dins la col·lecció de vuit tríptics divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística aquest fa referència a l'ús de la toponímia.

4.3.

Bones pràctiques en alguns sectors concrets d'activitat

En aquest apartat hem recollit alguns àmbits d'actuació de les empreses de certes activitats significatives. De tota manera, tant en el document *Oberts al Català* de la Confederació de Comerç de Catalunya (www.confmercat.es), com en l'apartat de recursos del web del Consorci per a la Normalització Lingüística (www.cpl.cat), com sobretot a la Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/lengcat i de manera específica per a les normatives www6.gencat.net/lengcat/legis/tipus_llei.htm) hi podreu trobar informació i legislació més concreta (sobre aparells i instal·lacions de seguretat industrial, establiments d'allotjament turístic, centres de bronzejat artificial, documents notariais, establiments de neteja tèxtil, implantació de la televisió digital terrestre, tallers de reparació de vehicles, transport de vehicles automòbils avariats, a més dels que presentem aquí). En relació amb la normativa específica de consum, pel que fa a la llengua, podeu consultar el web de l'Agència Catalana del Consum (www.consum.cat).

4.3.1.

Llista de preus, cartes i menús en bars i establiments de restauració i turístics

Quines obligacions hi ha per llei?

Segons la llei:

- La llista de preus dels serveis que ofereixen els restaurants i els bars i que s'exhibeixen tant a l'interior com a l'exterior de l'establiment, ha de ser com a mínim en català (recordem que els bars, a diferència dels restaurants, només tenen l'obligació d'exhibir els preus a l'interior de l'establiment).
- Tots els restaurants i restaurants-bar han de disposar de la carta de plats, vins i begudes (i per tant també el menú) com a mínim en català.
- En el cas d'hotels o altres establiments d'allotjaments turístics cal aplicar les mateixes obligacions que als restaurants. Així mateix han d'exposar a recepció, com a mínim en català, tots els serveis que ofereixen.

Els establiments que no aconsegueixen aquestes obligacions poden ésser sancionats. El Decret 317/1994, de 4 de novembre, pel qual s'estableixen normes sobre l'ordenació i la classificació dels establiments de restauració fixa aquestes obligacions:

“Article 15

15.1 Els restaurants i els restaurants-bar han de donar la màxima publicitat dels preus dels serveis que ofereixen, que s'han d'exhibir, redactats almenys en català, tant a l'interior com a l'exterior de l'establiment. En aquest mateix sentit, els bars únicament els han d'exhibir a l'interior de l'establiment, de manera visible.

Article 18

18.1 Tots els establiments de restauració dels grups Restaurant i Restaurant-bar han d'oferir al públic les cartes de plats i de vins amb els seus preus, com a mínim, en català.

18.2 S'entén per carta de plats i carta de vins les relacions de menjars i begudes, respectivament, que ofereixen aquests establiments.”

El Decret 53/1994, de 8 de febrer, sobre el règim de preus, reserves i serveis complementaris en establiments d'allotjament turístic, en l'article 1 fixa les obligacions pel que fa al català en la publicitat dels preus dels establiments d'allotjament turístic.

“1.1 Els preus de tots els serveis que facilitin els establiments d'allotjament turístic han de gaudir de la màxima publicitat en els llocs on es presten. En tot cas, s'han d'exposar, almenys en català, a la recepció de l'establiment

de manera visible i permetent a l'usuari la seva lectura de forma clara, figurant de forma independent el preu de cadascuna de les unitats d'allotjament i cadascun dels serveis oferts.”

A Andorra, segons l'article 17 de la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra cal:

*“Article 17
Establiments turístics i de restauració
Tots els hotels, restaurants, bars, cafeteries i altres establiments d'hoteleria i restauració han de redactar els menús, les cartes, les llistes de preus, l'oferta de serveis i qualsevol altre imprès o informació pública en català. També poden fer-ho en lloc secundari en qualsevol altra llengua.”*

Quina en seria una bona pràctica?

En aquest cas la Llei i, per tant, el ple acompliment, ja garanteix una bona pràctica lingüística pel que fa a l'ús del català. En aquest aspecte distingiríem dos àmbits: les llistes de preus exposades dins i fora de l'establiment i les cartes del restaurant o restaurant-bar. En el segon cas, i d'acord amb una bona pràctica, es poden donar diverses situacions segons el tipus de clients o clientes i el funcionament de cada establiment:

- L'establiment té únicament les cartes en català (monolingües).
- L'establiment té cartes plurilingües on el català sempre hi és plenament present.
- L'establiment té diferents models de cartes (generalment monolingües), sempre amb una de les versions en català. En aquest cas el lliurament de la carta de plats i begudes en cada idioma normalment es fa en la llengua de l'interlocutor/a, altrament l'establiment ofereix a triar la llengua de la carta o bé en serveix la versió en català per defecte. En el darrer cas, si el client o la clienta la vol en un altre idioma la pot demanar o bé podem afegir indicacions a la mateixa carta en català informant que també és en d'altres llengües. Allò que caldria evitar, sigui com sigui, és que en un establiment ubicat a Catalunya el client o clienta hagués de demanar la versió en català de la carta ja que per defecte n'ha rebuda una altra. Justament per això és bo de fer una previsió en el nombre de versions en català per tal que un client o clienta no se'n quedi sense per manca de prou cartes en aquest idioma.

Per a una bona pràctica en bars, cafès i restaurants pel que fa a l'atenció oral, vegeu l'apartat 4.2.1.

Legislació

Catalunya:

Decret 317/1994, de 4 de novembre, pel qual s'estableixen normes sobre l'ordenació i la classificació dels establiments de restauració, modificat pel Decret 106/2008, de 6 de maig, de mesures per a l'eliminació de tràmits i la simplificació de procediments per facilitar l'activitat econòmica.

Decret 53/1994, de 8 de febrer, sobre el règim de preus, reserves i serveis complementaris en establiments d'allotjament turístic, modificat pel Decret 163/1998, de 8 de juliol, d'apartaments turístics.

Andorra:

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra. Article 17.

Recursos

Oberts al català a la restauració i l'hoteleria. Confederació de Comerç de Catalunya i Generalitat de Catalunya. 2007.

- També descarregable des del web de la Confederació de Comerç de Catalunya (www.confecomercat.es/indfrtemp4.htm), des del web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/llengcat) i des del web del Servei Lingüístic del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa: www.gencat.cat/diue

És una adaptació del document Oberts el català. Guia per instal·lar-se comercialment en català per al sector de la restauració i l'hoteleria. Inclou diferents materials i documentació en diversos idiomes i de gran utilitat. És per tant un recurs utilíssim tant dirigit a les empreses com als treballadors. S'inclou dins d'una campanya de la Confederació de Comerç de Catalunya, amb la col·laboració del Gremi de Restauració de Barcelona i del Gremi d'Hotels de Barcelona, i que té el suport de la Secretaria d'Innovació, Universitats i Empresa, de la Secretaria de Política Lingüística i de la Secretaria per a la Immigració de la Generalitat de Catalunya. Tot el material es distribueix en una capsa de cartró embolicada amb una faixa que porta imprès el lema de la campanya: "El català et farà un gran servei"

Web de Plats a la Carta. Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya i TERMCAT. (www.gencat.cat/platsalacarta)

Plats a la carta és una aplicació informàtica que facilita al sector de la restauració l'elaboració de cartes i menús en català i que en permet també la traducció al castellà, l'alemany, l'anglès, el francès i l'italià. El programa permet crear cartes noves, gestionar les cartes que s'hagin desat anteriorment al servidor (modificar-les, imprimir-les o esborrar-les) i proposar

plats nous: si es vol un plat que no és a la base de dades de l'aplicació, es pot fer per mitjà d'un breu formulari que s'envia al servei de gestió encarregat de dur a terme el procés de revisió i traducció de la nova proposta per a la seva incorporació a l'aplicació

Vocabulari de Restaurants. Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya, 2007.

- També descarregable des del web del Servei Lingüístic del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa a:
(http://www.gencat.cat/diue/llengua/eines_per_a_l'empresa/barrest.pdf)

És una segona edició corregida i ampliada, un document força útil i complert, amb les formes de diversos plats (1.200 denominacions de plats) en català, castellà, alemany, anglès, francès, italià i neerlandès

Web de Menú a la Carta. Govern de les Illes Balears (www.mensualacarta.net)

És un servei del Consorci per al Foment de la Llengua Catalana i la Projecció Exterior de la Cultura de les Illes Balears que permet elaborar cartes de restaurant en català i afegir-hi la traducció a cinc llengües més.

A dreta llei. Núm. 6 Hostaleria. Generalitat de Catalunya. 1999.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dins la col·lecció de vuit tríptics divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, aquest fa referència a l'hostaleria..

Fullet de Divulgació Terminològica. El lèxic del restaurant. Àrea de Política lingüística de la Conselleria de Cultura, Educació i Esports de la Generalitat Valenciana (<http://www.cult.gva.es/salt>).

- Descarregable també per Internet.

Petit diccionari amb vocabulari bàsic sobre el restaurant.

Vocabulari de bars i restaurants. Servei de política lingüística del Govern d'Andorra i Establiments Vidal. 2002.

- També actiu per Internet des del web del Servei de política lingüística (www.catala.ad)

El vocabulari, molt complert, de 328 pàgines, conté més de 3.000 entrades classificades per ordre alfabètic i temàtic (per plats), a més d'expressions, establiments, menjades, oficis, plats i verbs. Els índexs són també en

castellà, francès, anglès i rus.

Vocabulari bàsic de restaurants, bars i cafeteries. Regidoria de Normalització Lingüística de l'Ajuntament de Vila-real. Primera edició 2001. Segona edició revisada 2006.

- Descarregable per Internet mitjançant el web de l'ajuntament de Vila-real a www.ajvila-real.es, i d'allí a Promoció lingüística i Publicacions.

Vocabulari i expressions amb les traduccions i recerca corresponents en català i castellà.

Lèxic de menjars xinesos. Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya. 2a ed. Barcelona. 1993. 22 p.

Llibret de 22 pàgines amb les traduccions en xinès, català, castellà i anglès de menjars propis dels restaurants xinesos.

Web del Consorci per a la Normalització Lingüística (www.cpnl.cat)

A l'apartat de Recursos hi ha múltiples eines que poden ésser útils; principalment terminològiques. En destaquem: lèxic de fleques i pastisseries, diccionari de vi, licors i altres begudes, cervesa, productes alimentaris, peixos, mariscs..

4.3.2.

Entitats financeres i d'assegurances

Quines obligacions hi ha per llei?

Tant en les empreses d'assegurances, però especialment en les entitats financeres, a causa dels múltiples àmbits d'actuació, es veuen afectades per diferents reglamentacions generalistes, ja desenvolupades en els apartats anteriors, i d'altres més específiques. D'entre els aspectes més generals (documents d'oferta de serveis, atenció oral i escrita vers la clientela, retolació...) en destaquem el Capítol V sobre l'activitat socioeconòmica de l'article 1 de la Llei de política lingüística. Pel que fa als àmbits més específics tot seguit en fem un resum segons cada reglamentació que hi fa referència:

- Els documents privats civils i mercantils s'han de redactar en la llengua que esculli el client o la clienta o la persona consumidora o si és el cas el que acordin les parts, i cal que estiguin de manera immediata en la llengua acordada sense cap espera (art 15.3 de la Llei de política lingüística).
- Els xecs, els pagarés, talonaris i la resta de documents oferts per les entitats financeres a la clientela, han d'estar redactats com a mínim en català (art 15.5 de la Llei de política lingüística).
- Tota la informació que les empreses d'assegurances posen a disposició del client s'ha de fer en la llengua que esculli aquest, o si és el cas, la que acordin les parts (art 43.1 Llei de mediació d'assegurances i reassegurances privades).
- La pòlissa d'assegurança caldrà fer-la en català si així ho sol·licita el client o la clienta (Llei 18/1997 de modificació de l'article 8 de la Llei de contracte d'assegurança per garantir la plena utilització de totes les llengües oficials en la redacció dels contractes)

Aquests en són els textos que en destaquem:

“Llei 26/2006, de 17 de juliol (BOE 170, de 18 de juliol; suplement núm. 16 en llengua catalana de 21 de juliol), de mediació d'assegurances i reassegurances privades

Article 43. Modalitats de transmissió de la informació

1. Tota informació proporcionada a la clientela en virtut de l'article 42 d'aquesta Llei[] s'ha de comunicar:*

*c) A elecció del prenedor de l'assegurança, en qualsevol de les llengües espanyoles oficials del lloc on es faciliti la informació o, si el client ho sol·licita, en qualsevol altra llengua acordada per les parts. [*informació que ha de proporcionar el mitjancer d'assegurances abans de la celebració d'un contracte d'assegurances].”*

“Llei 18/1997, de 13 de maig (BOE 115, del 14), de modificació de l'article 8 de la Llei del contracte d'assegurança per garantir la plena utilització de totes les llengües oficials en la redacció dels contractes (...)

Article únic

El paràgraf inicial de l'article 8 de la Llei 50/1980, de 8 d'octubre, del contracte d'assegurança, en la redacció donada per la Llei 30/1995, de 8 de novembre, d'ordenació i supervisió de les assegurances privades, queda redactat de la forma següent:

La pòlissa del contracte s'haurà de redactar, a elecció del prenedor de l'assegurança, en qualsevol de les llengües espanyoles oficials al lloc on aquella es formalitzi. Si el prenedor ho sol·licita, s'haurà de redactar en una altra llengua diferent, de conformitat amb la Directriu 92/96, del Consell de la Unió Europea, de 10 de novembre de 1992. Continirà, com a mínim, les indicacions següents (...):”

“Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística

Article 15. Els documents civils i mercantils

1. La llengua no és requisit de forma dels documents privats. Per tant, són vàlids els redactats en qualsevol idioma, sens perjudici de les traduccions que les lleis civils, mercantils o processals exigeixin per a executar-los, en el cas que l'idioma no sigui oficial a Catalunya.

2. Els documents privats, contractuals o no, qualsevol que en sigui la naturalesa, redactats en qualsevol de les dues llengües oficials a Catalunya són vàlids i no requereixen cap traducció per a exigir-ne judicialment o extrajudicialment el compliment en l'àmbit territorial de Catalunya.

3. Els documents a què es refereix l'apartat 2 s'han de redactar en la llengua oficial que les parts acordin. Nogensmenys, si es tracta de contractes d'adhesió, normats, contractes amb clàusules tipus o amb condicions generals, s'han de redactar en la llengua que escullin els consumidors i consumidores i han d'estar a disposició immediata dels clients i clientes en exemplars separats en català i en castellà.

4. Són vàlids els títols valor de tota mena, inclosos els que representen accions de societats mercantils, redactats en qualsevol de les dues llengües oficials.

5. Els xecs, els pagarés, els talonaris i altres documents oferts per les entitats financeres a llurs clients i clientes han d'ésser redactats, si més no, en català.”

En la disposició addicional cinquena es preveuen les sancions aplicant la Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Quina en seria una bona pràctica?

Més enllà de l'acompliment de la Llei, cal tenir cura d'utilitzar el català en totes les

activitats que desenvolupem envers la clientela: publicitat, retolació, fullets, plafons, ús oral i escrit, web... De manera especial, i amb concordança amb la legislació que ens afecta, hem de ser prou curosos per tal que en cap cas el client o clienta hagi de demanar cap dels serveis o documents en català. Aquests, bé haurien d'ésser oferts per defecte, o en tot cas caldria facilitar l'opció de tria abans de lliurar-los. En el serveis automàtics o informatitzats que s'ofereixen o existeixen en diverses llengües, procurarem que el client o clienta català/catalana no tingui dificultats per accedir a la versió en la seva llengua. Per tant, en els serveis telefònics, web, caixers automàtics... hauríem de vetllar per tal que aquests entrebancs no es produeixin. La publicitat i la visualització de la presència del català també és força important.

Legislació

Catalunya:

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística. Capítol V L'activitat socioeconòmica, capítol V, article 15 i la disposició addicional cinquena.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Llei de l'Estat 26/2006, de 17 de juliol, de mediació d'assegurances i reassegurances privades.

Llei de l'Estat 18/1997, de 13 de maig, de modificació de l'article 8 de la Llei del contracte d'assegurança per garantir la plena utilització de totes les llengües oficials en la redacció dels contractes.

Recursos

A dreta llei. Núm. 3 Documents bancaris, mercantils i d'assegurances. Generalitat de Catalunya. 1999.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dins la col·lecció de vuit tríptics divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, aquest fa referència als documents bancaris, mercantils i d'assegurances..

Fullet de Divulgació Terminològica. El lèxic del banc. Àrea de Política lingüística de la Conselleria de Cultura, Educació i Esports de la Generalitat Valenciana (<http://www.cult.gva.es/salt>).

- Descarregable també per Internet.

Petit diccionari amb vocabulari bàsic sobre bancs.

Recull administratiu de banca i estalvi. Quaderns de Normalització Lingüística sobre terminologia en català del sector financer. 2000. Publicacions de Normalització Lingüística de COMFIA Catalunya- CONC (Serveis financers i

administratiu de Comissions Obreres).

- Descarregable per Internet al web de www.comfia.net/catalunya.

Conté un vocabulari financer, símbols, abreviatures i frases fetes usades en aquest àmbit i una sèrie de models de documents.

Vocabulari de comptabilitat. Comissió de Normalització Lingüística de la Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales de la Universitat de Barcelona.

- Descarregable per Internet al web de <http://www.ub.cat/slc>.

Diccionari d'assegurances: terminologia i fraseologia. TERMCAT. Centre de Terminologia, 2001. Amb el suport del Departament de Cultura i el Departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya i de la Unió Catalana d'Entitats Asseguradores i Reasseguradores.

El diccionari recull un miler de termes en català, amb les definicions, i les equivalències en castellà i en anglès, corresponents als contractes d'assegurança, les modalitats d'assegurança privada i d'assegurança pública, les entitats asseguradores, les persones i els riscos. També inclou la fraseologia i les locucions específiques del llenguatge tècnic d'aquest sector.

Assegurances. Tríptic. TERMCAT, Centre de Terminologia. Departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya, 2002.

Tríptic que conté un centenar de termes de l'àmbit de les assegurances en català i els seus equivalents en castellà, francès i anglès.

Directori de productes financers. Diccionari en línia. Al web del CIDEM (www.cidem.cat), Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial

Diccionari en línia de termes financers amb les corresponents definicions.

4.3.3.

Agències de viatges

Quines obligacions hi ha per llei?

Més enllà de les obligacions més generalistes d'altres establiments (atenció oral, atenció escrita, retolació, catàlegs...) en destaquem allò que preveu el Decret 168/1994, de 30 de maig, de reglamentació de les agències de viatges. Segons aquest Decret, i a títol de resum:

- El rètol exterior ha d'ésser com a mínim en català
- Totes les informacions previstes en l'article 15.1 del Decret s'han de lliurar al consumidor com a mínim en català (horaris, escales, enllaços, adreces, informacions vàries, clàusules...).
- Els contractes de viatges combinats i tota la informació que contenen obligatòria s'hauran de lliurar als clients o clientes com a mínim en català.

El mateix Decret preveu en l'article 26 les infraccions i sancions corresponents segons la Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i usuaris.

“Decret 168/1994, de 30 de maig (DOGC 1924, de 22 de juliol), de reglamentació de les agències de viatges

Capítol 2. De l'atorgament i la revocació del títol·licència. De l'autorització i el tancament de sucursals i punts de venda a les empreses

Article 4

4.2 El local on se situï l'agència de viatges ha de reunir les característiques següents:

...

c) A l'exterior del local on està instal·lat l'establiment haurà de figurar un rètol on consti clarament, almenys en català, el nom de l'agència, el grup al qual pertany i el seu codi d'identificació.

(...)

Capítol 4. Fiances

Article 15

15.1 Les agències de viatges que participin en l'organització i venda final del viatge combinat, d'acord amb les funcions que els corresponguin sobre aquest, hauran de lliurar al consumidor, per escrit i en temps suficient abans de l'inici del viatge, la següent informació:

a) Horaris, escales i enllaços, així com la categoria o classe contractada en el mitjà de transport.

b) Nom, adreça i número de telèfon de la representació local de l'agència organitzadora del viatge al país o països pels quals transcorri el viatge, i, mancant aquesta, els noms, direccions i telèfons d'organismes que puguin

ajudar els viatgers en cas de dificultats. En cas de no existir aquests, el viatger haurà de disposar d'un núm. de telèfon d'urgència o de qualsevol informació que li permeti posar-se en contacte amb l'organitzador o el detallista.

c) Per als viatges i les estades de menors a l'estranger, la informació que permeti d'establir contacte directe amb el responsable in situ de l'estança.

d) Informació sobre la subscripció facultativa d'un contracte d'assegurança que cobreixi les despeses de cancel·lació ocasionades pel consumidor o d'un contracte d'assistència que cobreixi les despeses de repatriació en cas d'accident o malaltia.

e) Clàusules contractuals del viatge combinat.

15.2 Les informacions a què fa referència aquest article s'han de lliurar al consumidor almenys en català.

Article 16

16.1: Els contractes de viatges combinats s'haurà de formalitzar per escrit, i inclouran com a mínim les dades següents:

a) Destinació/destinacions dels viatges i, en cas de períodes fraccionats d'estada, les destinacions i dates.

b) Mitjans, característiques i categories de transport a utilitzar, les dates, hores i lloc de sortida i tornada.

c) Si el viatge combinat inclou allotjament, situació, categoria turística i característiques principals segons normativa de l'estat membre d'acollida i nombre d'àpats servits.

d) Si per a la realització del viatge combinat s'exigeix un nombre mínim de persones i, en tal supòsit, la data límit d'informació al consumidor en cas de cancel·lació.

e) Itinerari.

f) Visites, excursions i altres serveis inclosos en el preu total del viatge combinat.

g) Nom i direcció de les agències de viatge que participin com a organitzadora i venedora final del viatge combinat.

h) Preu del viatge combinat, així com una indicació de tota possible previsió del preu i d'acord amb la present disposició legal, i indicació dels possibles drets i impostos corresponents als serveis de transport, quan no figurin en el total preu del viatge combinat.

i) Calendari i modalitats de pagament del preu.

j) Tota sol·licitud especial que el consumidor hagi transmès en el moment de la reserva l'organitzador, o al detallista i ambdós hagin acceptat.

k) Advertiment al consumidor de l'obligació de comunicar amb la major brevetat possible al prestador de què es tracti, així com a l'organitzador o al detallista, per escrit o per qualsevol altre mitjà, tot incompliment en l'execució del contracte que hagi comprovat in situ.

16.2 S'entendrà per contracte de serveis solts quan es facilitin a comissió els elements aïllats d'un viatge o una estada.

16.3 En els contractes de serveis solts, les agències no podran percebre dels turistes o usuaris dels serveis més que el preu que correspon a aquests serveis, al qual es podrà afegir un recàrrec per despeses de gestió

derivades de l'operació.

16.4 En el moment de la formalització del contracte, l'agència de viatges haurà de lliurar a l'usuari o consumidor els títols, bons o altres documents corresponents als serveis encarregats, i unir-hi una factura o document de cobrament a la qual haurà de figurar el preu total abonat pel client. En la factura o document de cobrament corresponent al contracte de serveis solts, s'especificaran clarament i separatament el preu de cadascun dels serveis i el recàrrec per despeses de gestió.

16.5 Els contractes que en aplicació del present article lliurin als consumidors i als usuaris les agències de viatges han d'estar redactats, almenys, en català.

(...)

Article 26

Les infraccions que es cometin contra el que determina aquest Reglament donaran lloc a la corresponent responsabilitat administrativa, que es farà efectiva mitjançant la imposició d'alguna o algunes de les sancions establertes en la Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i usuaris, tot això sens perjudici de les responsabilitats civils o penals que corresponguin.”

A causa de la importància dels catàlegs i fullets en les agències de viatges, en recordem la vigència i aplicació de l'article 32.3 de la Llei de política lingüística pel que fa als documents d'ofertes de servei (vegeu apartat 4.2.4. sobre catàlegs, prospectes i altres edicions d'ofertes de serveis).

“La senyalització i els cartells d'informació general de caràcter fix i els documents d'oferta de serveis per a les persones usuàries i consumidores dels establiments oberts al públic han d'ésser redactats, almenys, en català. Aquesta norma no s'aplica a les marques, als noms comercials i als rètols emparats per la legislació de la propietat industrial.”

Quina en seria una bona pràctica?

En el benentès que ja acomplim la legislació, procurarem fer com mínim en català totes les activitats que oferim als clients o clientes o potencials clients o clientes. Sí que és ben cert que en certs aspectes això presenta una sèrie de dificultats. La feina de les agències de viatges sovint implica l'ús de material i documents que no depenen directament d'elles, sinó de segones o terceres operadores i, a vegades, aquests serveis no s'ajusten a la legislació vigent ni a criteris de responsabilitat social. Per tant, procurarem d'ésser molt curosos amb tot allò que depèn de nosaltres i com a mínim, en aquells serveis que no podem incidir, sí que els podem fer coneixedors de la legislació vigent i de la nostra voluntat vers el client o clienta per oferir-li el millor servei amb total acompliment de la Llei i, per tant, d'actuar d'intermediaris o intermediàries entre els drets de l'usuari o usuària i les obligacions legals i de responsabilitat social de les altres empreses amb qui treballem. Per bé que no sempre ho aconseguirem, el nostre paper pot ser prou important, i de segur que hi aportarem petits avanços. Recomanem així mateix, atesos els diversos àmbits d'actuació de les agències de

viatges, de tenir en compte les bones pràctiques aquí exposades en l'àmbit més generalista (pàgines web, catàlegs, atenció a la clientela, senyalització, documents...)

Cal fer especial atenció a les empreses que tenen Internet com l'únic o principal mitjà de venda de llurs serveis, tant les agències de serveis turístics com les mateixes línies aèries. Sortosament en aquest sector el català hi té una presència força notable, amb un creixement sostingut. Empreses capdavanteres en línies aèries de baix cost, línies aèries internacionals, reserva d'hotels, transport marítim, transport per carretera, transport ferroviari, oficines de turisme de països d'arreu d'Europa... ja disposen dels serveis a la xarxa en català.

Legislació

Catalunya:

Decret 168/1994, de 30 de maig, de reglamentació de les agències de viatges, articles 4, 15, 16 i 26 (modificat pel Decret 210/1995, d'11 de juliol, el decret 300/1998, de 17 de novembre i el Decret 106/208, de 16 de maig).

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, Capítol V L'activitat socioeconòmica, article 32 i la disposició addicional cinquena.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

4.3.4.

Empreses de transports

Quines obligacions hi ha per Llei?.

Més enllà de la legislació concordant més general, a nivell específic en destaquem algunes lleis:

L'article 31 de la Llei de política lingüística deixa ben clar que les empreses de transports de viatgers, com a servei públic, cal que:

- La retolació sigui com a mínim tota en català.
- La megafonia es faci com a mínim en català.
- Les comunicacions i notificacions escrites (incloses les factures, bitllets de transport, altres documents de tràfic) han d'ésser com a mínim en català.

Així una empresa que fa transport per carretera mitjançant autobusos, o uns trens, o un transport per ferri o vaixell que parteix de Catalunya, o una companyia aèria que surt de Catalunya, han d'expedir els bitllets de transport, les notificacions, factures de la compra d'aquest bitllet, la megafonia... com a mínim en català.

En la disposició addicional cinquena punt b queda entès que l'incompliment d'aquestes obligacions comporta sancions i infraccions d'acord amb la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i la defensa dels consumidors i dels usuaris.

"Article 31

Les empreses de servei públic

1. Les empreses i les entitats públiques o privades que ofereixen serveis públics, com ara les de transport, de subministraments, de comunicacions i d'altres, han d'emprar, almenys, el català en la retolació i en les comunicacions megafòniques.

2. Les comunicacions i les notificacions escrites adreçades a persones residents a Catalunya per les empreses i les entitats a què fa referència l'apartat 1, incloses les factures i els altres documents de tràfic, s'han de fer almenys en català, sens perjudici del dret dels ciutadans i ciutadanes a rebre-les en castellà si ho demanen.

3. El que disposa l'apartat 2 en relació amb les factures i els altres documents de tràfic s'entén sens perjudici de la competència de l'Estat per a organitzar els serveis esmentats quan els presta directament o per mitjà de les seves empreses i entitats."

Així mateix recordem que pel Reial decret 334/1982, de 12 de febrer (BOE 50, de 27 de febrer), sobre senyalització de carreteres, aeroports, estacions ferroviàries, d'autobusos i marítimes i serveis públics d'interès general en l'àmbit de les comunitats autònomes amb una altra llengua oficial distinta del castellà, la senyalització o

indicacions escrites de les carreteres i autopistes, estacions ferroviàries, d'autobusos i marítimes, ports d'interès general, aeroports oberts al trànsit comercial, passos fronterers i altres instal·lacions o serveis d'interès públic general de competència de l'Administració de l'Estat, o gestionats pels seus concessionaris, han d'estar a Catalunya, País Valencià i Illes Balears com a mínim en català i castellà.

Tenint en compte que en les empreses de transports l'ús de la toponímia és molt important, ja que cal emprar sovint informacions de destinacions i recorreguts, esmentem algunes legislacions importants en aquest sentit (altrament vegeu també l'apartat 4.2.12 sobre l'ús de la toponímia). En primer lloc, cal recordar que per la Llei de política lingüística, a Catalunya les úniques formes oficials dels topònims són les catalanes o occitanes (per a la Vall d'Aran). Els noms de població, carrers i altres vies interurbanes, etc. s'han de fer en aquestes formes oficials. Així és ben palès en l'article 18 sobre toponímia de l'esmentada Llei. Pel que fa a l'afectació en les empreses de transports, aquesta obligatorietat és extensiva en tota la documentació que emprin (com passa en la resta d'empreses que actuen o destinen llurs productes en l'àmbit territorial de Catalunya). Segons el Decret 78/1991, de 8 d'abril (DOGC 1434, del 24), sobre l'ús de la toponímia, modificat pels Decrets 59/2001, de 23 de gener, pel qual s'estableix la Comissió de Toponímia, i 60/2001, de 23 de gener, pel qual es regula el procediment per al canvi de denominació dels nuclis de població i les entitats municipals descentralitzades (tots dos publicats al DOGC núm. 3337, del 28 de febrer), cal fer servir els topònims catalans o occitans en tots els rètols externs i interns, en tots els impresos, les capçaleres impreses de tota classe de papers, els segells i els matasegells, la premsa escrita, els fullets publicitaris i altres elements anàlegs fabricats, els mapes, les guies i, en general, les publicacions descriptives del territori que s'editin a Catalunya. Aquest n'és el text:

“Article 3. Ús de la toponímia oficial en els serveis al públic

3.1 En tots els rètols externs i interns de Catalunya, els topònims de Catalunya han de constar en la seva forma oficial.

3.2 En tots els impresos, les capçaleres impreses de tota classe de papers, els segells i els matasegells, la premsa escrita, els fulletons publicitaris i altres elements anàlegs fabricats o editats a Catalunya per al seu ús a Catalunya, els topònims de Catalunya han de constar en la seva forma oficial.

3.3 Els mapes, les guies i, en general, les publicacions descriptives del territori que s'editin a Catalunya, han de fer constar els topònims de Catalunya en la seva forma oficial.”

Finalment voldríem esmentar, pel que fa al transport de viatgers per carretera, l'Ordre de 25 de juny de 1992 (DOGC 1660, de 23 d'octubre), sobre documents de control de transport de viatgers per carretera.

“Capítol 1. El llibre de ruta

Article 2

2.1 El llibre de ruta és d'edició i redacció lliures, almenys en català, i s'ajusta, en la seva confecció, al model inclòs com a annex 1 d'aquesta Ordre, amb una mida mínima de 30 x 20 centímetres i una capacitat

mínima de 50 fulls numerats correlativament.

Capítol 3. Els bitllets

Article 13

13.3 En tots els punts de venda de bitllets a què fan referència els articles 9.a), 9.b) i 9.c) de la present Ordre existirà un rètol que especifiqui, almenys en català, les condicions d'anul·lació i devolució de l'import dels bitllets fixades en aquest article.

Capítol 5. Distintius dels vehicles

Article 24

24.2 El quadrat superior tindrà el fons de color groc i estarà orlat per una sanefa negra de 3 centímetres d'amplada. En el seu interior hi haurà dibuixada la figura que es reproduïx a l'annex 2 de la present Ordre.

El rectangle inferior tindrà el fons de color blanc i estarà orlat per una sanefa negra de 3 centímetres d'amplada. En el seu interior haurà de figurar, almenys en català, la inscripció "Transport escolar", retolada en dues línies amb lletres negres de la forma i amb les dimensions que determina l'article 231.1 del codi de la circulació per a les plaques de matrícula dels vehicles de primera categoria."

D'altra banda, pel que fa a l'afectació al Principat d'Andorra, segons la Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra, en l'article 19 s'especifica:

"Article 19

Transport públic

A tots els serveis de transport públic, els impresos, els avisos i les comunicacions internes i als usuaris, tant verbals com escrites, s'han de fer en català, llevat de les indicacions que els vehicles porten de fàbrica i sense perjudici de l'ús d'altres llengües en l'atenció individualitzada dels usuaris."

Quina en seria una bona pràctica?

De manera específica dins d'aquest tipus de transport en remarcuem l'ampli ús en la cartelleria i retolació, serveis d'atenció a la clientela i emissió de bitllets de transport. Tot i l'obligatorietat per Llei, cal que tinguem molt en compte tot aquest tipus d'informació, de manera que l'àmbit on es mou l'usuari o usuària estigui com a mínim en català, tant en les estacions de transport com dins mateix del vehicle. D'aquesta manera, dins el mitjà de transport hauríem de vetllar per tal que la senyalització, l'idioma d'emissió de missatges, de pel·lícules (doblatge o subtítols), plafons... sigui com a mínim en català. Aquest hauria d'ésser plenament present en tots els serveis si el transport es realitza dins de Catalunya o entre Catalunya i un altre territori de parla catalana (País Valencià, Catalunya del Nord, Illes Balears, Andorra i l'Alguer), però també si parteix de Catalunya vers un altre territori amb una altra llengua pròpia amb les consideracions lògiques i oportunes. Per exemple, en una companyia de vol, si parteix de Catalunya procurarem si pot ser que les informacions megafòniques, les capacitats orals i de comprensió del personal de vol, els fullets informatius... siguin en català. Evidentment no sempre serà possible (a causa de la gran mobilitat i diversitat

de les destinacions i internacionalització de les companyies) i sovint les informacions seran probablement de manera exclusiva en anglès. El que és important és la coherència amb les destinacions i davant els passatgers a l'hora de fer la tria de llengües. Per exemple, en un transport entre Barcelona i Palma no tindria sentit que la presència del castellà fos superior a la que es dona en català quan aquesta llengua és l'única pròpia i oficial d'ambdues ciutats. O que un vol, autocar... que parteix de Barcelona per anar a Berlín facilités les informacions en alemany i castellà i no ho fes en el mateix grau en català. Altra cosa és que a la sortida de Barcelona les informacions en català siguin prioritàries i a l'arribada en terres alemanyes en sigui l'alemany. També cal entendre que les companyies tenen un marcatge d'identificació lingüística. Una companyia portuguesa és lògic que arreu on va doni preeminència al portuguès i anglès, per exemple, en referència a les altres llengües d'ús. Així mateix hauria de succeir per la mateixa lògica si la companyia té capital català o té una marca d'identificació amb el territori català en relació amb la llengua catalana. De manera que, lògicament, en aquest cas, arreu del món la presència del català seria superior a l'esperada en d'altres companyies.

Insistim també en la qüestió dels topònims en els diversos usos que se'n fa en el transport. Els plafons informatius (lluminosos o fixes), fulls d'horaris, publicitat, bitllets, megafonia... caldria emprar a Catalunya (llevat és clar de la Vall d'Aran) les formes catalanes dels topònims, no només dels topònims catalans sinó d'arreu del món si hi ha una forma tradicional. Altrament en aquests casos també es podrien utilitzar les formes pròpies del lloc de destinació en la llengua corresponent. El que no tindria sentit és que en un plafó informatiu, per exemple per a un trajecte a Nova York, el nom no aparegués ni en català ni en anglès (llengua pròpia del lloc), sinó en castellà, o bé que per anar a Eivissa hi figurés el mot "Ibiza" i no pas "Eivissa" de manera única o prioritària, o bé que en lloc de Perpinyà féssim servir les formes "Perpignan" o "Perpiñán".

Pel que fa a les informacions per Internet d'aquests transports vegeu l'apartat 4.2.8. sobre pàgines web i l'apartat 4.3.3. sobre les agències de viatges.

Legislació

Catalunya:

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, articles 18, 31 i la disposició addicional cinquena.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Ordre de 25 de juny de 1992, sobre documents de control de transport de viatgers per carretera.

Decret 78/1991, de 8 d'abril, sobre l'ús de la toponímia, modificat pels Decrets 59/2001, de 23 de gener, pel qual s'estableix la Comissió de Toponímia, i 60/2001, de 23 de gener, pel qual es regula el procediment per al canvi de denominació dels nuclis de població i les entitats municipals descentralitzades.

Andorra:

Recursos

A dreta llei. Núm. 4 Toponímia. Generalitat de Catalunya. 1999.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dins la col·lecció de vuit tríptics divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística aquest fa referència a l'ús de la toponímia.

Fullet de Divulgació Terminològica. El lèxic de l'estació. Àrea de Política lingüística de la Conselleria de Cultura, Educació i Esports de la Generalitat Valenciana (<http://www.cult.gva.es/salt>).

- Descarregable també per Internet.

Petit diccionari amb vocabulari bàsic sobre el lèxic de l'estació.

Criteris de traducció de noms, denominacions i topònims.1999. Col·lecció «Criteris Lingüístics»; 3. Generalitat de Catalunya.

- Descarregable també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Treball revisat i aprovat per la Comissió Assessora de Llenguatge Administratiu. Propostes per resoldre homogeniament els problemes de traducció, entre el català i el castellà, que presenten els noms propis i els noms oficials en els textos de l'Administració, que també poden ser útils per als textos d'altres organismes.

Pàgina web de la Comissió de la toponímia de Catalunya: (www.gencat.cat/toponimia).

Pàgina oficial de la Comissió de la toponímia, formada per diversos estaments, amb recursos de gran utilitat per aclarir dubtes.

Lèxic de transport turístic. Diccionari en línia. TERMCAT, Centre de Terminologia. Operatiu des del web: <http://www.termcat.cat/dicci/transport/index.html>

El Lèxic de transport turístic conté 267 termes específics d'aquest àmbit en onze llengües diferents. Els termes contenen les denominacions i definicions

en set de les vuit llengües europees no estatals que han participat en el projecte (aromanès, català, cors, gallec, ladí, occità i sard). A curt termini està previst que s'hi incorporin els equivalents en friülà. A més, es poden consultar els equivalents corresponents en quatre llengües de gran difusió internacional en el sector (castellà, francès, anglès i alemany).

4.3.5.

Telecomunicacions, productes informàtics i TICs en general

Què en diu la llei i quins acords de compra hi ha per part de l'administració pel que fa a l'idioma?

Tot i que, atesa la legislació vigent, no es desprèn una obligació directa per tal que el programari o les informacions en pantalla o sonores siguin com a mínim en català en els productes de gran consum, cal tenir en compte l'Estatut del Consumidor de l'any 1993 en l'article 26, on diu ben clarament:

“Els consumidors tenen dret a rebre en català les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis, i especialment les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de llur salut i seguretat.”

Això afecta de manera directa, com a mínim, a les informacions bàsiques de l'embalatge, instruccions i etiquetatge de productes, de manera que la no presència del català constitueix una infracció.

Així mateix, per la resta d'afectacions, ens remetem al capítol anterior (4.2 Bona pràctica per àmbits genèrics) on es descriuen totes les normatives que en són concordants (retolació, cartelleria, catàlegs, contractes, factures....)

De manera específica sí que hi ha una legislació clara pel que fa a les empreses de telecomunicacions quan actuen com a empreses de servei públic; especialment pel que fa als contractes, documents i notificacions adreçats als usuaris o usuàries, que han d'ésser com a mínim en català. Així queda especificat en l'article 31 de la Llei de política lingüística:

“Les empreses de servei públic
1. Les empreses i les entitats públiques o privades que ofereixen serveis públics, com ara les de transport, de subministraments, de comunicacions i d'altres, han d'emprar, almenys, el català en la retolació i en les comunicacions megafòniques.
2. Les comunicacions i les notificacions escrites adreçades a persones residents a Catalunya per les empreses i les entitats a què fa referència l'apartat 1, incloses les factures i els altres documents de tràfic, s'han de fer almenys en català, sens perjudici del dret dels ciutadans i ciutadanes a rebre-les en castellà si ho demanen.
3. El que disposa l'apartat 2 en relació amb les factures i els altres documents de tràfic s'entén sens perjudici de la competència de l'Estat per a organitzar els serveis esmentats quan els presta directament o per mitjà de les seves empreses i entitats.”

D'altra banda, sí que existeix una normativa específica quan aquests serveis són contractats per l'administració catalana, de manera que no només han de desenvolupar el servei per aquesta en català (i evidentment complir plenament la Llei), sinó que l'administració té en compte l'ús que en fa a Catalunya per a la resta d'usuaris o usuàries per tal de contractar els serveis. Aquestes condicions es desprenen tant de l'obligatorietat de la mateixa Llei com dels acords adoptats per part del Govern.

L'article 30.1 de la Llei de política lingüística manifesta que:

“1) Les empreses públiques de la Generalitat i de les corporacions locals, i també les seves empreses concessionàries que gestionen o exploten el servei concedit, han d'emprar normalment el català en llurs actuacions i documentació internes i en la retolació, en les instruccions d'ús, en l'etiquetatge i en l'embalatge dels productes o els serveis que produeixin o ofereixin.

2) Les empreses a què fa referència l'apartat 1 han d'emprar normalment el català en les comunicacions i les notificacions, incloses les factures i els altres documents de tràfic, adreçades a persones residents en l'àmbit lingüístic català, sens perjudici del dret dels ciutadans i ciutadanes a rebre-les en castellà o, si és el cas, en català, si ho demanen.”

Així mateix l'Acord de Govern de la Generalitat de Catalunya de 30 de novembre de 2004 per fomentar l'ús del català, estableix aquesta preferència o requisit en la presència del català (vegeu apartat 4.2.5):

A la pràctica, en conseqüència, la Generalitat de Catalunya condiona la contractació de serveis al normal ús del català. Així per exemple, en la contractació de telecomunicacions té present l'ús del català en els serveis que fa la companyia i exigeix la plena presència del català en les aplicacions dels terminals dels telèfons mòbils. Així mateix actua en sistemes operatius dels programes informàtics i en el mateix programari d'ús més corrent (com són els paquets d'aplicacions d'oficina). Durant el 2007 la Generalitat també va establir acords entre les principals operadores de telefonia mòbil (Vodafone, Telefonica, Orange...), empreses fabricants de terminals (Nokia, Sony-Ericsson, Motorola, Sagem, Alcatel, BlackBerry...) i les principals empreses fabricants d'entorns i programari informàtic (tant lliure com no lliure), per tal que es comprometessin a produir i distribuir amb normalitat llurs productes en català dins un termini raonable.

Quina presència té el català en aquest sector?

Sortosament, tant des de l'administració, com des dels usuaris o usuàries i de l'empresa privada, s'està prioritant aquest sector i el català està creixent força, tot i les moltes mancances evidents. Les noves tecnologies es configuren cada cop més com una gran oportunitat per llengües mitjanes com el català. Fins i tot algunes aplicacions pel que fa a la nostra llengua són capdavanteres respecte de moltes d'altres grans

llengües. Ara mateix, donades les facilitats en les aplicacions al català de traducció a múltiples idiomes, reconeixement i síntesi de parla, correctors, traducció assistida per ordinador, etc, la professionalitat i desenvolupament d'aquests programes, afegit a l'avanç tecnològic del programari en general que facilita la introducció de diverses llengües de manera senzilla, fa que el català potencialment sigui una eina sense excusa per ésser introduït a les noves tecnologies. Per posar un exemple, per primer cop s'ha desenvolupat en català eines de traducció automàtica en codi obert entre llengües com l'anglès i el català basats en la plataforma Apertium, dissenyada fins ara només per a llengües fortament emparentades.

En aquests moments existeixen en català els principals navegadors i cercadors d'Internet, empreses de servei web en català, programes de correu electrònic, aplicacions varies a la xarxa, sistemes operatius i programari (tant per Mac com per PCs, lliure i no lliure: Microsoft, Linux...), antivirus en català, els principals reconeixidors de caràcters (per ordinador i per telefonia), tecnologies de la llengua de tot tipus (traductors automàtics, correctors gramaticals, reconeixement i síntesi de la parla, verificadors ortogràfics, traducció assistida per ordinador...). Empreses com IBM, Adobe, Microsoft, Google... tenen desenvolupades aplicacions en català, algunes capdavanteres inexistents encara en d'altres grans llengües. Així mateix, hi ha aplicacions informàtiques sectorials en administració pública, empreses agrícoles i ramaderes, assegurances, comerç, empreses financeres, indústria, cultura, construcció, sector immobiliari, sanitat, sistemes d'informació geogràfica, aplicacions diverses al territori, urbanisme, dibuix, gestió d'associacions i empreses en general.

Existeixen en català dispositius electrònics de tot tipus; des de sintetitzadors digitals de TDT, a GPS, ordinadors de butxaca, telefonia fixa, telefonia mòbil, telefonia per Internet, menús i opcions lingüístiques dels terminals (amb textos predictius inclosos), impressores (làser i tinta), fotocopiadores, escàners i equips multifunció (Epson, HP, Canon, Xerox...)... Pel que fa a aquests darrers voldríem recordar que els programes més utilitzats d'OCR, de reconeixement de caràcters específics, existeixen també per al català.

En la telefonia mòbil marques com Nokia, Motorola, Grundig, Alcatel, Sagem, Sony-Ericsson, BlackBerry, Palm, Windows Mobile... ja tenen terminals en català que van augmentant progressivament any rere any.

Per conèixer amb més profunditat el creixement i els possibilitats d'aquest sector us recomanem de consultar els apartats corresponents als webs de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya (www.gencat.cat/governacio-ap/stsi), anant a l'apartat de llengua i noves tecnologies, i a la Secretaria de Política lingüística també de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/llengcat/dgpl) anant a temes i informàtica i noves tecnologies i al web específic sobre telefonia mòbil; www.elteumobil.cat. També vegeu per a més dades l'apartat 4.2.8 sobre pàgines web.

Quina en seria una bona pràctica?

Sempre que sigui possible inclourem el català com a opció idiomàtica en el programari

tant per a ordinador com per a les noves tecnologies en general. Si bé això no serà possible en aquells productes més minoritaris o destinats a l'empresa especialitzada, sí que hauria d'ésser possible per a tots els productes de gran consum destinats als usuaris o usuàries en general. Una norma ben lògica a l'hora de valorar la introducció del català és analitzar si el producte s'elabora també per a llengües de comunitats lingüístiques amb un pes similar al de l'àmbit lingüístic català, o en el cas que el producte sigui de distribució més restringida, pensar que si en aquests entorns distribuïssim el producte si el fariem o no en les respectives llengües anteriorment esmentades. Així, per exemple, llengües com el finès, el noruec, el suec o el danès són bons referents comparatius per posar de manifest si el català és imprescindible o no en un producte. És evident que si existeix l'opció idiomàtica en danès (llengua molt menys parlada que el català) estem per tant obligats, per responsabilitat social i lògica del mercat, a fer-ho en català. Evidentment la complexitat i idiosincràsia de cada producte requereix una anàlisi particular segons les circumstàncies i objectius.

Quan parlem d'opcions lingüístiques en aquest sector pel que fa a la persones consumidora en general, ens referim per exemple a la inclusió del català en les diverses aplicacions i/o informacions del producte de: programari d'ordinador, entorns de treball per PCs i Macs (inclosos els portàtils), monitors, tauletes gràfiques, teclats, micròfons, altaveus, ratolins, impressores, escàners, aparells de multifunció, reproductors de música, discs durs, targetes de memòria, GPS, gravadores, iPod i accessoris, productes fotogràfics i de vídeo digitals, DVDs, sintetitzadors de TDT, electrodomèstics i productes d'electrònica en general, MP3, MP4, telefonia, ADSL i productes relacionats amb Internet... hardware i software en general.

En aquests casos tindrem present també aquelles informacions i documentació que els acompanya, com ara els impresos de garantia, les instruccions d'ús i muntatge, guies, menús, informacions en l'emalatge i en l'etiquetatge, registre del producte...

Pel que fa al programari, voldríem insistir, com ja hem dit, que és molt important la presència del català en els productes d'ampli ús; com són els sistemes operatius, els antivirus i sistemes de protecció, gravació de fitxers, reproducció d'imatge i so, interrelació amb Internet, programes d'ofimàtica, de comptabilitat i gestió d'empreses. De la mateixa manera cal tenir present la interrelació de l'usuari o usuària amb aquests programes; que hi hagi reconeixement de veu, d'ús dels caràcters propis del català, que l'atenció a la clientela sigui amb aquesta llengua, els missatges d'actualització...

En referència a la telefonia (mòbil, fixa i per Internet) les diverses opcions haurien de ser en català, des dels terminals (text predictiu i opcions de veu incloses), fins a tots els serveis que ofereixen les companyies operadores.

En aquest sentit, i en totes aquestes opcions, serem curosos en la manera d'incloure el català. Cal sens dubte no plantejar cap trava ni dificultat en l'actualització d'aquesta opció o en la instal·lació. Per bé és del tot aconsellable quan s'introdueix el català en un producte (programa per exemple) que sigui possible també actualitzar les versions anteriors ja comprades en d'altres llengües, és molt important que en cap cas, un cop hi ha disponible la versió en català, calgui instal·lar una versió en una altra llengua per accedir a la versió catalana. Creiem que el català no hauria d'estar supeditat a un

tractament particular en aquest sentit. Així mateix les actualitzacions que es vulguin fer no haurien d'estar tampoc supeditades als usuaris o usuàries que tenen per exemple només el castellà instal·lat, això implica un greuge comparatiu respecte a tots aquells que volen la versió en català però tenen instal·lades altres versions en d'altres llengües diferents que la castellana. Un cop actualitzat o comprat el producte en català les actualitzacions posteriors no haurien d'interferir en d'altres llengües. No hauria de passar, per exemple, que el català només sigui una màscara per segons quines opcions i que, per exemple, a l'obrir l'ajuda del programa o al rebre una finestra de problemes, aquesta sigui en castellà.

Un altre aspecte cabdal és la informació i difusió de l'opció idiomàtica en català. Pel que fa a aquest punt ens remetem a l'apartat 4.2.11. d'informació a l'usuari o usuària sobre l'ús del català en els productes i serveis de venda on en fem una àmplia descripció. En general, la persona consumidora ha d'ésser plenament conscient de les possibilitats lingüístiques del producte que adquireix. Això significa que caldria actuar a diversos nivells:

- En primer lloc, i per descomptat, en la informació de l'embalatge del producte on hi hauria de figurar les possibilitats de l'opció en català (això es fa extensiu en les etiquetes de descripció de dades del producte, tant impreses com per Internet en el web oficial de l'empresa).
- En segon lloc, caldria que, mitjançant els canals d'ús convencional, l'empresa informés correctament de la presència del català en el producte, tant vers l'usuari o usuària final, com a les persones distribuïdores o venedores. Aquí hi intervé la publicitat, els catàlegs, fullets, cartells a botigues, promocions... o la comunicació directe amb les persones intermediàries i els botiguers/eres.
- Finalment és molt important la presentació i manera de distribució del producte. Per tant, no hauria de passar que la versió catalana no arribi correctament a les botigues (en el cas de versions diferenciades), o bé que es faci una distribució per exemple d'una versió només en castellà i una altra que inclou les quatre llengües de l'Estat espanyol. Les noves tecnologies permeten la inclusió de més d'una llengua en el producte, i una bona fórmula per donar el màxim coneixement de la versió en català del producte és que aquesta (acompanyada en cada cas per les versions en d'altres llengües en el mateix producte) sempre sigui present per defecte en tot el producte distribuït en l'àmbit lingüístic català, no havent-hi doble distribució de dues versions. Així evitarem aquells casos on la distribució de la versió catalana no s'ha fet correctament, sigui qui sigui el/la responsable.

Per aprofundir en les bones pràctiques recomanades en l'àmbit de les noves tecnologia pel que afecta als webs vegeu també l'apartat 4.2.8.

Hi ha algun tipus d'ajuts per fer programari en català?

El Govern de la Generalitat de Catalunya, ateses les convocatòries corresponents,

destina uns ajuts a la formació en tecnologies de la informació i la comunicació, on es prioritza, o figura com a requisit, la presència del català o l'occità. Així mateix també existeixen ajuts per a la traducció de programari per llençar un nou producte al mercat en català. També ofereix tot tipus de suport logístic (borsa de traductors/traductores, informació sobre eines de traducció, etc.) i en la difusió de productes. La Secretaria de Telecomunicacions i de la Societat de la Informació així com la Secretaria de Política Lingüística són en general els estaments responsables d'aquestes qüestions.

Legislació

Catalunya:

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, articles 30, 31, i la disposició addicional cinquena sobre les garanties de compliment.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del Consumidor, article 26.

Recursos

Pàgina web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/llengcat/dgpl)

Anant a Temes i Informàtica i Noves Tecnologies, hi ha una àmplia informació molt complerta, tant de legislació, productes en català, dubtes, qüestions bàsiques, etc.

Pàgina web de la Secretaria de comunicacions i societat de la informació de la Generalitat de Catalunya (www.gencat.cat/governacio-ap/stsi)

Anant a l'apartat de Llengua i Noves Tecnologies podeu trobar-hi informació.

Pàgina web Elteumobil.cat (www.elteumobil.cat)

Elteumobil.cat és el nom de la campanya que s'impulsa des de la Generalitat de Catalunya per promoure la telefonia mòbil en català. En aquest web s'informa dels terminals que hi ha en català actualment al mercat i mitjançant quines operadores es poden adquirir.

Pàgina web del Termcat (www.termcat.cat)

Hi ha una àmplia gamma de recursos de tot tipus, especialment diccionaris de termes propis de les noves tecnologies, però també eines més especialitzades de gran utilitat.

Noves tecnologies i Internet: diccionari terminològic Societat de la informació. 2a ed. rev. i ampl. Barcelona: TERMCAT, Centre de Terminologia, 2003.

Segona edició revisada i ampliada que conté més de 2.000 termes en català, castellà, francès i anglès, amb les definicions corresponents, sobre les xarxes de telecomunicacions, Internet, informàtica, telefonia i televisió, des del punt de vista de les infraestructures econòmiques, la societat i la cultura.

Telefonia mòbil. tríptic, editat pel TERMCAT, Centre de Terminologia. 2004.

- Descarregable també des d'Internet al web:
<http://www.termcat.cat/imatges/publicacions/telefoniam.pdf>

Conté 73 termes catalans relacionats amb el món de la telefonia mòbil, amb termes de tanta difusió com agenda telefònica, àrea de cobertura, bústia de veu, desviació de trucada, telèfon intel·ligent, trucada en espera o trucada perduda. El vocabulari, inclou els equivalents en castellà i anglès.

Terminologia Oberta- Telecomunicacions. TERMCAT, Centre de Terminologia. (2007) fitxes conceptuals en format XML . (www.termcat.cat)

S'inclou dins una col·lecció que aplega repertoris terminològics d'interès general, procedents de treballs de recerca terminològica duts a terme pel TERMCAT, que es poden baixar lliurement. El format en què es presenten, l'XML, és un llenguatge que permet estructurar les dades segons convingui i exportar-les a qualsevol format. Les denominacions són en català, castellà i anglès.

Altres diccionaris i vocabularis varis

*Tant a la xarxa en línia com impresos, existeixen molts diccionaris i vocabularis especialitzats sobre termes d'informàtica i telecomunicacions en català. Moltes d'aquestes eines, a més de les pròpies definicions, fan referència a les formes en d'altres llengües, especialment l'anglès. Més enllà de l'eina del **Termcat** ja esmentada (molt completa i base de molts diccionaris) en destaquem alguns (tot i que n'hi ha molts més): **Diccionari de telecomunicacions** (Recull 588 termes referents a aquesta àrea, amb definicions i enllaços a altres webs. Permet fer cerques per terme o paraula clau, de la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació de la Generalitat de Catalunya); **Diccionari de telecomunicacions** (El diccionari editat pel Grup Enciclopèdia Catalunya i que inclou 4200 entrades l'ha realitzat un equip de 50 especialistes de la Universitat Politècnica de Catalunya i el Centre de Terminologia de Catalunya-TERMCAT); **Diccionari de termes informàtics** (Servei de Llengües i Terminologia; Barcelona. Universitat Politècnica de Catalunya, 1994, Nombre d'entrades: 249, descarregable a <http://www.upc.cat/slt/diccionaris/pdf/informatica.pdf>, llengües: català, castellà, francès, anglès); **Vocabulari bàsic de telecomunicació** (Servei de Llengües i Terminologia Escola Tècnica Superior d'Enginyeria de Telecomunicació de Barcelona Universitat*

*Politécnica de Catalunya, 2000. 3a edició, Llengües: català, castellà, anglès, Nombre d'entrades: 661 (www.upc.cat/slt/vocabularis/pdf/telecom.pdf); **Diccionari de termes informàtics de softcatalà (d'ús a www.softcatala.cat)**; **Vocabulari de la microinformàtica** (Elaborat pel Servei de Llengua Catalana de la Universitat de Barcelona. Conté 254 termes. Llengües: català, castellà, anglès, <http://www.ub.cat/slc/termens/vocpas/micro/index.htm>); **TICcionari: diccionari bàsic de tecnologies de la informació i la comunicació** (Conté 165 termes amb les definicions corresponents, i enllaços a 14 imatges i 8 vídeos digitals <http://www.xtec.cat/~jrosell3/ticcionari/>), etc.*

Pel que fa a l'oferta de vocabularis i diccionaris sobre Internet encara n'hi ha molts més (vegeu l'apartat 4.2.8. sobre pàgines web)

4.3.6.

Productes destinats als infants i joves (jocs, joguines, pel·lícules, llibres, videojocs...)

El català i la importància de la responsabilitat social en la fabricació, distribució i venda d'aquests productes.

La responsabilitat social de les empreses en el procés d'elaboració i comercialització d'un producte és fonamental, però en el cas d'aquelles que produeixen i distribueixen productes destinats als infants, la posada a la pràctica d'aquesta responsabilitat és una prioritat que hauria d'ésser indefugible. Vet ací que aquí hi entra l'ús del català, aspecte clau en la responsabilitat social de l'empresa quan actua en l'àmbit lingüístic d'aquesta llengua. Particularment en aquests tipus de productes hem de procurar que el català hi sigui amb plena normalitat. Més enllà de l'acompliment integral dels drets reconeguts a la llei, l'ús del català en els jocs, joguines, pel·lícules, videojocs... ha d'estendre's a tots els nivells com a conducta ètica de l'empresa.

D'altra banda, més enllà de la lògica empresarial en el respecte als drets lingüístics dels infants (previstos en la mateixa Convenció sobre els drets de l'Infant de les Nacions Unides del 1989, en l'article 30), hi ha raons de coherència amb els principis de l'educació i vigents en el mercat on es dirigeix el producte. El català és la primera llengua de l'escola a Catalunya, fins i tot gairebé l'única en què els infants reben la majoria de les primeres activitats del joc i el lleure en l'educació escolar. A la vegada, les referències televisives d'aquests primers anys, són també, de manera significativa, fonamentalment en català (per exemple l'èxit de sèries i de difusió tan extensa com el Club Súper 3). Per tant, l'empresa s'hauria d'adequar a la realitat i contribuir de manera coherent amb el mercat.

La població catalana entén a bastament el català, però en el cas dels infants, a causa de l'escolarització, aquest coneixement encara és més extens i amb unes condicions de suport escolar molt òptimes. Fins i tot, en els primers cicles d'ensenyament, la mainada és dels pocs segments de la població on sí que hi ha una part que, parlant de manera exclusiva el català, desconeix les altres llengües (entre elles el castellà). Per tant, no té sentit que aquests productes (i llur entorn promocional, inclosa la publicitat) no siguin com a mínim en català o el català no en sigui la llengua bàsica i per defecte per actuar-hi (nina que parla, cançons o joc interactiu sonor, o pel·lícula per als més menuts)

Què cal fer en català d'acord amb la llei?

És evident que més enllà de la responsabilitat social de les empreses existeix també una legislació, tot i que de manera concreta i directa només afecta a una part dels àmbits d'actuació d'aquests productes. En aquest sentit us remetem a la normativa concordant en cada cas ja explicada en el capítol 4.2. sobre les bones pràctiques per àmbits genèrics. Tanmateix, voldríem insistir en les obligacions que fan referència a

l'etiquetatge, instruccions i embalatge del producte. En aquest mateix sentit, la Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del consumidor, qualifica com a infracció el fet de vulnerar el dret de les persones consumidores de rebre en català les informacions pertinents per al consum i l'ús dels béns, els productes i els serveis i, especialment, les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de llur salut i seguretat. Això vol dir que totes les indicacions obligatòries de l'embalatge i etiquetatge de productes han d'ésser com a mínim en català. La Llei 8/1995, de 27 de juliol, d'atenció i de protecció dels infants i els adolescents, torna a fer incidència en aquest aspecte quan en l'article 40 sobre protecció com a persones consumidores, insisteix en l'acompliment de la Llei de l'Estatut del consumidor i la Llei sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris:

"D'acord amb tota la legislació vigent sobre la protecció de la seguretat, la salut i els interessos econòmics dels consumidors i dels usuaris, en especial la Llei 1/1990, del 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris, i la Llei 3/1993, del 5 de març, de l'estatut del consumidor, les administracions públiques, en l'àmbit de llurs competències respectives, han de vetllar perquè els drets i els interessos dels infants i els adolescents, com a col·lectius de consumidors amb necessitats i característiques específiques, gaudeixin de defensa i protecció especials"

Quina en seria una bona pràctica ?

Quan parlem d'una bona pràctica en l'ús del català a les joguines voldríem distingir dos aspectes claus:

- L'ús del català en les indicacions per a la correcta utilització de la joguina; especialment les dades obligatòries de l'etiquetatge i embalatge, instruccions d'ús, instruccions de muntatges, garanties....
- L'ús del català en la interacció directa de l'infant amb la joguina (idioma del tauler de joc, dels efectes sonors, de les regles del joc, de les lletres dirigides directament a l'infant, l'idioma d'ús del videojoc....)

Sobre tots dos aspectes (el primer previst ja per la normativa) creiem que haurien de ser en català; però per descomptat allò que fa referència a la interacció directa amb l'infant, és a dir a la llengua pròpiament de joc, és on caldria que el català, no només hi fos present, sinó que visualment o de manera evident fos més fàcilment accessible, fins i tot prioritari.

També voldríem esmentar un altre factor, tot i que del tot lògic, del qual voldríem subratllar la seva importància: Un producte en català no és només aquell que fa referència a la temàtica cultural catalana (un joc sobre les comarques, el Patufet, un ninot en barretina, un trencaclosques sobre en Massagran, les Tres Bessones o un Trivial de preguntes sobre geografia, història o música en català). No hauríem de restringir l'ús del català al joc de referències locals, sinó que el català hauria d'ésser present sobretot en els grans productes i tòpics internacionals i mediàtics d'àmbit massiu (referents esportius, últimes novetats cinematogràfiques, herois, jocs

didàctics d'àmbit global...).

Seguidament apuntem uns quants aspectes per tenir presents alhora de tractar amb normalitat la persona consumidora catalana:

- *Publicitat del producte.* Hauríem de tenir molt present que la publicitat fos en català, per descomptat en els mitjans de comunicació en aquesta llengua, però també en tots aquells que s'adrecen a Catalunya i a l'àmbit lingüístic català (vegeu l'apartat 4.2.3. sobre publicitat).
- *Distribució i venda del producte.* Com a producte bàsicament lingüístic, i podent-hi haver a voltes diverses versions del producte, hauríem d'ésser curosos en la presentació, informació i correcta distribució de les versions catalanes. (vegeu l'apartat 4.2.11. sobre informació a l'usuari o usuària sobre l'ús del català en els productes i serveis de venda i l'apartat 4.3.8. sobre distribució i venda de productes lingüístics).
- *Etiquetatge i instruccions del producte.* Les instruccions i advertències d'ús i les indicacions obligatòries del producte haurien d'ésser, com a mínim, en català. Això vol dir aspectes com les especificacions de funcionament de la joguina, joc i videojoc (fins i tot si les joguines són de funcionament elèctric les indicacions de potència màxima, la tensió d'alimentació que necessiten i el consum energètic que fan), instruccions d'ús, de muntatge, les característiques, les regles del joc, la garantia, instruccions de manteniment, el nom del tipus de producte, indicació d'edats idònies, advertiments de seguretat, etc.
- *Ús lingüístic en el funcionament del joc, videojoc o joguina.* Com dièim aquesta és la part més fonamental, car és aquí on hom interacciona en l'ús pel qual s'ha pensat el joc. Per tant, és important que tinguem en compte la plena presència del català (llevat és clar que l'objectiu del joc sigui l'aprenentatge d'idiomes) en els usos lingüístics dels aspectes audiovisuals, joguines que canten i parlen (nines per exemple), jocs sonors, regles del joc, idioma dels taulers i targetes de joc, elements del joc que contenen inscripcions o informacions escrites... Els jocs de paraules, d'acció, d'estratègia, educatius, històrics, simuladors, trencaclosques, jocs de preguntes i respostes, làmines didàctiques, consoles i accessoris, DVDs educatius... lògicament caldria que fossin a disposició del client o clienta com a mínim en la versió en català, i que aquest ús (sigui compartit amb d'altres idiomes o en jocs separats) quedés ben especificat en l'etiquetatge del producte.

A nivell de subvencions o eines de suport, l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, ha destinat línies de suport a la promoció de CDs, DVDs i material audiovisual en català. A més, des de la Generalitat de Catalunya i des del Consorci per la Normalització Lingüística es fa promoció dels jocs, joguines, pel·lícules i videojocs en català (més enllà de la difusió que en fan puntualment d'altres administracions o entitats). Evidentment, en

L'adquisició de jocs i joguines per part d'escoles i ludoteques públiques, en coherència amb els acords presos pel Govern de la Generalitat de Catalunya i la Llei de política lingüística (capítol V sobre l'activitat econòmica) han d'ésser, sempre que sigui possible, en català. Així mateix l'Acord de Govern de la Generalitat de Catalunya de 30 de novembre de 2004 per fomentar l'ús del català, estableix també el compromís d'aquest tipus de compra.

Legislació

Catalunya:

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, capítol V sobre l'activitat socioeconòmica.

Acord de Govern de la Generalitat de Catalunya de 30 de novembre de 2004 per fomentar l'ús del català.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del Consumidor, article 26.

Llei 8/1995, de 27 de juliol, d'atenció i de protecció dels infants i els adolescents i de modificació de la Llei 37/1991, de 30 de desembre, sobre mesures de protecció.

Recursos

Pàgina web *Jocs en català*. Del Consorci per la Normalització Lingüística sobre recursos de jocs (www.cpnl.cat/jocs)

Pàgina força complerta amb jocs en línia, webs i sobretot amb un catàleg de jocs en català: jocs d'Internet, ordinadors, videojocs, jocs de taula, jocs en CD-ROM i DVD, jocs de cartes, joguines, puzles i encaixos.

Diccionari de Jocs i Joguines en línia. Del TERMCAT, d'ús per Internet al web, www.termcat.cat/dicci/jocs_joguines/index.html

Aplega 142 denominacions catalanes corresponents a jocs i joguines, juntament amb les equivalències en castellà, francès i anglès i les definicions respectives.

4.3.7.

Instal·lacions, reformes, manteniments i reparació de béns de naturalesa duradora i de l'habitatge; i prestacions i lliuraments a domicili

Quines obligacions hi ha per Llei?

Més enllà de la legislació concordant general, a nivell específic en destaquem el Decret 290/1995, de 28 de setembre, pel qual es regulen determinades activitats de prestació de serveis a domicili, concretament el manteniment i reformes a l'habitatge o locals i en els instal·lacions dels edificis. En els articles 2, 3 i 4 es descriuen les obligacions per fer com a mínim en català documents com: la tarifa de preus de qualsevol dels serveis que s'ofereixen, tota la informació inclosa en els pressupostos (incloses totes les dades, descripció del servei, preus, quantitats, dates, garanties...), tota la informació inclosa en la factura i la garantia. Vegeu-ne el text amb més detalls.

“Article 2

El prestador del servei ha de tenir a disposició dels clients, redactada almenys en català, la tarifa de preus dels materials, de la mà d'obra, dels transports i/o desplaçaments, si s'escau, així com de qualsevol altre servei ofert.

Article 3. Pressupostos

3.1 El prestador del servei, abans de la seva realització, haurà de sotmetre a la signatura del client un pressupost en el qual constin, almenys en català, les dades següents:

- a) Nom, adreça, telèfon i NIF dels prestador del servei.*
- b) Nom, adreça del client i descripció del servei sol·licitat i de l'adreça on ha de ser realitzat, indicant característiques, qualitats i resultat final.*
- c) Quantitat, qualitat i preu dels materials a emprar.*
- d) Preu de la mà d'obra per hora, dia, metres, superfícies, volums o altre tipus de tarifes usuals en el tipus de servei a realitzar.*
- e) Data aproximada d'inici i finalització del servei.*
- f) Preu total del servei, impostos inclosos.*
- g) Període de garantia del servei, si s'escau.*
- h) Període de validesa de l'oferta realitzada en el pressupost.*
- i) Qualsevol altre esment que es consideri convenient.*
- j) Data i signatura o segell del prestador del servei i, en lloc situat juntament amb aquestes dades, un requadre reservat per a la signatura del client on expressament ha de constar en lletres majúscules, d'igual mida a les emprades en la resta del document, la frase "Pressupost rebut abans de la realització dels treballs".*

3.2 El pressupost constarà d'original i còpia. L'original es lliurarà al client, i el prestador haurà de conservar-ne la còpia signada pel client en senyal de conformitat, durant un termini no inferior a un any des del venciment de la

garantia.

Article 4. Factures

4.1 Realitzat el servei, el seu prestador haurà de lliurar al client una factura en què constin, almenys en català, les dades següents:

- a) Nom, adreça, NIF i telèfon del prestador del servei.*
- b) Nom i adreça del client.*
- c) Descripció del servei realitzat.*
- d) Preu total amb desglossament dels materials, mà d'obra i altres serveis, si s'escau, així com dels impostos corresponents.*
- e) Període de duració de la garantia, si s'escau.*
- f) Data i signatura del prestador del servei i del client.*
- g) Transcripció literal del contingut de les normes reguladores de la garantia vigents a cada moment, als efectes de preservar el dret d'informació dels consumidors.”*

A les infraccions d'aquesta normativa cal aplicar la Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Per altra banda destaquem el Decret 213/2001, de 24 de juliol, de protecció dels drets del consumidor i usuari en la prestació de serveis sobre els béns de naturalesa duradora. L'àmbit d'aplicació d'aquest Decret són els serveis de reparació, instal·lació, conservació i manteniment descrits en l'annex 1:

- Aparells d'ús domèstic que utilitzin qualsevol tipus d'energia per al llur funcionament: electrodomèstics, làmpades, aparells de gas, aparells de telefonia, aparells electrònics i aparells electrotècnics.
- Instruments i material d'òptica, fotografia, rellotgeria i música.
- Eines de bricolatge i jardineria d'utilització directa per part del consumidor.
- Material informàtic.
- Bicicletes, joguines i material esportiu.

En tots aquests serveis cal que els resguards, pressupostos, factures, cartells i rètols obligatoris, fulls de reclamacions i l'exhibició de preus siguin almenys en català. Així queda especificat a l'article 18.

“Article 18. Idioma de les relacions

Tots els establiments han d'estar en disposició de lliurar a l'usuari tota la informació i documentació prevista en la present disposició almenys en català.”

En l'article 2 es defineixen els serveis als quals s'abasta, i en els 3, 4, 6, 10 i 14 la informació i documents afectats per l'article 18.

“Article 2. Definicions

Als efectes d'aquest decret s'entendrà per:

2.1. Béns de naturalesa duradora:

Als efectes del present Decret, són tots aquells béns enumerats a l'annex 1 d'aquest Decret.

S'exclouen els serveis a domicili inclosos en l'àmbit d'aplicació del Decret 290/1995, de 28 de setembre, els quals són regulats per les seves normes específiques.

2.2 Establiments prestadors del servei:

Són aquells que directament efectuen el servei sobre el bé, ja sigui als locals propis, al domicili del prestador o al domicili de l'usuari.

2.3 Establiments d'intermediació:

Són els que fan d'esglaons intermedis entre l'usuari i el prestador del servei. Tenen contacte directe amb l'usuari, i alhora, aquest no el té amb el prestador del servei.

2.4 Establiments de marca:

Són aquells que disposen d'una autorització fefaent del responsable de la comercialització de l'aparell, fabricant, marquista o importador.

Els que no disposin d'aquesta autorització, no poden ostentar ni utilitzar marques, indicacions o qualsevol altre element que pugui induir a error o confusió a l'usuari, respecte al caràcter d'establiment de marca.

2.5 Peces de recanvi:

Són els elements o conjunts d'aquests que facin una funció concreta i específica, fins i tot decorativa, en els béns de naturalesa duradora.”

“Capítol 2. Normes comunes als establiments prestadors del servei i als establiments d'intermediació i a establiments de marca.

Article 3. Resguard de dipòsit.

3.1 sempre que el bé sigui dipositat per l'usuari en un establiment, aquest està obligat a lliurar a l'usuari un resguard acreditatiu del dipòsit.

En cas que hi hagi pressupost escrit i acceptat pel client, el mateix pressupost pot fer de resguard.

3.2 En el resguard, s'han de fer constar les dades següents:

(...)

Article 4. Informació de preus

4.1 Tots els establiments estan obligats a exhibir de forma visible pels usuaris, els preus aplicables a temps de treball, despeses de transport, emmagatzematge, desplaçament i tots aquells que apliquin d'acord amb els serveis que presten.

4.2 Els preus han d'incloure tot tipus d'impostos, càrregues o gravàmens, excepte l'IVA, que en cas de no incorporar-lo, s'ha d'especificar clarament aquesta circumstància, amb indicació del tipus aplicable.

Article 5. Informació dels drets de l'usuari

Tots els establiments han de disposar d'un cartell que indiqui les llegendes següents:

'Tot usuari té dret a un pressupost previ per escrit dels serveis que sol·liciti.

*Tanmateix, la renúncia al pressupost s'ha de consignar també per escrit'.
'L'usuari està obligat a pagar despeses de pressupost, quan l'ha sol·licitat i un cop lliurat formalment, no l'ha acceptat. Les despeses del pressupost seran aquelles que l'establiment publiciti en el seu llistat de preus'.
'Tots els serveis estan garantits almenys durant 3 mesos des que es lliura el bé, en les condicions especificades en l'article 15 del Decret 213/2001'.
'Aquest establiment disposa de fulls de reclamacions oficials, a disposició de l'usuari que els sol·liciti'.*

Article 6. Fulls de reclamació

Tots els establiments sotmesos a la present disposició han de disposar de fulls oficials de reclamació, d'acord amb el que disposa el Decret 171/1991, de 16 de juliol.

(...)

Capítol 3. Establiments prestadors dels serveis i establiments de marca.

Article 10. Pressupost previ

10.1 La renúncia al pressupost previ ha de constar per escrit en el resguard de dipòsit, de forma clara i amb caràcters de mesura no inferior als de la resta del document.

En cas que no consti la renúncia escrita al pressupost, l'establiment està obligat a confeccionar un pressupost previ del servei de forma escrita, amb una validesa mínima de 30 dies des que es comunica a l'usuari.

10.2 En el pressupost ha de constar com a mínim:

(...)

Article 14. Factures

14.1. Els establiments han de lliurar una factura a l'usuari, amb els requisits següents:

(...)"

Igualment, a les infraccions d'aquesta norma cal aplicar la Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

Quina en seria una bona pràctica?

Més enllà d'allò que queda especificat per la normativa aplicable (vegeu el punt anterior i tota la legislació que en sigui concordant) hauriem de tenir cura que el català sigui present en tots aquells detalls i accions que acompanyen la nostra activitat. En posem alguns exemples:

- Atenció oral i escrita. El treballador o treballadora que fa el servei o la reparació hauria d'entendre i expressar-se per defecte en català, així com tots els intermediaris o les intermediàries que tenen relació amb el client o clienta i evidentment també el servei telefònic.
- Tota la documentació que facilitat a l'usuari o usuària (més enllà de l'obligatòria) hauria d'ésser com a mínim i per defecte en català. Això serà responsabilitat de l'empresa en el moment que aquesta documentació en depengui directament. En el cas que el producte que instal·la, repara o

serveix, pertany a una altra empresa, recomanem que la que fa el servei intercedís (o si més no demanés) per tal que l'empresa fabricant del producte disposi d'aquesta informació també o com a mínim en català. Ens referim (per ambdós casos) a documentació del tipus: garantia del producte, manual d'instruccions, manual resum adhesiu o per penjar al mateix aparell, manual de muntatge, telèfon de contacte o d'urgències de l'empresa per penjar, targeta de l'empresa, carpeta de dades, enganxines publicitàries, imant per al refrigerador, etiquetatge i embalatge del producte....

- En el cas d'empreses de lliurament de productes a domicili (mobles, productes alimentaris...) hauríem de tenir en compte que el full de comandes, el catàleg i fullets, el servei web i de compra per Internet, el servei telefònic, les condicions de lliurament, l'etiquetatge de productes (si són de la mateixa empresa)... siguin com a mínim en català i si és el cas es presentin en aquesta llengua per defecte.

Legislació

Catalunya:

Decret 290/1995, de 28 de setembre, pel qual es regulen determinades activitats de prestació de serveis a domicili. Articles 2, 3 i 4.

Decret 213/2001, de 24 de juliol, de protecció dels drets del consumidor i usuari en la prestació de serveis sobre els béns de naturalesa duradora. Articles 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10, 14, 18, 19, 20, 21 i annex.

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística.

Llei 1/1990, de 8 de gener, sobre la disciplina del mercat i de defensa dels consumidors i dels usuaris.

4.3.8.

Distribució i venda de productes lingüístics (pel·lícules, DVDs, llibres, revistes, diaris...)

A què ens referim quan parlem de la distribució i venda de productes lingüístics?

Quan parlem de la distribució i venda de productes lingüístics estem parlant de productes adquirits on l'ús que en fem, i pels quals estan destinats, hi interacciona de manera constant la llengua; sobretot en la lectura però també en l'aspecte sonor. Bàsicament es tracta de productes culturals. En serien, per tant, els llibres, les revistes, els diaris o altres publicacions, pel·lícules en diversos formats o productes audiovisuals varis, programes i aplicacions informàtiques, telèfons, videojocs, DVDs, CDs i altres productes musicals... No estem parlant pròpiament de l'oferta més o menys àmplia d'aquests productes en català; sinó de la manera com es presenten davant del comprador o compradora. És a dir, com vendre de manera satisfactòriament i, per tant, duent una terme una bona pràctica, tots aquests productes.

Quina en seria una bona pràctica?

De fet, la proposta d'una bona pràctica en la venda i distribució de productes lingüístics està estretament relacionada amb molts dels altres apartats d'aquest document dels quals ja n'hem fet esment; l'etiquetatge i embalatge del producte, la publicitat, la retolació dins l'establiment, l'entorn en l'atenció oral i escrita, els catàlegs... i de manera especial el capítol 4.2.11. sobre la informació a l'usuari o usuària sobre l'ús del català en els productes i serveis de venda. Per tant, us recomanem la lectura de les diverses recomanacions de bones pràctiques aquí descrites, tot i que n'afegim algunes d'específiques que creiem interessants.

Creiem que hi ha dos objectius fonamentals en una bona pràctica en la venda d'aquests tipus de productes:

- 1) El venedor o la venedora hauria d'estar plenament informat de l'oferta en català del producte, tant d'aquells que ven, com de l'oferta en general del mercat. És a dir, hauria de tenir ple coneixement, en el camp que opera, naturalment, de la disponibilitat del català en cada cas.
- 2) El comprador o compradora (o possible comprador o compradora) hauria de sortir de l'establiment amb plens coneixements de l'existència o no del català en el producte que desitjava comprar, ha comprat o sobre el qual n'estava interessat; sense haver fet cap mena d'esforç suplementari respecte cap altra llengua per obtenir aquesta informació.

Per aconseguir aquests objectius, com dèiem, hi ajuda molt una bona pràctica en tots

aquells àmbits que envolten el producte. N'afegim, però, algunes altres estratègies i pràctiques (algunes especialment pensades per a mitjans i grans establiments):

- *Correcta informació i disposició de la diversitat i possibilitats de les versions en català.* Aquest punt és fonamental. Els establiments han de tenir, de bell antuvi, no només un coneixement ampli de l'oferta que hi ha en català i de les seves possibilitats tècniques i pràctiques, sinó que l'han de tenir a disposició del client o clienta sense cap mena de problema en el mateix moment, com a mínim en les mateixes condicions que qualsevol de les altres versions.
- *Quantitat dels estocs exposats.* És ben sabut pels professionals de la comercialització que com més estoc hi ha d'un producte en un punt de venda, més es ven. Sí aquest estoc a més es troba en llocs més visibles aquest efecte encara és més important. Per tant, la previsió en els estocs i l'exposició correcta són fonamentals.
- *Correcta exposició del producte.* La visualització de la versió del català hauria d'ésser clara i fàcil i si pot ser prioritària o en igualtat de condicions que les altres llengües. Per posar un exemple: la pel·lícula en versió catalana o la traducció en català d'un llibre haurien d'estar exposats en el lloc més identificable, intuïtiu i de màxima importància en referència a les altres versions. Si existeix un prestatge o calaixera especial de novetats que se li dona rellevància, la versió catalana hi hauria de ser de manera única o bé compartida amb les altres versions però en un lloc preeminent. Així mateix en la secció corresponent. Pel que fa als productes d'única versió (per exemple un CD de música) recomanem de no situar-los únicament en la secció de música en català (que també pot existir), sinó que si és un disc de rock, per exemple, també hi sigui a disposició en la secció de gènere de música rock tal i com fem amb d'altres llengües. En cap cas el producte en català hauria de passar desapercebut pel comprador o compradora.
- *Publicitat del producte del qual hi ha versió en català.* Recomanem, especialment per als productes en què l'usuari o usuària pugui desconèixer l'existència de la versió en català (un programa d'ordinador, un videojoc, una pel·lícula, un terminal de telèfon mòbil...), de fer-ne publicitat en el mateix establiment i indicant-ne si cal la localització per adquirir-lo. Això es pot fer mitjançant la cartelleria, els catàlegs, fullets.... D'altra banda hauríem d'ésser molt curosos amb els plafons i altra informació escrita per a promocionar-lo. Si una pel·lícula, producte, llibre... es troba en diverses llengües, i entre elles el català, procurarem que la publicitat que se'n faci en l'establiment sigui primordialment en català (tot i que pot haver-hi indicacions afegides o d'altres tipus que indiquin la possibilitat d'adquirir-lo en altre versions). Allò que no tindria sentit és trobar-nos únicament un plafó de promoció en castellà, per exemple, si també hi ha a disposició la versió catalana, essent aquesta la llengua pròpia de Catalunya. És cert que aquesta cartelleria no sempre depèn de l'establiment, però sí que aquest hi pot interferir o bé demanar a l'empresa productora les condicions d'exposició, o en els pitjors dels casos modificar-ne o afegir-ne aclariments a l'informant sobre les versions de la

llengua. Evitarem però, sempre que sigui possible, frases del tipus “també en català” en un cartell en un altre idioma (en tot cas hi posaríem un “també en castellà” o “també en francès”...) i que el cartell sigui en català. Procurarem, en el disseny de la promoció en català, que sigui el màxim d'atractiva i moderna.

- *Tractament o no d'espais diferenciats per al producte en català.* Tot i que admitem, i fins i tot en alguns casos pot ser recomanable, de destinar uns espais determinats per al producte en català, de manera que sigui fàcilment localitzable; cal insistir que això no hauria d'anar en detriment de presentar-lo en els altres espais corresponents i en les condicions que esmentàvem anteriorment. La “prestatgeria única” de “música en català” o “pel·lícules en català” (videojocs o altres productes) ha d'ésser plenament compatible perquè el CD també aparegui i a la secció de “música New Age” o “Jazz” per posar un exemple, o “cinema musical” o “cinema infantil”, o en els prestatges de novetats amb les màximes prioritats. La “prestatgeria única” és especialment adient quan no hi ha en l'establiment molta varietat d'aquell tipus de producte en català, però comportaria que el producte estigués situat també en la secció corresponent.
- *Preu del producte.* Procurarem, o si més no farem intermediaris, per maldar que no hi hagin diferències de preu en perjudici de la versió en català del producte.
- *Prioritat de la bona pràctica en els productes destinats als infants.* Si, d'acord a una venda responsable, hem d'ésser exigents en l'ètica i la bona pràctica pel que fa a l'exposició i tria dels productes lingüístics, pel que fa als productes destinats als infants aquesta exigència hauria d'ésser molt més severa. Cal pensar que l'idioma prioritari dels primers cicles de l'escola a Catalunya és el català i que moltes de les referències televisives infantils també han vingut a través del català. Per aquesta raó la prioritat d'exposició, presentació i publicitat de pel·lícules infantils, llibres per infants, jocs, productes educatius... hauria d'ésser en les versions catalanes. Vegeu també per a més informació el punt 4.3.6. sobre productes destinats als infants.
- *Perseverança en la bona pràctica.* Cal ésser realistes. Hem d'acceptar que una part del comprador o compradora català/catalana té assumit/da la impossibilitat o dificultat d'adquirir una versió en català del producte i per tant ni tan sols compta amb aquesta opció a l'hora de comprar-lo o demanar-lo. El producte català té unes potencialitats comercials enormes (la comunitat catalana és de dimensions mitjanes i té un gran potencial econòmic fins i tot més enllà d'aquells que tenen el català com a llengua materna), però a la persona consumidora li cal una mica de temps per anar assumint determinats canvis d'hàbits i actituds preconcebudes. Hem de pensar que quan des de l'establiment ja hem assumit la diversitat i existència plena d'aquell o altre producte en català, caldrà encara més temps perquè aquesta consciència sigui patent en l'usuari o usuària i, per tant, n'hauréem de continuar fent una

discriminació positiva per tal d'assolir finalment els potencials econòmics que té.

- *Altres pràctiques proposades.* Segons els casos esmentem algunes idees que poden ésser útils:
 - ✓ Exposició dels llibres i altres productes més venuts en català de forma visible (es poden exposar les llistes),
 - ✓ Triar els programes, pel·lícules, salvapantalles, canals de televisió... en la versió catalana en les mostres exposades de la botiga (ordinadors i pantalles engegats, aparells de televisió...)
 - ✓ Exposició de les darreres novetats en català dels diferents productes.
 - ✓ Paper actiu de l'establiment i distribuïdor traslladant les demandes de les persones consumidores de productes en català als fabricants i apel·lant a un consum responsable per tal que s'augmenti l'oferta (particularment per exemple en DVDs de pel·lícules si hi ha hagut una versió anterior al cinema o televisió subtitulada o doblada en català)
 - ✓ Presència dels productes en versió catalana en els aparadors
 - ✓ Opció de com a mínim un espai amb auriculars per escoltar música en català de les darreres novetats o promocions.

4.4.

Llista de referències de legislació general sobre l'ús del català per part de les empreses i comerços en relació amb el client o clienta, o les persones consumidores.

Llei 1/1998, de 7 de gener de política lingüística. Capítol V. L'activitat socioeconòmica.

Llei 3/1993, de 5 de març, de l'Estatut del consumidor.

Acord de Govern de la Generalitat de Catalunya de 30 de novembre de 2004 per fomentar l'ús del català.

Estatut d'Autonomia de Catalunya. 2006.

Altres legislacions fora de l'àmbit competencial de la Generalitat de Catalunya

Llei d'ordenació de l'ús de la llengua oficial del Principat d'Andorra.

Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià.

Llei 3/1986, de 29 d'abril, de normalització lingüística a les Illes Balears.

Llei 11/2001, de 15 de juny d'ordenació de l'activitat comercial a les Illes Balears.

4.5.

Llista de recursos útils generals sobre l'ús del català per part de les empreses i comerços en relació amb el client o clienta, o persona consumidora.

Web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/llengcat)

Hi ha informació de tota mena per tal de facilitar l'ús del català a l'empresa, amb molts recursos; des d'assessorament lingüístic, recursos de lèxic i gramaticals, ajuts concrets segons el sector, enllaços, dades, legislació i un apartat concret sobre el català a l'empresa.

Web del Consorci per a la Normalització Lingüística (www.cpnl.cat)

A l'apartat de Recursos hi ha múltiples eines molt útils, especialment terminològiques.

Web de l'Agència Catalana de Consum (www.consum.cat)

A més de la informació sobre normativa lingüística en cada apartat del web segons sector i àmbit que tracta, dins de Temes de Consum hi ha un apartat específic sobre drets lingüístics dels consumidors.

Web del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya (www.gencat.cat/diue)

El Servei Lingüístic del Departament té recursos i enllaços útils.

Web de la Confederació de Comerç de Catalunya (www.confecomercat.es)

Hi ha un apartat dins al web del servei lingüístic.

Web del Servei de política lingüística del Govern d'Andorra (www.catala.ad)

Amb diferents recursos útils en el món de l'empresa.

Web de Termcat. Centre de Terminologia (www.termcat.cat).

El TERM CAT, Centre de Terminologia, és un centre de referència en el treball terminològic. Es proposa garantir la qualitat i la disponibilitat de recursos i mètodes de treball als sectors públics i privats i impulsar la participació i la implicació de la societat en totes les seves activitats per a promoure, en un escenari multilingüe, el desenvolupament de la terminologia en llengua catalana i contribuir al progrés general d'aquesta llengua en tots els àmbits socials. Hi ha també recursos terminològics útils

per a les empreses.

Web de la Plataforma per la Llengua (www.plataforma-llengua.cat).

Entitat que treballa per la normalització del català en diferents àmbits, actua també en l'ús del català a les empreses. Dins el web, tant en l'apartat d'Estudis com de Guies i Publicacions, hi ha tot de material que pot ésser útil per conèixer la situació del català en certs sectors i propostes d'actuació.

Web de l'ADEC, Associació en Defensa de l'Etiquetatge en Català (www.adec.cat).

L'ADEC publica de manera periòdica un catàleg amb el nom i els productes d'empreses que etiqueten en català. Aquest catàleg i altra informació es pot consultar en el seu web.

Web d'Acció Cultural del País Valencià (www.acpv.cat).

Web de l'entitat de referència en temes de llengua al País Valencià.

Web de l'Obra Cultural Balear (www.ocb.cat).

Web de l'entitat de referència en temes de llengua a les Illes Balears.

Web de l'Àrea de Política lingüística de la Conselleria de Cultura, Educació i Esports de la Generalitat Valenciana (www.cult.gva.es/salt).

En destaquem els Fullets de Divulgació Terminològica, petits diccionaris amb vocabulari bàsic per sectors (bancs, viatges, restaurants, bars, supermercat, gimnàs..). Tots ells estan publicats.

Web de la Direcció General de Política Lingüística del Govern de les Illes Balears (www.dgpoling.caib.es)

El català a les empreses. Context, pràctiques i discursos. Òmnium Cultural i ECSA (Edicions Proa). ROVIRA, M. (i col·laboradors). Desembre 2005.

Estudi centrat en les grans empreses amb dades que permeten una anàlisi rigorosa d'aspectes contextuals com la política lingüística del govern, la legislació o la pressió que la societat civil ha exercit sobre l'ús del català a les empreses.

Oberts al català. Guia per instal·lar-se comercialment en català. Confederació de Comerç de Catalunya i Generalitat de Catalunya. 2007.

- També descarregable des del web de la Confederació de Comerç de Catalunya (www.confecomercat.es) i des del web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya (www6.gencat.net/llengcat).

Carpeta amb llibret i CD amb un resum dels drets lingüístics dels consumidors, bones pràctiques en el comerç, legislació i recursos. Existeix també en espanyol, anglès, urdú, àrab i xinès.

A dreta llei. Generalitat de Catalunya. 1999.

- Descarregables també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Col·lecció de vuit tríptics divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística (Noms i cognoms, Documents notarial, Documents bancaris, mercantils i d'assegurances, Toponímia, Retolació comercial, Hostaleria, Atenció al públic i Comunicacions empresarials)

La llei del català de portes endins, la llei del català de portes enfora 2006.

- Descarregables també mitjançant el web de la Secretaria de política lingüística de la Generalitat de Catalunya en format pdf (www6.gencat.net/llengcat).

Dos opuscles divulgatius del contingut de la Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística, relacionats amb la senyalització, els cartells d'informació general de caràcter fix, els documents d'oferta de serveis, els contractes, l'atenció a les persones consumidores i els topònims.

Màrqueting Lingüístic i Consum. Varis. Trípodos. Agència Catalana del Consum. 2006

Llibre publicat amb el suport de l'Agència Catalana del Consum que aplega un conjunt de reflexions de diversos especialistes sobre el màrqueting lingüístic en les empreses, a la vegada que analitza el paper del català en diferents àmbits com la publicitat, els mitjans de comunicació o Internet.

5. Directori

5.

Directori

5.1.

Organismes oficials

Agència Catalana de Consum

Av. Diagonal, 405 bis
08008 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 484 93 00 – Fax 93 484 93 20
www.consum.cat

Secretaria de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya.

Passatge de la Banca, 1-3
08002 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 567 10 00 - Fax 93 567 10 01
www6.gencat.net/llengcat

Consorti per a la Normalització Lingüística

C. de Mallorca, 272, 8è
08037 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 272 31 00 - Fax 93 487 21 67
www.cpln.cat

Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya (Serveis lingüístics)

Passeig de Gràcia, 105 (Torre Muñoz)
08008 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 484 95 00 – Fax 93 484 96 01
www.gencat.cat/diue

Termcat- Centre de Terminologia

C. Diputació 119, 5a
08015 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 452 61 61 – Fax 93 451 64 37
www.termcat.cat

Servei de Política Lingüística del Govern d'Andorra

Casa Motxilla. Placeta de Sant Esteve
AD500 Andorra la Vella (Principat d'Andorra)
Tel. 376 80 66 70
www.catala.ad

Àrea de Política lingüística de la Conselleria de Cultura, Educació i Esports de la Generalitat Valenciana

Av. Campanar, 32
46015 València (l'Horta)
Tel. 96 386 30 51 - Fax: 96 386 33 10
www.cult.gva.es/salt

Direcció General de Política Lingüística del Govern de les Illes Balears

C/ del Capità Salom, 29
07004 Palma (Mallorca)
Tel. 971 17 65 00 / 971 78 46 14 – Fax 971 78 46 84
www.dgpoling.caib.es

5.2.

Altres organismes i entitats

Confederació de Comerç de Catalunya

Via Laietana 32, 2n
08003 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 491 06 06 - Fax 93 268 25 16
www.confecomercat.es

Plataforma per la Llengua

C/ Diputació, 276 planta baixa
08009 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 321 18 03
www.plataforma-llengua.cat

Acció Cultural del País Valencià

Edifici Octubre. Carrer de Sant Ferran, 12
46001 València (L'Horta)
Telf 96 315 77 99
www.acpv.cat

Obra Cultural Balear

Carrer del Pare Bartomeu Pou, 31, baixos
07003 Palma (Mallorca)
Tel. 971 723 299 - Fax 971 719 385
www.ocb.cat

Òmnium Cultural

c/ Diputació 276, principal
08009 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 319 80 50 - Fax 93 310 69 00
www.omnium.cat

CAL (Coordinadora d'Associacions per la Llengua Catalana)

Carrer Santa Perpètua 15, baixos
08012 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 415 90 02 - Fax 93 415 87 18
www.cal.cat

L'OCUC (Organització de Consumidors i Usuaris de Catalunya)

Av. República Argentina, 29, 1r
08023 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 417 47 37
www.ocuc.org

Consum Català (Associació Catalana de Consumidors)

C/Rocafort 242 bis, 3r pis
08029 Barcelona (Barcelonès)
Tel. 93 533 35 50
www.consumcatala.cat

Centre de Cultura Catalana

c/ Llacuna 14
Andorra la Vella (Principat d'Andorra)
Tel. 376 82 56 73
www.centreculturacatalana.org



6. Índex per mots clau

6. Índex per mots clau

agències de viatges	4.2.1 - 4.2.4 - 4.2.6 - 4.3.3
allotjaments turístics	4.2.9 - 4.3 - 4.3.1
assegurances	vegeu entitats asseguradores
atenció al públic	vegeu atenció oral i atenció escrita
atenció escrita	4.2.1 - 4.2.2 - 4.2.12 - 4.3.3 - 4.3.4 - 4.3.5 - 4.3.7
atenció oral	4.2.1 - 4.3.2 - 4.3.3 - 4.3.4 - 4.3.5 - 4.3.7 - 4.3.8
atenció telefònica	vegeu atenció oral
bancs	vegeu entitats financeres
bars	vegeu restaurants
bitllets de transport	vegeu transports
bosses	4.2.10
caixes	vegeu entitats financeres
cartelleria	vegeu retolació
cartells d'ofertes	vegeu retolació
cartes de plats i vins	vegeu restaurants
catàlegs	4.2.3 - 4.2.4 - 4.2.10 - 4.2.12 - 4.3.2 - 4.3.3 - 4.3.4 - 4.3.5 - 4.3.7 - 4.3.8
CDs	vegeu música i noves tecnologies
certificats de garantia	4.2.10 - 4.3.5 - 4.3.6 - 4.3.7
codi de conducta	vegeu responsabilitat social
codi ètic	vegeu responsabilitat social
comandes	4.2.9
comunitats lingüístiques comparables	vegeu llengües comparables
coneixement del català	3.1
consum responsable	3.3 - 4.1
contractes	4.2.9 - 4.3.2 - 4.3.3 - 4.3.5
denominacions d'origen i qualitat	4.2.5
DVDs	vegeu pel·lícules i noves tecnologies
embalatges	vegeu etiquetatge
entitats asseguradores	4.2.1 - 4.2.9 - 4.3.2
entitats financeres	4.2.1 - 4.2.9 - 4.3.2
estacions de transport	vegeu transports
ètica comercial	vegeu responsabilitat social
etiquetatge	3.2 - 3.4 - 4.2.5 - 4.2.11 - 4.3.5 - 4.3.6 - 4.3.7 - 4.3.8
factures	4.2.9 - 4.3.2 - 4.3.3 - 4.3.4 - 4.3.7
fullets	4.2.3 - 4.2.4 - 4.2.10 - 4.2.12 - 4.3.1 - 4.3.2 - 4.3.3 - 4.3.4 - 4.3.5 - 4.3.7 - 4.3.8
informació a l'usuari	4.2.11 - 4.3.5 - 4.3.6 - 4.3.8
informàtica	vegeu noves tecnologies
instal·lacions	4.3.7
instruccions del producte	vegeu etiquetatge
Internet	3.1 - 4.2.2 - 4.2.3 - 4.2.8 - 4.2.9 - 4.2.10 - 4.3.2 - 4.3.3 - 4.3.4 - 4.3.5 - 4.3.7
jocs	4.2.11 - 4.3.5 - 4.3.6 - 4.3.8
joguines	vegeu jocs
llengua minoritària	3.1
llengües comparables	3.4 - 3.1 - 4.1 - 4.2.5
llibres	4.2.11 - 4.3.6 - 4.3.8
lliuraments a domicili	4.3.7
megafonia	4.2.7 - 4.2.12 - 4.3.4
menús	vegeu restaurants
música	4.2.11 - 4.3.8
noves tecnologies	3.2 - 4.2.4 - 4.2.8 - 4.2.9 - 4.2.11 - 4.3.5 - 4.3.6 - 4.3.8
ordinadors	vegeu noves tecnologies
pàgines web	vegeu Internet
pel·lícules	4.2.11 - 4.3.4 - 4.3.5 - 4.3.6 - 4.3.8
perjudicis personals	1 - 3.2 - 4.1 - 4.2.5
plafons informatius	4.2.6 - 4.2.12 - 4.3.4

pors personals	vegeu perjudicis personals
prestacions de serveis a domicili	4.3.7
productes lingüístics	3.2
programes informàtics	vegeu noves tecnologies
prospectes	vegeu catàlegs
publicitat	4.2.2 - 4.2.3 - 4.2.4 - 4.2.6 - 4.2.7 - 4.2.10 - 4.2.11 - 4.2.12 - 4.3.2 - 4.3.5 - 4.3.6 - 4.3.8
publicitat a la bústia	vegeu publicitat
publicitat comercial	vegeu publicitat
reformes	4.3.7
reformes a l'habitatge	4.3.7
reparacions de béns	4.3.7
responsabilitat social	3.3 - 4.1 - 4.3.6 - 4.3.8
restauració	vegeu restaurants
restaurants	4.2.1 - 4.2.6 - 4.3.1
retolació	4.2.6 - 4.2.10 - 4.2.11 - 4.2.12 - 4.3.2 - 4.3.3 - 4.3.4 - 4.3.7 - 4.3.8
senyalització	vegeu retolació
tecnologies de la informació	vegeu telefonia i noves tecnologies
telecomunicacions	vegeu telefonia i noves tecnologies
telefonía	4.2.2 - 4.2.9 - 4.2.11 - 4.3.5
telèfons mòbils	vegeu telefonia
TICs	vegeu noves tecnologies
tiquets de compra	4.2.10
topònims	4.2.12 - 4.3.4
trameses publicitàries	vegeu publicitat i atenció escrita
transports	4.2.1 - 4.2.3 - 4.2.6 - 4.2.7 - 4.2.9 - 4.2.12 - 4.3 - 4.3.3 - 4.3.4
Unió Europea	3.4 - 3.1 - 4.2.5
videojocs	vegeu jocs