



VNIVERSITAT
DE VALÈNCIA

 **Facultat de Ciències Socials**

Programa de Doctorat en Ciències Socials

Tesi Doctoral

PRESENCIA I ÚS DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL

Presentada per:

Yaiza Pérez Alonso

Dirigida per:

Beatriz Santamarina Campos

València, setembre 2021

DEPARTAMENT DE SOCIOLOGIA I
ANTROPOLOGIA SOCIAL



UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Avda. dels Tarongers,4B
46011-VALÈNCIA

Tel:(96) 3828454/Fax (96) 3828450

Valencia, 07 de septiembre de 2021

INFORME DE LA DIRECTORA DE TESIS

Dra. Beatriz Santamarina Campos en calidad directora de la tesis de Doña YAIZA PÉREZ ALONSO, mediante el presente escrito informa que la tesis que se deposita por la citada doctoranda, y que lleva el título "Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial" está finalizada y puede ser depositada.

Valencia, 7 de septiembre de 2021

Firmado por SANTAMARINA CAMPOS BEATRIZ -
29165077L el día 07/09/2021 con un
certificado emitido por AC FNMT Usuarios

Fdo: Dra. Beatriz Santamarina Campos



VNIVERSITAT D VALÈNCIA

 **Facultat de Ciències Socials**

Programa de Doctorat en Ciències Socials

Línia de recerca: Cultura i política dels llocs

Tesi Doctoral

PRESENCIA I ÚS DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL

Presentada per:

Yaiza Pérez Alonso

Dirigida per:

Beatriz Santamarina Campos

València, setembre 2021

RESUM

PRESÈNCIA I ÚS DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL

El castellà i el valencià són les llengües oficials del País Valencià, però la seua presència i ús són desiguals. En aquesta superposició entre dues llengües, el castellà ocupa una posició hegemònica i el valencià una posició subordinada, la qual cosa provoca una diversificació de les seues funcions i dels seus àmbits d'ús, i l'adscripció de cada varietat (i dels seus parlants) a un estatus sociocultural específic. Els comportaments diglòssics i el bilingüisme de les persones valencianoparlants evidencien l'existència d'un conflicte lingüístic, que alhora és un conflicte sociopolític. Parlar de llengua al País Valencià és parlar de conflicte. L'objecte d'aquesta tesi és estudiar la presència i l'ús del valencià en l'àmbit comercial, un espai essencial de relació quotidiana. Per tal d'apropar-nos a l'objecte d'estudi s'ha dissenyat una articulació metodològica qualitativa i quantitativa: grups de discussió, per a conèixer els discursos socials sobre el valencià i la seua presència en el comerç; observació participant, per estudiar el paisatge lingüístic comercial (visual i sonor); i enquesta, per a conèixer la distribució de les posicions discursives sobre la llengua en la societat valenciana. Els resultats del treball de camp mostren un paisatge lingüístic comercial castellanitzat, amb una baixa vitalitat etnolingüística del valencià, encara que cal matisar que el valencià té major presència sonora que visual. Els posicionaments discursius són polars envers el lloc que ha d'ocupar el valencià, la promoció de la llengua i el futur desitjat (normalització-substitució lingüística). La política lingüística d'aplicació en l'àmbit comercial és deficitària (quasi inexistent), i el *laisser faire* ha accelerat el procés de substitució de la llengua pròpia i la normalització del conflicte. La tesi es concep des de l'òptica de la sociologia amb orientació pública, és a dir, conèixer la realitat per a transformar-la, per això aquesta investigació acaba amb propostes d'actuació encaminades a impulsar la normalització lingüística en l'àmbit comercial.

Paraules clau: àmbit comercial, paisatge lingüístic sonor, paisatge lingüístic visual, normalització, conflicte lingüístic, subordinació, diglòssia, política lingüística, hegemonia.

RESUMEN

PRESENCIA Y USO DEL VALENCIANO EN EL ÁMBITO COMERCIAL

El castellano y el valenciano son las lenguas oficiales de la Comunidad Valenciana, pero su presencia y uso son desiguales. En esta superposición entre dos lenguas, el castellano ocupa una posición hegemónica y el valenciano una posición subordinada, lo que provoca una diversificación de sus funciones y de sus ámbitos de uso, y la adscripción de cada variedad (y de sus hablantes) a un estatus sociocultural específico. Los comportamientos diglósicos y el bilingüismo de las personas valencianohablantes evidencian la existencia de un conflicto lingüístico, que a la vez es un conflicto sociopolítico. Hablar de lengua en El País Valenciano es hablar de conflicto. El objeto de esta tesis es estudiar la presencia y el uso del valenciano en el ámbito comercial, un espacio esencial de relación cotidiana. Con el fin de acercarnos al objeto de estudio, se ha diseñado una articulación metodológica cualitativa y cuantitativa: grupos de discusión, para conocer los discursos sociales sobre el valenciano y su presencia en el comercio; observación participante, para estudiar el paisaje lingüístico comercial (visual y sonoro); y encuesta, para conocer la distribución de las posiciones discursivas sobre la lengua en la sociedad valenciana. Los resultados del trabajo de campo muestran un paisaje lingüístico comercial castellanizado, con una baja vitalidad etnolingüística del valenciano, aunque hay que matizar que el valenciano tiene mayor presencia sonora que visual. Los posicionamientos discursivos son polares hacia el lugar que debe ocupar el valenciano, la promoción de la lengua y el futuro deseado (normalización-sustitución lingüística). La política lingüística de aplicación en el ámbito comercial es deficitaria (casi inexistente), y el *laisser faire* ha acelerado el proceso de sustitución de la lengua propia y la normalización del conflicto. La tesis se concibe desde la óptica de la sociología con orientación pública, es decir, conocer la realidad para transformarla, por eso esta investigación termina con propuestas de actuación encaminadas a impulsar la normalización lingüística en el ámbito comercial.

Palabras clave: ámbito comercial, paisaje lingüístico sonoro, paisaje lingüístico visual, normalización, conflicto lingüístico, subordinación, diglosia, política lingüística, hegemonía.

ABSTRACT

PRESENCE AND USE OF VALENCIAN IN THE COMMERCIAL SPHERE

Spanish and Valencian are the official languages of the Valencian Community, but their presence and usage are unequal. In this superposition between the two languages, Spanish occupies a hegemonic position, whereas Valencian has a subordinate position, which causes a diversification of its functions and fields of use, and the ascription of each variety (and its speakers) to a specific sociocultural status. The diglossic behaviours and bilingualism of Valencian-speaking people show the existence of a linguistic conflict, which is also a socio-political conflict. Speaking of language in the Valencian Community is speaking of conflict. The purpose of this thesis is to study the presence and use of Valencian in the business sphere, an essential space for daily relationships. In order to get closer to the object of study, a qualitative and quantitative methodological articulation has been designed: discussion groups, to learn about social discourses on Valencian and its presence in commerce; participant observation, to study the commercial visual linguistic landscape and soundscape; and survey, to know the distribution of discursive positions on the language in the Valencian society. The results of the field work show a commercial Spanish linguistic landscape, with a low ethnolinguistic vitality of the Valencian, although it must be pointed out that Valencian's soundscape is more prominent than its visual presence. The discursive positions are polarised towards the place that Valencian should occupy, the promotion of the language and the desired future (linguistic normalization-substitution). The language policy applied in the business sphere is deficient (almost non-existent), and the *laissez faire* has accelerated the process of substituting one's own language and the normalization of the conflict. The thesis is conceived from the point of view of publicly-oriented sociology, that is, to understand the reality in order to transform it, which is why this research ends with proposals for action aimed at promoting linguistic normalization in the commercial sphere.

Keywords: commercial sphere, language soundscape, language visual landscape, normalization, language conflict, subordination, diglossia, language policy, hegemony

A la meua família.

“La influència de la tecnologia, el comerç i els grans negocis estan unint el món de moltes maneres interessants. Un perill és que acabem vivint en llocs unificats, homogenis i avorrits, on cada carrer d'un poble se sembla a totes les altres. Hem de valorar i protegir les nostres diferències culturals. Una reserva genètica no és capaç de produir nova vida llevat que tinga una extensa diversitat. El mateix ocorre amb la cultura i idioma”.

Recolzament a la Declaració Universal dels drets lingüístics de Peter Gabriel (Músic i fundador de World of Music, Arts and Dance).



VNIVERSITAT D VALÈNCIA

DECLARACIÓ JURADA/ PROMESA

Na Yaiza Pérez Alonso amb NIF: 20.840.953D
estudiant del programa de Doctorat en Ciències Socials
amb domicili al carrer Joan Fuster 2C 2 pta 3 de Carcaixent (CP. 46740)
Telèfon: 603423033

DECLARE SOTA JURAMENT O PROMESA

Que la Tesi Doctoral sota el títol "La presència i ús del valencià a l'àmbit comercial" es tracta d'un treball d'investigació original realitzat pel sotasignat durant el període de formació per obtenir el títol de Doctora en Ciències Socials, assumint que aquest acte i signatura les responsabilitats legals derivades en cas que es demostre la falsedat de dades ací resenyades.

I perquè així conste, signe esta declaración.

En València a 10 de setembre de 2021

Signat:

PEREZ ALONSO
YAIZA -
20840953D

Firmado digitalmente por
PEREZ ALONSO YAIZA -
20840953D
Fecha: 2021.09.10 11:24:15
+02'00'



Aspectes dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) als quals el doctorand fa referència o que amb els resultats de la tesi doctoral contribueix a visibilitzar.

L'Assemblea General de l'Organització de Nacions Unides (ONU), el 25 de setembre de 2015, anunciava l'*Agenda 2030 per al Desenvolupament Sostenible*. L'Agenda tenia com a finalitat última "enfortir la pau universal i l'accés a la justícia"¹. Per aconseguir-ho, es van precisar disset 'Objectius per al Desenvolupament Sostenible' (ODS) i cent seixanta-nou metes de caràcter econòmic, social i ambiental. L'Agenda buscava arribar a un pla d'acció consensuat per implementar-se en els diferents països i administracions. Els Objectius per al Desenvolupament Sostenible (ODS) estan plasmats de manera àmplia. En el cas de les llengües, els ODS 4, 10, 11 i 16, que descrivim a continuació, estan estretament vinculats amb aquestes. Garantir l'educació equitativa (oportunitat de mantenir les llengües autòctones), reduir les desigualtats (conjuntura per acabar amb les desigualtats lingüístiques traduïdes després en desigualtats estructurals), aconseguir assentaments inclusius (ocasió per fer de la promoció de les llengües un mecanisme per a la igualtat) i promoure societats justes per a tothom (moment perquè totes les llengües tinguin les mateixes possibilitats) són, sens dubte, objectius que només es poden aconseguir tenint en compte totes les dimensions. La llengua, objecte de la nostra tesi, és una dimensió més, fonamental per conquerir tots els objectius assenyalats. Els resultats d'aquesta tesi apunten a la necessitat d'afermar i normalitzar l'ús del valencià (a hores d'ara subordinat i discriminat), i, per tant, les administracions haurien d'anar cap a aquest camí per complir amb les metes de l'Agenda 2030.

Objectius per al Desenvolupament Sostenible vinculats a la tesi:

- 4. Garantir una educació de qualitat inclusiva i equitativa, i promoure les oportunitats d'aprenentatge permanent per a tots.
- 10. Reduir les desigualtats entre països i dins d'ells.
- 11. Aconseguir que les ciutats i els assentaments humans siguin inclusius, segurs, resilents i sostenibles.
- 16. Promoure societats pacífiques i inclusives per al desenvolupament sostenible, facilitar l'accés a la justícia per a tots i crear institucions eficaces, responsables i inclusives a tots els nivells.

¹ Disponible a: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#:~:text=La%20Asamblea%20General%20de%20la,el%20acceso%20a%20la%20justicia.>

Escrit on el doctorand o la doctoranda justifique la necessitat de la realització de la investigació i el buit de coneixement que la recerca ha omplert, juntament amb l'interès del doctorand o la doctoranda en omplir aquest buit en el coneixement

La tesi que aquí es presenta sota el títol "Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial" respon al buit de coneixement en aquest camp. La Comunitat Valenciana, davant d'altres autonomies amb llengua pròpia, es caracteritza per la manca d'estudis sistemàtics sobre la llengua i els seus usos en diferents esferes. Això justifica, per si mateix, l'interès d'aquest treball. Amb aquesta investigació sobre el valencià i el seu paisatge sonor i visual en el terreny comercial, es vol contribuir a omplir el buit existent, al menys, en el camp de les relacions comercials.

AGRAÏMENTS

Jo vaig nàixer a Las Palmas de Gran Canaria i allí no es parla valencià. No vaig escoltar la meua llengua fins que ens vam traslladar a Carcaixent, el poble dels meus pares, quan jo ja tenia 6 anys. Vaig tindre sort que fora Carcaixent, perquè allí es parla valencià i no van fer cap distinció amb mi. El meu primer dia a la península (com diuen els illencs), vaig dormir a casa de la meua àvia (una dona de Chella, que parlava un valencià molt fluid al treballar de cara al públic en el seu negoci, el Despatx de pa de Filo, al Jardí de l'Alegria). Eixa primera nit, quan ja pujava per les escales al pis de dalt, on estaven els dormitoris, vaig escoltar a la meua àvia etzibar un "bona nit" i jo, amb curiositat, li vaig preguntar a la meua mare què volia dir "bona nit" i ella m'explicà que a València (jo pensava que Carcaixent era València) per la nit es diu "bona nit", i pel matí "bon dia". Vaig baixar l'escala corrents, i li vaig dir a la meua àvia "bona nit". Una bona costum que repetirem fins que se'n va anar. A ella vull agrair-li la meua immersió lingüística, l'estima i els aprenentatges de vida.

Gran part del treball de camp d'aquesta tesi ha sigut possible gràcies a les ajudes per a realitzar treballs d'investigació impulsades per la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multiculturalisme. Agrair especialment la confiança dipositada a Xavier Gállego, Inma Àngel, Vicent Moreno i Emili Fèlix.

El llistat d'agraïments és llarg. Un lloc privilegiat en el llistat el té la meua directora de tesi, professora i companya, Beatriz Santamarina Campos, qui no sols m'ha orientat en aquesta aventura sinó també en moltes altres. He après i he gaudit en el procés, i per a mi és un referent com a científica, com a professora i com a persona. Moltíssimes gràcies per tot.

La tesi és el final d'un llarg camí, un camí ple d'aprenentatges. M'agradaria destacar alguns professors i professores que m'han ajudat a créixer al llarg dels anys a la universitat: Fàtima Perelló, Josep Vicent Marqués, Josep Picó, entre molt altres. Agrair, en especial, a Rafael Castelló per introduir-me en l'estudi del País Valencià i de la llengua, i a Albert Moncusí per tots els aprenentatges aplicats de l'antropologia des del Museu de la Paraula fins l'actualitat.

Davant del mite de la soledat de la tesi, he de reconèixer que he estat molt ben acompanyada, ja que he tingut al meu voltant persones que m'han recolzat i m'han donat ànims per a continuar. Entre elles destaque a Teresa Vicente, Reis Lloria, Eva Mompó, Isa Gadea, Raquel Pérez i Jèssica Pérez. Sense vosaltres aquesta tesi no haguera vist la llum.

Estic molt agraïda pel recolzament en l'ombra, la lleugera pressió, la confiança i l'estima de companys i amics que m'han espentat perquè acabara la tesi: Paco Torres, Victor Agulló, Eloïna García, Salomé Moreno, Sergio Palencia, Eric Gielen, José Luís Miralles i Asenet Sosa. Especialment, vull donar les gràcies a les meues estimades secretàries (i amigues) del Departament de Sociologia i Antropologia Social, Amparo Gallell i Sagrario Argudo, per la seua disposició, la seua ajuda, la seua companyia i els seus riures.

Agrair també l'acompanyament, la disposició i el recolzament moral de Pilar Blanco, José Gamir i Manu Camacho. Des de que us conec la meua vida és més fàcil i millor.

Per acabar, i com no podia ser d'una altra manera, agrair el recolzament de la meua família que sempre està ahí, m'acompanya i m'estima. A mon pare per mostrar-me d'on vinc i subjectar-me els peus a terra, i a ma mare per fer-me somiar; a la meua germana per compartir vida i desitjos i a Luci per la seua tímida tendresa, al meu oncle Joaquin per confiar en la meua capacitat, a ma tia Amparín per la seua estima, i a Nando per entendre'm, voler-me com sóc i ser el meu company de vida. A la meua Pau, amb qui he compartit moltíssimes hores durant aquesta tesi, per la companyia i l'amor.

Especial agraïment a totes les persones participants en l'estudi, bé en els grups de discussió, bé en l'enquesta.

Índex

Taules, Gràfics, Imatges i Mapes

BLOC I. OBJECTE I MÈTODE. MARC TEÒRIC I ESTAT DE LA QÜESTIÓ	
CAPÍTOL 1. LA PRESÈNCIA I ÚS DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL	26
1.1 L'ÚS DEL VALENCIÀ EN UN ESPAI QUOTIDIÀ	26
1.2 OBJECTIUS, PREGUNTES DE RECERCA I HIPÒTESIS	32
1.3 METODOLOGIA	35
1.3.1 Observar, escoltar, parlar, comparar i escriure	36
1.3.2 Imaginaris col·lectius i discursos consensuats	48
1.3.3 Actituds envers a l'ús del valencià en l'àmbit comercial	53
1.4 ESTRUCTURACIÓ DELS CONTINGUTS	56
CAPÍTOL 2. LLENGUA, DIGLÒSSIA I CONFLICTE. HEGEMONIES I SUBORDINACIÓ	59
2.1 LA LLENGUA COM A CAMP POLÍTIC	59
2.2 DIGLÒSSIA	63
2.3 ESTAT DE LA QÜESTIÓ: LA LLENGUA DELS VALENCIANS	68
2.3 EL CONFLICTE LINGÜÍSTIC VALENCIÀ	74
2.4 LA PUGNA NORMALITZADA PER LA LLENGUA	83
2.5 REFLEXIONS FINALS SOBRE LA SITUACIÓ DEL VALENCIÀ	89
BLOC II. CONTEXTUALITZACIÓ	
CAPÍTOL 3. LES POLÍTIQUES LINGÜÍSTIQUES. DEL GLOBAL AL LOCAL	94
3.1 UNA APROXIMACIÓ ALS MARCS POLÍTIQUES DE LES LLENGÜES	94
3.2 ALLÒ POLÍTIC DE LES POLÍTIQUES LINGÜÍSTIQUES	95
3.3 RECONeixEMENT INTERNACIONAL DELS DRETS LINGÜÍSTICS	97
3.4 L'ESTAT ESPANYOL: CASTELLÀ ALTRES LLENGÜES ESPANYOLES	105
3.5. EL PAÍS VALENCIÀ. ENTRE DRETS I DEURES LINGÜÍSTICS	108
3.6 SENSE UNA POLÍTICA LINGÜÍSTICA EN L'ÀMBIT COMERCIAL	113
CAPÍTOL 4. EL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL. CASOS D'ESTUDI	121
4.1 LA PRESÈNCIA I ÚS DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL	121
4.2 DELIMITACIÓ GEOGRÀFICA I SOCIODEMOGRÀFICA DE LA RECERCA	132
4.3 APROXIMACIÓ A LA REALITAT SOCIOLINGÜÍSTICA DE LES CIUTATS ESTUDIADES	144
BLOC III. TREBALL DE CAMP. RESULTATS	
CAPÍTOL 5. VALENCIÀ: DISCURSOS ENFRONTATS	149
5.1 NARRATIVES: SAPS QUÈ PASSA?	149
5.2 EL VALENCIÀ, UNA LLENGUA CASOLANA	152
5.3 EL VALENCIÀ I ELS SEUS ÀMBITS	165
5.4 ÚS DEL VALENCIÀ SEGONS TIPUS D'ESTABLIMENTS EN L'ÀMBIT COMERCIAL	173
5.4.1 Xicotet comerç/ botiga tradicional o franquícia	175
5.4.2 El mercat	178

5.4.3	Els centres comercials	180
5.5	PERCEPCIÓ DE COM HAURIA DE SER LA PRESENCIA DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL	181
5.6	INFLUÈNCIA DE LA LLENGUA PUBLICITÀRIA	189
5.7	EL VENTALL DISCURSIU ENVERS EL VALENCIÀ: ALGUNES CONCLUSIONS	191
CAPÍTOL 6. EL PAISATGE LINGÜÍSTIC COMERCIAL VALENCIÀ		199
6.1	ELS PAISATGES LINGÜÍSTICS	199
6.2	PRESENCIA ORAL I ESCRITA DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL	201
6.3	UN PASSEIG PELS PAISATGES LINGÜÍSTICS COMERCIALS AL NOSTRE TERRITORI	232
6.3.1	Síntesi de l'anàlisi de la presència i l'ús del valencià en l'àmbit comercial per tipus d'establiment	232
6.3.2	Anàlisi comparada de la presència del valencià als diferents tipus d'establiments	239
6.3.3	Síntesi de l'anàlisi territorial de la presència i l'ús del valencià en l'àmbit comercial	241
6.3	CONCORDANCES I DISCORDANCES ENTRE ELS DISCURSOS I L'OBSERVACIÓ	246
CAPÍTOL 7. OPINIONS I ACTITUDS LINGÜÍSTIQUES SOBRE EL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL		249
7.1	LIMITACIONS DE L'ENQUESTA	250
7.2	CARACTERITZACIÓ DE LA MOSTRA	253
7.3	ÀMBITS D'ÚS DEL VALENCIÀ	263
7.3.1	Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial	266
7.3.2	La publicitat, una possible porta d'entrada	280
7.3.3	Valoració de les mesures de promoció lingüística	281
7.3.4	Expectatives de futur	285
7.4.	CONVERGÈNCIES I DIVERGÈNCIES ENTRE DISCURSOS, PAISATGES I OPINIONS	286
BLOC IV. TANCAMENT I OBERTURES		
8.	CONCLUSIONS I PROPOSTES	291
8.1	TANCAMENT I OBERTURES	291
8.2.	PRINCIPALS RESULTATS DE LA RECERCA	292
8.3	PER UNA SOCIOLOGIA PÚBLICA COMPROMESA AMB LA NORMALITZACIÓ DE LA LLENGUA	303
8.4	OBRINT PAS	311
BIBLIOGRAFIA		313
ANNEX 1: MAPES DE DENSITAT COMERCIAL		349
ANNEX 2: QÜESTIONARI		355
ANNEX 3: DADES SOCIODEMOGRÀFIQUES		365
ANNEX 4: TAULES DELS GRÀFICS DE L'OBSERVACIÓ PARTICIPANT		371

Índex de taules

Taula 1: Nombre d'hores d'observació participant per ciutat i total..... 47

Taula 2: Caracterització grups de discussió.....	50
Taula 3: Codificació dels grups de discussió.	53
Taula 4: Dates i lloc de realització dels grups de discussió.	53
Taula 5: Estudis quantitius sobre l'ús del valencià en l'àmbit comercial elaborats per la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme.	122
Taula 6: Distribució percentual segons el grau de competència lingüística (entendre, parlar, llegir i escriure) i any.	124
Taula 7: Evolució de les respostes a la qüestió "llengua que parla a les botigues tradicionals" en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant).	126
Taula 8: Taula 4. Evolució de les respostes a la qüestió "llengua que parla a les grans superfícies" en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant).	128
Taula 9: Població segons lloc de naixement.....	134
Taula 10: Origen de la població estrangera en Alacant, valor absolut i percentatge.	134
Taula 11: Població segons lloc de naixement. Dades del Padró a 1 de gener de 2020.	135
Taula 12: Origen de la població estrangera en Alcoi, valor absolut i percentatge.	136
Taula 13: Població segons lloc de naixement.....	137
Taula 14: Origen de la població estrangera en Castelló, valor absolut i percentatge.	138
Taula 15: Població segons lloc de naixement.....	139
Taula 16: Origen de la població estrangera en Elx, valor absolut i percentatge.....	140
Taula 17: Població segons lloc de naixement.....	141
Taula 18: Origen de la població estrangera en Gandia, valor absolut i percentatge.....	142
Taula 19: Població segons lloc de naixement.....	143
Taula 20: Població segons lloc de naixement.....	144
Taula 21: Competència lingüística en valencià per zona.....	146
Taula 22: Discurs unitarista-excloent.	192
Taula 23: Discurs regionalista-localista.	193
Taula 24: Discurs liberal-darwinista..	193
Taula 25: Discurs monolingüe-resistent.....	194
Taula 26: Discurs bilingüista-ingenu.....	194
Taula 27: Discurs valencià-resistent.....	195
Taula 28: Discurs pragmàtic-resignat.....	195
Taula 29: Discurs pragmàtic-positiu.....	195
Taula 30: Distribució percentual i nombre absolut de comerços observats per ciutat.	205
Taula 31: Síntesi sobre la presència de les llengües als edificis de "mercat"	237
Taula 32: Escala d'intensitat de la presència del valencià al comerç valencià.....	240
Taula 33: Síntesi resum dels resultats de la presència del valencià per tipus d'establiment. .	240
Taula 34: Síntesi resum dels resultats de la presència del valencià per territori.....	242
Taula 35: Distribució de la població empadronada al País Valencià per província (absolut i percentatge) i distribució de la mostra segons província de residència (absolut i percentatge)..	255

Índex de gràfics

Gràfic 1: Evolució dels percentatges de les persones enquestades que responen “prou bé o perfectament” al nivell de competència lingüística (entendre, parlar, llegir i escriure) en les enquestes de 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 .	125
Gràfic 2: Evolució de les respostes a la qüestió “llengua que parla a los botigues tradicionals” en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant).	127
Gràfic 3: Evolució de les respostes a la qüestió “llengua que parla a les grans superfícies” en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant).	129
Gràfic 4: Evolució de les respostes a les qüestions “llengua que parla a les botigues tradicionals” i “llengua que parla a les grans superfícies” en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant).	130
Gràfic 5: Piràmide poblacional de la ciutat d’Alacant.	133
Gràfic 6: Piràmide poblacional de la ciutat d’Alcoi.	135
Gràfic 7: Piràmide poblacional de la ciutat de Castelló.	137
Gràfic 8: Piràmide poblacional de la ciutat d’Elx.	139
Gràfic 9: Piràmide poblacional del municipi de Gandia.	141
Gràfic 10: Piràmide poblacional de la ciutat de València.	143
Gràfic 11: Distribució percentual dels establiments observats segons la seua tipologia.	203
Gràfic 12: Distribució percentual dels establiments observats segons la seua tipologia.	206
Gràfic 13: Distribució percentual de les botigues segons l’idioma del rètol.	208
Gràfic 14: Distribució percentual de les botigues segon l’idioma del rètol i la ciutat.	209
Gràfic 15: Distribució percentual de les botigues segons l’idioma del rètol i tipus de d’establiment.	211
Gràfic 16: Distribució percentual de les botigues segons la llengua que empra en l’aparador extern.	212
Gràfic 17: Distribució percentual de les botigues segons la llengua que empra en l’aparador extern i ciutat.	213
Gràfic 18: Distribució percentual de les botigues segons la llengua que empra en l’aparador extern i tipus d’establiment.	214
Gràfic 19: Distribució percentual de les botigues segons la llengua emprada en “l’horari comercial”.	214
Gràfic 20: Distribució percentual de les botigues segons la llengua en que està la cartelleria interna.	216
Gràfic 21: Distribució percentual de les botigues segons la llengua en que està la cartelleria interna i el tipus de comerç.	217
Gràfic 22: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el full de reclamacions.	218
Gràfic 23: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el full de “canvis i devolucions”.	219
Gràfic 24: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla entre els treballadors/es i la ciutat.	221
Gràfic 25: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla entre els treballadors/es i tipus de comerç.	222
Gràfic 26: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla en el tracte amb la clientela.	223
Gràfic 27: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla en el tracte amb la clientela i tipus de comerç.	223
Gràfic 28: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el primer contacte “intencionat”.	224

Gràfic 29: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el primer contacte “intencionat” i la ciutat.	225
Gràfic 30: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el primer contacte “intencionat” i el tipus de comerç.	225
Gràfic 31: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la seua competència en valencià i la ciutat.	228
Gràfic 32: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la seua competència en valencià i tipus de comerç.	229
Gràfic 33: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons s’adapta i canvia a valencià durant la conversa i la ciutat.	231
Gràfic 34: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons s’adapta i canvia a valencià durant la conversa i tipus de comerç.	232
Gràfic 35: Distribució percentual de la mostra segons sexe.	253
Gràfic 36: Distribució percentual de la mostra segons grup d’edat.	254
Gràfic 37: Distribució percentual de la mostra segons nacionalitat.	256
Gràfic 38: Distribució percentual de la mostra segons nivell educatiu assolit.	256
Gràfic 39: Distribució percentual de la mostra segons la situació laboral.	257
Gràfic 40: Distribució percentual de la mostra segons sentiment identitari.	258
Gràfic 41: Distribució percentual de la mostra segons la llengua habitual.	259
Gràfic 42: Distribució percentual de la mostra segons llengua habitual i grup d’edat.	260
Gràfic 43: Distribució percentual de la mostra segons llengua habitual i identificació.	261
Gràfic 44: Distribució percentual segons el grau de competència lingüística en valencià.	262
Gràfic 45: Distribució percentual de la mostra de les persones enquestades amb possessió de certificat oficial de competència lingüística.	263
Gràfic 46: Distribució percentual de la llengua que parla a casa, amb les amistats, a la feina, amb el veïnat i amb un desconegut. Elaboració pròpia a partir de les dades de l’enquesta. ..	264
Gràfic 47: Distribució percentual de la llengua que parla a l’Administració l’àmbit sanitari. ..	265
Gràfic 48: Distribució percentual de la llengua que parla en l’àmbit socioeconòmic.	265
Gràfic 49: Distribució percentual segons la llengua que l’enquestat observa als comerços habituals.	268
Gràfic 50: Distribució percentual segons la llengua que li agradaria a l’enquestat observar als comerços habituals.	270
Gràfic 51: Distribució percentual segons la llengua que l’enquestat escolta als comerços habituals.	272
Gràfic 52: Distribució percentual segons la llengua amb la que li agradaria a l’enquestat que li feren l’atenció als comerços habituals.	273
Gràfic 53: Distribució percentual de la mostra segons la llengua amb la qual pensen les persones enquestades que ha de comunicar-se el personal de la botiga.	274
Gràfic 54: Distribució percentual de la mostra segons la llengua parlada si escolta parlar en castellà al personal de la botiga.	275
Gràfic 55: Distribució percentual de la mostra segons la llengua parlada si escolta parlar en valencià al personal de la botiga.	276
Gràfic 56: Distribució percentual del grau d’acord amb què “el fet que el personal del comerç s’adeqüe a la mateixa llengua que li he parlat ho considere qualitat de servei”.	277
Gràfic 57: Distribució percentual segons la necessitat percebuda de que el personal de les botigues comprenga el valencià, castellà i/o anglès.	278

Gràfic 58: Distribució percentual segons la necessitat percebuda que el personal de les botigues parle el valencià, castellà i/o anglès. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.....	278
Gràfic 59: Distribució percentual segons la preferència per establiments en castellà i/o en valencià..	279
Gràfic 60: Distribució percentual de la mostra segons quin pensa que és el principal motiu de la major presència del castellà en l'àmbit comercial.	280
Gràfic 61: Distribució percentual de la mostra segons el grau la presència del valencià en la publicitat de marques i productes.	280
Gràfic 62: Distribució percentual de la mostra segons la seua percepció del impacte del valencià a la publicitat dels productes.	281
Gràfic 63: Distribució percentual de la mostra segons la consideració de que s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial.	282
Gràfic 64: Distribució percentual de la mostra segons els motius pels que pensa que s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial.....	283
Gràfic 65: Distribució percentual de la mostra segons els motius pels que pensa que no s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial.	284
Gràfic 66: Distribució percentual segons el grau d'acord amb les mesures de promoció del valencià en l'àmbit comercial.....	285
Gràfic 67: Distribució percentual de la mostra segons la percepció de la millora, manteniment o empitjorament de la presència del valencià en l'àmbit comercial d'ací 5 anys..	285
Gràfic 68: Distribució percentual de la mostra segons la presència desitjada del valencià en la societat valenciana d'ací 5 anys.	286

Índex d'imatges

Imatge 1: Pas de vianants. Alacant, 2018..	28
Imatge 2: Cartell d'un centre comercial on es pot observar la jerarquia de les llengües. València, 2019.	32
Imatge 3: "Prohibit fumar". Cartell en el Mercat Municipal. València, 2018	35
Imatge 4: "Per facilitar la teua compra i" Cartell del Mercat Municipal d'Alcoi. 2018.	42
Imatge 5: El ventall discursiu davant els usos del valencià. Font: Aparici i Castelló (2011).	151
Imatge 6: Retolació externa d'un herbolari (xicotet comerç). Elx, 2018.	176
Imatge 7: Retolació externa d'una clínica odontològica (franquícia). Elx, 2018.	177
Imatge 8: Exemple publicitari en anglès en la retolació exterior a una franquícia. València, 2018.	207
Imatge 9: Utilització en la retolació externa tres llengües: valencià, castellà i anglès. Alacant, 2018.	208
Imatge 10: Exemple combinació anglès-castellà en la retolació exterior al xicotet comerç. Elx, 2018.	210
Imatge 11: Exemple retolació exterior en castellà al xicotet comerç. Castelló, 2018.	211
Imatge 12: Horari comercial en valencià en el mercat d'Alcoi. Alcoi, 2018.	215
Imatge 13: Missatges en castellà i valencià a les portes del centre comercial d'Elx. Elx, 2018.	217
Imatge 14: Exemple full de reclamacions valencià-castellà. Gandia, 2018.	219
Imatge 15: Exemple cartell reciclatge. Alacant, 2018.	220
Imatge 16: Exemple caixes de reciclatge. Alacant, 2018.	220
Imatge 17: Esquema de reaccions dels treballadors i treballadores que motiven el canvi lingüístic de l'interlocutor per falta de competència lingüística o rebuig del valencià.	226
Imatge 18: Esquema de reaccions actives de la clientela quan un treballador i treballadora no entén el valencià.	228
Imatge 19: Segell comercial d'Elx i d'Alcoi. Alcoi i Elx, 2018.	235
Imatge 20; Campanya de servei a domicili en el Mercat Central de València, 2020.	237
Imatge 21: Pregunta sobre identificació escala espanyol-valencià.	259
Imatge 22: Campanya de foment del comerç municipal, en valencià.	309
Imatge 23: Campanya de foment del comerç municipal, en valencià. Carcaixent, 2020.	310
Imatge 24: Campanya de foment del comerç municipal, en valencià. Carcaixent, 2020.	310

Índex de mapes

Mapa 1: Ubicació de les sis ciutats seleccionades per a la recerca.	33
Mapa 2: Exemple del mapes de densitat comercial elaborats a partir de la informació de Google. El cas d'Alcoi.	45
Mapa 3: Exemple de selecció del carrer segons la densitat comercial elaborats a partir de la informació de Google. El cas d'Alcoi.	46
Mapa 4: Ciutats on s'ha realitzat treball de camp.	132

**BLOC I. OBJECTE I MÈTODE.
MARC TEÒRIC I ESTAT DE LA
QÜESTIÓ**

CAPÍTOL 1. LA PRESÈNCIA I ÚS DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL

“En principi, l'eventualitat d'haver de triar llengua no sembla definir, precisament, un cas de salut social. A la venerable Europa on ens pertoca de viure, per exemple, hi ha diferències de situació tan clamoroses que resulta innecessari d'apuntar-les. Un veí normal de París, de Londres o de Madrid, o de les respectives àrees idiomàtiques, no es veu forçat a optar; vastes poblacions marginals, en canvi, s'hi troben aculades. El plantejament, en cada lloc, respon a circumstàncies específiques: atzars i fatalitats de la Història, per expressar-ho en termes cerimoniosos. Però el fet és que l'alternativa, o l'amarga disjuntiva constitueix una marca clara de les societats que han pogut mantenir, no han aconseguit o han renunciat a les possibilitats mínimes d'una identificació duradora. La llengua n'és la referència immediata. Almenys, n'és una de ben sòlida. Dos idiomes es disputen la boca d'una mateixa gent. O, millor encara, una mateixa gent es disputa per l'idioma que ha d'ocupar la boca de la comunitat. Hi ha un conflicte pendent. Ja sabem què és això”. Pròleg de Joan Fuster en *Idioma i Prejudici* de Rafael Ninyoles (Ninyoles, 1997: 21).

1.1 L'ÚS DEL VALENCIÀ EN UN ESPAI QUOTIDIÀ

Aquesta tesi queda sintetitzada en una sentència que pot tant obrir-la com tancar-la: el conflicte lingüístic valencià és una realitat social al nostre País que té un llarg recorregut. Evidentment, els diferents contextos soci-polítics són fonamentals per a entendre la pugna sobre la nostra llengua, el seu ús i la seua normalització. De fet, podem dir que el valencià s'ha convertit en un dels principals camps de batalla ideològica. Darrere del mateix, es disputen les diferents maneres de concebre el nostre territori, la nostra memòria i la nostra identitat (Castelló, 2000; Flor, 2011a; 2011b; 2012 y 2014), entenent que la identitat o les identitats, aqueixes comunitats imaginades, sempre són fragmentades, líquides o reïficades (Anderson 1983; Hall 2003 i 2010; Bauman 2004). En el passat, en el present i possiblement en el futur, la nostra llengua ha sigut, és i

seguirà sent tan problemàtica com instrumentalitzada. Els partits polítics, de totes les tendències i colors, han situat el valencià, en moltes ocasions, en l'epicentre de les seues conteses. Però quina és la situació social del valencià al nostre territori? Han funcionat les polítiques lingüístiques dutes a terme en les últimes tres dècades cap a la normalització lingüística? O hem recorregut camí cap a la substitució lingüística? Hi ha un ús homogeni en tots el àmbits (educatiu, universitari, administració pública, comerç, indústria...)?

Des del nostre punt de vista, per descriure la situació social de la llengua al nostre territori hui, cal acudir a un sociòleg valencià de referència en l'estudi del llenguatge que va fer una exhaustiva anàlisi de la realitat social del valencià al País Valencià a la seua obra des de la dècada dels seixanta fins a principis del segle XXI: Rafael Ninyoles. Com en les grans obres atemporals, cinquanta anys després de ser escrit el *Conflicte lingüístic valencià*, trobem una acurada, analítica, reflexiva i estranyament actual obra que ens serveix de base per a continuar realitzant estudis amb una mirada complexa i holística de la realitat de la situació del valencià al País Valencià.

Un dels termes que va encunyar Ninyoles per definir la situació de la llengua al nostre territori va ser "conflicte lingüístic valencià", un concepte directe, clar i nou que definia una situació diglòssica invisibilitzada i amagada darrere del bilingüisme. Per a Ninyoles, "el conflicte -més enllà de les inquietuds personals- és d'interès públic" (Ninyoles, 2017: 30), i respon a un problema de caire estructural de la societat valenciana, per la qual cosa precisa d'un enfocament macrosociològic que supere la mirada individual i anecdòtica i que incorpore en l'anàlisi una mirada històrica, política, econòmica, social i cultural. Segons l'autor valencià, la diglòssia es dona quan hi ha una escissió o superposició entre dues llengües, una considerada llengua alta (utilitzada en la comunicació formal) i l'altra considerada llengua baixa (emprada en converses de caràcter no formal o familiar) i aquest terme s'aplica "sempre que l'ús de dues varietats lingüístiques comporta una diversificació més o menys rígida de funcions i llur adscripció a un estatus cultural específic" (Ninyoles, 1997: 52). És a dir, una llengua és considerada adequada per al seu ús en situacions formals (església, administració, literatura, etc.), mentre que l'altra es considera no apta per a eixe ús i eixos àmbits d'ús i queda relegada per a usos no formals, vernacles o casolans. Aquesta distinció d'usos comporta un

diferent reconeixement del valor social, funcional i simbòlic d'una llengua enfront de l'altra. I aquesta situació de subordinació lingüística reflexa l'organització jeràrquica present en l'estratificació social, ja que el fet de limitar l'ús d'una llengua en unes situacions lingüístiques determinades du associat un valor social i simbòlic en eixa societat que es converteix en un element marcador de l'estatus social i, per tant, un element de distinció en el si de l'estructura social.



Imatge 1: Pas de vianants. Alacant, 2018. Fotografia: Autora.

Les corrents del bilingüisme tendeixen a negar, reduir, invisibilitzar o ajornar el conflicte; en paraules de Ninyoles: “el paper que les afirmacions bilingüistes representen en el conflicte, seria, doncs, anàleg al dels analgèsics en cirurgia: col·loquen al pacient en situació d'ésser operat” (Ninyoles, 2017: 35). Segons el Diccionari Normatiu Valencià, el significat de la segona accepció del terme “bilingüisme” és “l'ús alternatiu de dues llengües en un individu i, per extensió, en un grup social o un país”². Com es pot observar, aquesta definició naïf deixa entreveure l'absència de conflicte social i la manca de relació jeràrquica entre les dues llengües. De fet, la definició mostra una imatge pacífica i harmoniosa de coexistència o, fins i tot convivència, d'ambdues llengües. Aquesta definició, a més, insinua una correlació lògica entre un comportament individual i un comportament col·lectiu, com si tots els membres del “grup social” o del “país” foren bilingües, tots els membres conegueren ambdues llengües o, fins i tot, tingueren el mateix reconeixement social (res més lluny de la realitat). Ninyoles empra el Teorema de Thomas sobre les conseqüències de creure que la societat valenciana és bilingüe i afirma com ell mateix ha arribat a mantenir, “per raons diverses, la ficció del

² Disponible a <http://www.avl.gva.es/lexicval/>

bilingüisme i defensar-la com si fos, en efecte, una realitat inqüestionable“ (Ninyoles, 1997: 30) i que eixa repetició constant i rotunda del bilingüisme estereotipat ha donat lloc a “la profecia que s’auto-realitza” de Merton. Però, des d’un punt de vista analític, el bilingüisme respon més a una postura ideològica que a un concepte d’anàlisi sociològica. A nivell conceptual, la premissa que tota una societat siga bilingüe és prou complexa perquè requeriria que tots i totes les membres pogueren comunicar-se en ambdues llengües, perquè això implicaria que pogueren triar la llengua a utilitzar en cada moment. Al País Valencià aquesta premissa no s’ajusta a la realitat, ja que no totes les persones tenen competència lingüística en ambdues llengües (concretament, no tota la població té competències lingüístiques en valencià). Aquest fet crea una dissimetria que s’observa amb claredat entre ambdues llengües, provocant que la llengua dominant (en aquest cas el castellà) es posicione de forma privilegiada per ser la llengua entesa per tots els membres de la societat i, per la qual cosa, la llengua de comunicació en certs àmbits. Estirant una mica més del fil, el bilingüisme valencià se centra en la idea construïda socialment i amb intencionalitat política que els valencians i les valencianes som bilingües, és a dir, que utilitzem alternativament les dues llengües. Però aquesta definició no té en compte les següents conseqüències: la superposició d’una llengua sobre l’altra (esdevé en llengua d’ús formal i no formal); la jerarquia resultant entre dues llengües a nivell social, econòmic i polític; l’estatus social associat i el reconeixement simbòlic que comporta l’ús d’una o altra llengua; i que la tria d’una llengua o una altra no és lliure ni arbitrària sinó que ve condicionada, i de vegades limitada, pel context i altres factors. Les principals veus que s’afanyen a recolzar les tesis del bilingüisme valencià són postures properes a la llengua dominant, amb una meta fixada a curt o mig termini per mantenir l’*estatu quo* o, fins i tot, una mirada a llarg termini centrada en guanyar espai cap a la substitució lingüística.

En paraules de Ninyoles, la diglòssia comporta un desequilibri entre dues llengües, i “aquest desequilibri apunta a dos direccions fonamentals: 1) la normalització cultural de l’idioma B [el valencià] o 2) la substitució o assimilació a l’idioma dominant [el castellà]” (Ninyoles, 1997: 80). En el cas valencià, com s’ha dit, hi ha conflicte lingüístic, caracteritzat per una situació diglòssica (en clar desavantatge per a la llengua considerada baixa: el valencià), en el que hi ha una part de la població bilingüe i altra

clarament monolingüe. El fet d'haver de canviar a una altra llengua per part dels parlants de la llengua minoritzada és el motor del conflicte lingüístic. L'orientació de les polítiques lingüístiques o l'absència d'elles marcarà el camí cap a la normalització o cap a la substitució lingüística. Cal pensar que els camins cap a un o altre lloc tenen "via d'anada i de tornada", i no per anar pel carril cap a un o altre lloc no hi ha situacions de frenada i acceleració, avançament i retorn.

Des del 1969, any en què va ser publicat el *Conflicte lingüístic valencià*, fins a hui ha passat mig segle. Amb una mirada ràpida es poden observar diferents estratègies emprades per fomentar la normalització lingüística al nostre territori, tot i que cal dir que aquest passeig ha estat ple de llums i ombres. La política lingüística normalitzadora s'ha trobat diferents entrebancs, alguns de caire polític i econòmic i altres de caire social (resistències). El reconeixement i recolzament institucional a la llengua ha sigut intermitent, molt vinculat amb els governs autonòmics del moment, amb fortes ràfegues de vents amb polítiques normalitzadores i períodes d'obscuritat caracteritzats per la inactivitat i actituds de menyspreu cap a la llengua pròpia.

Bodoque (2009) assenjala entre els elements que aporten llum i que impulsen el procés de normalització lingüística al País Valencià les següents actuacions: la Llei orgànica 5/1982, d'1 de juliol, d'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana, així com la reforma d'aquesta mitjançant la Llei orgànica 1/2006, i la Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'Ús i Ensenyament del Valencià. Diversos autors han assenyalat com el desenvolupament normatiu de la llei ha quedat restringit, en essència, a l'esfera educativa, on es pot observar la seua institucionalització. En menor mesura, podem seguir els recolzaments puntuals per a l'impuls de l'ús del valencià en altres àmbits, entre ells els llançats pels establiments (bàsicament la retolació). I, finalment, s'apunta que la seua implantació en l'administració ha sigut limitada aplicant-se, en alguns àmbits o aspectes, dins de la funció pública (Pitarch, 1996; Bodoque, 2009)

Aquestes polítiques públiques adreçades a la normalització lingüística han impulsat i fomentat la incorporació del valencià a llocs on abans no hi era. Principalment cal destacar totes aquelles actuacions relacionades amb la regulació i implementació de l'ús i ensenyament del valencià que ha propiciat i promociat l'ensenyament del valencià al nostre territori. Respecte a les polítiques públiques dutes a terme adreçades a la

normalització lingüística, cal dir que majoritàriament aquestes van dirigides a un augment competencial del valencià, tant per les actuacions orientades a la imbricació del valencià en el sistema educatiu com amb les actuacions desenvolupades per formar als treballadors i treballadores de l'Administració Pública. Aquestes actuacions han comportat tant la formació i acompanyament lingüístic com la valoració de mèrits lingüístics o l'establiment de requisits lingüístics per accedir alguns llocs de treball en l'Administració Pública. La presència del valencià tant a les institucions educatives públiques (escola, instituts i universitats) com a l'Administració Pública (retolació, documentació i als webs) ha augmentat en les últimes tres dècades, igual que la competència lingüística en valencià del funcionariat públic, tendència observada en les enquestes realitzades per la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multiculturalisme al funcionariat públic³. Però aquest progressiu augment competencial suposa un augment de l'ús del valencià (escrit i parlat) en aquests àmbits? I en altres àmbits, en els quals pràcticament no s'han impulsat mesures per a la promoció lingüística, quina presència té el valencià actualment? Concretament, com està la situació del valencià en l'àmbit comercial? Fins al moment, al País Valencià s'han realitzat poques recerques en aquest camp i aquesta tesi persegueix omplir aquest buit i contribuir al seu coneixement per a l'adopció de futures polítiques públiques de promoció i normalització lingüística del valencià.

³ Enquesta ús i coneixement del valencià a l'Administració Local (2018). Disponibles a <https://ceice.gva.es/va/web/fondo-estadistico-documental/fondo-datos-numericos>



*Imatge 2: Cartell d'un centre comercial on es pot observar la jerarquia de les llengües. València, 2019.
Fotografia: Autora.*

1.2 OBJECTIUS, PREGUNTES DE RECERCA I HIPÒTESIS

La finalitat d'aquesta recerca és elaborar una doble diagnosi: per una part, apropar-nos als discursos socials sobre el valencià i les actituds envers l'ús del valencià en l'àmbit comercial i, per altra banda, descriure la presència i ús del valencià en aquest camp. En concret, la nostra investigació es focalitza en el xicotet comerç, els mercats municipals i els centres comercials. Per a elaborar el treball de camp, s'han escollit sis ciutats del País Valencià: Alacant, Alcoi, Castelló, Elx, Gandia i València. L'elecció d'aquestes ciutats s'ha basat en dos criteris. El primer és que aquestes ciutats són considerades de predomini lingüístic valencià segons l'article 35 de la Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'ús i Ensenyament del valencià. El segon és que formen part dels nuclis de població més importants del País Valencià i són les sis capitals de les seues comarques.



Mapa 1: Ubicació de les sis ciutats seleccionades per a la recerca. Font: Elaboració pròpia.

Abans de definir i exposar els objectius i les preguntes de partida de la tesi, cal fer un aclariment sobre els espais d'observació. La categoria "xicotet comerç" es compon de botigues tradicionals presents als barris perifèrics i botigues amb franquícia dels eixos comercials principals d'aquestes ciutats. La categoria "mercat" es compon de les instal·lacions comunes del mercat i de cadascuna de les parades de venda en aquest. I, per últim, la categoria "centre comercial", la qual es compon de les instal·lacions comunes del centre comercial i les botigues presents en aquest espai (principalment franquícies), igual que en el cas del "mercat".

Pel que fa als objectius, des d'un inici en formularem dos generals, els quals, al seu torn, van ser subdividits en objectius específics, com podem veure a continuació de forma esquemàtica.

- 1)** Identificar els discursos socials sobre l'ús de la llengua valenciana en l'àmbit comercial i socioeconòmic.

1.1 Conèixer la percepció sobre la situació social del valencià en l'actualitat i analitzar els posicionaments discursius sobre la llengua valenciana i el seu ús en el àmbit comercial.

1.2 Oferir un diagnòstic de les diferents opinions i actituds enfront de l'ús del valencià en l'àmbit comercial.

2) Establir el paisatge lingüístic comercial (la presència i ús del valencià) del xicotet comerç, dels mercats i dels centres comercials.

2.1 Precisar l'ús escrit del valencià als escenaris comercials analitzats (retolació identificativa i retolació informativa).

2.2 Concretar l'ús oral del valencià als escenaris comercials analitzats (llengua d'inici, llengua d'adequació i entre la clientela).

2.3 Identificar quina és la llengua vehicular als xicotets comerços, mercats i centres comercials analitzats.

Aquests objectius persegueixen respondre a múltiples preguntes d'investigació: Quina és la presència, oral i escrita, del valencià en l'àmbit comercial? Hi ha diferències en la presència i ús del valencià territorialment? Hi ha diferències en la presència i ús del valencià segons el tipus de d'establiment i l'espai comercial en el qual s'ubique? La competència lingüística en valencià de la població garanteix una major presència del valencià en l'àmbit comercial? La llengua amb la qual es fa la publicitat influeix en la llengua d'ús als espais comercials? Aquests i altres són els interrogants als quals es pretén donar resposta en la present tesi.

La nostra hipòtesi de partida és que l'ús del valencià està mediat i mediatitzat per la situació de la interacció, per les relacions personals entre els interlocutors i les interlocutores i pel context on es produeix, quedant al marge uns altres possibles factors. Entre estos: la presència del valencià o el castellà en la denominació dels espais; l'aplicació de les normatives autonòmiques per al foment del valencià; l'adaptació de la cartelleria dels establiments als usos normalitzats del valencià; o el nombre d'habitants amb competència lingüística en valencià. És a dir, aquells contextos quotidians o de proximitat on l'ús del valencià s'ha mantingut i existeixen relacions socials establides, el valencià serà la llengua triada per a la interacció (mercats municipals i xicotet comerç).

Així mateix, la llengua seleccionada pels participants en l'acte comunicatiu vindrà determinada per les percepcions i expectatives sobre el lloc, establint-se una dicotomia entre allò públic i allò privat. Així, en espais privats que són interpretats o entesos com a llocs públics (els centres comercials entre ells), l'ús del castellà prevaldrà sobre el valencià i, per contra, els espais viscuts com a 'privats' afavoriran l'ús del valencià enfront del castellà (mercats municipals i xicotets comerços).



Imatge 3: "Prohibit fumar". Cartell en el Mercat Municipal. Valencia, 2018 Fotografia: Autora.

1.3 METODOLOGIA

Per tal d'assolir els diferents objectius definits a la present tesi es va realitzar un treball de camp amb un disseny basat en l'articulació metodològica per complementació encadenada de tècniques d'investigació de metodologia qualitativa i quantitativa. En primer lloc, s'han implementat les tècniques de recerca qualitativa de forma concurrent: per una banda, l'observació participant i, per altra, els grups de discussió. És a dir, s'ha combinat l'ús d'aquestes tècniques de manera paral·lela per aconseguir informació sobre els diferents objectius plantejats. L'observació participant s'ha realitzat per conèixer de primera mà quina és la presència oral i escrita del valencià en el sector

comercial, concretament la presència del valencià escrit als rètols i a l'interior de les botigues i instal·lacions comercials i, a més a més, registrar la llengua parlada als espais comercials (al xicotet comerç, als mercats municipals i als centres comercials). Per altra banda, els grups de discussió s'han realitzat per conèixer i identificar els diferents discursos socials sobre l'objecte d'estudi i les actituds cap a l'ús del valencià en l'àmbit comercial. Una vegada finalitzat el treball de camp qualitatiu i analitzats els principals resultats de l'observació i dels grups de discussió, es va dissenyar una tècnica quantitativa, un qüestionari, per mesurar les actituds envers al valencià en aquest àmbit.

L'escenari de la investigació s'ubica a les principals zones econòmiques del País Valencià: Castelló i àrea metropolitana, València i àrea metropolitana, Alcoi, Gandia, Alacant i Elx. Cal especificar que l'observació s'ha dut a terme en diferents zones de cadascuna de les ciutats triades. A continuació es detallen les decisions tècniques i les eines de recollida i anàlisi de la informació.

Per últim, pel que fa al temps de recerca d'aquesta tesi, cal dir que s'ha realitzat entre 2018 i 2021. En primer lloc, es realitzà l'observació participant sistemàtica als espais comercials durant huit mesos d'abril a desembre de 2018. Cal assenyalar, però, que durant l'any 2019 i després 2021 es va tornar al camp per recollir alguna informació específica per a completar les dades. En segon lloc, es realitzaren els grups de discussió a les sis ciutats on es va fer l'observació participant, des de l'octubre fins al novembre de 2018. I en tercer lloc, es va fer el treball de camp de l'enquesta en línia de setembre a gener de 2021. Així mateix, el tractament, l'anàlisi i la interpretació dels resultats obtinguts, tant qualitatius com quantitius, s'ha anat elaborant des de la recollida de les dades fins a març de 2021. Finalment, el procés de redacció del capítols d'aquesta tesi s'ha realitzat d'abril a agost de 2021.

1.3.1 Observar, escoltar, parlar, comparar i escriure

La tècnica de recerca emprada per apropar-nos a la realitat comercial fou l'observació participant, recollida de forma sistemàtica a través del diari de camp. Des de la nostra perspectiva, aquesta tècnica ofereix a la persona investigadora la possibilitat de conèixer directa i globalment el seu objecte d'estudi, ja que permet integrar-se en els processos o grups a investigar. Observar ens apropa a comprendre com les persones actuen i donen sentit a les seues pràctiques quotidianes. Per tant, l'objectiu principal d'utilitzar

aquesta tècnica ha sigut familiaritzar-nos amb els significats culturals, els valors i els usos de la llengua, submergint-nos en la realitat social des de dins, en distints camps i escenaris, i a partir del punt de vista dels i de les autòctones.

Aquesta tècnica es pot definir com una tècnica de producció de dades i es caracteritza per la seua flexibilitat i complexitat (Santamarina, 2005). Encara que és difícil concretar-la Greenwood arriba a afirmar que es defineix més en pràctica que en la seua literatura, de la qual diu que “és realment pobra” (2000: 30). Des de la mirada de Taylor i Bogdan (1992), podem dir que és l'eina “que involucra la interacció social entre l'investigador i els informants en el *milieu* dels últims, i durant la qual es recullen dades de forma sistemàtica” (1992: 31). La persona investigadora observa les pràctiques que els agents despleguen en els ‘escenaris naturals’ en què esdevenen, en les situacions ordinàries en què no són objecte d'atenció o de reflexió per part d'aquests mateixos agents (Labov 1976; Marshall i Rossman 1989), alhora que participa en el desenvolupament d'aqueixes pràctiques de diferents maneres i en diferents graus (Gold 1958; Junker 1960; Spadley 1980)” (Jociles, 2018: 126). Amb paraules de la mateixa autora “per observar s'entén la producció (i el registre sistemàtic en el diari de camp) de dades sobre les pràctiques socials mentre esdevenen, ‘utilitzant per a això els propis sentits de l'etnògraf’, això és, sense mediació de tercers ni d'instruments mediadors que no siguen el seu propi cos i les categories cognitives des de les quals es relaciona amb el món, en aquest cas, per a ‘retallar-lo’ a manera de dades sobre ell. Malinowski (1973), Labov (1976), Lahire (2008) o Díaz de Rada (2011) pensen en l'observació (per a ells sempre és participant, encara que es puguen establir graus de participació) com la tècnica més adequada per a conèixer ‘el fer’ dels subjectes sobre els quals s'investiga. En aquest objectiu s'aconsegueix el seu màxim rendiment metodològic (Alonso, 1994: 226-227), si bé només es pot aplicar si aqueix ‘fer’ es desenvolupa en el present i en escenaris accessibles a un observador” (Jociles, 2018: 126).

Tradicionalment, en les ciències socials s'ha distingit entre camp social i escenari. Segons Guasch “el camp és la realitat social que pretén ser analitzada a través de la presència de la persona investigadora en els distints contextos (escenaris) en eixa realitat social es manifesta” (1997: 36). En el nostre cas, el camp social era l'ús del valencià en l'àmbit comercial. Així, el xicotet comerç, els mercats municipals, i els centres comercials ens

pareixien els escenaris més rellevants per al nostre treball. Amb la tècnica de l'observació participant vam pretendre recollir diferent tipus d'informació: la retolació identificativa externa (a la façana), la retolació informativa (a l'interior de l'establiment), la llengua en la qual es dirigeix el treballador o la treballadora del comerç i la llengua utilitzada pels clients i clientes en el moment de l'observació. Hem tingut en compte que l'èxit d'aquesta tècnica està en conèixer les limitacions de la situació de l'observació, qüestió present al llarg del nostre treball de camp, recollint la informació de forma no intrusiva. En el nostre cas, l'observació participant ha cercat observar per a conèixer. La comprensió és fruit de l'observació i la interpretació d'allò observat. En aquest sentit, l'hem orientada cap a la consecució dels objectius de la recerca. En concret, amb aquesta tècnica recollirem una àmplia informació per a donar resposta al segon l'objectiu general i els seus objectius específics.

Al llarg d'aquest apartat s'emprarà com a recurs complementari la inclusió de fragments significatius del diari de camp elaborat durant el procés de recerca, per tal de facilitar la descripció de l'aplicació de la tècnica. Com ja hem avançat, l'observació participant es va consignar en un diari de camp o quadern de camp⁴, realitzant un registre sistemàtic, comprensiu i interpretatiu al llarg de tota la nostra observació. En el diari de camp, com veurem a continuació, realitzarem una sèrie de registres amb la finalitat de descriure, de forma densa⁵, la major informació possible (anotacions precises, completes i detallades). Així mateix, per evitar possibles distorsions, procuràvem anotar tot allò observat en la major brevetat. No sempre tinguérem eixa opció però, com hem assenyalat anteriorment, en tot moment es va pretendre no ser intrusiva.

Per últim, tal i com assenyala Santamarina (2005), cal tindre present que si l'observació és una tècnica flexible i poc formalitzada, el mateix ocorre amb el diari de camp i la forma de registrar-se, perquè no deixa de ser un procés obert durant tota l'observació, fet que també ha posat de manifest distints autors com Guash (1997), García Jorba (2000) o Guber (2001).

⁴ Existeixen diferents denominacions per a aquest tipus de registre.

⁵ Juguem ací amb el terme encunyat per Geertz "descripció densa" (1983) per al mètode etnogràfic, un concepte que ha sigut incorporat a les ciències socials i, en concret, a la Sociologia.

Què volíem observar?

L'objectiu de l'observació era fer una aproximació a la realitat del comerç al País Valencià per observar la presència, oral i escrita, del valencià a aquest sector per tal de perfilar els paisatges lingüístics comercials. Per tant, hem prestat especial interès al context físic, al context social, a les interaccions (tant formals com informals) i a les pròpies interpretacions dels nostres informants. No cal dir que s'ha de tindre en compte les dificultats de posar distància, en una situació quotidiana per a la investigadora, i de la pròpia reflexivitat en el procés.

Durant la recerca es va dur a terme un procés d'immersió en la realitat estudiada, l'àmbit comercial, i es va registrar tant la presència del valencià als espais comercials com els comportaments lingüístics en els diferents escenaris. Cal assenyalar que l'observació fou encoberta, ja que l'objecte ho permetia i aquesta modalitat disminueix la reactivitat dels subjectes al no saber que són estudiats. La tria d'aquesta modalitat d'observació va passar de ser una elecció de la investigadora a convertir-se en una obligació a causa de diferents entrebancs en el treball de camp. A continuació, s'exposa breument, amb un fragment del diari de camp, un dels principals problemes en els espais d'observació que necessita una adaptació del mètode d'enregistrament de la informació:

“Com tots els dies d'observació en centres comercials, hui 2 de juliol de 2018, incie l'observació a les 10 del matí. A primera hora, quan òbrin els diferents comerços, hi ha menys gent i facilita els processos d'observació, escolta, parla i enregistrament de les dades. En una de les primeres botigues que he entrat, una botiga de roba en què no hi havia clientela, la treballadora em mirava com si desconfiara de les meues intencions en la botiga. Ha sigut una situació molt incòmoda. He fet una observació més curta i li he demanat informació sobre les diferències sobre els teixits de les camises (quines necessiten planxa i quines no). A l'eixir de la botiga he parat un moment per prendre notes del que havia passat al quadern de camp, i seguidament, he continuat amb les tasques d'observació a la botiga del costat. A l'eixida de la botiga contigua en la que havia

tingut aquell moment d'incomoditat m'estava esperant el personal de seguretat del centre comercial. M'ha preguntat què estava fent i m'ha dit en to amenaçador que no es poden fer enquestes al centre comercial perquè no volen que es moleste ni a la clientela ni als treballadors i treballadores de les botigues. Amb certa perplexitat, per el to i per l'acusació, li he contestat que no estava fent cap enquesta i que sols estava mirant la llengua que s'emprava a la retolació externa de les botigues i a l'interior de les botigues. Aquesta resposta no se l'esperava i amb rapidesa m'ha etzibat una resposta que ni ell mateixa es creia: "eso no se puede hacer". Li he preguntat el perquè fent-me la despistada i m'ha contestat "porque no" sense cap altra argumentació. Per evitar el conflicte i finalitzar eixa situació cada vegada més incòmoda (hi havia diferents dependents de les botigues a la porta de la botiga escodrintant l'escena) he dit que sóc alumna universitària i estava fent un estudi per a la universitat (la veritat), m'he disculpat i he dit que no sabia que no es podia fer. En resum, a les 10,45 he hagut de finalitzar el treball de camp en aquest escenari perquè l'observadora s'ha convertit en objecte d'observació per part de la seguretat del centre i per part de les dependents de les botigues. Aquest fet ha marcat un abans i un després en el registre de la informació "in situ". L'escriptura en el quadern genera reacció i pot convertir-se en una font de conflictes per a observar, per la qual cosa cal canviar el suport en el qual prendre notes condensades de l'observació. Per a properes observacions, caldrà provar d'enregistrar la informació d'interès en el telèfon mòbil. Concretament, per evitar situacions no desitjables, crearé un grup de WhatsApp i aniré enviant-me la informació a mi mateixa. Com que el mòbil és un objecte integrat en l'àmbit comercial (i en la societat en general), aquest passarà desapercbut i en cas que algú em pregunte o mire la pantalla del telèfon, vorà aquesta aplicació de missatgeria instantània oberta." (Diari de camp 02/07/2018).

Com s'observa al relat recuperat del diari de camp, l'observació va ser encoberta, i fins i tot es va haver de fer les anotacions condensades *in situ* de forma dissimulada al telèfon mòbil per evitar reaccions adverses i conflictes en els actors presents en els diferents escenaris observats. L'observació en ubicar-se en botigues i espais comercials es desenvolupa en àmbits privats, per la qual cosa cal apropar-se a l'espai d'observació com un client més. En qualsevol cas, quan era possible es preneren notes en el mateix

moment de l'observació, i, contràriament, quan es va considerar que s'interferia o es mal interpretava s'anotaren al quadern de camp després.

Per tal de sistematitzar l'observació, es van fer diferents observacions prèvies de reconeixement dels elements d'interès per a la recerca. Una vegada identificades les variables d'interès es creà un full d'observació aplicable als diferents tipus de botigues independentment del recinte en el que es trobara dita botiga (carrer cèntric o perifèric, mercat o centre comercial). Les pautes d'observació seguides van ser les següents:

1. Identificació i registre de la llengua emprada en el rètol extern de la botiga, l'aparador extern, els cartells (de producte) i l'horari de l'establiment.
2. Identificació i registre de la llengua emprada en la cartelleria interna (de zonificació, de producte i etiqueta de producte).
3. Identificació i registre de cartells amb informació institucional (full de reclamacions, full de normes de la institució, full de canvis i devolucions, fulls de prohibició de consumir tabac, etc.).
4. Identificació i registre de les llengües que es parlen a l'establiment: llengua utilitzada entre els treballadors i llengua d'atenció entre treballadors/es i clients i clientes.
5. Identificació i registre de la resposta del treballador o treballadora a una conversa provocada per el personal de recerca iniciada en valencià.



Imatge 4: "Per facilitar la teua compra i ..." Cartell del Mercat Municipal d'Alcoi. 2018. Fotografia: Autora.

Quins escenaris foren observats?

Per delimitar els diferents espais a observar en cadascun del municipis objecte d'estudi (Alacant, Alcoi, Castelló, Elx, Gandia i València), es va fer una radiografia comercial dels municipis seleccionats per ubicar el xicotet comerç, els mercats i els centres comercials. La delimitació del tipus de comerç a observar es va focalitzar en botigues de venda de productes alimentaris i botigues sectorials (roba, sabates, bellesa, etc.). En cadascuna de les ciutats es seleccionaren diferents tipus d'establiments: xicotet comerç i franquícies (zona cèntrica i perifèrica), mercats municipals, i centres comercials per tal d'analitzar la presència i ús (oral i escrit) del valencià als diferents escenaris.

Per a delimitar la zona i triar els carrers d'observació en cadascun dels municipis es va incorporar una innovació "tecnològica" que ofereix Google a qualsevol persona usuària del seu navegador: Google Maps (Pérez *et al.*, 2019: 90-98). En els últims anys, Google ha dedicat molts recursos per a construir un mapa complet del món. Escanegen constantment el territori, per la qual cosa han recopilat i continuen recopilant una gran quantitat de dades proporcionant una informació geogràfica actualitzada i completa. Això permet hui en dia disposar d'un mapa interoperable que proporciona a l'usuari final

una interessantíssima eina de cerca, no solament de rutes sinó també de comerços, equipaments i qualsevol tipus d'informació georeferenciable. De fet, actualment molta gent ho utilitza diàriament a través del seu telèfon intel·ligent per a, per exemple, situar algun negoci o adreça. A més, Google Maps proporciona una sèrie d'Interfície de Programació d'Aplicacions (API, de l'anglès "Application Programming Interface"), que facilita una biblioteca amb el conjunt de subrutines, funcions i procediments (o mètodes, en la programació orientada a objectes) que poden ser utilitzats per un altre programari per a automatitzar l'extracció d'informació de la plataforma Google.

En el cas d'aquesta investigació, es va utilitzar Google Maps com a font de dades secundàries i les API que proporciona Google Maps per a automatitzar i accelerar la cerca d'informació de cara a seleccionar aquelles zones que presentaren una major densitat comercial (major nombre de comerços per quilòmetre quadrat). Aquesta aplicació ens va permetre localitzar els comerços i obtindre així una base de dades completa i actualitzada en molt poc temps. A més, ens va permetre també identificar diferents eixos comercials en una mateixa ciutat que responen a diferents lògiques com ara el creixement urbà, la creació de nous eixos comercials de grans marques i franquícies, i el manteniment d'antics eixos comercials de botigues tradicionals de barri, la segregació urbana i la classe social. En els diferents municipis es seleccionà una zona d'eix comercial de barri, una zona d'eix comercial de centre, un mercat municipal i un centre comercial. Per a la identificació i posterior tria de les zones, es va definir el mètode següent:

1. Es va definir una malla de punts distants de 1.000 metres que cobreixen la totalitat de l'àmbit d'estudi (àrea urbana dels municipis objecte d'estudi: Alacant, Alcoi, Castelló, Elx, Gandia i València).

2. S'aplicà l'eina API RadarSearch:

<https://maps.googleapis.com/maps/api/place/radarsearch/json?&location=x,y&radius=z&types=tipo&key=xxxxxxxxxxxxxx> . On X, era la localització X i Y en graus decimals d'un punt de la malla. Z és el radi de cerca (en aquest cas, s'usa 750 metres). "Tipus" era el tipus de lloc que s'usava en la cerca de comerços. Es van seleccionar de Google Maps API els comerços amb els següents descriptors admesos per la plataforma: "bakery", "clothing_store", "liquor_store",

“meal_takeaway” i “store”. I per últim, “XXXXXXXXXXXX” és la clau d'usuari personal.

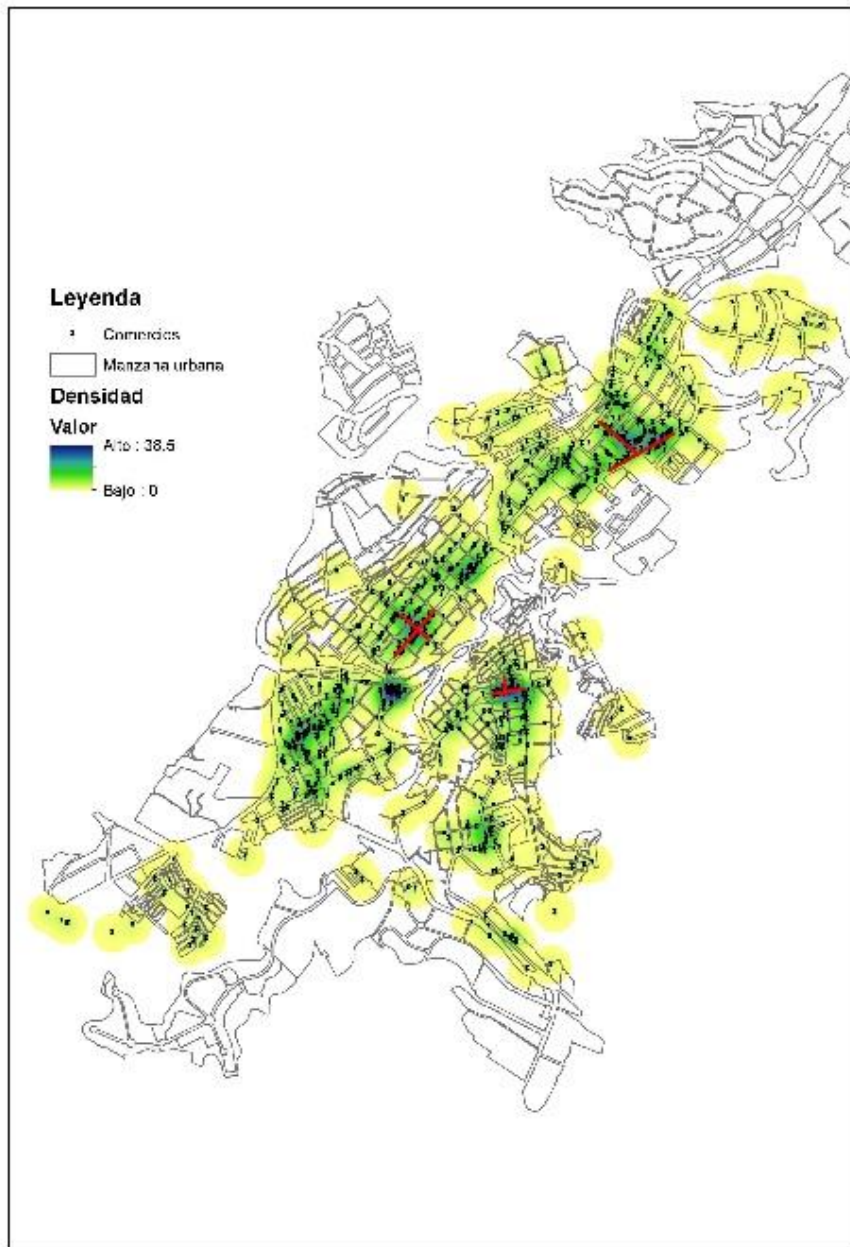
3. L'API retornà un fitxer en JSON que es copia i pega en <https://konklone.io/json/> per a convertir en una taula amb el registre de comerços que seguidament es passà a Excel.

4. S'importà la taula amb el registre de comerços al Sistema d'Informació Geogràfica QGIS.

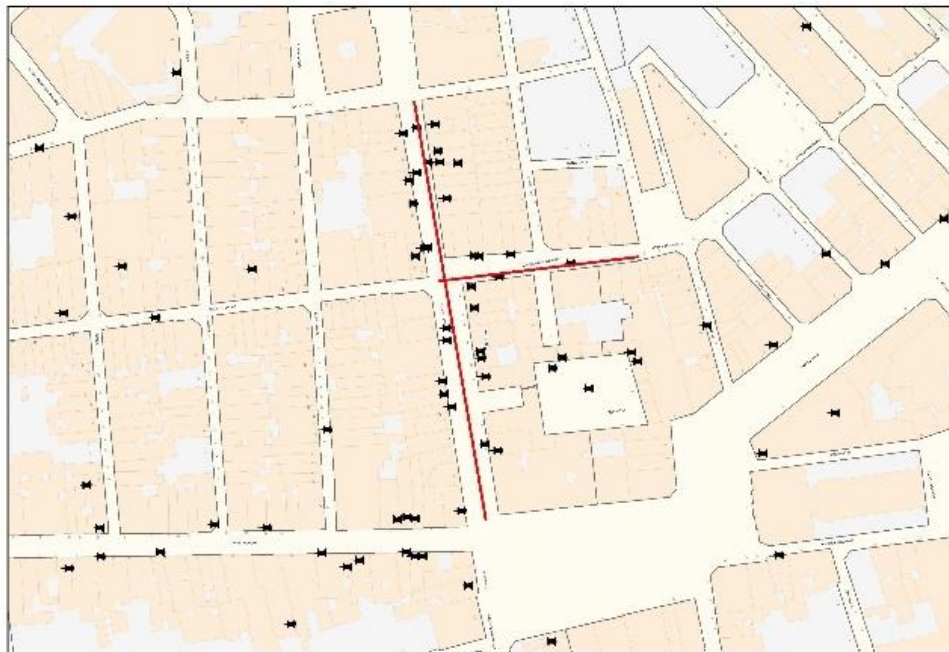
5. Es calculà i creà amb QGIS un mapa de densitat (funció Heatmap) que mesurava per a cada localització de l'àrea urbana (píxel de 5 per 5 metres) el nombre de comerços en un radi de 100 metres.

6. Es representà el mapa de densitat i es determinaren les zones urbanes i carrers amb major densitat de comerços.

La utilització de les eines API de Google Maps requereix un usuari i l'obtenció d'una clau d'API. És un servei gratuït fins a 25.000 càrregues de mapes per dia. A continuació, s'incorpora el plànol resultat per al cas d'Alcoi, i la resta de plànols s'incorporen a l'annex 1 per a no tallar la lectura lineal del document. Com ja s'ha comentat abans, per a l'elecció de les zones una vegada identificada la densitat comercial, s'escolliren dos eixos comercials diferents, un cèntric i l'altre ubicat a un barri perifèric, per captar dos tipus de comerç present als carrers de les ciutats valencianes: un comerç tradicional i un altre de “marca” (caracteritzat per ser una botiga de marca franquiciada), i diferents tipus de consumidors. Els registres realitzats en aquests eixos comercials seran considerats en l'anàlisi com xicotet comerç, per a diferenciar-los del centre comercial.



Mapa 2: Exemple dels mapes de densitat comercial elaborats a partir de la informació de Google. El cas d'Alcoi. Font: Elaboració pròpia.



Mapa 3: Exemple de selecció del carrer segons la densitat comercial elaborats a partir de la informació de Google. El cas d'Alcoi. Font: Elaboració pròpia.

Com férem l'observació?

Una vegada delimitada la zona i els carrers amb major densitat d'establiments comercials, es dissenyà una ruta d'observació sistemàtica. S'inicià l'observació per l'extrem del primer carrer de la ruta dissenyada i es visitaren una a una totes les botigues del carrer. Una vegada s'arribava al final d'aquest, o de la zona seleccionada, es creuava la calçada i es fea el camí de tornada cap al punt de partida però per la vorera d'enfront. El temps mitjà d'estada en cada comerç era aproximadament de 15 minuts, tot i que cal assenyalar que variava considerablement segons la grandària de la botiga i la quantitat de clients i clientes presents en cadascun dels establiments en el moment de l'observació. El nombre d'hores aproximades d'observació va ser de 540, amb un total de 1.865 botigues observades⁶.

	Hores d'observació aproximades
Castelló i àrea metropolitana	70
València i àrea metropolitana	200

⁶ El nombre de botigues observades i la distribució per municipi es descriu en l'apartat 3.2 del capítol 3.

Alcoi	60
Gandia	65
Alacant	75
Elx	70
Total	540

Taula 1: Nombre d'hores d'observació participant per ciutat i total. Font: Elaboració pròpia.

Tal com assenyalàvem més amunt, la informació recollida durant el treball de camp es va registrar sistemàticament en un diari de camp per al seu posterior tractament, anàlisi i interpretació. En aquest document de treball, a banda del registre minuciós de la informació recollida (descripcions, converses i esdeveniments) també incorporàvem explicacions, justificacions i límits de l'observació percebuts en el procés de recollida de la informació. De fet, dividirem el diari de camp en notes immediates (registres realitzats en el mateix moment: apunts, esquemes, esbossos), notes elaborades (específiques del treball de camp, amb tot el que succeïa) i notes analítiques (temàtiques, idees i reflexions).

“ A l'agost no es pot fer observació pels carrers, fa moltíssima calor i a més molts dels comerços estan tancats per vacances. Al barri perifèric que he escollit a Elx, a banda de les vacances d'estiu, hi ha moltes botigues tancades de forma permanent, semblen les antigues botigues de barri que no han tingut generacions de relleu. Aquesta informació no està actualitzada en el Google Maps, açò pot suposar la introducció de biaixos en la selecció de zones amb l'API del navegador de Google” (Diari de camp 10/08/2018).

“Hui m'ha sorprès una situació durant l'observació al Centre Comercial del Saler: tot i preguntar-li en valencià a la dependenta del Pull&Bear, ella m'ha contestat en castellà, i quan una companya seua li ha parlat en valencià, ella amb total fluïdesa li ha parlat en valencià. Jo li he tornat a preguntar en valencià i ella m'ha tornat a contestar en castellà. Açò em fa qüestionar-me dues coses: el fet de que em parle en castellà, tot i que jo li parle en valencià podria ser perquè l'empresa obliga l'atenció al públic en castellà o perquè, com moltes persones, reserva el valencià per a parlar amb coneguts i utilitza el castellà amb els desconeguts... en quants casos em passarà aquest fet, que les persones que treballen a les botigues saben parlar valencià i no em responen en valencià per l'àmbit en el qual es desenvolupa la conversa, per les normes lingüístiques de l'empresa o la manca de vincles familiars o amistosos? En definitiva, és una evidència que ratifica una situació diglòssica” (Diari de camp 12/07/2019).

Per a complir els objectius marcats, s'ha fet un doble tractament de les dades recollides mitjançant l'observació participant: per una banda, un anàlisi descriptiu dels comportaments i actituds lingüístics i, per altra banda, un anàlisi estadístic dels registres realitzats de les variables observades a cada botiga, tant de la presència escrita com de la presència oral del valencià (aquestes dades es presenten al capítol 6).

Segons la naturalesa de les dades recollides amb la tècnica de l'observació participant cal matisar que s'han emprat diferents tècniques d'anàlisi de les dades, concretament, anàlisi de contingut del diari de camp i explotació estadística (estadística descriptiva) amb els registres acumulats de les visites a cadascun dels establiments.

1.3.2 Imaginaris col·lectius i discursos consensuats

De forma complementària a l'observació participant s'ha aplicat la tècnica dels grups de discussió. Amb aquesta eina de recerca s'ha buscat una aproximació als elements bàsics que configuren les diferents percepcions i expectatives socials. Els grups reproduïxen certs codis que permeten captar les visions particulars de cada un d'ells i les motivacions i actituds bàsiques que originen les conductes. La discussió en grup es basa en l'anàlisi dels discursos extrets de xicotets grups, el disseny dels quals ha de respondre als objectius i al grup de referència que es persegueix estudiar. Els grups reproduïxen certs codis que ens permeten copsar tant les visions particulars de cada un d'ells com les motivacions i actituds bàsiques que originen conductes. A més a més, cal afegir que el grup de discussió "és un instrument privilegiat, per respectuós, per estudiar les ideologies, per interpretar la realitat social a través de les interpretacions ideològiques, el sentit que construeixen els participants en el grup sobre un tema en qüestió" (Gutiérrez, 2011: 117).

Amb aquest procediment no hem pretès quantificar la realitat estudiada, sinó fer una aproximació als elements bàsics que conformen les diferents percepcions i expectatives socials que ens ocupen. És necessari puntualitzar que amb aquesta eina metodològica el que hem perseguit és apropar-nos a configuracions socials, tenint en compte que el discurs dels informants està modelat socialment. Cal no oblidar que en les societats actuals als mitjans de comunicació/formació produeixen una tendència a l'homogeneïtzació. Això implica que el disseny dels grups ha de complir característiques

representatives del col·lectiu i, al mateix temps, suposa que el discurs extret de les dinàmiques és extrapolable al conjunt d'aquest col·lectiu. De fet, amb un nombre reduït de dinàmiques podem arribar a un grau acceptable de saturació de l'objecte d'estudi (Gutiérrez, 2008).

Pel que fa a l'aplicació de la tècnica, seguint a Llopis, "implica un grup de set i deu persones que són guiades per un moderador. La discussió haurà de desenvolupar-se de manera relaxada i confortable en un ambient permissiu, no-directiu i el moderador ha de propiciar que els i les participants posen en comú els seus comentaris i exposen les seues idees. En aquest context, els membres del grup s'influeixen mútuament, ja que responen a les idees i comentaris que sorgeixen de la discussió" (Llopis, 2004: 27). En suma, la finalitat d'aquesta eina és crear "un dispositiu metodològic dissenyat per a produir, fixar, ordenar i interpretar el discurs social comú sobre un determinat camp semàntic en una situació de grup, basat en la participació activa dels subjectes en una dinàmica conversacional o, pròpiament, discursiva. Raó per la qual la interpretació que es fa del discurs no és més que una lectura de la realitat que es construeix –com si la realitat parlara. L'anàlisi resulta ser un exercici d'abstracció lògica que configura informació per a entendre representacions socials o maneres de percepció" (Castañeda i Chávez, 2016: 129).

Per tant, l'hem escollida per a aproximar-nos als diferents discursos socials sobre la llengua i el seu ús en els diferents àmbits, ja que aquesta tècnica aporta un "discurs grupal [...] [on] el grup és activat i articulat per a generar discurs en situació d'interacció social" (Llopis, 2004: 35). Concretament, l'aplicació d'aquesta eina conversacional grupal ens permetia aproximar-nos als discursos socials sobre l'ús del valencià en l'àmbit comercial i en la societat en general, i a partir d'aquestes imatges presents en l'imaginari col·lectiu, esbossar el ventall d'actituds lingüístiques a favor, neutrals i en contra de l'ús del valencià en l'àmbit comercial.

El disseny d'aquesta tècnica es va realitzar, seguint els objectius formulats en aquest treball, per a poder captar els diferents discursos existents a la societat valenciana sobre el valencià i el seu ús. Les variables triades per a definir els perfils dels diferents grups de discussió són: el sexe (home/dona), l'edat (diferents grups d'edat: 20-35 anys, 20-45 anys, 20-40 anys, 35-55 anys; 40-55 anys i més de 55 anys), el nivell d'estudis (sense

estudis, ESO/Batxillerat, Cicles formatius i universitaris), la llengua d'identificació (castellà/valencià) i el territori (Alacant, Alcoi, Castelló, Elx, Gandia i València).

	Sexe	Edat	Estudis	Llengua
Alacant	4 homes i 4 dones	Entre 20 i 35 anys	Universitaris	Castellanoparlants
Alcoi	7 homes	Entre 20 i 45 anys	Cicles formatius	Valencianoparlants
Castelló	8 dones	Més de 55 anys	Sense estudis	Valencianoparlants
Elx	4 homes i 4 dones	Entre 20 i 40 anys	Eso/Batxillerat	Valencianoparlants i castellanoparlants
Gandia	8 dones	Entre 35 i 55 anys	Eso/Batxillerat	Valencianoparlants
València	4 homes i 4 dones	Entre 40 i 55 anys	Universitaris	Valencianoparlants i castellanoparlants

Taula 2: Caracterització grups de discussió. Font: Elaboració pròpia.

A més a més, s'ha incorporat la variable "situació laboral" en aquesta primera classificació, concretament, a Alacant (persones ocupades i aturades), Alcoi (persones ocupades i aturades del sector industrial), Castelló (persones inactives), Elx (persones ocupades i aturades), Gandia (persones ocupades i aturades) i València (persones ocupades).

Els grups de discussió van ser estructurats en tres blocs temàtics focalitzats en les següents qüestions: a) percepció de l'ús del valencià en la societat valenciana i principals àmbits d'ús del valencià; b) percepció del valencià en l'àmbit comercial; i c) actituds cap a la normalització lingüística en l'àmbit comercial. El plantejament de les preguntes es va fer en tres moments: el primer bloc es va realitzar a l'inici del grup, després de la presentació i de l'establiment de les normes de participació (aquest bloc en la pràctica ha sigut el més extens en tots els grups de discussió realitzats). El segon bloc es va dur a terme una vegada esgotada la informació de la primera pregunta (en la pràctica cap al minut 30-35 del grup), i, el tercer bloc, una vegada exhaurida la informació del segon bloc. Cal esmentar que, en alguns grups, la moderadora no ha hagut d'intervindre per avançar a la segona pregunta, ja que els participants ja l'havien desenvolupat durant les respostes a la primera pregunta.

Els grups de discussió s'analitzaren a partir del mètode d'anàlisi temàtic. L'anàlisi temàtica s'ha definit "com un mètode per al tractament de la informació en investigació qualitativa, que permet identificar, organitzar, analitzar detalladament i reportar patrons o temes a partir d'una acurada lectura i re-lectura de la informació recollida, per a inferir resultats que propicien l'adequada comprensió/interpretació del fenomen" (Mieles Barrera, Tonon i Alvarado Salgado, 2012: 217). Una vegada realitzats els grups de discussió, es van seguir els sis passos per tal de facilitar l'anàlisi temàtica dels discursos socials obtinguts: (1) familiarització amb les dades (transcripció literal, relectura del material i anotacions d'idees per a la cerca d'estructures i significats); (2) generació de categories o codis inicials (organitzar la informació en grups d'un mateix significat); (3) cerca de temes vinculats amb els objectius de la recerca; (4) revisió de temes, reclassificació i descobriment de nous temes; (5) definició i denominació dels nous temes; (6) i construcció narrativa en la comprensió i interpretació de les dades obtingudes al llarg de la recerca (Mieles Barrera, Tonon i Alvarado Salgado, 2012: 218).

En l'anàlisi dels resultats (capítol 5) s'inclouen fragments literals per a mostrar les diferents veus i mirades presents en els diferents grups de discussió realitzats i, per tant, esbrinar el ventall de discursos socials existents sobre aquesta temàtica en la societat valenciana amb la major literalitat possible. Podem avançar que els grups realitzats van mostrar un discurs bastant polaritzat entre els grups valencianoparlants i els grups castellanoparlants pel que fa a la percepció del valencià i a les transformacions del seu ús sofertes durant els últims anys, encara que amb diferents matisos. Com tindrem ocasió de veure, el context sociolingüístic i la variable ideològica són claus entre les postures discursives sobre la llengua. Si bé és cert que es poden trobar xicotetes diferències, de classe i nivell d'educació, cap d'elles sembla ser especialment reveladora. L'estatus social i la formació acadèmica rebuda diferencia les diferents narratives a l'hora de gestionar certs conceptes o articular el discurs. Així mateix, el gènere apareix reflectit en les dones pel que fa el seu paper actiu en la compra, assumides com a responsabilitat pròpia per la seua 'naturalesa' (Lagarde, 1994, 2016 y 2018; Osborne, 1993; Martín-Casares, 2006; Fraser i Butler, 2017). Naturalesa assignada pel discurs hegemònic heteropatriarcal (estructura de poder) que redueix l'àmbit del femení "a l'esfera del

privat i de la llar” (Melero Aguilar, 2010: 74)⁷, articulant-se en “la distinció prèvia entre l'àmbit privat (que inclou les labors domèstiques i reproductives) i l'àmbit públic (en el qual s'exerceix el poder polític i econòmic)” (Aparisi, 2009: 180). En aquest ordre asimètric la dona és responsable de la 'llar' en sentit ampli: reproduceix (no produeix), neteja (ordre), educació (normes) i cura (responsabilitat). En el discurs de les dones trobem una clara restitució metonímica de la casa al mercat, d'aquí el seu protagonisme en aquest àmbit.

I, finalment, l'edat, té un paper secundari i es manifesta en la identificació de les representacions de la llengua i el seu ús. Malgrat que els grups semblen compartir narratives similars sobre la llengua, com a referents identitaris, s'observa una xicoteta diferència amb el grup dels joves valencianoparlants. En aquests, hi ha una associació més directa amb el territori i la identitat i una reivindicació de l'ús del valencià, enfront de la resta de grups. En qualsevol cas, com hem indicat, des del nostre punt de vista, aquestes diferències no són significatives i en l'anàlisi dels grups trobem una estructura i un contingut discursiu anàleg en els diferents ventalls on els hem agrupats, seguint la proposta emprada per Artur Aparici i Rafael Castelló (2011).

Per últim, cal assenyalar que per a garantir l'anonimat de les persones participants en aquestos grups de discussió es va implementar un procés d'anonimització dels seus discursos i per això, no apareix en cap lloc cap informació que permeta identificar a aquestes persones. A cada grup de discussió se li ha assignat un codi identificatiu per a facilitar la identificació dels discursos territorials en l'anàlisi dels resultats.

Codis dels grups	
Alacant	GD01
Alcoi	GD02
Castelló	GD03
Elx	GD04

⁷ Llevat que s'indique el contrari totes les traduccions d'altres llengües al valencià són de l'autora.

Gandia	GD05
València	GD06

Taula 3: Codificació dels grups de discussió. Font: Elaboració pròpia.

La realització dels grups de discussió es fa en els mesos d'octubre i novembre de 2018, però amb un xicotet marge de quinze dies entre el primer i l'últim per evitar possibles interferències pels seus contextos. A la següent taula s'exposen els dies en què es realitzaren els grups de discussió i la ciutat.

	Grup de discussió
Alacant	31 d'octubre de 2018
Alcoi	26 d'octubre de 2018
Castelló	24 d'octubre de 2018
Elx	29 d'octubre de 2018
Gandia	22 d'octubre de 2018
València	6 de novembre de 2018

Taula 4: Dates i lloc de realització dels grups de discussió. Font: Elaboració pròpia.

1.3.3 Actituds envers a l'ús del valencià en l'àmbit comercial

A partir dels resultats de l'observació participant i dels grups de discussió, es dissenyà un qüestionari per conèixer la distribució dels discursos socials sobre el valencià identificats en els grups de discussió en la població general, així com les opinions sobre diferents qüestions relatives al foment del valencià en l'àmbit comercial. En paraules de García Ferrando i Llopis, una enquesta: "és una investigació realitzada sobre una mostra de subjectes representativa d'un col·lectiu més ampli, que es desenvolupa en el context de la vida quotidiana, emprant procediments estandarditzats d'interrogació, amb la finalitat d'obtindre mesures quantitatives d'una gran varietat de característiques objectives i subjectives de la població" (García Ferrando, 2015: 331). Aquesta primera definició de l'enquesta pot completar-se amb la definició operativa que dona Cea d'Ancona a aquesta tècnica quantitativa. Segons les seues paraules, l'enquesta "permet l'estudi d'un ample ventall de qüestions, tant sobre aspectes objectius (de fets) com

subjectius, no directament observables (actituds, valors i opinions), del present, passat i futur. La informació s'obté mitjançant observació indirecta a través de les respostes orals o escrites dels enquestats a les preguntes incloses en el qüestionari, per la qual cosa sempre cap la possibilitat de que la informació recaptada no siga un fidel reflex de la realitat que s'analitza" (2012: 198-199).

L'estructura de l'enquesta, així com les qüestions i les respostes estandarditzades, deriven en gran mesura dels resultats qualitius obtinguts en els grups de discussió i en l'observació participant (primeres fases de la recerca). La principal contribució de realitzar l'enquesta després de l'aproximació qualitativa era mostrar la generalitat de les observacions realitzades en el treball de camp qualitatiu i verificar les interpretacions realitzades sobre les dades qualitatives.

La modalitat en la qual s'ha implementat aquesta enquesta ha sigut auto administrada en línia. La principal característica d'aquesta modalitat d'administració de l'enquesta és que la persona enquestada rep el qüestionari (bé per correu electrònic, bé per un enllaç web) i el respon sense cap tipus d'interacció amb cap persona que realitze l'enquesta. Entre els avantatges d'aquesta modalitat, Díaz de Rada destaca els següents: la possibilitat d'accedir a tota la població (persones amb residència llunyana, persones molt ocupades o difícils de localitzar), minimització del efecte de la desitjabilitat social per l'absència de l'enquestador/a, baix cost econòmic i major qualitat de la informació (més reflexionada i amb recolzaments visuals), entre altres (García Ferrando i Llopis, 2015: 381-383).

La població objecte d'estudi són les persones que resideixen a qualsevol municipi de la zona de predomini lingüístic valencià⁸ del País Valencià, d'ambos sexes i que tenen 16 o més anys. Aquest univers és superior a 100.000 persones, per la qual cosa s'empra la fórmula de població infinita. Per a un nivell de confiança del 95,5% i un marge d'error assumit aproximadament del 3%, la grandària de la mostra és de 1114 unitats. La modalitat de mostreig que s'utilitzà fou el mostreig no probabilístic per bola de neu. Concretament, es realitzaren diversos anuncis promocionats a la xarxa social de

⁸ El llistat de municipis que conformen la zona de predomini lingüístic valencià es troba a la *Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià (LUEV)*.

facebook, alguns en castellà i altres en valencià, i es feu difusió dels enllaços en diverses pàgines d'aquesta xarxa social.

La plataforma emprada per a realitzar aquesta enquesta va ser "Survey Monkey", ja que permet múltiples dissenys de pregunta i extrau els resultats tant amb el full de càlcul Excel (.xls) com amb el format d'un arxiu SPSS (.sav). El tractament de les dades quantitatives s'ha realitzat tant amb l'Excel amb taules dinàmiques (freqüències d'absoluts i percentatges) com amb el programari SPSS.

El qüestionari precodificat està format per 38 preguntes, 35 de les quals són tancades i 3 obertes, distribuïdes en quatre blocs temàtics: un primer sociodemogràfic, un segon sociolingüístic, un tercer d'opinió i valoració del valencià en l'àmbit comercial, i un quart sobre el futur del valencià en aquest àmbit.

Al primer bloc s'incorporaren les variables demogràfiques bàsiques: edat, sexe, nacionalitat, municipi de naixement, municipi de residència, nivell d'estudis, situació laboral i identitat. Al segon bloc temàtic les preguntes estan relacionades amb la seua llengua materna, espais d'aprenentatge, nivell de competència del valencià i acreditació del mateix, àmbits d'ús del valencià, llengua en la que s'adreça a les institucions públiques i privades (administració, sanitat, comerç, etc.), entre altres. I al tercer bloc del qüestionari es preguntà sobre les preferències lingüístiques als establiments comercials, la presència escrita del valencià percebuda en l'àmbit comercial, la presència desitjada del valencià en l'àmbit comercial, la presència percebuda del valencià a la publicitat i el seu impacte en la compra de productes, entre altres. I per últim, en el quart bloc, l'estimació del futur del valencià en l'àmbit comercial i la valoració de la necessitat percebuda de promocionar el valencià en el comerç i les raons a favor i en contra d'aquesta promoció lingüística. El qüestionari s'inclou en l'annex 2.

Cal afegir que la primera pregunta del qüestionari és la selecció de la llengua en la qual es vol respondre el qüestionari, i la penúltima pregunta és sobre a qui votà en les últimes eleccions. Esta pregunta es va ubicar al final del qüestionari per evitar l'abandonament del mateix de forma prematura. La última pregunta és oberta per a fer suggeriments sobre la enquesta o la temàtica tractada.

Una vegada recopilades les dades, es sistematitzaren els resultats i es feu el tractament de les dades per a posteriorment fer una explotació estadística dels resultats, principalment amb l'anàlisi de freqüències de resposta (en absoluts i percentatges).

1.4 ESTRUCTURACIÓ DELS CONTINGUTS

L'estructura d'aquesta tesi està formada per vuit capítols, distribuïts en quatre blocs, i respon als cànons propis d'una investigació acadèmica. El primer bloc l'integren els capítols 1 i 2. En el primer, a manera d'introducció del nostre estudi, hem presentat l'objecte i el mètode. De forma concreta, s'han enumerat els objectius generals i específics, s'han enunciat les preguntes de recerca així com la hipòtesi de partida. De la mateixa manera, s'ha descrit la metodologia i les tècniques utilitzades, justificant-les en base als objectius formulats. El capítol 2 completa aquest primer bloc, i des d'una perspectiva teòrica en ell ens centrem, en primer lloc, en la llengua i la disglòssia com a camps de disputa hegemònics. En segon lloc, atenem a les aproximacions acadèmiques sobre el model sociolingüístic valencià i, més específicament, als treballs realitzats sobre la presència i l'ús del valencià. Les pròpies particularitats del territori, la coexistència de dues llengües i el conflicte històric lingüístic són elements clau que han estat assenyalats en la literatura acadèmica per analitzar el cas de la llengua al País Valencià.

Després d'aquest primer bloc li segueix una secció dedicada a emmarcar la nostra recerca. Aquest bloc de la tesi està integrat pels capítols 3 i 4, en els quals abordem el reconeixement i els drets de les llengües, les polítiques públiques sobre la llengua, les investigacions sobre l'ocupació del valencià en l'esfera comercial i el marc socioeconòmic dels nostres sis casos d'estudi. Aquests capítols són fonamentals per poder apropar-nos al nostre objecte i en ells oferim una primera radiografia com a marc per a la posterior interpretació dels resultats. El capítol 3 està dedicat a la contextualització normativa en l'esfera internacional, estatal i autonòmica, posant especial atenció a les polítiques públiques adreçades a potenciar i normalitzar el valencià. Així doncs, presentem les disposicions i normatives que afecten directament al valencià, la seua evolució al llarg dels anys i les diferents estratègies per a la

normalització d'una llengua considerada, des del discurs autoritzat⁹, com 'minoritària'. El capítol 4 està estructurat en dos apartats. En el primer, fem una aproximació a les investigacions sobre la gestió del valencià en el comerç. En el segon, realitzem una breu descripció sobre les característiques més significatives en matèria demogràfica i lingüística de les ciutats escollides per a la nostra investigació: Alacant, Alcoi, Castelló, Elx, Gandia i València.

El tercer bloc de la tesi està conformat pels capítols 5, 6 i 7, tots ells destinats a l'anàlisi del treball de camp. En el capítol 5, exposem els principals resultats dels grups de discussió. La informació extreta en aquestes dinàmiques ha estat molt rica. D'una banda, i com a marc per a la posterior interpretació, ens hem acostat a les percepcions i expectatives sobre la utilització del valencià en general. D'altre, ens hem centrat en les narratives sobre l'ús del valencià segons el tipus d'establiment comercial de què es tracte i en les percepcions sobre com hauria de ser en realitat aquest ús segons els nostres informants. Finalment, proposem una classificació dels discursos segons les postures detectades enfront de la llengua. El capítol 6 l'hem consagrat al paisatge lingüístic i a la vitalitat etnolingüística del valencià en l'àmbit comercial, distingint entre el paisatge visual (escrit) i el paisatge sonor (parlat). A través de les nostres observacions, anem dibuixant la particular realitat de l'ús del valencià en els diferents tipus de comerç. Després d'aquest passeig pels diferents paisatges lingüístics del nostre territori, es podrà veure com la seua modulació és un reflex de la pròpia situació de la llengua al nostre país. Finalment, tanca l'anàlisi del nostre treball de camp el capítol 7. El mateix està dedicat als resultats de l'enquesta a través de l'explotació de les dades amb el software de fulls de càlcul Excel. S'organitza en quatre blocs: les limitacions de l'enquesta, la caracterització de la mostra, la presència i ús del valencià i les convergències i divergències entre discursos, paisatges i opinions. Al llarg del capítol s'hi mostren nombroses gràfiques per facilitar visualment la lectura de les dades estadístiques llançats del nostre sondeig. Com tindrem ocasió de veure, tots ells apunten en la mateixa direcció: la subordinació del valencià al castellà, sobretot en els espais considerats

⁹ Juguem ací amb el terme encunyat per Smith (2006) per a la seua anàlisi del patrimoni.

públics, i la necessitat urgent d'implementar polítiques públiques de foment del valencià.

Per finalitzar, el quart bloc es concentra en el capítol 8. D'una banda, aquest recull les principals conclusions extretes de tota la nostra investigació i, de l'altra, fa una proposta per millorar i transformar les polítiques lingüístiques al País Valencià a partir dels nostres resultats i de les polítiques implementades en les diferents Comunitats Autònomes de l'Estat espanyol amb llengües cooficials. En aquest sentit, ens sembla important subratllar que aquest treball es posiciona des d'una Sociologia de l'Orientació Pública. De forma sintètica, aquesta parteix d'una visió problematitzadora de la sociologia amb la intenció de contribuir a la discussió pública i de participar activament en les transformacions socials (Burawoy, 2005, 2006 i 2009)¹⁰. Això ressitua la disciplina davant de la societat, posant sobre la taula el debat entre teoria i pràctica, o, si es prefereix, entre la sociologia acadèmica i la sociologia aplicada. Des del nostre punt de vista, qüestionar-nos el nostre paper com a professionals i preguntar-nos per què i per a qui es produeix el coneixement sociològic és fonamental. Això suposa replantejar el nostre paper com a distribuïdors d'aquest coneixement i com a productors del mateix. De facto, la Sociologia de l'Orientació Pública parteix de preguntes bàsiques: quin tipus de coneixement, amb quina metodologia i amb quins objectius o finalitat? (el què, el per què, el com i el per a què del coneixement). D'aquesta manera, intenta assumir o superar els seus límits per projectar-se cap als canvis socials. Per tant, considera el coneixement no com un fi en si mateix sinó com un mitjà per a la transformació del propi coneixement i de la societat en què es genera. Tenint això present: com es pot abordar des de la Sociologia de l'Orientació Pública l'estudi de l'ús del valencià en el comerç? I, què fer amb el coneixement adquirit? La resposta és tan complicada com senzilla: adoptar una perspectiva crítica i compromesa. Això implica el compromís d'arribar al públic i d'aconseguir, amb el nostre treball, transformar les realitats. Per això, hem volgut acabar la nostra tesi amb propostes factibles per canviar la realitat de l'ús del valencià, no només en l'àmbit del comerç sinó en tota la societat valenciana.

¹⁰ Entre d'altres, per una aproximació a la Sociologia de l'Orientació Pública, es pot acudir a Clawson *et al.* (2007), Fernández (2006), Touraine (2007) o Morow (2009).

CAPÍTOL 2. LLENGUA, DIGLÒSSIA I CONFLICTE. HEGEMONIES I SUBORDINACIÓ

“Deu ser per això que sovint em fa una mica d’enveja aquella gent que pareix que no té les dificultats que jo tinc: sovint m’agradaria ser japonès, o suec, o portuguès o alguna cosa així de neta i simple. O fins i tot, un bon francès de França o un Espanyol d’Espanya, o alguna de tantes denominacions que d’entrada, no t’obliguen a pensar ni a triar: està tot clar des del principi, està tot dit i fet, quin descans no haver de pensar-hi cada dia. Sembla que una majoria gran dels valencians no tenen aquest problema o dificultat: s’afirmen espanyols en santa pau i quietud, segons totes les enquestes, i ací s’acaba la història. Sembla també que una petita minoria, molt petita, s’afirmen simplement catalans, pensen que és molt senzill, i així van fent. I finalment una altra minoria, no sé si gran o petita, passem el temps ple de perplexitat: si jo per exemple diguera que, com a escriptor, la meua pàtria és la llengua catalana, que com a ciutadà, el meu país és el País Valencià, i que la meua nació cultural pot ser més extensa que la meua nació política, no sé si la combinació seria massa complicada. Ser alhora això i allò, i pot ser allò altre, pot resultar difícil, però també, sovint, és més entretingut.” Pròleg de Joan Francesc Mira en *Nació i Identitats pensar el País Valencià*, de Vicent Flor (Flor i Moreno, 2013: 10)

2.1 LA LLENGUA COM A CAMP POLÍTIC

Si parlem de llengua o de l’elecció i l’ús d’una determinada llengua, sobretot quan es dona en un mateix territori una situació de coexistència de diferents llengües, estem posant damunt la taula diverses qüestions. En primer lloc, aquestes tenen a veure amb el reconeixement i la reivindicació d’un patrimoni col·lectiu, tan material com immaterial i natural¹¹. Entenent aquí allò patrimonial com a un règim polític de governança (Geismar 2015), deslligar la llengua del territori no té sentit, i qualsevol reivindicació d’una llengua suposa reclamar un lloc amb tota la seua materialitat, naturalesa i interpretacions. I més encara, amb les seues experiències, afectes i

¹¹ La divisió analítica realitzada sobre el patrimoni no deixa de ser una ficció. La divisió entre material, natural i immaterial reflecteix la seua fonamentació moderna (la separació de dominis i la depuració d’espais epistemològics) (Latour 1993; Haraway 1995; Maffesoli 1993 i 1997).

emocions. En segon lloc, les llengües estan vinculades amb una identitat (o identitats), compartida, construïda, imaginada, fluida i trenca (Hall 2003 i 2010; Bauman 2001 i 2004). Si la preferència per una llengua implica sentiments i adscripcions d'identificació i territorialitat, el seu estudi no es pot circumscriure exclusivament a l'àmbit lingüístic perquè entren en joc múltiples variables de caràcter historicopolític. I, en tercer lloc, i lligat a això últim, no podem obviar que la seua consideració, el seu ús o la seua elecció han anat variant en funció dels diferents contextos locals, estatals i internacionals. Per tant, les llengües han de ser examinades com a categories produïdes socioculturalment; és a dir, responen a una realitat històrica. I com a tals són, en essència, polítiques (Foucault, 1997).

Dit això, s'entendrà que les llengües poden ser analitzades com a camps dinàmics de fiscalització, on s'entrellacen múltiples projeccions, travessades per institucions, narratives i pràctiques. Els discursos bolcats sobre les llengües les situen, signifiquen i contextualitzen contribuint a la seua cosificació (reïficació) i a la seua imposició naturalitzada (allò axiomàtic en si mateix) (Comaroff i Comaroff, 1991)¹². Quan departim sobre la llengua o el seu ús ens enfrontem a un espai densament quallat de significats, on conflueixen nombrosos interessos polític-econòmics. Les polítiques lingüístiques estan entrellaçades per mediacions complexes -siguin aquestes governamentals, acadèmiques o socials- i són llocs sobresaturats de sentits. Les preteses demarcacions sobre la llengua o el seu maneig, sempre ambigües, han generat règims dogmàtics per a l'edificació de paradigmes interpretatius i per a la producció de sentits pràctics (Foucault, 1980; Bourdieu, 1991). Lluny de ser, merament, un mirall de les geopolítiques estatals i globals, les llengües són part essencial d'aquesta gramàtica i topografia de les hegemonies.

Des d'aquest punt de vista i en aquesta tesi, partim de considerar la llengua com un camp polític en sentit bourdieuà i com un règim de veritat en termes foucaultians (1980). Entenem aquí el camp com una amalgama de relacions de domini entre agències i agents, en la pugna per les maneres de poder i l'apilament de capitals, siguin aquests socials, culturals, simbòlics o econòmics (Bourdieu, 1991 i 1997). Les relacions de força,

¹² Per a una major aproximació al funcionament del que és evident per si mateix com un instrument ideològic, es pot veure Williams (1980) o Santamarina (2006).

la confrontació i la legitimitat conformen un espai on la prescripció d'una llengua sobre una altra ens retorna a les hegemonies i a la subordinació de les pràctiques culturals. Més enllà del seu reflex en els paisatges sonors i lingüístics, la capacitat d'imposició, a través de dispositius de coerció o contenció, resulta sens dubte eficaç. Serveixi, com a exemple, l'exercici de la distinció a través de l'ús d'una determinada llengua (Bourdieu, 1996).

Des d'aquesta perspectiva, s'entendrà que les llengües són manifestacions de múltiples esferes capaç d'evidenciar diferents processos polítics on entren en joc la disputa pels capitals. Parlar de llengües, és parlar de diferències culturals, d'aquí la voluntat de poder, en la seua accepció més pragmàtica, pel domini i la intervenció en les llengües. Imposar o subordinar una llengua suposa assumir el control en la definició de la realitat (material i immaterial). Tal com Bourdieu assenyala "la relació amb les coses possibles és una relació amb els poders" (1991: 110). I les relacions poder/saber es plasmen en les polítiques de la veritat a través de les tecnologies disciplinàries (Foucault, 1992 i 1980). En aquest sentit, Foucault assenyala com els règims de poder estableixen mecanismes i procediments per legitimar la veritat o fer funcionar la veritat (Foucault, 1980: 131), entenent la veritat "com un sistema de procediments ordenats per a la producció, regulació, distribució, circulació i operació de les afirmacions" (Foucault, 1980: 133). De tal manera que la prescripció o submissió d'una llengua sobre una altra queda recolzada pel règim de veritat instaurat.

En qualsevol cas, en apropar-nos a la comprensió de les llengües cal tenir present algunes consideracions prèvies. En tota cultura observem la construcció d'universos simbòlics o cosmovisions i d'estructures de significat que defineixen els espais, la llegibilitat i les relacions. Però tot projecte de fabricació sociocultural comporta conflictes i resistències, i més si parlem de llengües. La llengua expressa una determinada forma de donar sentit a la nostra relació amb el món, amb nosaltres, amb els altres i les altres sent fonamental en la nostra manera de concebre el propi i l'aliè i en la disposició per interpretar i pensar-nos. La llengua testifica les diferents pràctiques, nocions i concepcions sobre la realitat, creant marcs de sentit, sistemes de discriminació i atribució i generant referents. Ara bé, la llengua és una categoria que té significat perquè està enquadrada en una ordenació de cognició més àmplia. Des d'aquesta

premissa, s'entendrà que la disputa per domesticar o subjugar una llengua sobre una altra no és intranscendent. Les diferents pràctiques i narratives que conformen allò social i la lluita que s'estableix en la definició de la realitat permetrà comprendre millor els processos hegemònics i de resistència. Tots dos ens apropen als mecanismes de producció i reproducció, en la distribució de sentit. Per tant, diem que el camp de la llengua pot ser llegit com una manifestació de poder i té la virtut de travessar diferents capitals. No és estrany, per tant, que la colonització o el nacionalisme d'abans es proposés com a primer objectiu conquerir i suprimir les llengües autòctones mitjançant la seua expropiació o esborrat sistemàtic per aconseguir el poder i el control del territori.

No està de més recordar que el component patriòtic i nacionalista de les llengües, sustentat en un passat i una tradició intervinguda, va esdevenir una eina fonamental per a l'Estat nació (Anderson 1983; Lowenthal 1998; Hobsbawm i Ranger 2002). El nacionalisme decimonònic va saber fer de la llengua un pilar per legitimar els seus projectes polítics. El forjat d'una llengua pàtria va ser font imperible per consolidar l'esquelet de projectes identitaris a través de marcadors elevats a la franja de nacionals (Daniels 1993; Casado 2010). En el context del nou règim polític-econòmic, l'ordre d'una única llengua (neta, fixa i esplendorosa) ¹³ va garantir els espais epistemològics i hermenèutics, o el que és el mateix, els dominis del coneixement i dels significats, respectivament. Enfront de la llengua, en majúscules, apropiada pels diferents estats i com a forma d'accessibilitat a la 'veritat' (Haraway 1995) es van establir llengües subalternes. L'exigència d'una llengua unitària es va constituir com a marca distintiva i va necessitar d'altres llengües desqualificades (classificades com minoritàries i amb connotacions negatives) per tenir sentit (Foucault 1975). En realitat, aquesta estratègia hegemònica és una cara més de la colonialitat del saber i el sistema-món modern/colonial. De facto, la realitat d'una jerarquització de llengües es va presentar com un fet tan naturalitzat com transcendent (Quijano i Wallerstein 1992; Quijano 2000; Ribeiro i Escobar 2008; Escobar i Restrepo 2010; Mignolo 1995, 2012 i 2013).

Des del principi, la llengua elevada a cànon estatal es va relacionar amb el coneixement racional i tècnic, es va fonamentar -com font legítima per l'objectivació de la realitat- a

¹³ Juguem ací amb el lema de la Real Academia Española (RAE), posta en circulació el 1715. Informació disponible a: <https://www.rae.es/la-institucion/historia>

través d'institucions creades expressament (vegeu, per exemple, la RAE) i es va assentar i va certificar gràcies als cossos disciplinaris. La necessitat de modular un discurs únic i legítim sobre el territori, la memòria i la identitat col·locà la llengua en un lloc privilegiat. Ara bé, no hem pretès, ni de bon tros, fer una genealogia de la llengua, només buscàvem posar de manifest com l'herència vuitcentista encara pesa a l'hora de configurar les nostres representacions i expectatives sobre la llengua, i més quan ens topem amb alguns contextos particulars de diglòssia, com en el nostre cas.

Per tancar aquest apartat i enllaçar amb el següent, recuperem un fragment de Joan Francesc Mira on reflexiona sobre la subordinació lingüística de la llengua i la compartimentació del seu ús i nega la possibilitat que una societat pugui ser bilingüe d'origen. En les seues paraules,

“No conec ni un sol cas -i n'he buscat, a veure si en trobava!- en què dues llengües de cultura estiguen presents de manera igual i equivalent com a vehicles indistints per a la mateixa societat: per a la mateixa gent en el mateix territori. Primer, perquè només una de les llengües pot ser autòctona, només una pot ser la llengua pròpia original del poble-ètnia de tal territori: no hi ha cap poble originàriament bilingüe. Vol dir que la presència de l'altra en posició de superioritat o d'igualtat institucional és el resultat d'una imposició-domini exterior, històric o encara present. Necessàriament. Segon, perquè la presència d'una llengua culta d'origen estranger-imposat és també la presència i difusió de la cultura nacional de la que és vehicle. I com més forta siga la presència i l'espai ocupat per aquesta cultura nacional estranya, més feble i reduïda serà la presència de la cultura nacional d'origen propi. Necessàriament: és un espai que es pot compartimentar, no compartir” (Mira, 2005: 177).

2.2 DIGLÒSSIA

La diglòssia és una de les qüestions clau per aproximar-nos a l'ús del valencià i a l'hegemonia del castellà al País Valencià. Diversos autors han establert les bases sobre

la conceptualització i la definició. Sobre aquest tema, considerem oportú retrotraure'ns a l'estudi pioner de Ferguson (1959), en el qual es va encunyar aquest terme, entès com

“una situació relativament estable en què, a més dels dialectes bàsics (*primary dialects*) de la llengua (que poden incloure un estàndard o estàndards regionals), hi ha una varietat superposada molt divergent, altament codificada (sovint més complexa gramaticalment), vehicle d'un corpus de literatura escrita ampli i respectat, procedent d'un període anterior o d'una altra comunitat de parla, varietat que és apresada sobretot en l'ensenyament i és emprada per a la majoria dels usos escrits i orals formals, però que no és emprada per cap sector de la comunitat per a la conversa quotidiana” (Ferguson 1959:336).¹⁴

La situació de 'relativa estabilitat' a què al·ludeix Ferguson es qüestionaria uns anys després en entendre's que, darrere de l'esmentada codificació i superposició de registres, s'observa una clara escissió respecte a la valoració del domini públic-privat, que respon a una construcció social vertical, en termes d'alta-baixa cultura. A través dels articles de reputats sociolingüistes estatunidencs, entre els quals destaca “Bilingualism With and Without Diglossia; Diglossia With and Without Bilingualism” de Fishman (1967), es reinterpretarà la lectura de Ferguson en substituir-se la imatge aproblemàtica de l'estabilitat per la del conflicte. És més, es defensarà que és el reconeixement obert de la confrontació allò que permetrà explicar la diferenciació entre la capacitat individual de parlar simultàniament dues llengües (bilingüisme¹⁵) i la distribució funcional desigual pel que fa a l'ús d'ambdues llengües (diglòssia). Per a Fishman (1967), aquesta última accepció és un clar reflex de la pugna entre l'Alta Cultura (relacionada amb la primera esfera oficial o formal a la qual s'atribueix l'ús d'una llengua) enfront de la Cultura Popular (identificada amb l'esfera quotidiana o col·loquial a la qual, per contraposició, quedaria relegada la segona).

¹⁴ Traduït al català per Boix-Fuster i Vila i Moreno (1998: 91).

¹⁵ A pesar d'aquesta breu definició de “bilingüisme”, és important recalcar que aquest concepte en si mateix és, alhora, molt complex, i per tant també es veu envoltat d'una permanent discussió escolàstica sobre què es considera, de facto, ser bilingüe, i sobre com es distingeix i es relaciona amb altres conceptes com ara el multilingüisme, el plurilingüisme, el *translanguaging* o el *code-switching* (vegeu, per exemple, Bathia i Ritchie 2013).

Des d'aquesta panoràmica, és obligat entendre l'adopció i l'ús de cada llengua des de l'acceptació de diferents nivells (macro i micro), que estableixen, així mateix, una classificació jeràrquica pel que fa al grau d'assimilació o representativitat (majoritària i minoritària), darrere de la qual quedaria implícit el diferent estatus atribuït i assumit pels grups sociolingüístics (dominants i dominats). Per tant, el conflicte lingüístic suposa molt més que la prioritat d'una llengua o una altra en determinats contextos, sinó que és interpretat des d'una voluntat latent per voler diferenciar-se, en tant que l'elecció d'una llengua o l'altra es considera, en última instància, un símbol de pertinença i d'identitat polític, econòmic i sociocultural. D'ací que els conceptes de poder i prestigi actuen com a catalitzadors dels contextos diglòssics, atenent a la seua capacitat potencial per a legitimar distàncies entre les persones usuàries de cada llengua i, per extensió, entre les pròpies llengües¹⁶.

En el cas valencià, serà Ninyoles l'encarregat de recollir el testimoni per a argumentar la ruptura o superposició lingüística entre: "1) una varietat 'alta', que s'utilitza en la comunicació formal –literatura, religió, ensenyament, etc., i 2) una varietat 'baixa', poc cultivada, que s'usa en les converses normals, de caràcter no formal i familiar" (Ninyoles, 2017: 32). Des d'aquesta posició diferencial enunciarà la seua pròpia definició de diglòssia com la "superposició de dos idiomes o varietats lingüístiques —sovint com a expressió d'una jerarquia entre els grups— i llur vinculació a un status cultural relativament compartimentalitzat" (Ninyoles, 1975: 69). La identificació d'aquesta realitat fragmentada obliga a reconèixer el conflicte com a motor. De tal manera que, a partir d'eixe moment, nombrosos sociolingüistes catalans, com Boix-Fuster i Vila i Moreno (1998), rebutjaran l'ús del terme bilingüisme per considerar-lo un aforisme que només pretén soterrar o emascarar una situació política i estructural molt més complexa, des d'una pretesa visió acrítica i aproblemàtica que, en posar el focus en el consens com a paraigües de l'estabilitat, es considera insostenible:

“contràriament al que deia el nacionalisme espanyol, els catalans, els bascos, els gallecs, no gaudien de bilingüisme sinó que patien d'una diglòssia imposada,

¹⁶ Aquesta simbiosi queda ben reflectida en l'article posterior de Nicolàs Amorós "De la identitat del poder al poder de la identitat: algunes consideracions sobre la situació de la llengua catalana al País Valencià" (2005).

d'acord amb la qual una llengua —el castellà— era elevada per la força a la categoria de llengua A, mentre que una altra era reprimida i arraconada com a llengua B. Això permetia il·lustrar clarament que la situació del moment havia de ser superada” (Boix-Fuster i Vila i Moreno, 1998: 94).

De fet, Boix-Fuster i Vila i Moreno (1998) assenyalaran que eixa suposada correlació resulta esbiaixada des del moment en què la distribució funcional no es realitza de forma equivalent, sinó que, per contra, denota la existència d'un conflicte d'interessos i preferències entre els diversos grups socials. És a dir, la preeminència de la llengua dominant es constata pel fet que la majoria de castellanoparlants són monolingües, mentre que els catalanoparlants són bilingües. Si bé en el primer cas, el coneixement únic del castellà els permet moure's en qualsevol àmbit públic-privat, en el segon es fa urgent l'adopció d'ambdues llengües i es veu clara la seua vinculació amb cadascuna de les esferes referides (castellà-públic i català-privat). La identificació d'aquest conflicte d'interessos, que passava més desapercbut en els primers assajos sobre diglòssia, ha portat a que un nombre cada vegada major d'autores i autors reivindiquen una revisió del mateix concepte de diglòssia i la seua substitució pel concepte de 'comportaments diglòssics' (Lafont, 1979; Puig i Moreno, 2011; Pujolar, 2012). La raó es troba en que mai es pot concebre com una situació neutra o accidental que es done per sí mateixa, sinó, per contra, ha de ser entesa i analitzada com un procés deliberat, intersubjectiu i intencional, que té com a propòsit l'establiment de rols diferencials. Aquesta situació provocada genera una asimetria de les llengües en la societat, i el seu objectiu últim sol ser la substitució lingüística. Aquest camí (amb anades i tornades) cap a la substitució compta amb múltiples estratègies, la majoria completament invisibilitzades, que van des de la desvalorització i la minorització d'una llengua fins a l'associació de llengua dominant i d'èxit social, polític i econòmic. En paraules de Josep Palomero,

“Els casos de substitució lingüística no són infreqüents, però sempre són extraordinaris perquè alteren el mapa de les llengües, la seua distribució territorial i el sentiment de pertinença dels parlants a la seua comunitat lingüística, cultural i antropològica. A vegades es desencadenen de forma traumàtica, i els afectats poden prendre'n consciència i reaccionar-hi oferint resistència. En canvi, si s'ocasionen subtilment, vinculant una llengua amb la

ineficàcia, la inutilitat i la ineptitud, els usuaris la percebran com a inviable i l'abandonaran en benefici de la que entenen que els proporcionarà integració social, promoció laboral o qualsevol altra categoria relacionada amb la percepció subjectiva de l'èxit. Una tal tendència, però, és reversible – com ho demostren els casos de l'hebreu, el gaèlic irlandès, el finés, el maltès, etc.- aplicant-hi mesures de planificació lingüística que donen bons resultats i que frenen i facen reversible el procés d'assimilació dels valencians al castellà” (Montoya i Mas, 2011: 3).

La llengua, com ja hem dit, ha estat mediatitzada i convertida en un instrument polític tant de la dreta com de l'esquerra valenciana. Específicament, des de la dreta intenten desmuntar les tesis fusterianes que assenyalaven la necessitat de vincular nació i llengua, és a dir, la definició d'una llengua comuna com a element determinant del projecte nacional, com a paraigües cohesionador d'un valencianisme que tractava d'accentuar les coincidències existents entre les societats de domini lingüístic catalanovel·lenc (Bodoque, 2009). Amb aquesta intenció es potencia des de la dreta valenciana el secessionisme lingüístic que tracta de negar la unitat lingüística de la llengua catalana (en concret, del valencià). A primeries s'afirmava que el valencià és una llengua diferent al català, en contra de la postura dels filòlegs que posaven de relleu l'afinitat lingüística entre valencià i català. Tot i l'evidència científica hi ha “grups socials significatius que perceben que serien dues llengües diferents, independents i que concretament s'han alçat contra la consideració de dialecte per al català parlat al País Valencià” (Flor i Moreno, 2013: 121). La controvèrsia no és tant filològica com política. I en aquest cas, el secessionisme no pretén normalitzar el valencià envers el castellà, sinó fomentar el procés de substitució lingüística. “Els secessionistes valencians, tret d'una minoria molt exigua, són detractors de l'ús social del valencià i, per tant, són partidaris, de vegades implícits, del manteniment de la supremacia del castellà” (Flor i Moreno, 2013: 122). El mateix autor considera que en l'imaginari col·lectiu dels secessionistes valencians, l'enemic és el català i desproblematitzen el conflicte lingüístic entre valencianoparlants i castellanoparlants.

La postura de la dreta valenciana, el blaverisme¹⁷, es crea en reacció al projecte nacional i a la valencianitat teoritzada per Joan Fuster, i ataca la normalització lingüística com “una introducció forçada del català, suposadament aliè, la qual cosa permetria tenir la consciència més tranquil·la amb la continuïtat del castellà com a llengua hegemònica” (Flor i Moreno, 2013: 128). El discurs blaver intentava centrar el debat sobre la identitat del valencià i no sobre l’ús del valencià i oposava valencià i català (obviant el conflicte castellà-valencià), aquesta estratègia ha sigut un gran èxit del blaverisme. En els grups de discussió realitzats, la major part dels relats s’incorporarien dins d’aquesta corrent, bé explícitament o bé implícitament, amb la separació socialment acceptada del valencià i el català com a llengües diferents, amb la relegació del valencià als àmbits no formals o casolans (situació diglòssica, amb hegemonia del castellà i subordinació del valencià) i amb un bilingüisme social que planteja el dret de triar la llengua que es desitja parlar. Una postura que nega l’existència de conflicte lingüístic valencià (Ninyoles 2017) i el redirecciona cap a un conflicte entre el català i el valencià (Flor i Moreno 2013).

2.3 ESTAT DE LA QÜESTIÓ: LA LLENGUA DELS VALENCIANS

Ens remuntem a començaments del segle XX per a prendre com a punt de partida d’aquesta qüestió l’article de l’escriptor Miguel de Unamuno “Su Majestad la Lengua Española¹⁸” (1908), on deixa ben clar, des del mateix títol, el seu posicionament polític en reclamar un ús diferencial i jeràrquic de la llengua castellana davant de la catalana. El detonant que va motivar aquest text demolidor va ser la desaprovació que va suscitar “el discurso, en lengua catalana, con que el alcalde de Barcelona se dirigió a S. M. el Rey dándole la bienvenida de su llegada a la ciudad condal, y el discurso con que S. M. le contestó, en lengua española” (Unamuno, 1908: 481). El literat va interpretar llavors l’actitud d’adreçar-se al màxim representant de l’Estat espanyol en català com un desafiament i una irreverència, des de la visió uniformadora de presuposar que no existeix més llengua “nacional” que l’“espanyola”. Advertim en el seu discurs una relació

¹⁷ El blaverisme és un moviment polític regionalista i anticatalanista sorgit després de la democràcia al País Valencià.

¹⁸ Algunes cites no es tradueixen perquè en la llengua en la que s’enuncia incorpora significats i simbolismes que es perdrien en la traducció.

d'interpretació metonímica, segons la qual, si el monarca és el principal representat de l'Estat espanyol, la "llengua espanyola" adquireix, de forma correlativa i per dret natural, eixa mateixa posició majestàtica. Per extensió, declara la seua voluntat manifesta que qualsevol altra llengua –entenem que minoritària, segons paràmetres quantitativus i qualitativus atenent al seu ús i la seua consideració desigual d'importància– rendisca homenatge a la primera des d'una posició de completa asimetria i subordinació.

Més enllà dels límits espai-temporals en què se situa el text, la veritat és que aquesta percepció dicotòmica i dualista no pot donar-se per superada en els nostres dies ni en l'àmbit geogràfic del País Valencià, on se centra aquesta investigació. El protagonisme hegemònic del castellà respecte al català/valencià segueix estant present en nombrosos àmbits de la nostra societat. Encara que hem assistit a la incorporació d'avanços progressius, sobretot en el marc polític-institucional i acadèmic-educatiu, no succeeix el mateix en altres contextos i espais d'interrelació quotidians com, en aquest cas concret, el comercial.

Amb tot, abans de continuar, convé ressaltar que la bibliografia específica sobre l'ús del valencià i el castellà en l'àmbit comercial és pràcticament inexistent. Per aquest motiu, ha calgut recórrer a la recerca, localització, consulta i anàlisi de diferents fonts documentals i bibliogràfiques el contingut de les quals, encara que no es referisca al tema específic que ens ocupa, aborda qüestions transversals que es troben en el fons d'aquesta dialèctica i vertebraren el corpus teòric de la present investigació; ens referim, entre d'altres, a qüestions com el bilingüisme, el conflicte lingüístic o la diglòssia, així com als processos de subordinació, substitució o normalització lingüística derivats d'elles.

Si ens centrem en l'àmbit territorial de referència, com han apuntat nombrosos autors, el moviment de la Renaixença donarà origen al regionalisme valencià, produint-se tensions des de la fi de la dictadura, amb l'entrada del blaverisme, que acabarien en una definitiva fractura de la societat valenciana i en la consolidació del regionalisme per la via política de l'autonomia (Archilés i Martí, 2001; Archilés i Segarra, 2005; Archilés, 2006; Archilés 2011; Roca Ricart, 2001; Núñez Seixas 2006; Viciano 2000; Cucó 1999; Cucó 2002; Cucó *et al.* 2001). Pot ser el punt d'inflexió d'aquest fractura siga el desenllaç

de “la Batalla de València” en els 70 años “ben visible en la violència real i simbòlica (pugna pels senyals identitaris) acabaria amb la divisió de la societat valenciana” (Viciano 2000; Cucó 2002).

Des de principis del segle XX diferents autors han tractat de contrarestar amb els seus escrits eixa visió hegemònica excloent projectada cap a la llengua vernacla. L'any 1933 va ser publicada *La llengua dels valencians* (1972), del filòleg valencià Manuel Sanchis Guarner, dins de la sèrie, amb l'expressiu títol *Quaderns d'orientació valencianista*. En ella, l'autor buscava establir les bases al voltant del coneixement, la filiació i el prestigi de la llengua valenciana, situant les seues arrels en el passat, però posant l'accent en la seua particular idiosincràsia i el seu valor d'ús fins al present. Amb això tracta de desconstruir la mirada injuriada i devaluada cap al valencià, tant arrelada en l'imaginari social, i apel·la a la població valenciana a assumir com a pròpia la seua llengua materna des d'un sentiment de reconeixement i orgull. Tot i això, se li ha criticat la seua perspectiva apolítica, degut a l'evasió deliberada cap a certs temes que tradicionalment han suscitat dissens. Tal vegada, el més assenyalat, haja sigut l'origen o la denominació de la llengua a partir de la seua relació simbiòtica amb el català. Alguns escrits posteriors reivindiquen ferventment la unitat lingüística catalana i el reconeixement unànime del català com a llengua de l'àmbit territorial valencià com s'observa, per exemple, en el volum d'Esteve, Esteve i Teodoro (2005), que duu, molt significativament, per títol *El nom, la unitat i la normalitat: informe sobre el reconeixement del català com a llengua oficial i pròpia del País Valencià*. Esta controvèrsia sobre la llengua, darrere la qual s'adverteixen les diferències respecte a una posició política nacionalista o regionalista, també està patent en l'article de Pradilla “La deriva estandarditzadora valenciana. Del secessionisme rupturista a l'aïllacionisme particularista” (2005), així com en les obres de Vicent Flor i Moreno (2010) “La instrumentalització mediàtica de la identitat valenciana: el discurs anticatalanista de Las Provincias (1978–1999)” o en el llibre que publicarà només un any després amb el suggeridor títol *Noves glòries a Espanya. Anticatalanisme i identitat valenciana* (2011)¹⁹. En tots dos, Flor i Moreno fa un repàs de les postures detractores que s'oposen al reconeixement de la unitat lingüística i presenten

¹⁹ Malgrat que no se sol fer (l'estàndard és citar l'autor i l'obra), reproduïm els títols dels llibres i dels articles perquè tots ells encapsulen les idees que els modulen.

resistències a difuminar els marges diferenciadors entre el valencià i el català. Darrere d'aquesta disputa es troba la fractura ideològica entre els anomenats “*blaveros* i *pancatalanistes*” que ha obert una profunda bretxa entre la pròpia ciutadania valenciana (Lacreu, 2019). Però, sens dubte, en el marc de la present investigació, el treball de Sanchis Guarner constitueix una obra d'importància indiscutible, i no debades ha sigut considerat el primer llibre científic sobre el valencià (Aliaga, 2009), en la mesura que es va articular des de la pròpia disciplina filològica i va establir les bases d'altres estudis lingüístics posteriors.

Ja en la segona meitat del segle resulten fonamentals les monografies del sociolingüista Ninyoles, que tenen com a fil conductor, ara sí, el conflicte que ha travessat els estudis sobre la llengua valenciana. Fa poc més de tres anys, el 2017, es va reeditar la seua obra de capçalera *Conflicte lingüístic valencià* (1969), que constitueix una prova irrefutable que la problemàtica lingüística identificada a finals dels anys seixanta del segle passat segueix gaudint de plena vigència en l'actualitat, mig segle després. En qualsevol cas, no resulta estrany que fóra llavors quan es produïra el germen d'aquests primers escrits. Les dècades dels seixanta i dels setanta van ser prolífiques en literatura valenciana i en valencià. De la mà de figures d'un notable prestigi, dins i fora del nostre país, com l'assagista Joan Fuster, l'escriptor i antropòleg Joan Francesc Mira o l'historiador Alfons Cucó, entre d'altres, assistim a un clima d'efervescència intel·lectual i de reivindicació de certes llengües que ocupaven fins a eixe moment una posició minoritària en l'àmbit de la cultura escrita. Ninyoles va contribuir, des de la disciplina sociològica a la qual es va dedicar com a docent i investigador en les universitats de València i Alacant, a obrir el camí dels estudiosos de la llengua valenciana erigint-se en una figura paradigmàtica. El seu llibre de 1969, com ha sigut reconegut, marcà un punt d'inflexió en aquest sentit: “*Conflicte lingüístic valencià* és, a més, el primer llibre europeu que tracta la conflictivitat idiomàtica des de la perspectiva sociològica i de la psicologia social” (Mollà, 2019)²⁰.

De fet, *Conflicte lingüístic valencià* (2017) serà el primer de molts altres llibres que aprofundeixen en el comportament dels grups lingüístics; més concretament, en l'anàlisi

²⁰ Article publicat a *La Vanguardia*, el 14 de març del 2019. Disponible a: <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20190314/461026160741/llibre-conflicte-linguistic-valencia-rafael-lluis-ninyoles-toni-molla.html>

de l'ús (o desús) lingüístic com a factor de (des)cohesió social, entenent que les llengües actuen com el principal vincle social pel fet de ser generadores d'identitat grupal.

Ninyoles aprofundeix en el substrat estructural que subjau en aquesta problemàtica derivada de l'ús simultani de dues llengües al País Valencià i que ultrapassa els límits del domini lingüístic, en reconèixer que estem davant "un conflicte que només pot ésser enunciat i resolt acarant els problemes socials, econòmics i polítics implicats en la seua estructura (...) i no pot ésser correctament definit si ignorem les contradiccions i antagonismes implícits en aquesta estructura" (Ninyoles, 2017: 29). Amb això anticipa la necessitat de remuntar-se a les arrels històriques i culturals vinculades a la societat estudiada, a la consideració del conflicte com a construcció sociocultural dinàmica i al conflicte lingüístic en particular com un reflex de les relacions de poder o dominació que es donen en la societat i que generen, com a contrapartida, posicions de submissió o subordinació.

Dos anys després, l'any 1971, veuria la llum *Idioma i prejudici* (1997), que va establir un marc teòric de referència i abast internacional en incorporar la mirada crítica d'autors de reconegut prestigi com Charles Wright Mills, Kurt Lewin, Ralf Dahrendorf o Karl Mannheim. De la mateixa dècada són les seues obres *Idioma y poder social* (1972), *Estructura social i política lingüística* (1975), *Bases per a una política lingüística democràtica a l'Estat espanyol* (1976) i *Cuatro idiomas para un estado* (1977), on denuncia de manera reiterada la situació exloent que imposa la lògica hegemònica i uniformadora del nacionalisme lingüístic. I, seguint l'estela de la instrumentalització del pensament nacionalista espanyol com a estratègia de legitimació, al final d'aquesta dècada escriu *Madre España* (1979).

Des de la seua posició en la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme, Ninyoles va elaborar, entre finals dels anys 80 i principis dels 90, una sèrie d'informes sobre els resultats de diferents estudis que pretenien quantificar, amb xifres, l'ús del valencià en l'àmbit comercial i financer²¹: *El valencià en l'àmbit comercial*

²¹ La síntesi dels resultats d'aquestes enquestes estan disponibles a les fons de dades numèriques de la Conselleria d'Educació, Cultura i Esport de la Generalitat Valenciana. Disponible a [Fons dades numèriques - Generalitat Valenciana \(gva.es\)](https://www.gva.es/portal/portal.do)

i financer (1986), *Situació sociolingüística en l'àmbit empresarial (Terciari avançat)* (1987), *El valencià a l'àmbit comercial i de consum* (1991) o *El valencià a les grans superfícies* (1993). En aquest sentit, també va ser un pioner en el camp de la recerca del valencià. Ninyoles va combinar, a començament dels noranta, la producció d'aquest tipus d'estudis estadístics amb altres investigacions monogràfiques que continuen la línia teòrica iniciada amb anterioritat. Així doncs, l'any 1992 publica *El País Valencià a l'eix mediterrani* (2017), on es focalitza la simbiosi entre allò valencià-català a partir dels vincles d'identitat compartida que permeten interpretar i ressituar els marges de variables històrico-polítiques i socioculturals que defineixen un nou espai d'identificació, més enllà de les fronteres geopolítiques establides. En aquest estudi, reprèn la formulació que ja havia sigut enunciada tres dècades abans per Joan Fuster, tant en *Nosaltres, els valencians* (1962)-tot un al·legat al nacionalisme valencià per a vertebrar la identitat a partir de la llengua, la cultura i la història-, com en *El País Valencià* (1962)-on Fuster retreia, eixe mateix any, les problemàtiques sobre la identitat (o falta d'identitat) de la societat valenciana-. En aquest sentit, encara que la lingüística constitueix un eix estructural dins de la prolífica producció de Fuster, és representatiu que, més de trenta anys després d'aquelles anàlisis sobre la identitat valenciana, l'autor situara en la llengua el focus del conflicte. Així s'aprecia en els seus *Escrits sobre la llengua* (1998), una recopilació de diferents articles i assajos en els quals reprèn la seua posició respecte al català com a vehicle d'identificació i reconeixement sociopolític, motiu pel qual també s'entén que constituïxca un camp permanent de disputa.

Sens dubte, una obra imprescindible en l'anàlisi de la construcció nacional valenciana és *Crítica a la nació pura* (2005), de Mira. Aquesta publicació aporta una reconsideració conceptual de la nació, que permet elaborar un nou sistema d'interpretació de la realitat nacional valenciana. Cal ressenyar l'anàlisi que desenvolupa sobre el paper de la llengua en la definició nacional i, en concret, en el cas valencià i la seua situació sociolingüística. En aquestes línies, no podem obviar la tasca de Cucó com a historiador i com a polític. En la seua tesi, així com en la seua prolífera obra posterior, analitza els orígens del valencianisme i retratà la història contemporània del País Valencià. En el seu article sobre "Actituds polítiques i lingüístiques al País Valencià contemporani" (1977) analitza els posicionaments dels intel·lectuals valencians des de la Renaixença fins a la Guerra

Civil espanyola envers la llengua i dona unes pinzellades de la diferent l'evolució del Català a Catalunya i del valencià al País Valencià.

Totes les obres referides fins ací han sigut objecte de diferents reedicions des de finals del segle XX. Al nostre parer, la seua vigència en els nostres dies no només és simptomàtica de l'actualitat que continua tenint el conflicte de la identitat lingüística del valencià/català, sinó que, a més a més, justifica la pertinència i l'interès de la present investigació. D'ací que, en sintonia amb el plantejament de les obres esmentades, diversos autors hagen orientat els seus estudis cap a la coexistència desigual d'ambdues llengües i les situacions de diglòssia en el nostre segle.

2.3 EL CONFLICTE LINGÜÍSTIC VALENCIÀ

Arribats a aquest punt, convé recordar que les publicacions centrades en el conflicte lingüístic valencià són més aviat escasses. En aquesta línia destaquen, entre altres, les publicacions de Bodoque, com "Sociopolítiques al voltant de la identitat lingüística. Aproximació a la dimensió contemporània del conflicte lingüístic valencià" (2001). No obstant això, l'exigüitat de publicacions específiques sobre l'ús del valencià en el context que ens ocupa ens ha dut, des d'un plànol epistemològic, a ampliar els límits territorials circumscrits al País Valencià per tal d'aprofundir en la complexitat d'aquests fenòmens en altres zones contigües, la proximitat geogràfica i lingüística de les quals considerem que serveix de marc de referència per a aquesta tesi. Entenem que, més enllà de l'especificitat de cada territori, hi ha una mateixa arrel en la base dels conflictes derivats de l'ús simultani de diferents llengües i les situacions de comportaments diglòssics derivats de la (in)compatibilitat del castellà i el català. Des d'aquest raonament es justifica la consulta de fonts bibliogràfiques que centren l'anàlisi lingüística en altres contextos locals, encara que sempre dins de l'Estat espanyol i relatiu a l'ús del català en zones perimetrals al País Valencià.

Resulta pertinent en aquest sentit l'article de Bauçà i Sastre (2001) "Planificació lingüística i ideologia política: una comparació entre Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears", que aprofundeix en la relació entre els conceptes d'ideologia política i

planificació lingüística. Bauçà i Sastre considera que aquests conceptes responen a un discurs ideològic travessat pel nacionalisme polític, que l'autor situa en els principals territoris de llengua catalana des dels inicis de la democràcia fins a començament del segle XXI. En la mateixa línia, pocs anys després veuria la llum, en el context valencià, el llibre de Vicent Climent-Ferrando (2005) sobre *L'origen i l'evolució argumentativa del secessionisme lingüístic valencià. Una anàlisi des de la transició fins a l'actualitat*. Per la seua banda, en l'article de Sorolla (2014) titulat "Els catalanoparlants, els diglòssics i els monolingües. Grups sociolingüístics a la Franja" es presenta una anàlisi multivariant sobre els coneixements i usos lingüístics de la població catalanoparlant sota administració aragonesa que es localitza en el territori anomenat 'La Franja' (oriental aragonesa) per a referir-se a la zona de cruïlla lingüística on es manté l'ús del català, però dins d'un espai polític-administratiu que privilegia l'ús del castellà. En l'estudi es constata l'idea, ja advertida, de la preeminència de l'ús del català en els àmbits de proximitat social, mentre que "es fa valer del castellà en els usos escrits, el consum mediàtic o altres usos formals" (Sorolla, 2014: 87). Sobre aquest tema, l'al·lusió als hàbits de 'consum' o vinculats amb el sector comercial amb la llengua castellana ens sembla rellevant per al nostre estudi, atès que està en sintonia amb els resultats obtinguts en el treball de camp. Amb això, Sorolla reafirma la següent idea:

"les pràctiques diglòssiques caracteritzen grups sociolingüístics originalment monolingües que incorporen una altra llengua superposada, procedent d'una altra comunitat de parla. Esta altra llengua és apresada mitjançant el sistema educatiu i és emprada en la majoria dels usos escrits i dels usos orals formals, però no és utilitzada en les interaccions quotidianes entre els membres del mateix grup" (Sorolla, 2014: 93).

Tal com reconeix l'autor, el sistema educatiu serà una peça clau per a tractar de compensar i contrarestar aquestes desigualtats. Açò permetrà, per una banda, entendre els avanços que s'han promogut des de l'àmbit de l'ensenyament reglat per a promoure la normalització de la llengua minoritària; i, per una altra, justificar la redacció i actualització de les diferents legislacions autonòmiques en matèria pedagògica per a donar suport a totes aquestes iniciatives.

En qualsevol cas, davant d'aquesta situació de confrontació que comporta un desequilibri real, Ninyoles ja havia advertit que només cabien dues alternatives possibles, per una banda, la normalització cultural del valencià i, per altra banda, la substitució lingüística del castellà. Ambdues alternatives són catalogades per l'autor com els termes reals i últims del conflicte (1975). Enfront d'això, altres autors com Francesc Vallverdú (1982 i 2013) apunten que la 'diglòssia estable' seria possible, fins i tot desitjable, en algunes zones que considera minoritàries, entre les quals inclou el País Valencià: "si la comunitat lingüística catalana aspira a una plenitud d'ús de la seua llengua, sense la qual la normalització lingüística no es consideraria satisfactòria, aquesta aspiració pot resultar utòpica en altres situacions, en què es prefereixi l'encaix de la llengua recuperada en una situació de bilingüisme diglòssic estable" (Vallverdú, 2013:37).

Més enllà d'aquestes controvèrsies, la majoria d'autors i autores reconeixen en l'actualitat que aquesta situació d'equilibri sociolingüístic dificulta la possibilitat d'assolir i, més encara, mantenir un clima d'equilibri o harmonia. D'ací que els esforços sovint s'hagen concentrat en la primera via de normalització de la llengua minoritària per a evitar el seu procés progressiu de substitució i pèrdua a mig o llarg termini. Convé puntualitzar que tant el valencià com el castellà constitueixen les dues llengües oficials del País Valencià d'acord amb allò que estableix l'Estatut d'autonomia de l'any 1982 en el marc polític i jurídic. Un any després, les Corts Valencianes aprovaren la *Llei d'Ús i Ensenyament del valencià*, que continua en vigor. Segons aquesta normativa, s'estableix "l'edició bilingüe de les lleis regionals, així com la plena validesa dels documents redactats en català, i la necessitat que tots els funcionaris tinguin un coneixement suficient del català. També defineix la utilització del català en el sistema educatiu i als mitjans de comunicació. La Llei compromet la Generalitat a promoure la presència del català en les activitats privades (professionals, associatives, lúdiques i altres)" (Leprêtre, 1996: 63). Fins al punt que, en 1989, el Govern autonòmic va decidir transformar el Servei d'Ús i Ensenyament del Valencià en la Direcció General de Política Lingüística, i l'any següent es va publicar un pla triennal per a la promoció i ús del valencià a la Comunitat Valenciana.

En aquest context són destacables alguns esforços encaminats a l'estudi i la normalització de la llengua valenciana, com mostren els articles de Miguel Àngel Pradilla "La política lingüística contemporània al País Valencià" (2002) o "Poder i societat. Els horitzons múltiples (i canviants) de la normalitat lingüística" (2006). Al seu torn, són particularment remarcables les publicacions coordinades per Honorat Ros Pardo i editades per l'Acadèmia Valenciana de la Llengua sota el títol del *Llibre blanc de l'ús del valencià I. Enquesta sobre la situació social del valencià* (2005) –que recull els resultats obtinguts en l'*Enquesta sobre l'ús i coneixement del valencià* realitzada per la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme (1989-2004)- i el *Llibre blanc de l'ús del valencià II. Iniciatives per al foment del valencià* (2008). Este últim volum inclou alguns capítols d'especial rellevància per a la investigació, com el que Bodoque dedica a "La política lingüística en l'àmbit del govern i de l'administració", el de Ninyoles sobre "Els reptes de la normalització: societat, economia i llengua", el de Sanjuan i Merino respecte a "L'evolució social del valencià (1983–2005)" o el de Montoya en relació amb "La transmissió familiar del valencià". Aquestes mesures constitueixen un clar exemple sobre la necessitat d'orientar els interessos cap al foment i la promoció de l'ús del valencià, conscients de la situació de desavantatge en la qual es troba després de segles d'imposició i prestigi social atribuït a la llengua castellana com a dominant, mentre el valencià com a llengua subordinada quedava relegada al context familiar o de proximitat, principalment.

Per les mateixes dates es va publicar el llibre de Francesc Esteve i Gómez i Alfons Esteve (2006) *Guia pràctica de drets lingüístics al País Valencià* i, només un any després, de la mà d'aquests dos autors va veure la llum *Drets cap a la normalitat. Propostes per a una política lingüística eficaç i factible al País Valencià* (2007). També el mateix any es va publicar la monografia *Llengua i societat als territoris de parla catalana a l'inici del segle XXI. L'Alguer, Andorra, Catalunya, Catalunya Nord, la Franja, Illes Balears i Comunitat Valenciana* d'Ernest Querol, Enrico Chessa, Natxo Sorolla, Joaquim Torres i Joan Albert Villaverde (2007), on es dedica un capítol a la situació del context valencià, partint del reconeixement d'una mateixa matriu –la llengua catalana– com a agent vertebrador i unificador en tots aquests territoris sobre la base de la seua proximitat geogràfica, lingüística i sociocultural.

Cal ressaltar que, en les darreres dècades, els esforços per augmentar la visibilitat i el posicionament de la llengua valenciana han comptat amb l'impuls decisiu dels organismes polítics. Aquest compromís per part de les institucions públiques queda ben il·lustrat en *l'Informe sobre l'ús del valencià a la funció pública*, que va ser publicat per la Comissió Jurídica (2009), o la monografia de Bodoque (2009), titulada *La política lingüística dels governs valencians (1983- 2008). Un estudi de polítiques públiques*, on reprèn les tesis enunciatades en el *Llibre blanc de l'ús del valencià II*, editat un any abans.

De forma correlativa, la promoció del valencià s'ha vist reforçada pel suport simultani promogut tant des del context institucional, públic o administratiu, com des de l'acadèmic en les diferents etapes educatives d'ensenyament reglat. Des de l'àmbit universitari, nombroses investigacions s'han orientat cap a la identificació de les preferències i usos lingüístics en l'ensenyament superior, com mostra l'anàlisi d'Aparici i Castelló (coordinadors) sobre *Els usos lingüístics a les universitats públiques valencianes* (2011). No debades la política universitària de prioritzar l'ús del valencià i oferir un programa d'estudis equitatiu d'assignatures en valencià i castellà ha contribuït a acurtar les distàncies entre ambdues llengües i normalitzar l'ús del valencià en l'àmbit de l'educació superior.

Així mateix, des de la disciplina acadèmica de la sociolingüística, són destacables els volums de Toni Mollà que porten com a títol *Manual de sociolingüística* (2002) –llibre introductor per a afavorir la comprensió de l'estructura sociolingüística, així com el coneixement dels agents socials i variables multifactorials que intervenen en la interacció lingüística i comunicativa–; i, sobretot, donada la seua vinculació amb aquesta investigació, *La llengua de la plaça* (2017). En aquest últim, Mollà focalitza l'interès en l'espai públic (físic, audiovisual i virtual) i el mercat com a escenaris on realitzar un diagnòstic sobre les relaciones dialèctiques que permeten determinar cap a on es dirigeix la comunitat i la política lingüística catalana.

Junt a les monografies de Mollà, cal destacar altres estudis específics acadèmics circumscrits a l'àmbit de la província d'Alacant. Bona mostra d'ells són *El uso del valenciano, la actitud hacia la llengua y la destreza escrita. Un estudio sociolingüístico sobre el dominio del valenciano de jóvenes alicantinos* (2016) d'Amina Harnafi, on, a

través d'una mostra de 59 estudiants i diferents tècniques d'investigació, planteja una aproximació sobre l'ús i el grau de coneixement del valencià. A partir de la pregunta de partida sobre en quines situacions i contextos s'usa el valencià, i en quins altres no, analitza la correlació entre la identificació lingüística i l'ús de la llengua en relació amb el nivell de competència lingüística. En el seu estudi conclou que el castellà es confirma com la llengua predominant, "lo que no impide que el valenciano en ciertos contextos sea la llengua preferida y más usada" (Harnafi, 2016: 58), encara que tot apunta a una 'situació diglòssica' i, sovint, d'"acomodació lingüística", de manera que identifica una tendència per part de les i els parlants d'adaptar-se a la llengua de l'agent emissor. Així mateix, el treball final de grau defensat per Victoria Cano en la Universitat d'Alacant titulat *Estudio sociolingüístico sobre la situación actual del valenciano en Alicante. Primera aproximación a los usos y actitudes lingüísticas en Mutxamel* (2018), confirma l'alt grau de substitució lingüística en aquesta zona alacantina, a partir de la informació recopilada en un qüestionari per a observar l'actitud de les i els propis parlants cap a la llengua i la seua correspondència quant al procés de transformació advertit en l'ús sistemàtic de la llengua valenciana respecte a la castellana.

Per la seua banda, la tesina de Philip Woest *El uso del valenciano* (2015), defensada a la Universitat d'Utrecht, pren com a pregunta de partida quin és l'estatus social del valencià en comparació amb el castellà a València, i quin serà el futur del valencià com a llengua parlada i escrita en aquesta ciutat. El treball de camp el duu a reconèixer una àmplia situació de bilingüisme, encara que remarca que es tracta d'una situació diglòssica. Si bé adverteix una tendència positiva a favor de l'ús del valencià en els últims anys, en constatar una creixent predisposició a l'aprenentatge del valencià, també adverteix que el seu ús "en la majoria dels àmbits socials més significatius i influents" continua la inèrcia de l'ús majoritari del castellà (Woest, 2015: 34). En aquest punt, encara que considera essencial el suport de les institucions governamentals, recorda que no són menys importants les actituds formades cap a determinades llengües per a l'acceptació o el rebuig de les polítiques lingüístiques aplicades, de les quals considera que dependrà, en última instància, el futur del valencià. Per últim, en el marc acadèmic universitari cal destacar la tesi doctoral de Serena Simón (2019) *La Frontera Lingüística entre Alicante y Murcia: El Contacto del Valenciano y el Castellano en la Comarca de La*

Vega Baja del Segura (Alicante). Respecte a les actituds identificades durant el seu treball de camp qualitatiu, Simón confirma la pervivència d'un clar conflicte sociolingüístic cap al valencià, que s'emmarca en un complex entramat d'actituds diglòssiques en els parlants. Aquest estaria relacionat amb la pròpia identitat fronterera i la distància (física i simbòlica) a la capital administrativa, que es transformen en un sentiment generalitzat d'aïllament i discriminació dins de la seua pròpia comunitat autònoma, i que es manifesta en el rebuig a l'ús i transmissió del valencià. Amb això, conclou, es perpetua "una situación de diglosia por bilingüismo pasivo unilateral — valencianohablantes que son activos en castellano, però castellanohablantes que son pasivos en valenciano—" (Simón, 2019: 444).

Esta proliferació d'estudis centrats en l'ús de la llengua ha de ser contextualitzada en el marc del projecte polític que, des de 2015, ha suposat un punt d'inflexió al País Valencià. Ens sembla important recordar que l'anomenat *Acord del Botànic*, signat en l'esmentat jardí municipal de la Universitat de València, va comportar el pacte de govern autonòmic subscrit l'11 de juny de 2015 pel Partit Socialista del País Valencià (PSPV-PSOE) i la Coalició Compromís, amb el suport de Podem; acord que es va renovar en les darreres eleccions a les Corts Valencianes de 2019. Aquest equip de govern tripartit ha contribuït en gran mesura a impulsar el procés de normalització, consolidació i valoració de l'ús de la llengua valenciana en la majoria dels àmbits de la vida pública. Com a contrapartida, articles precedents com el d'Esteve i Gómez (2004), "la política lingüística del PP al País Valencià: anàlisi de la legislació de 1995 a 2003" corroboren la política d'invisibilitat o negació que l'equip de govern del Partit Popular va dur a terme durant els vint anys anteriors. En aquest context, Vicenta Tasa Fuster analitza "Les alternatives polítiques entorn del reconeixement de la diversitat lingüística pròpia i els drets lingüístics, i les seues conseqüències en la interpretació o reforma de la Constitució Espanyola" (2017).

Enfront d'aquesta innegable expansió d'investigacions teòriques sobre la llengua valenciana/catalana, els resultats pràctics, en canvi, no han sigut sempre els esperats. El biaix diferencial tan arrelat respecte la preeminència del castellà dificulta arribar a un pretès grau de normalització o, almenys, d'equidistància, per la qual cosa l'espai destinat a l'ús del castellà segueix sent dominant. En aquest sentit, autors com Lluís Aguiló (2005)

o Manuel Alcázar Ramos (2005) van realitzar un balanç dels resultats aconseguits transcorreguts vint anys des de l'entrada en vigor de la Llei d'Ús i Ensenyament del Valencià. I, en no veure's complits tots els pronòstics, començaren a aixecar-se algunes veus crítiques, com demostren els articles d'Alcaraz, Josep Ochoa i Isabel Ferran (2004) "La Llei d'ús i ensenyament del valencià, en via morta"; de Antonio Briz (2004) "El castellà en la Comunitat Valenciana"; o de Tudi Torró i Ferrero (2012) "El valencià a l'escola del País Valencià: dades i reflexions". En línies generals, tots ells es lamenten de l'incompliment i inefectivitat dels objectius proposats per aquesta legislació respecte al predomini lingüístic valencià, que és percebut, una vegada més, en termes de complexitat i conflicte per la situació de diglòssia ja referida. L'esmentat conflicte també s'ha presentat, fins i tot, des de la dialèctica centre-perifèria, per a il·lustrar la supremacia central que tindria el seu màxim exponent en la capital de l'Estat espanyol davant la diversitat de llengües perimetrals que convergeixen en aquest, tal com reflecteix Lluís Català en el seu article "Lengua e ideología nacionalista en el conflicto centro-periferia. Apuntes sobre el caso español. Estructura Social de España" (2014).

Per tot açò, algunes autores i autors, conscients de la disjuntiva i l'asimetria que ha travessat la identitat lingüística valenciana enfront de l'hegemonia de la llengua castellana, plantegen la necessitat d'anar un pas més enllà per a superar aquesta situació de desavantatge que resulta molt limitant. En aquesta línia, destaquen les publicacions de Elvira Riera sobre *Ètica política i diversitat lingüística. Per una política lingüística responsable* (2008) conviden a repensar aquesta percepció de les llengües en sentit discriminatori i exclouent, al mateix temps que reivindiquen un estatus d'equitat per a ambdues llengües, sustentat en el respecte mutu i una consideració igualitària que situe al valencià-català en la posició que es mereix. Per la seua banda, *La política lingüística al País Valencià. Del conflicte a la gestió responsable*, de Susanna Pardines i Nathalie Torres (2011) reitera la desigualtat manifesta entre el valencià i el castellà, que hauria d'haver comportat l'obligatorietat dels poders públics d'"atorgar una atenció especial al valencià com a principi bàsic de convivència equitativa i compensatòria, reclamada, d'altra banda, per una part gens menyspreable de la ciutadania" (Pardines i Torres, 2011: 68). No obstant això, acusen que, lluny d'aquest objectiu, les instàncies oficials s'han obstinat durant anys en mostrar aquesta comesa com un signe de

parcialitat o politització de la llengua “amb l’objectiu clar d’estigmatitzar i demonitzar els sectors cívics i polítics més dinàmics i compromesos amb la defensa del valencià que (...) no han sigut contrarestades amb propostes pacificadores i de consens” (Pardines i Torres, 2011: 68-69). D’ací que reivindiquen una política lingüística transversal i responsable, des d’una perspectiva social o ciutadana, que convertisca els àmbits públics en espais de convivència lingüística. Només així consideren que es garantirà el reconeixement real i efectiu dels drets lingüístics de la població valencianoparlant; entenent el valencià com “un instrument bàsic de comunicació, d’integració i de cohesió social. Una llengua compartida per la ciutadania i no una llengua per a dividir la ciutadania” (Pardines i Torres, 2011: 69). No obstant, insisteixen que, més enllà de les mesures adoptades pels poders públics, resulta essencial la conducta lingüística de la ciutadania, en les mans de la qual queda el curs de la seua llengua, segons la voluntat de continuar aquest procés de progressiu deteriorament i invisibilitat o, per contra, de reivindicar “la pervivència de la llengua pròpia com un dret individual i col·lectiu irrenunciable” (Pardines i Torres, 2011: 74).

En vista de les dificultats d’assolir els estàndards desitjats, la Llei 4/2018, de 21 de febrer, per la qual es regula i promou el plurilingüisme en el sistema educatiu valencià, no fa sinó tornar a posar el focus en una situació plurilingüe, com una via alternativa a la problemàtica ja identificada. Amb tot, recordem la trampa de la qual advertien Ninyoles i altres autors sobre el plurilingüisme en el passat, quan s’utilitza com a fórmula per a silenciar una situació de desequilibri per la qual, de forma progressiva, s’arracona una llengua davant de l’avanç de l’altra. Una bona mostra d’això la tenim en els resultats del treball de camp realitzat en la present investigació, en la mesura que l’anàlisi realitzat en el context comercial evidencia aquest ús diametralment diferencial, dins d’unes xifres d’ús del valencià que resulten, com a mínim, alarmants en un context polític d’impuls renovat de la llengua.

En última instància, pel que fa al plànol sociolaboral i comercial, Marc Leprêtre, en referència al l’ús del valencià en els diferents àmbits d’aplicació, assenyalava a finals del segle passat que en “El sector socioeconòmic, el coneixement del català no és pràcticament mai una condició exigida per accedir a un lloc de treball, excepte els

d'atenció al públic" (Leprêtre, 1996:66). Si bé aquesta situació ha millorat en molts sectors professionals en els nostres temps, i cada vegada és més freqüent el requeriment de cert coneixement del valencià per a accedir a determinats perfils laborals, no es dona, com reflecteix en aquesta investigació, en el sector comercial. Fins i tot podem advertir un retrocés si prenem com a referència les paraules de Leprêtre, qui augurava un increment progressiu de l'ús del valencià en el mercat de treball, i reconeixia que "en el xicotet comerç, l'ús oral del català és bastant estès, cosa que no passa als grans centres comercials, on és pràcticament nul" (Leprêtre, 1996: 66). A la llum d'aquest testimoni, en els nostres temps s'ha mantingut aquesta tendència minoritària, en ocasions a penes perceptible, de la llengua valenciana en els centres comercials; però els resultats obtinguts en la investigació també alerten d'aquesta percepció sobre l'ús estès del valencià oral en els xicotets comerços atès que, encara que siga l'àmbit comercial de major aplicació, les dades recollides resulten en uns nombres no menys descoratjadors.

2.4 LA PUGNA NORMALITZADA PER LA LLENGUA

La contesa pel valencià ha estat molt visible en els mitjans de comunicació, sobretot a partir de l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana (1982), encara que és rastrejable des de principis de segle passat. En concret, si atenem a la premsa escrita, tant estatal com local, podem observar com la llengua o les llengües parlades, en un estat plurinacional, han tingut una presència constant al llarg dels anys i han estat objecte de múltiples lectures. Al País Valencià, els diaris amb més tirada i difusió, *Las Provincias* i el *Levante EMV*, s'han posicionat, de manera constatable, sobre el valencià (la seua denominació, ús, etcètera). Tots dos mitjans han adoptat postures antagòniques i han alimentat el conflicte lingüístic (entenent-lo com a polític). D'una banda, *Las Provincias*, de tendència conservadora, ha estat ben analitzada, com ja avançàvem, per Vicent Flor (2010, 2011a i 2011b). La seua visió regionalista i anticatalanista i la seua

defensa del valencià com una llengua pròpia contrasten amb la postura del *Levante EMV*, de tendència progressista, situada lluny del blaverisme, però extremadament prudent pel que fa al valencià. En qualsevol cas, el que ens interessa subratllar aquí és la presència gairebé quotidiana de la disputa per la llengua. No entrarem en això, però, en aquest apartat, volem abordar com els mitjans de comunicació generen i aviven els debats sobre la llengua i el valencià a través d'articles d'opinió. .

Abans de començar, cal assenyalar que partim de la consideració que la premsa escrita és tant un objecte com una font historiogràfica (Tuñón de Lara, 1974; Saiz, 1996; Delgado, 2000). Però també pot ser un artefacte més per aproximar-nos a les relacions dialèctiques que conformen els camps de sentit hegemònics de les llengües i les diglòssies. Amb les seues pròpies particularitats i, per descomptat, amb les seues limitacions, des d'una perspectiva sociològica, podem analitzar-les com una eina pràctica per fabricar imaginari i representacions socials i per crear discursos cristal·litzats enllaçats a les hegemonies. En termes foucaultians, els mitjans són capaços de produir, reproduir o reafirmar règims de veritat (Foucault 1980). En aquest sentit, la premsa ha jugat un paper destacat en el conflicte, bé donant-li espai o bé nodrint la disputa. No és estrany, per tant, vore com aquesta s'ha fet ressò d'aquestes controvèrsies i com ha participat paper que fa a l'ús de la llengua valenciana. Sens dubte, resulta molt aclaridor atendre les polèmiques i els debats reflectits en la premsa, perquè és un bon indicador de l'estat del valencià. És, més, des del nostre punt de vista, el que s'ha normalitzat és el camp de disputa per la llengua, enlloc de normalitzar-se la llengua.

Tot i que resulta inabastable incloure en aquesta tesis un buidatge exhaustiu de totes les notícies, editorials o articles publicades en diferents mitjans²², sí que hem realitzat una selecció representativa d'articles d'opinió que considerem rellevants. En aquest cas, només hem prestat atenció a aquells produïts en les dues últimes dècades, donant prioritat a la premsa amb distribució a l'Estat espanyol. Resta dir que qualsevol elecció és arbitrària, però hem optat per aquells que realitzen una anàlisi sobre la situació de la llengua o de les llengües en la mesura que contribueixen al debat públic i a crear estats d'opinió.

²² Tampoc ha estat un dels objectius que s'han perseguit en la mateixa. Veure capítol 1. 1.

Així doncs, en "Un manifiesto contra España" (*El País*, 7 de juliol de 2008)²³, Albert Branchadell reclama la condició *sine qua non* d'Espanya com a país plurilingüe, tal com reconeix la Constitució de 1978, els estatuts d'autonomia i les diferents lleis de normalització lingüística. Per això, critica del *Manifiesto per la lengua común* (2008) el seu involucionisme i la seua obstinació per retratar la situació de l'Estat espanyol des de la suposició d'una llengua comuna que identifiquen amb el castellà, amb l'excepció que "una cosa es que todos los españoles conozcan el castellano y otra muy distinta que consideren que el castellano es su lengua", de manera que reproduïx la inèrcia d'"amarrar la primàcia del castellano", açò és, perpetuar-lo sota la condició de ser la llengua política exclusiva, en pressuposar que s'erigeix en la matriu o llengua materna de tots els espanyols i espanyoles. Per això, es veu en l'esmentat manifest una estratègia ordida per a "trasladar la asimetria social a la esfera política y ordenar jerárquicamente las lenguas: el castellano debe ser la lengua verdaderamente oficial y las demás deben serlo sólo de modo secundario", amb el consegüent risc de retrocés que suposaria la seua implementació.

Juan Carlos De Ramón, en el seu article "Por una ley de lenguas (de una maldita vez)" (*El País*, 7 de mayo de 2013)²⁴ reclama que es prenga en consideració la pluralitat de llengües a l'Estat espanyol, de manera que el català, el basc i el gallec es reconeguen com a llengües oficials de l'Estat, junt amb el castellà. La cooficialitat de les quatre llengües no significa, segons l'autor, que el funcionariat haja d'aprendre totes aquestes llengües, sinó més aviat la necessitat de visualitzar una mateixa consideració pel que fa a rang i dignitat que supere les asimetries identificades fins ara i facilite el seu impuls definitiu. Així mateix, en "Todas las lenguas de España" (*El País*, 1 de diciembre de 2014)²⁵ De Ramón i Manuel Vilarrubias insisteixen que el català, el basc i el gallec haurien de tenir una presència significativa en els organismes i els actes de l'Administració central, sense perjudici del castellà. Eixe mateix any, De Ramón i Vilarrubias publiquen la notícia "Blindar la convivencia, no las lenguas" (*El País*, 5 de

²³ Disponible a: https://elpais.com/diario/2008/07/07/opinion/1215381612_850215.html

²⁴ Consultar l'article complet a: https://elpais.com/elpais/2013/04/19/opinion/1366392862_518367.html

²⁵ Disponible a: https://elpais.com/elpais/2014/11/26/opinion/1417024274_514424.html

setembre de 2014)²⁶ on, de nou, insten a “abordar la qüestió lingüística amb sensatesa i equanimitat” per a arribar a “un ampli acord respecte a les llengües a Espanya i un canvi en la cultura lingüística del país” que garantisca una convivència integral i igualitària.

Per la seua banda, Daniel Escribano, en “Els orígens dels conflictes lingüístics al Regne d’Espanya” (*Espai Fàbrica*, 22 d’abril de 2014)²⁷ realitza una revisió de conceptes clau ja assenyalats en aquest capítol, com les connotacions del conflicte lingüístic des d’una perspectiva sociològica que no contempla en aquest supòsit el bilingüisme o el poliglòtisme individual, per a posar l’accent en la “minorització lingüística i diglòssia (...) que implica una forta compartimentació funcional de les llengües en conflicte, imposada per les normes socials i, per això mateix, és un concepte de caràcter sociolingüístic”.

Davant els estudis que se centren en reivindicar l’ús del català, alguns autors com Francesc Puigpelat argumenten que aquest reconeixement no ha de conduir en cap cas al menyspreu de cap de les llengües oficials, davant el risc que els esforços per posicionar el català discriminen a la població castellanoparlant. D’ací que en l’article en què respon a la qüestió de “Per què el castellà ha de ser oficial” (*Nació Digital*, 5 de febrer de 2015)²⁸ sustenta els seus arguments en motius d’índole política per a procurar una integració igualitària (i evitar reproduir els errors identificats amb la llengua minoritària, però en sentit invers), sociolingüística (al servei del reconeixement i la cooficialitat d’ambdues llengües), i, finalment, atenent a la demografia (que pose de relleu la presència majoritària d’usuaris i usuàries d’ambdues llengües).

Traslladada l’anàlisi a l’àmbit particular valencià, té especial singularitat l’article de Joan Guerola “De l’ús i ensenyament, a la normalització lingüística” (*Diari La Veu*, 22 de novembre de 2013)²⁹ redactat amb motiu de la celebració, al dia següent, del trigèsim aniversari des de l’aprovació de la *Llei d’Ús i Ensenyament del Valencià* (LUEV) per a

²⁶ Disponible a: https://elpais.com/elpais/2014/09/04/opinion/1409839697_093366.html

²⁷ Disponible a: <http://espaifabrica.cat/index.php/cultura-i-llengua/item/773-els-or%C3%ADgens-delsconflictes-ling%C3%BC%C3%ADstics-al-regne-despanya>

²⁸ Veure <https://www.naciodigital.cat/opinio/10078/castella/ser/oficial>

²⁹ Consultar en <https://www.diarilaveu.com/editorial/6094/de-lus-i-ensenyament-a-la-normalitzacio-linguistica>

regular la llengua valenciana en tots els nivells. Després del balanç, destaca els avanços quant al reconeixement de l'oficialitat de la llengua, encara que no per això s'hagen assolit totes les metes previstes, principalment perquè no es pot parlar d'una equiparació efectiva entre el castellà i el valencià, raó per la qual l'anhelat procés de normalització queda molt lluny de les expectatives generades. Encara que en el plànol educatiu és on s'identifiquen majors avanços, no s'han complit tots els compromisos per part dels equips de govern, al mateix temps que considera que s'ha aïllat el valencià de la resta de la comunitat lingüística catalana. S'al·ludeix que la "Llei d'ús s'ha d'avaluar amb l'ús", però l'informe diagnòstic admet importants fractures que reclamen propostes d'actuació immediates. Entre elles, la seua identificació com a llengua pròpia, la competència de tot el funcionariat i personal administratiu en ambdues llengües oficials, la continuïtat de les polítiques de normalització en l'ensenyament del valencià, el suport des dels mitjans de comunicació públics o que són concessió de la Generalitat Valenciana, la superació de les barreres associades a la integració de migrants o, el que més ens interessa, la seua disponibilitat en tots els àmbits no oficials que fins al moment no compten amb un marc regulador, com el sector econòmic, laboral, de serveis, consum i oci:

“L'àmbit laboral, econòmic, del consum, dels serveis, de l'oci, etc. són sectors en què la LUEV no estableix cap previsió ni formula cap obligació semblant a les que fa per a l'administració o l'ensenyament. En el món actual aquells sectors són tan transcendents com aquests dos darrers, i deixar-los sense regulació equival a arraconar-ne el valencià. La Llei ha d'establir-hi la disponibilitat lingüística: tots els ciutadans, com a usuaris o consumidors, com a treballadors o com a socis, tenen el dret de ser atesos en valencià”.

Així mateix, Josep Lacreu, en la seua anàlisi detallada de la “Diglòssia” (*Levante*, 15 de novembre de 2019)³⁰ recorda el següent:

“el concepte de *diglòssia* ha anat evolucionant al llarg del temps, com la mateixa societat que s'ha volgut examinar, i des d'aquesta perspectiva dinàmica convé valorar la seua vigència en la societat valenciana actual (...) El que importa

³⁰ Disponible a: <https://red.levante-emv.com/joseplacreu/2019/11/15/diglossia/>

realment és el prestigi associat a cada modalitat lingüística, i les conseqüències socials que en deriven”.

Partint d'un repàs pels principals autors i escrits que han abordat el terme, situa el focus en els valencians Ninyoles i Lluís Vicent Aracil per a explicar com, des de la nostra particular situació sociolingüística, l'ús del valencià es trobava reclòs en a l'àmbit familiar, mentre que el castellà s'utilitzava “en contextos de prestigi social elevat”. Reconeix el mèrit d'aquests investigadors, des de la disciplina de la sociolingüística, perquè el valencià donara el salt definitiu als plans d'estudis en tots els nivells educatius. I posa sobre la taula que el Decret 61/2017 estableix que “el valencià és la llengua pròpia de l'Administració de la Generalitat i, com a tal, en serà la llengua destacada d'ús normal i general”, cosa que evidencia que bona part de la ciutadania valenciana està donant suport actiu a la recuperació de l'ús social del valencià, encara que queda molt lluny del plànol d'igualtat desitjat en qualsevol àmbit social. Amb tot, afirma que els avanços respecte a la situació de partida són evidents: “està fora de tot dubte que, en la societat valenciana actual, el valencià no és una llengua baixa, reclosa en l'àmbit familiar, ni el castellà és tampoc una llengua alta, usada en exclusivitat en contextos formals”.

Per contra, Pilar Vicente, en l'article “Valenciano: vuelta al debate de la normalización” (*Valencia Plaza*, 23 de març de 2018)³¹ torna a situar el valencià en el centre del debat polític per una qüestió d'ús social, preguntant-se fins a quin punt ha d'apostar-se per una política de normalització a les escoles i en l'Administració: “Para unos, la gestión de la Generalitat es ideológica, nacionalista, que toma como espejo a Cataluña y Baleares; para otros, la apuesta por el valenciano se queda corta (...) Todos los actores principales de este inusitado conflicto señalan el diálogo y el consenso para resolver discrepancias porque hay que preservar las dos lenguas oficiales e implementar la promoción y el uso del valenciano como acervo cultural y seña de identidad. Se necesita sentido común, naturalidad, proporcionalidad y *trellat*”. Un segon camp de batalla política i, en aquest cas, sindical, és el de si en la nova Llei de Funció Pública el valencià ha de ser considerat un requisit o només un mèrit en les oposicions. L'avantprojecte estableix la capacitació

³¹ Disponible a: <https://valenciaplaza.com/valencià-vuelta-al-debate-de-la-normalizacion>

del valencià com a requisit en quasi tots els casos. I un tercer escenari per a la batalla és l'Oficina de Drets Lingüístics aprovada el passat mes de novembre 2017 per a "vetlar pel compliment i l'aplicació de la normativa legal sobre l'ús de les llengües oficials en la Comunitat Valenciana". Des del Consell s'assegura que és un organisme necessari per a resoldre conflictes, que només mediarà i mai serà punitiu. Però la seua implementació ha acabat als tribunals. En definitiva, conclou, encara que la polèmica semblava superada, el valencià torna a estar en el centre del debat polític. Aquesta vegada no es una qüestió filològica sinó d'ús social: fins a quin punt ha d'imposar-se a les escoles i en l'Administració?

Com a conclusió, més enllà de l'aparent i pretès grau de legitimació, que en el plànol legislatiu es veu recolzat per diferents normatives autonòmiques que vetllen per la promoció de la llengua valenciana, la seua dèbil institucionalització impedeix la seua expansió homogènia en tots els sectors. No hi ha dubte que l'ús social del valencià en el context informal o familiar està més estès que en altres àmbits formals, malgrat els esforços de les administracions públiques i el sector institucional, sobretot acadèmic, per revertir aquesta tendència estandarditzada en tot el territori autonòmic valencià.

2.5 REFLEXIONS FINALS SOBRE LA SITUACIÓ DEL VALENCIÀ

La llengua en general, i el valencià en particular, no és sols un instrument per a la comunicació entre les persones d'una mateixa comunitat lingüística, és també un instrument de poder que defineix la realitat en línia amb el règim de la veritat instaurat. A més a més, és un element indispensable en l'elaboració dels diferents projectes polítics i un tret identitari que conforma els grups socials (sentiment de pertinença i cohesió social). Com hem desenvolupat al llarg del capítol, la llengua forma part del capital cultural, social, simbòlic i econòmic en la seua concepció de patrimoni col·lectiu, lligat a un territori determinat sent un element indissociable de la(es) identitat(s). Així mateix, és clau en la definició política de caire nacional i en les posicions dels diferents grups socials. La llengua és una construcció sociocultural dinàmica en el temps i en l'espai amb transformacions successives en el seu ús i la seua valoració social. En

definitiva, la llengua supera el camp lingüístic i travessa els diferents àmbits socioeconòmics, polítics, i culturals.

En el nostre cas, el valencià té una posició subordinada respecte al lloc hegemònic del castellà al si de la societat valenciana. El sotmetiment del valencià queda recolzat pel règim hegemònic instaurat i regulat baix el paraigües de la diglòssia, és a dir, amb la restricció i la relegació del valencià a determinats àmbits d'ús (de l'esfera privada i dels àmbits informals o no formals) i una supremacia del castellà en els àmbits d'ús formals, atorgant a les llengües diferents significats i prestigi social. Els principals efectes de la diglòssia es manifesten en la desigualtat de les llengües i en la desigualtat social, política i econòmica dels seus parlants. La subordinació lingüística i social del valencià es veu materialitzada en el conflicte lingüístic valencià, que com hem dit abans, és un conflicte sociopolític de llarga duració.

Cinquanta anys després del llibre de Ninyoles, trobem una situació molt semblant a la descrita per l'autor. No s'ha aconseguit la normalització lingüística del valencià; per contra, sí que s'ha normalitzat el conflicte lingüístic valencià. Els debats de la llengua i del seu ús social, en moltes ocasions, estan soterrats i sols veuen la llum (agenda política o mitjans de comunicació) en comptades excepcions, bé quan es vol aplicar una norma, o bé amb finalitats electoralistes. Aquestes aparicions solen portar associades respostes 'viscerals' i polaritzades, en gran manera degut a la instrumentalització política i identitària construïda sobre la llengua, els seus significats, les seues pràctiques, les resistències a la seua normalització i el seu prestigi social. La societat valenciana ha naturalitzat el conflicte sociopolític vinculat a la llengua, la qual cosa, paradoxalment, invisibilitza al valencià sent més difícil de resoldre el 'desordre lingüístic'.

BLOC II. CONTEXTUALITZACIÓ

CAPÍTOL 3. LES POLÍTIQUES LINGÜÍSTIQUES. DEL GLOBAL AL LOCAL

“Falsa alarma

Tots als llocs de costum -crida el capità. Ha estat una falsa alarma. Però jo era massa expert en naufragis.

Les paraules del capità arribaren a les meues orelles quan jo ja nadava amb aquell vigor d'arrancada que m'ha salvat en tantes ocasions de ser arrossegat pel remolí amb què la mar acomiada cada vaixell que s'afona”

(Josep Vicent Marqués. *Amors Impossibles*)

3.1 UNA APROXIMACIÓ ALS MARCS POLÍTICS DE LES LLENGÜES

En aquest capítol volem contextualitzar les polítiques públiques valencianes sobre la seua llengua pròpia, concretament, en l'àmbit comercial. Per a tal fi, en primer lloc, proposem una breu aproximació als conceptes bàsics a tenir presents quan parlem de polítiques lingüístiques, planificació lingüística, normalització lingüística o substitució lingüística. Aquesta sintètica visió ens permetrà, posteriorment, parlar del disseny de les polítiques lingüístiques a través de la planificació del corpus i la planificació de l'estatus. Després d'aquesta introducció de termes bàsics, desgranarem el reconeixement i els drets d'ús de les llengües en l'esfera internacional, atenent, en primer lloc, a les propostes de la UNESCO i, en segon lloc, al marc normatiu europeu, atès que l'Estat Espanyol es va adherir a la regulació sobre les llengües proposada per la Unió Europea. Un cop analitzat el context internacional, ens aturarem a la reglamentació de l'Estat espanyol a través de la seua Carta Magna i a la seua ordenació territorial a partir de la configuració d'un Estat d'Autonomies.

Finalment, farem una anàlisi de la política lingüística al País Valencià, observant les seues diferents etapes, així com les seues normes, esferes d'actuació i institucions consagrades

a vetllar pel valencià. Finalment, pararem atenció al contrasentit d'iniciar una institucionalització i normalització del valencià, obviant les possibles estratègies de promoció del valencià en l'àmbit comercial. Una esfera que no podem oblidar que és quotidiana i dibuixa els paisatges comercials (tant sonor com visual) del nostre territori.

3.2 ALLÒ POLÍTIC DE LES POLÍTIQUES LINGÜÍSTIQUES

Les polítiques lingüístiques i la planificació lingüística són conceptes que solen anar de la mà, i moltes vegades s'han utilitzat com a sinònims encara que no ho siguen. La política lingüística "estaria constituïda pel conjunt d'idees, lleis, regulacions i pràctiques que es dirigeixen a produir canvis en els comportaments lingüístics d'una societat o d'un grup social, mentre que la planificació lingüística faria referència al conjunt de decisions adoptades per una autoritat, en principi governamental, per aconseguir aquests mateixos resultats" (Aguilera, 2003: 91). Una altra definició d'aquests termes és l'elaborada per Louis-Jean Calvet, que descriu de la següent manera què és política lingüística i què és la planificació lingüística: "sigui S1 la situació sociolingüística inicial, que després d'analitzar-se es considera no satisfactòria. Sigui S2 la situació que es voldria aconseguir. La definició de les diferències entre S1 i S2 constitueix el camp d'intervenció de la política lingüística, i el problema de saber com passar de S1 a S2 és el domini de la planificació lingüística" (1996: 25).

Segons Calvet, a la política i a la planificació lingüística nord-americana li faltava visió teòrica i descuidava l'aspecte social de la intervenció planificadora en les llengües. En canvi, considera que els lingüistes europeus (especialment els que parlen les llengües dominades) han insistit en l'existència de conflictes lingüístics, un factor determinant en qualsevol anàlisi. Encara que des del punt de vista de l'autor, la postura dels lingüistes europeus passava lentament del pla teòric a la militància. Aquest fet evidencià que en política lingüística hi ha política i que en les intervencions en la llengua i en les llengües s'ha de destacar un caràcter social i polític. A més, ens recorda que "les ciències socials rara vegada estan lliures de contaminacions ideològiques i que tampoc la política i la planificació lingüística escapen a aquesta regla" (1996: 11).

Calvet recull els passos que Herbert Simon distingeix en el marc de les polítiques lingüístiques, concretament des de la teoria de la decisió: diagnòstic d'un problema, concepció de les solucions possibles, elecció d'una de les solucions i avaluació de la solució adoptada (1996: 6). Per al disseny de qualsevol política pública valdria l'esquema desenvolupat per aquest autor, i en les polítiques lingüístiques no és una excepció. En primer lloc, com a punt de partida, cal realitzar estudis sociolingüístics per tal de conèixer la vitalitat etnolingüística de la llengua i el grau de risc de desaparició de la mateixa. En segon lloc, amb l'anàlisi de la salut lingüística, a partir de fotografies de la realitat sociolingüística, s'estudien possibles accions per pal·liar els problemes detectats. En tercer lloc, amb el coneixement dels problemes, es trien aquelles accions viables i que estiguen encaminades a aconseguir la finalitat última de la política lingüística (bé siga la substitució lingüística o la normalització lingüística). I, per últim, una vegada implementades les accions de la planificació lingüística, s'ha d'avaluar l'impacte que han tingut les mesures en relació amb els objectius plantejats.

Les polítiques lingüístiques tenen dos corrents oposades: la substitució lingüística i la normalització lingüística, encara que s'ha de matisar que cap de les dues direccions són lineals, sinó que en moltes ocasions hi ha certes anades i vingudes en el procés. Quan parlem de substitució lingüística o procés de substitució lingüística ens referim a la pèrdua d'espais i de vitalitat de la llengua dominada en un territori determinat que tendeix a desembocar en la desaparició de la llengua dominada. En aquest cas s'agreuja el desequilibri entre les llengües. Oposat al procés de substitució, trobem la normalització lingüística (també anomenada planificació lingüística al context nord-americà). La normalització lingüística presenta un contínuum d'accions que tracten d'auto-regular l'equilibri entre dues llengües en situació de dominant-dominada. Aquestes accions poden sorgir des de la gestió política o des de la demanda explícita ciutadana (el cas català); en paraules de Calvet: "la noció de normalització es veu modificada: esta ja no és un producte de l'autoregulació (cas canadenc), sinó de la voluntat humana, de la intervenció del poder públic"(1996: 11). La normalització lingüística consisteix en revertir el procés de minorització de la llengua dominada envers a la dominant, pel que fa a la pèrdua dels usos lingüístics, del nombre de parlants i de

l'estatus dels seus parlants. En la Gran Enciclopèdia Catalana³², defineixen la normalització a través de les paraules d'Aracil:

“consisteix en la reorganització de les funcions lingüístiques de la societat per tal de readaptar les funcions socials de la llengua a unes condicions externes canviants i aconseguir o restablir una situació d'equilibri en la igualtat. La normalització consisteix sobretot en l'elaboració i la implantació de normes d'ús lingüístic, i avança simultàniament en un doble front: lingüístico-cultural (desenvolupament de les funcions socio-culturals de la llengua) i socio-polític (reorganització de les funcions lingüístiques de la societat). Per tant, és una autèntica macrodecisió sobre el futur de la comunitat i pressuposa l'exercici d'un cert poder, almenys pròxim a la sobirania”.

Aquesta idea l'arregla també Calvet (1996), quan fa esment a la separació conceptual realitzada pel lingüista Heinz Kloss (1969), entre la planificació del corpus i la planificació de l'estatus³³. La planificació del corpus fa referència a les intervencions en matèria de la forma (codificació i transcripció gràfica, estandardització, sintaxis, lèxic, etc.), i la planificació de l'estatus fa referència a les intervencions en les funcions de la llengua, el seu estatus social i la relació amb altres llengües. L'objecte d'aquesta tesi està centrat en la planificació de l'estatus de la llengua, d'aquí l'interès per aproximar-nos al mode en què s'ha realitzat (o no) dita planificació³⁴.

3.3 RECONeixEMENT INTERNACIONAL DELS DRETS LLINGÜÍSTICS

La Declaració dels Drets Humans enceta el camí cap al reconeixement lingüístic de les persones i de les seues comunitats lingüístiques l'any 1948. Però l'antecedent més proper va ser la *Declaració sobre els Drets de les Persones Pertanyents a Minories Nacionals o Ètniques, Religioses i Lingüístiques* per l'Organització de les Nacions Unides

³² Recerca del terme normalització lingüística a Enciclopèdia.cat. Consulta realitzada a <https://www.enciclopedia.cat/ec-gec-0196727.xml>

³³ Per a una anàlisi més completa sobre l'origen i el desenvolupament de les polítiques i la planificació lingüística es pot acudir a Hornberger (2006).

³⁴ Per a un major aprofundiment en la planificació i els seus tipus veure Bamgbose (1989).

(ONU) el 1992³⁵. Amb tot, no és fins a la dècada dels noranta que aquesta línia agafa cert protagonisme en l'agenda política internacional, gràcies, en gran mesura, al desenvolupament de les investigacions acadèmiques, a la pressió exercida des de comunitats marginades (no marginals) i al treball d'associacions com el PEN³⁶ o a diverses ONGs. El 6 de juny de 1996, va ser aprovat per fi el document de referència, que funciona encara hui com a marc d'actuació en matèria lingüística: la *Declaració Universal del Drets Lingüístics*. Aquesta declaració va ser adoptada a la *Conferència Mundial de Drets Lingüístics*, celebrada a Barcelona i impulsada per l'ONU a través de l'Organització de les Nacions Unides per a l'Educació, la Ciència i la Cultura (UNESCO). Aquesta conferència va congregar a seixanta-una Organitzacions No Governamentals, a més de quaranta Centres PEN i a nombrosos experts del dret lingüístic arreu del món. En l'apartat de Preliminars de la Declaració, que conté l'esperit de la normativa, es diu expressament que "per a corregir els desequilibris lingüístics de manera que asseguere el respecte i ple desplegament de totes les llengües i que s'establira els principis d'una pau lingüística planetària justa i equitativa com factor principal de la convivència social" (1998: 22). Aquesta Declaració es sustenta en els principis bàsics d'igualtat, justícia i equitat de tots els pobles i de totes les llengües, reconeixent que totes les comunitats lingüístiques són subjectes dels mateixos drets. És més, el text parla, significativament, de "pau lingüística planetària" (1998:22).

El preàmbul del mateix document descriu, de forma detallada, els factors que determinen la situació lingüística de la dècada dels noranta: tendència unificadora dels estats a reduir la diversitat amb actituds adverses a la pluralitat cultural i lingüística; la globalització econòmica, informativa i cultural que afecta els àmbits i el tipus de relació dificultant la cohesió interna de la comunitat lingüística; i el model economicista de creixement capitalista que identifica la desregulació amb el progrés i l'individualisme amb la llibertat, la qual cosa genera desigualtat econòmica, social, cultural i lingüística. Per tant, aquest document evidencia la necessitat de superar les corrents homogeneïtzadores i d'aïllament lingüístic. La declaració proposa tres àmbits sobre els

³⁵ Disponible a: https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Minorities/Booklet_Minorities_Spanish.pdf

³⁶ Centre d'escriptors internacionals agrupats en el que es coneix com PEN Club. Les sigles originals responen a Poetes, Assagistes i Novel·listes, però avui en dia agrupa tot tipus de persones vinculades a les lletres.

quals treballar per trencar la tendència del moment: el polític, l'econòmic i el cultural. La seua finalitat última era "propiciar un marc d'organització política de la diversitat lingüística centrat en el respecte, la convivència i el benefici recíproc" (1998: 23).

En el primer article, es defineix què es la comunitat lingüística: "tota societat lingüística, que assentada històricament en un espai territorial determinat, reconegut o no, s'autoidentifica amb el poble i ha desenvolupat una llengua comuna com a mitjà de comunicació natural i de cohesió cultural entre els seus membres" (1998: 23). En el segon punt, es destaca que els drets lingüístics són a l'hora individuals i col·lectius i això repercuteix en la definició i la modifica, ja que inclou més enllà de l'espai físic, un espai social i funcional on es desenvolupa la llengua, fins i tot fora de les fronteres espacials i territorials. S'identifiquen com a drets individuals inalienables el dret a ser reconegut com a membre de la comunitat lingüística; el dret a l'ús de la llengua en privat i en públic; el dret a l'ús del propi nom; el dret a relacionar-se i associar-se amb altres membres de la comunitat lingüística d'origen; el dret a mantindre i desenvolupar la pròpia cultura; i la resta de drets reconeguts en el Pacte Internacional de Drets Econòmics, Socials i Culturals (ONU, 1966)³⁷.

Però, més encara si és possible, ens interessa assenyalar, per una banda, els drets a nivell de col·lectivitat que es reconeixen: el dret a l'ensenyament de la pròpia llengua i cultura, el dret a disposar de drets culturals, el dret a una presència equitativa de la llengua i la cultura del grup en els mitjans de comunicació i el dret a ser atesos en els organismes oficials i les relacions socioeconòmiques. I, per altra, els drets de l'àmbit socioeconòmic. Aquests últims entren de ple en el nostre objecte d'estudi, per la qual cosa ens aturarem en ells. En l'article 47 de la Declaració es recull el dret a establir l'ús de la seua llengua en totes les activitats socioeconòmiques dins dels seu territori, així com el dret a disposar en la seua llengua de tots els recursos que es necessite per a desenvolupar la seua activitat professional (documents i llibres de consulta, instruccions, formularis, programes informàtics, entre altres). La utilització d'una altra llengua solament es pot exigir en la mesura que la naturalesa de l'activitat professional ho requerisca (en cap cas la nova llengua pot deixar com a subordinada a la pròpia o ocultar-la). En l'article 48,

³⁷ Va entrar en vigor el 1977 i és part de la Carta Internacional de Drets Humans promoguda per la ONU.

s'exposa que al territori de la pròpia comunitat lingüística, tothom té dret a utilitzar la seua llengua en les transaccions econòmiques de tot tipus amb garantia jurídica. Cap clàusula pot anul·lar o limitar l'ús de la seua llengua en el seu territori. I assenyala, a més, que tothom té dret a disposar dels documents necessaris per a la realització de transaccions comercials o econòmiques en la seua llengua (rebuts, factures, xecs, contractes, etc.). En la mateixa línia, l'article 49 especifica el dret a emprar la seua llengua en qualsevol institució socioeconòmica (laboral, sindical, gremial, patronal o professional). Per la seua part, l'article 50 reconeix el dret a una presència predominant de la seua llengua en la publicitat, la retolació, la senyalística i en la conjunt de la imatge del país. També el dret a obtindre en la seua llengua informació completa, oral i escrita, de productes i serveis dels establiments comercials al territori (instruccions, etiquetatge, ingredients, garanties, etc.). I, a més, explicita la necessitat que la informació sobre seguretat estiga en la llengua pròpia. L'article 51 manifesta el dret a utilitzar la llengua pròpia en les relacions amb empreses, establiments comercials i entitats privades, i a ser atès en aquesta llengua. Afig que en aquells establiments oberts al públic, el client, consumidor o usuari té dret a ser informat, oralment i per escrit, en la seua llengua. I, per últim, l'article 52 reconeix el dret a exercir les activitats laborals o professionals en la seua llengua, a excepció de que les funcions pròpies al lloc de treball precisen l'ús d'altres llengües.

Si atenem a aquests articles i els apliquem al cas del valencià, observarem com la majoria d'ells no es compleixen. Vegem algunes mostres d'això. Tal i com observarem en el nostre treball de camp³⁸ i, per posar ara un exemple, la majoria de bancs³⁹ i d'institucions sanitàries empen majoritàriament el castellà; de manera similar, la major part de la publicitat i la informació sobre productes (etiquetatge, instruccions i ingredients) sol estar únicament en castellà, o en castellà i anglès, però en comptades ocasions en valencià⁴⁰. Això és un clar indicatiu de la incapacitat d'implementació d'uns drets considerats universals, i més encara en el marc d'un Estat considerat democràtic i avançat.

³⁸ Veure capítols 5, 6 i 7.

³⁹ Algunes caixes d'estalvis són una excepció, per ser cooperatives del País Valencià.

⁴⁰ Informació recollida en els grups de discussió i en l'observació participant.

La Declaració Universal dels Drets Lingüístics de la UNESCO no deixa de ser un ambició paraigües de l'ONU que "dibuixa un horitzó de convivència i de pau gràcies al reconeixement que cada comunitat lingüística té per a donar forma a la vida en la seua pròpia llengua i en tots els àmbits [...] amb l'esperança de que algun dia siga aprovat un instrument normatiu de les Nacions Unides que regularà en totes parts la defensa dels drets lingüístics" (1998: 9). Per això, aquesta Declaració sols es presenta com un referent a partir del qual s'espera una adaptació normativa dels Estats però sense capacitat executiva reguladora en les diferents comunitats lingüístiques a dia de hui. Per dir-ho de manera clara, ens trobem davant d'una Declaració Universal de tall ètic, teòricament parlant, ja que està ben treballada conceptualment i ben detallada, però que no és vinculant, la qual cosa impedeix que es converteixi en un instrument real per transformar els paisatges i territoris lingüístics.

En aquesta mateixa direcció, la UNESCO cinc anys després va aprovar la Declaració Universal de la Diversitat Cultural (París, 2003)⁴¹. Amb ella perseguia fer callar les veus dels que reclamaven la necessitat de salvaguardar la diversitat cultural (comunitats, acadèmics, ONG, etcètera) i donava un altre pas ferm en el reconeixement de la necessitat de la preservació de les llengües com a formes d'expressió cultural bàsica. En aquesta nova declaració, tornem a trobar un text consistent, argumentat teòricament i amb marcs ben definits. El problema? El mateix que l'anteriorment esmentat: bona voluntat sense propostes vinculants, la qual cosa torna a deixar els seus principis i actuacions en paper mullat.

Més enllà d'aquestes declaracions, la UNESCO ha treballat insistint en la necessitat de crear i desenvolupar programes per a les llengües "com a instruments de l'educació i la cultura, i lletres significatives per a la participació" (Aikawa, 2001: 13), sempre amb l'objecte de mantenir la diversitat lingüística⁴². A la Reunió d'experts (UNESCO) de París el 2003 reconeixia, sota l'expressiu títol *Vitalitat i perill de desaparició de les llengües*⁴³,

⁴¹ Disponible a: https://www.congreso.es/docu/docum/ddocum/dosieres/sleg/legislatura_10/spl_70/pdfs/30.pdf

⁴² És d'interès ressenyar que fins i tot estableix el paral·lelisme entre diversitat lingüística i biodiversitat, entenent-los com un tot (UNESCO, 2003:5).

⁴³ Realitzat pel Grup especial d'experts sobre les llengües en perill convocat per la UNESCO. El document va ser adoptat per la Reunió Internacional d'Experts sobre el programa de la UNESCO "Salvaguarda de les Llengües a Perill" (París, 2003).

que existien al món, aproximadament, sis mil llengües en risc real de desaparèixer⁴⁴. Malgrat emfatitzar la importància de la diversitat lingüística com a Patrimoni de la Humanitat⁴⁵ i recordar que cada llengua conté el saber d'una comunitat, el text presentat tampoc era vinculant. I això que les dades ofertes en el document parlaven per si soles:

"Al voltant del 97% de la població mundial parla aproximadament un 4% de les llengües del món; al revés, al voltant del 96% de les llengües del món són parlades per aproximadament un 3% dels habitants del món (Bernard 1996: 142). Així doncs, gairebé tota l'heterogeneïtat lingüística del món és custodiada per un nombre molt petit de persones. Fins i tot idiomes amb molts milers de parlants ja no s'ensenyen als nens; almenys el 50% de les més de sis mil llengües del món estan perdent parlants. Segons els nostres càlculs, prop del 90% de totes les llengües podrien ser substituïdes per llengües dominants d'aquí a finals del segle XXI" (UNESCO, 2003: 2)

En les últimes dècades, l'alarmant pèrdua de les llengües ha estat apuntada per nombrosos autors. En la majoria d'aquestes publicacions els títols contenen sentències contundents: crisi (Krauss, 1992; Lewis i Simons 2013), mort (Crystal 2003) o extinció de les llengües (Nettlé i Romaine 2000). És a dir, la majoria dels treballs de sociolingüística són pessimistes, apuntant fins i tot que el 90% desapareixeran al llarg d'aquest segle (May, 2013). Malgrat això, com acabem de veure, en l'esfera de la política internacional global, sota els dictàmens de l'ONU i les seues institucions adjacents, com la UNESCO, només es reconeix el problema (les declaracions en si mateixes són prova d'això), però no s'activen mecanismes vinculants per als Estats membres que impliquin la regulació i la legislació de les llengües.

Ara bé, això no és una excepció en l'ordre internacional. Si ens aturem ara en les polítiques europees, que afecten també a l'Estat espanyol, ens trobarem amb el mateix escull. *La Carta Europea de les llengües regionals o minoritàries*⁴⁶ va ser la primera

⁴⁴ Krauss (1992) elevava aquesta xifra a 6.900 gairebé una dècada abans.

⁴⁵ Dins de la Llista de Patrimoni de la Humanitat de la UNESCO, l'Estat espanyol té inclòs, des del 2009, "El Silbo Gomero", llenguatge xiulat de l'illa de la Gomera (Illes Canàries).

⁴⁶ Disponible al Boletín Oficial del Estado (BOE): <https://www.boe.es/boe/dias/2001/09/15/pdfs/A34733-34749.pdf>

convenció vinculada al reconeixement de les llengües i els drets lingüístics de les seues comunitats. Aquest document es va aprovar el 25 de juny de 1992, encara que entrà en vigor el 1998 després de la ratificació de cinc estats. L'Estat espanyol el va ratificar el mes d'agost de 2001, és a dir, tres anys més tard. En el preàmbul d'aquest document (2001), s'explicita la motivació de la normativa; d'ella destaca l'objectiu de protegir i promoure els ideals i els principis que constitueixen el patrimoni en comú per a contribuir a la construcció d'una Europa basada en els principis democràtics de la diversitat cultural, en el marc de la sobirania nacional i de la integritat territorial. Es considera que la protecció de les llengües contribueix a mantenir i a desenvolupar les tradicions i la riquesa cultural d'Europa. En el preàmbul s'exposa clarament:

“el dret d'usar una llengua regional o minoritària en la vida privada i pública constitueix un dret imprescriptible de conformitat amb els principis del Pacte internacional relatiu als drets civils i polítics de les Nacions Unides i de conformitat amb l'esperit de la Convenció de Protecció dels Drets Humans i de les Llibertats Fonamentals del Consell d'Europa” (Preàmbul de la Carta Europea de les Llengües. BOE, 2001: 34734).

L'essència d'aquesta Carta posa en valor la diversitat cultural i el plurilingüisme, així com la protecció i l'impuls de les llengües regionals, però sense detriment de les llengües oficials i la necessitat d'aprendre-les. A més, en el mateix títol de la Carta, i en tot el document, s'equiparen les llengües regionals amb les minoritàries a través de la conjunció disjuntiva "o" (equivalent). Aquesta correspondència regional = minoritària no deixa de ser una classificació basada o legitimada en el fet diferencial de la minoria, (quantitativament menys), al marge que això pugui ser molt qüestionable –pot ser el català una llengua minoritària quan està present en un territori de 14 milions de persones? En la part II de la Carta, s'enumeren els diferents objectius i reptes (Article 7.1) entre els quals destaquem els següents punts pel seu interès en el present estudi:

“c. La necessitat d'una acció decidida de promoció de les llengües regionals o minoritàries, a fi de protegir-les.

d. La facilitació i/o impuls de l'ús oral i escrit de les llengües regionals o minoritàries en la vida pública i en la vida privada.

- f. La posada a l'abast de formes i mitjans adequats d'ensenyament i d'estudi de les llengües regionals o minoritàries a tots els estadis apropiats.
- g. La posada a l'abast de mitjans que permeten, a aquells que no parlen una llengua regional o minoritària i viuen a l'àrea on aquesta llengua és usada, aprendre-la si ho desitgen.
- h. la promoció dels estudis i de la recerca sobre les llengües regionals o minoritàries a les universitats o entitats equivalents" (BOE, 2001: 34734- 34735).

En la part III del document és on es desenvolupa un llistat de mesures a favor de l'ús de les "llengües regionals o minoritàries" en la vida pública, que ha d'adoptar-se pels estats que ratifiquen la Carta segons els compromisos adquirits. Les mesures se centren en garantir els següents punts: l'ensenyament; l'accés en la seua llengua als òrgans de l'administració (principalment en l'àmbit de la justícia, però també a qualsevol autoritat administrativa i als serveis públics); l'impuls de la llengua regional o minoritària en els mitjans de comunicació (amb el respecte de l'autonomia i independència d'aquests); la promoció de la llengua en activitats i equipaments culturals; l'evitació de la discriminació en l'activitat econòmica i social (crear documents en llengua minoritària en l'àmbit financer i econòmic, donar informació al consumidor en la seua llengua, entre altres); i, per últim, l'afavoriment dels intercanvis transfronterers. En l'article 13.2 es descriuen les mesures vinculades a l'activitat econòmica i social, aquelles que més ens interessin per l'objecte d'estudi d'aquesta tesi. Es descriuen les següents:

- "a. A incloure, en llurs reglamentacions financeres i bancàries, mesures que permeten, en condicions compatibles amb els usos comercials, la utilització de les llengües regionals o minoritàries en la redacció d'ordres de pagament o d'altres documents financers, o, si escau, a vetllar per la posada en pràctica d'un procés així.
- b. En els sectors econòmics i socials dependents directament de llur control (sector públic), a realitzar accions que encoratgen l'ús de les llengües regionals o minoritàries).

e. A posar abast en les llengües regionals o minoritàries les informacions proporcionades per les autoritats competents relatives als drets dels consumidors” (BOE, 2001: 34738).

Com es pot deduir dels punts anteriors, les mesures orientades a l'àmbit socioeconòmic estan limitades a crear documentació en la 'llengua minoritària' que permeta tant la sol·licitud, tràmit i informació relativa a les accions econòmiques com la promoció de l'ús de la llengua a aquest sector. Tot i que aquesta carta aterra els drets lingüístics, i en especial els de les 'llengües regionals o minoritàries', les mesures es basen en requisits mínims a complir pels estats que la ratifiquen, però en cap cas s'especifica com fer-ho. La qual cosa, evidentment, resta efectivitat i abast al document, deixant als Estats adherits a la Carta la potestat per a la regulació, la posada en marxa d'accions concretes i la presa de decisions lingüístiques.

Donant un breu cop d'ull als resultats obtinguts en el treball de camp de la present recerca⁴⁷, es pot afirmar que els tres punts anteriors no es compleixen, ja que, en moltes de les esferes apuntades, en el cas del valencià, per exemple, no tota la informació financera està en ambdues llengües de forma generalitzada. Si bé és cert que es promou de forma amplia l'ús del valencià, sobretot, en les dues últimes legislatures de tall progressista, també podem afirmar que no s'implementa de forma específica en aquest sector (encara que sí que hi trobem campanyes puntuals). I, en aquest mateix sentit, tampoc trobem de forma generalitzada la informació de rellevància per als consumidors en valencià (a excepció del document institucional de l'existència de fulls de reclamacions que sí que hi és en valencià i castellà i es troba a gran part dels comerços).

3.4 L'ESTAT ESPANYOL: CASTELLÀ ALTRES LLENGÜES ESPANYOLES

El Estado espanyol, a pesar de ser un estat plurilingüe, històricament, ha negat la diversitat lingüística al no reconèixer dita diversitat legalment fins a la Constitució

⁴⁷ Veure capítols 5 i 6.

Espanyola el 1978⁴⁸. La dictadura franquista (1939-1975) havia intentat esborrar tota possible diferència territorial reprimint amb violència les llengües sent, de fet, una de les característiques més assenyalades, sobretot, en el primer franquisme⁴⁹. La espanyolització castellanitzant va ser un dels pilars del règim en la seua obsessió per eliminar qualsevol conat de nacionalisme que posés en perill la seua màxima de "¡Una, Grande y Libre!". Tal com apunta Jorge Uría González, des del començament de la dictadura,

"El combat contra les llengües peninsulars no castellanés anava a aparèixer emmarcat, des de llavors, en el context de la lluita general desfermada contra els nacionalismes i regionalismes polítics, percebuts per l'Estat com atemptats separatistes contra la unitat espanyola; unitat que constituïa, com és sabut, un dels eixos centrals de la ideologia fortament nacionalista pròpia del nou règim "(1985: 25).

Després de la dictadura, el propi context sociohistòric, encunyat com Transició política (1975-1978), pot explicar la Carta Magna del 78 i el seu tibant consens. En aquesta, passa a abordar-se el caràcter plurilingüe de l'Estat amb certa ambigüitat 'premeditada' al denominar "les altres llengües espanyoles", que es pot interpretar com que n'hi ha una i aquesta pot coexistir en companyia d'altres. A més a més, ho feia sense delimitar quines llengües i evidenciant una subordinació i un estatus social de les 'altres llengües' inferior respecte al castellà. Tal com han assenyalat Susanna Pardines i Nathalie Torres, la Constitució,

"imposa l'oficialitat d'una llengua, de manera que aquest tractament constitucional desigualitari té com a conseqüència immediata l'existència de dues classes de ciutadans: els qui tenen obligacions únicament en relació a la seua llengua (castellà) i els qui tot i disposar d'una llengua pròpia (català, èuscar i gallec), estan obligats a conèixer i usar l'oficial (castellà)" (2011: 27).

⁴⁸ Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1978/BOE-A-1978-31229-consolidado.pdf>

⁴⁹ Per a una aproximació a la forta repressió franquista cultural-lingüística i la imposició d'una espanyolització castellanitzant es pot acudir a Uría González (1985); Colomines (2005); De Pablo (2009); Bodoque (2009); Grayeb Munayer (2006).

En concret, en el Títol Preliminar, en l'article 3, es fa referència als drets lingüístics de les persones de l'Estat Espanyol. El seu primer punt és aclaridor de la posició adoptada i passa per emfatitzar que el castellà és l'idioma oficial de l'Estat. Després d'aquesta sentència, que recorda la seua obligatorietat o imposició, s'enumera la pretesa flexibilitat política de la Carta Magna:

- “1. El castellà és la llengua espanyola oficial de l'Estat. Tots els espanyols tenen dret de conèixer-la i dret d'usar-la.
2. Les altres llengües espanyoles seran també oficials en les seues respectives Comunitats Autònomes d'acord amb els seus Estatuts d'Autonomia.
3. La riquesa de les distintes modalitats lingüístiques d'Espanya és un patrimoni culturals que serà objecte d'especial respecte i protecció” (Constitució espanyola, 1978: 10).

Com s'observa als escrits articles referents als drets lingüístics de la població espanyola, el castellà és l'única llengua que té subjecte el dret de conèixer-la i usar-la en canvi, “les altres llengües” de l'Estat espanyol han de respectar-se i protegir-se com a part del patrimoni immaterial, però no especifica en cap cas el drets a conèixer-la i usar-la ni tan sols en el territori d'adscripció de la mateixa. De la mateixa manera, es reconeix que les altres llengües espanyoles seran oficials en el seu territori, però no concreta en quins termes ni quins drets associats té l'oficialitat de la llengua. Aquesta conceptualització i reglamentació es deixava en mans de les Autonomies, un rang jurídic-normatiu inferior a la Constitució per a la regulació de les llengües pròpies dels diferents territoris. La característica forma d'organització adoptada per l'Estat Espanyol, un Estat únic conformat per entitats territorials, amb capacitat jurídica i administrativa, va convertir els Estatuts d'Autonomia en un instrument clau per reivindicar i reglamentar les seues llengües. De fet, els Estatuts i les seues modificacions, juntament amb les posteriors ordenacions i legislacions sobre la llengua, específica de cada autonomia, són els marcs normatius on es desenvolupen les polítiques lingüístiques.

En definitiva, la Constitució de 1978 reconeix la diversitat lingüística de l'Estat espanyol, però tracta les llengües amb una evident desigualtat, la qual suposa la discriminació soterrada de la ciutadania amb llengua pròpia diferent al castellà. Des de la nostra

perspectiva, es presenta una clara subordinació entre llengua oficial, llengua cooficial i modalitats lingüístiques protegides, és a dir, una clara jerarquia entre el castellà, les altres llengües i les modalitats lingüístiques. Una qüestió que evidencia notablement la diferència dels rangs de la llengua és la territorialitat d'aquestes. Recordem el que apunten Pardines i Torres (2011): mentre que un parlant castellà té dret a parlar la seua llengua a tot l'Estat espanyol, un valencià, un català, un mallorquí, un gallec o un basc sols té dret a parlar la seua llengua en el territori de la seua comunitat, ja que és un dret restringit territorialment.

3.5. EL PAÍS VALENCIÀ. ENTRE DRETS I DEURES LINGÜÍSTICS

Com acabem d'assenyalar, la Constitució del 78 deixava en mans de cada autonomia el reconeixement i la definició de les funcions de la llengua cooficial. En el cas del País Valencià, l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana⁵⁰ (Llei orgànica 5/1982, d'1 de juliol)⁵¹ estableix a l'article 6 que:

- “1. La llengua pròpia de la Comunitat Valenciana és el valencià. .
2. L'idioma valencià és l'oficial en la Comunitat València, igual que l'és el castellà, el qual és l'idioma oficial de l'Estat. Tots tenen dret a conèixer-lo i a usar-lo i a rebre l'ensenyament de, i en, l'idioma valencià.
2. 3. La Generalitat Valenciana garantirà l'ús normal i oficial d'ambdues llengües, i adoptarà les mesures necessàries per tal d'assegurar-ne el coneixement.
3. 4. Ningú no podrà ser discriminat per raó de la seua llengua.
4. 5. S'atorgarà protecció i respecte especials a la recuperació del valencià.
5. 6. La llei establirà els criteris d'aplicació de la llengua pròpia en l'Administració i en l'ensenyament.

⁵⁰ Disponible a: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1982/BOE-A-1982-17235-consolidado.pdf>

⁵¹ Reformada, més tard, per la Llei Orgànica 1/2006, de 10 d'abril, de Reforma de Llei Orgànica 5/1982. Disponible a: <https://www.boe.es/boe/dias/2006/04/11/pdfs/A13934-13954.pdf>

7. Es delimitaran per llei els territoris en els quals predomine l'ús d'una llengua o l'altra, així com els que puguen ser exceptuats de l'ensenyament i de l'ús de la llengua pròpia de la Comunitat Valenciana.
8. L'Acadèmia Valenciana de la Llengua és la institució normativa de l'idioma valencià”.

En el primer punt de l'article, veiem com a nivell discursiu l'Estatut equipara la llengua valenciana i castellana, establint un ordre de prelación, on el valencià se situa el primer. Al marge de reconèixer el dret a conèixer-les i usar-les indistintament, la Generalitat es proclama com a defensora "d'ambdues llengües" i com a agència principal per prendre "les mesures necessàries" que garanteixin el seu coneixement. No deixa de cridar l'atenció que, en un context on el valencià havia retrocedit i el castellà era obligat, la Generalitat s'alce com a garant d'ambdues. Ens interessa, especialment, aturar-nos en aquest article perquè s'observa l'enfocament de la política lingüística cap a la normalització lingüística, emfatitzant la intervenció en l'àmbit educatiu i l'administratiu: el primer per millorar el grau de competència lingüística en valencià, i el segon per institucionalitzar la llengua i convertir-la en una llengua de comunicació en àmbits fins aleshores restringits al castellà. Pardines i Torres assenyalen que a l'Estatut s'evidencia la falta de consens entre la dreta i l'esquerra valenciana, on aquesta última va perdre la partida amb el nom de la llengua, aplanant el camí cap al secessionisme (2011: 29). Aquest secessionisme estava encapçalat pel blaverisme valencià que, en un primer moment, defensava que el valencià i el català eren llengües radicalment diferents i, en un segon moment, argumentava que culturalment eren diferents (Flor i Moreno, 2013). En aquesta línia, es va arribar a vincular el valencià, en el seu origen, amb els ibers per marcar distàncies amb el català (Vizcaíno, 2015). En paraules de Vizcaíno,

“Al juny de 2013 el PP valencià va fer unes contundents declaracions que no van tardar a aparèixer en els mitjans de comunicació i generar un intens debat polític que va transcendir l'àmbit exclusivament polític: el valencià es parlava ja en el s. V a. C. i exigien a les institucions competents replantejar les definicions de la llengua. Tan desafortunada afirmació va despertar un rebuig quasi generalitzat, en considerar que es tractava d'una més de les invencions del govern valencià

per a córrer una poc subtil cortina de fum sobre altres problemes més apressants, la qual cosa sens dubte va ser una veritat a mig fer perquè l'associació del valencià i l'iber no era nova" (Vizcaíno, 2015: 344)

El punt d'inflexió de la política lingüística del País Valencià fou la *Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià* (LUEV)⁵². La llei, tal i com es llig en la seua motivació, naix amb la finalitat de "superar la relació de desigualtat que hi ha entre les dues llengües oficials de la nostra Comunitat Autònoma, i disposa les mesures pertinents per tal d'impulsar l'ús del valencià en tots els camps de la nostra societat, i especialment en l'administració i l'ensenyament com a vehicles de recuperació. La finalitat última d'assolir, mitjançant la promoció del valencià, l'equiparació efectiva amb el castellà i garantir l'ús normal i oficial d'ambdós idiomes en condicions d'igualtat i desterrar qualsevol forma de discriminació lingüística. [...] El compromís de garantir, d'acord amb l'Estatut d'Autonomia, l'ús normal i oficial i d'ambdues llengües i d'atorgar la protecció i respecte especial a la recuperació del valencià" (Preàmbul). Aquesta llei i la seua implementació fou fonamental per a iniciar el procés de normalització lingüística del valencià i trencar amb la dinàmica de substitució lingüística. Tot i que la llei té l'ambició de promoure el valencià en tots els àmbits de la vida social, l'àmbit socioeconòmic queda completament desemparat, ja que solament hi ha una succinta referència directa en l'article 17 al "dret d'expressar-se en valencià en qualsevol reunió, així com desplegar en valencià llurs activitats professionals, mercantils, laborals, sindicals, polítiques, religioses, recreatives i artístiques". Tornarem a aquest punt més endavant.

La política lingüística valenciana ha estat marcada per períodes de llums i foscors, en la mesura que no ha estat uniforme al llarg del temps. En l'anàlisi que realitza Anselm Bodoque (2009) de la política lingüística desenvolupada des del Consell, l'autor distingeix tres etapes diferenciades entre 1978 i 2008. La primera etapa va des de 1978 fins a 1983, i coincidiria amb el govern valencià preautonòmic, en què es tracta de consensuar les diferents mirades dels actors i les institucions i es defineix el problema i la posició social del valencià. La segona va des de 1983 fins a 1995. Esta etapa va ser fonamental, ja que en ella és quan es defineix el model lingüístic, es crea la Direcció

⁵²Disponible a: https://dogv.gva.es/datos/1983/12/01/pdf/1983_802514.pdf

General de Política Lingüística i les polítiques lingüístiques, elements d'innovació i intensificació en els àmbits administratiu, educatiu i social. I per últim, la tercera, que comprèn els anys des de 1995 fins a 2008, és un període caracteritzat pel control lingüístic, la pèrdua de valoració de la llengua (agreujat per l'èxit del secessionisme), la disminució de la importància en l'agenda política i l'augment de la presència del valencià al sistema educatiu degut a la planificació dels governs predecessors. Cal puntualitzar, però, que l'anàlisi de Bodoque es podria estendre de 1995 fins a 2015, perquè durant aquest període hi trobem la mateixa línia política d'hegemonia del castellà i subordinació del valencià, així com estratègies de desvalorització del valencià. Així doncs, aquests vint anys de govern del Partit Popular van ser una parada ferma en l'impuls de polítiques lingüístiques cap a la normalització lingüística. Recordem que, en la dècada dels noranta, es produirà l'arribada i posterior consolidació d'un govern autonòmic de tall conservador (1995-2015), acompanyat pel govern municipal, també conservador, de les ciutats més importants, capitals de província, del País Valencià. En el cas de València i Castelló des de 1991 a 2015 i, a Alacant, des de 1995 fins a l'actualitat, fins a tal punt que el govern autonòmic es veurà reforçat amb la majoria absoluta del Partit Popular, sent reelegit successivament durant aquest període, i es veurà recolzat pel suport de les diferents alcaldies de València, Castelló i Alacant que, de la mateixa manera, en sortiran reforçades, amb els seus successius i amplis triomfs electorals (1999, 2003, 2007 i 2011).

El 2015, assistim a un gir polític de calat, amb el nou govern tripartit d'esquerres conformat en el Pacte del Botànic. A partir d'aquest període es reactiva i dinamitza el valencià com a eix clau dins de l'agenda política. No sols es posa en valor el valencià, sinó que es creen òrgans de gestió i promoció del valencià, regulant també el seu ús en tota l'administració valenciana. En la primera legislatura d'aquest govern progressista s'aproven quatre normes lingüístiques, en tan sols tres anys, la qual cosa és clarament indicativa del canvi experimentat. Totes elles, si atenem als seus preàmbuls, naixen amb la voluntat política d'impulsar, fomentar i consolidar el valencià:

- Decret 61/2017, de 12 de maig, del Consell, pel qual es regulen els usos institucionals i administratius de les llengües oficials en l'Administració de la Generalitat⁵³
- Decret 187/2017, de 24 de novembre, del Consell, pel qual es regula el funcionament de l'Oficina de Drets Lingüístics⁵⁴
- Llei 4/2018, de 21 de febrer, de la Generalitat, per la qual es regula i promou el plurilingüisme en el sistema educatiu valencià⁵⁵
- Decret 73/2018, de 8 de juny, del Consell, de creació del Consell Social de les Llengües⁵⁶
- Decret 13/2019, de 8 de febrer, del Consell, de creació de la Xarxa Pública de Serveis Lingüístics Valencians⁵⁷

Seguint amb una política lingüística proactiva, l'any 2017, la Comunitat Valenciana s'incorpora al Protocol de col·laboració en matèria de política lingüística creat per iniciativa dels governs de Catalunya, Euskadi i Galícia el 2007. L'objectiu principal d'aquest instrument de col·laboració és "aconseguir l'assumpció plena de la realitat plurilingüe de l'Estat espanyol, principalment per part de les seues institucions, tant centrals com perifèriques, de manera que es traslladi a la realitat operativa i funcional de les diverses administracions dependents del Govern de l'Estat l'àmplia i elemental bateria d'obligacions i deures recollits a la Carta Europea de les Llengües Regionals i Minoritàries, subscripta i ratificada per l'Estat espanyol" (Declaració de Bilbao, 20 de novembre de 2019)⁵⁸.

En definitiva, aquesta nova etapa suposa una ruptura amb l'anterior i es caracteritza per la institucionalització i la normalització de la llengua i per l'aposta de trobar aliats. Per a això, la Comunitat crea institucions oficials i específiques per a l'impuls i defensa el

⁵³ Disponible a: Decret 61/2017, de 12 de maig, del Consell, pel qual es regulen els usos institucionals i administratius de les llengües oficials en l'Administració de la Generalitat

⁵⁴ Disponible a: https://dogv.gva.es/datos/2017/12/18/pdf/2017_11479.pdf

⁵⁵ Disponible a: https://dogv.gva.es/datos/2018/02/22/pdf/2018_1773.pdf

⁵⁶ Disponible a: Decret 73/2018, de 8 de juny, del Consell, de creació del Consell Social de les Llengües

⁵⁷ Disponible a: Decret 13/2019, de 8 de febrer, del Consell, de creació de la Xarxa Pública de Serveis Lingüístics Valencians

⁵⁸ Declaració de Bilbao dels membres del Protocol de col·laboració en matèria de política lingüística. Disponible a: <https://govern.cat/govern/docs/2019/11/20/17/17/d3573992-6da9-407d-a1f6-bcb85ab45f91.pdf>

valencià (l'Oficina de Drets Lingüístics, Consell Social de les Llengües i Xarxa Pública de Serveis Lingüístics Valencians), desenvolupa normatives concretes per a la implementació de polítiques lingüístiques que afavoreixin l'ús del valencià en l'esfera administrativa i en el sistema educatiu i, finalment, s'adhereix al manifest d'altres autonomies que busquen forçar l'Estat espanyol a complir amb els mínims establerts per la Unió Europea en matèria lingüística.

3.6 SENSE UNA POLÍTICA LINGÜÍSTICA EN L'ÀMBIT COMERCIAL

Tornem, per un moment, a la Llei d'Ensenyament i Ús del Valencià (1983). Esta norma encara que tenia com a objectiu promoure el valencià en tots els àmbits de la vida social, en la pràctica se centra únicament en l'àmbit educatiu i en l'Administració Pública. La reglamentació sobre l'ús en l'àmbit socioeconòmic, i, en particular, el comercial, és clarament insuficient per normalitzar l'ús del valencià en aquest àmbit. Les úniques referències que es fan al llarg de la llei són les següents: en el Títol preliminar, podem destacar els articles 1, 2 i 3. En aquests es diu:

Article 1.

"1. La present llei té per objecte genèric complimentar i desplegar allò que disposa l'article setè de l'Estatut d'Autonomia quan regula l'ús normal i oficial del valencià a tots els àmbits de la convivència social, així com de l'ensenyament.

2. Per això, són objectius específics de la present llei els següents:

- a) Fer efectius els drets de tots els ciutadans a conèixer i usar el valencià.
- b) Protegir la seua recuperació i garantir l'ús normal i oficial.
- c) Regular els criteris d'aplicació del valencià a l'Administració, mitjans de comunicació social i ensenyament.
- d) Delimitar els territoris en els quals predomine l'ús del valencià i del castellà.
- e) Garantir, d'acord amb principis de gradualitat i voluntarietat, el coneixement i ús del valencià a tot l'àmbit territorial de la Comunitat."

Article 2.

“El valencià és la 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 empraren el castellà, sense que pugua derivar-se de l’exercici del dret d’expressar-se en valencià qualsevol forma de discriminació o exigència de traducció”.

Com podem observar tots els articles són de caràcter genèric. En el capítol segon, sota l’epígraf “Ús normal”, l’article 17, en concret, diu el següent: “Tots els ciutadans tenen el dret d’expressar-se en valencià en qualsevol reunió, així com a desplegar en valencià llurs activitats professionals, mercantils, laborals, sindicals, polítiques, religioses, recreatives i artístiques”. Per primera vegada, trobem en la normativa una referència explícita, però a la vegada succinta, a l’àmbit comercial. El mateix ocorre al Títol Tercer (De l’ús del valencià als mitjans de comunicació social), al seu article 33: “Els poders públics valencians fomentaran en l’àmbit de la seua competència i d’acord amb el que disposa aquesta Llei, l’ús del valencià a les activitats professionals, mercantils, laborals, sindicals, polítiques, recreatives, artístiques i associatives”. Com ocorria en els anteriors, ambdós articles són de principis generals, però no proposades orientades específicament a l’àmbit socioeconòmic. En l’anàlisi que realitza Antoni Gisbert (2020) sobre el valencià en l’àmbit socioeconòmic, afirma que la Llei d’Ensenyament i Ús del Valencià despenalitza l’ús del valencià a qualsevol àmbit; ara bé, no incorpora en el seu objecte la regulació de l’àmbit socioeconòmic, com és pot veure en l’article 1.2.c, on s’especifica que l’objectiu de la normativa és “regular els criteris d’aplicació del valencià a l’Administració, mitjans de comunicació social i ensenyament”. I, pel que fa als altres àmbits, de forma específica en el cas socioeconòmic, simplement fixa el dret a l’ús del valencià sense cap deure correlatiu, cap acció i tampoc compromís des de la Conselleria per garantir aquest dret.

En les paraules del mateix autor, Gisbert, l’àmbit socioeconòmic és “allò que la LUEV no va preveure. No és pot dir més i de forma més clara” (Gisbert, 2020: 36). En la mateixa

línia, Gisbert argumenta que com que la LUEV no parla de l'àmbit econòmic, com ja hem posat de manifest, aquesta no té possibilitat o potencialitat de cap desplegament normatiu en l'esfera econòmica. A més afirma que seria discutible legalment desenvolupar una norma a partir de la LUEV en matèria socioeconòmica perquè no estaria fonamentada en res. Això implica que caldria fer una nova llei que reglamentara l'ús del valencià en aquest àmbit i lluitara contra les discriminacions.

En el diagnòstic de la Llei d'Ensenyament i Ús del Valencià realitzat per la *Mesa per l'ensenyament en valencià* (2005), es proposaren diferents mesures per implementar en l'àmbit socioeconòmic. En concret, destaquem, a continuació, les més relacionades amb l'àmbit comercial:

1. Obligar a les empreses de les concessions a usar el valencià com a vehicle normal i habitual amb els serveis dirigits a la ciutadania.
2. Obligar a les empreses que presten servis públics a utilitzar almenys el valencià en els elements de retolació i comunicació.
3. Regular l'etiquetatge dels productes que es distribueixen en el territori valencià. L'etiquetatge dels productes de denominació d'origen valenciana ha de figurar com a mínim en valencià. També aplicable a l'embalatge i a les instruccions.
4. Fixar el deure de disponibilitat lingüística de tots els comerços, botigues, entitats, empreses i establiments oberts al públic.
5. Signar acords amb les grans empreses, els grans centres comercials i les cadenes d'establiments per part de la Generalitat per tal de generalitzar-hi l'ús del valencià (retolació, megafonia i etiquetatge fonamentalment).
6. Donar beneficis fiscals o bonificacions a aquells establiments comercials que retolen el seu comerç en valencià.
7. Redactar els documents oferits per les entitats financeres almenys, en valencià.
8. Crear segells d'excel·lència de servei per als comerços, botigues, establiments i empreses que ofereixen els seus productes i serveis en valencià. Aquests segells haurien d'anar acompanyats de dotació econòmica i exempció fiscal.

Aquestes propostes, setze anys després d'elaborar-se, continuen sense dur-se a terme. Els motius són diversos i responen a una realitat molt complexa: falta de consens polític sobre la llengua (que continua sent una arma llancívola i electoralista), el possible conflicte d'intervindre sobre àmbits privats, i la mancança d'una regulació de l'àmbit socioeconòmic, entre altres. En relació amb el marc legal i la capacitat d'intervindre sobre l'àmbit privat, Alba Nogueira (2020) adverteix que

“la regulació dels drets lingüístics en les relacions privades presenta una complexitat major que en l'àmbit jurídic-públic. El fet que la pròpia oficialitat s'haja lligat als efectes en les relacions jurídic-públiques de la cooficialitat lingüística, i els mandats de promoció vagen també dirigits als poders públics, ha ajornat en el temps la intervenció en el trànsit econòmic en matèria lingüística. Aquesta intervenció busca fer normal la presència de totes les llengües oficials en tots els àmbits de la vida social i, també, protegir els drets dels parlants singularment en relació amb actors econòmics poderosos” (Nogueira, 2020: 61).

A més, aquesta autora considera que cada vegada es fa una interpretació constitucional més restrictiva del marge d'actuació del qual disposen els poders públics per a adoptar mesures lingüístiques en l'àmbit socioeconòmic. Nogueira assenyala que tant la contractació pública com les subvencions, instruments a l'abast de l'Administració, poden impulsar la presència de la llengua minoritzada en l'àmbit socioeconòmic.

Després d'aquesta breu anàlisi sobre la quasi inexistent política lingüística en l'àmbit socioeconòmic, cal matisar què s'ha fet en aquest camp. Bodoque (2009) afirma que les polítiques del Consell han estat adreçades principalment a regular la concessió d'ajudes econòmiques per al foment del valencià. Els objectes de concessió de les ajudes van canviant al llarg del temps, i van des d'empreses o comerços amb retolació, publicitat o informació en valencià, a etiquetatge de productes, documentació interna o sistemes informàtics, entre altres. Bodoque mostra la laxitud de criteris per atorgar-les durant el període del govern de la dreta i l'exigència de criteris, en el cas del governs d'esquerres. Un exemple de la laxitud del govern del Partit Popular és que per a rebre la subvenció s'exigia la retolació en valencià, l'etiquetatge o la documentació com a mínim en valencià. En estos programes “bastava que s'usés ocasionalment el valencià” (2009:

193). A banda de les subvencions per a “valencianitzar” la retolació, publicitat, documents i sistemes informàtics de les empreses, de forma complementaria, des del Consell es facilita un assessorament lingüístic a les empreses. No obstant això, cal matisar que aquest al llarg dels anys ha quedat reduït simplement a un glossari amb vocabulari del sector.

Bodoque (2009) evidencia que no hi ha iniciatives per part del Consell de signar acords amb empreses, associacions comercials i d'empresaris en el marc de la promoció lingüística. El mateix autor posa en relleu que s'han fet estudis sobre comportaments en l'àmbit socioeconòmic, però estos no han anat acompanyats d'estratègies adaptades per donar resposta als problemes detectats. En aquest, la promoció del valencià en l'àmbit econòmic ha sigut molt deficitària, fins al punt que la manca d'una intervenció institucional en aquest àmbit ha permès que la política lingüística comercial quedara en mans d'empresaris, consumidors, clientela o comercials i, consegüentment,

“els usos lingüístics estigueren en funció dels interessos, costums, capacitat lingüística, prejudicis sociolingüístics, ideologies, valors, consciència dels drets lingüístics propis i voluntat d'usar el valencià en cada situació concreta per part dels ciutadans, sense cap mena de suport explícit de l'ús del valencià per part dels poders públics; fet que en una situació de desigualtat lingüística i predomini del castellà, significa que moltes d'aquestes situacions quotidianes es resolen normalment a favor del castellà” (Bodoque, 2009: 195).

En conclusió, podem afirmar que la inactivitat i el *laisser faire* de l'Administració en l'àmbit comercial, en una situació de partida diglòssica i on hi ha un conflicte lingüístic actiu, ha privilegiat l'ús del castellà i la castellanització del sector. Aquesta castellanització d'una pràctica quotidiana no sol suposa la subordinació del valencià envers el castellà, sinó un pas enrere cap a la normalització i un pas endavant cap al procés de substitució lingüística. Quelcom paradoxal, si més no, quan ens trobem en una etapa d'institucionalització i normalització de la llengua al País Valencià, i encara més, si és possible, si es té en compte la renovació de l'Acord del Botànic (el denominat Botànic II) després de les eleccions a les Corts Valencianes al 2019. Si atenem a altres territoris de l'Estat espanyol amb llengua pròpia, veiem com ostenten regulacions pròpies per a

l'esfera comercial. Per exemple, Catalunya té una normativa específica en el marc de la Llei 22/2010, del 20 de juliol, del Codi de consum de Catalunya⁵⁹. En el desenvolupament de la llei, disposa d'un capítol concret (Capítol VIII "Drets lingüístics") referit als drets lingüístics dels Consumidors. A l'article 128-1 es puntualitza el següent:

“Drets lingüístics de les persones consumidores:

1. Les persones consumidores, en llurs relacions de consum, tenen dret, d'acord amb el que estableixen l'Estatut d'autonomia i la legislació aplicable en matèria lingüística, a ésser ateses oralment i per escrit en la llengua oficial que escullin.
2. Les persones consumidores, sens perjudici del respecte ple al deure de disponibilitat lingüística, tenen dret a rebre en català:
 - a) Les invitacions a comprar, la informació de caràcter fix, la documentació contractual, els pressupostos, els resguards de dipòsit, les factures i els altres documents que hi facin referència o que en derivin.
 - b) Les informacions necessàries per al consum, l'ús i el maneig adequats dels béns i serveis, d'acord Llei 22/2010 77 amb llurs característiques, amb independència del mitjà, format o suport utilitzat, i, especialment, les dades obligatòries relacionades directament amb la salvaguarda de la salut i la seguretat.
 - c) Els contractes d'adhesió, els contractes amb clàusules tipus, els contractes normats, les condicions generals i la documentació que hi faci referència o que derivi de la realització d'algun d'aquests contractes.
3. La Generalitat ha de vetllar pel foment en les relacions de consum de l'ús de la llengua occitana, denominada aranès a l'Aran, dins de l'àmbit territorial de l'Aran, on és llengua pròpia” (BOE, 2010: 71973 i 71974).

La normativa catalana mostra un nivell de concreció que respon a l'anàlisi de la situació lingüística comercial. Òbviament, hi ha diferents estratègies, en funció de les pròpies

⁵⁹ Disponible a: <https://www.boe.es/boe/dias/2010/08/13/pdfs/BOE-A-2010-13115.pdf>

característiques del territori, emprades per a normalitzar la llengua pròpia en l'esfera comercial. Però, sens dubte, el disseny de polítiques públiques cap a la normalització lingüística i la igualtat de les llengües ha de passar per la regulació, el diagnòstic i la planificació de qualsevol àmbit, sigui aquest el comercial o qualsevol altre. A hores d'ara, el País Valencià compta amb institucions oficials per donar cobertura i propugnar noves polítiques i regulacions que garanteixin, en el discurs i en la pràctica, la seua llengua pròpia.

CAPÍTOL 4. EL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL. CASOS D'ESTUDI

“Las políticas lingüísticas, en general, incluyen normas sobre las lenguas utilizadas en el espacio público. Normalmente, las autoridades quieren mantener un cierto grado de control sobre la o las lenguas visibles en el dominio público. Las normas en torno al paisaje lingüístico pueden tener importantes consecuencias para el uso de las lenguas, y pueden comprender también aspectos morales o jurídicos, o incluso regular las dimensiones físicas (tamaño, color, iluminación, etc.). El objetivo final puede ser desde poner fin a la propagación del inglés a fomentar el uso de las lenguas minoritarias, por ejemplo en los rótulos con nombres de lugares (Hicks 2002). Como indica Shohamy (2006: 129), “language in the public space ... can also serve as mechanism for resisting, protesting against and negotiating de facto language policies”. Hay diferencias entre los rótulos y textos oficiales (top-down) y los no oficiales o privados (bottom-up). Los rótulos y textos oficiales son aquellos dispuestos por instituciones públicas, y reflejan la política lingüística oficial. Estos rótulos y textos incluyen los nombres de las calles, de edificios públicos, las indicaciones de 4 distintos lugares en la ciudad, los contenedores, etc. Los textos y rótulos privados proporcionan información comercial y pueden encontrarse en distintos tipos de establecimientos, como por ejemplo en tiendas, oficinas, bancos, bares y restaurantes” (Aiestaran, Cenoz, i Gorter, 2013: 26)

4.1 LA PRESÈNCIA I ÚS DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL

L'ús del valencià en l'àmbit comercial, així com les actituds lingüístiques sobre l'ús de la llengua en aquest àmbit, ha estat poc estudiat al País Valencià. No obstant això, en altres territoris de l'Estat espanyol, com ara a Catalunya o al País Basc, trobem diferents investigacions, des de diferents perspectives, sobre la utilització de la llengua pròpia en l'esfera comercial (Solé i Camardons 1997 i 1998; Cazo i Romaní, 2004; Fabà i Llaberia, 2008; Comajoan, 2012; Comajoan i Long 2014; Martínez de Marigorta, 2016; Aiestaran, Cenoz, i Gorter, 2013, Lipovsky, 2019; Elorriaga, Goirizelaia i García-Azpuru 2019; Benito Del Valle, 2020). Això és tan significatiu com simptomàtic i mostra una cara més de la realitat de la pràctica, institucionalització i normalització de la nostra llengua. En el cas

valencià, cal destacar la figura de Ninyoles com a principal referència d'aquest tipus d'estudis al nostre territori (com ja hem avançat abans⁶⁰), el qual va iniciar estudis envers a aquesta temàtica des de la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme en la dècada dels 80. A continuació, es citen els estudis quantitius específics sobre l'ús del valencià a l'àmbit comercial i financer realitzats des de la Direcció General de Política Lingüística de la Generalitat Valenciana entre 1986 i l'actualitat. Aquests treballs impulsats des de l'administració, i comparats de nou amb els casos de Catalunya i el País Basc, resulten, sens dubte, escassos⁶¹.

Nom de l'estudi	Any
El valencià en l'àmbit comercial i financer	1986
Situació sociolingüística en l'àmbit empresarial (Terciari avançat)	1987
El valencià a l'àmbit comercial i de consum	1991
El valencià a les grans superfícies	1993

Taula 5: Estudis quantitius sobre l'ús del valencià a l'àmbit comercial elaborats per la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme. Font: Conselleria d'Educació Cultura i Esport. Elaboració pròpia.

A més a més, a banda de la recerca descrita específica de l'àmbit empresarial i comercial, cal afegir també la valuosa informació proporcionada per la incorporació de dues preguntes sobre la llengua d'ús a les botigues tradicionals i a les grans superfícies en "l'enquesta d'ús i coneixement del valencià" realitzades per la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme, els anys 1989, 1992, 1995, 2004, 2010 i 2015. L'evolució de les respostes d'aquestes dues preguntes, entre els anys 1989 i 2004, apareixen en el *Llibre Blanc de l'ús del valencià I. L'Enquesta sobre la situació social del valencià* que edità l'any 2005 l'Acadèmia Valenciana de la Llengua.

A continuació, recuperem les dades del *Llibre Blanc de l'ús del valencià I i II* (Ros Pardo, 2005 i 2008) i incorporem les dades de l'enquesta realitzada en 2015 sobre l'ús i coneixements del valencià per prolongar l'evolució de les dades des de 1989 fins l'enquesta 2015. Això ens permetrà fer una xicoteta panoràmica de l'evolució de les

⁶⁰ Veure capítol 2.

⁶¹ En la bibliografia es pot trobar una relació de les enquestes impulsades a Catalunya i al País Basc.

competències lingüístiques de la població valenciana, així com de la llengua d'ús en l'àmbit comercial (a botigues tradicionals i a grans superfícies).

La competència lingüística es mesura mitjançant quatre capacitats: entendre, parlar, llegir i escriure. En els resultats de les enquestes s'observen diferents tendències interessants en cadascuna d'aquestes capacitats. Cal destacar que "entendre" és la capacitat que obté percentatges més alts des de la primera enquesta fins a l'última en l'opció de resposta "entén prou bé/perfectament" el valencià (entre el 72,4 i el 87,5%). Cal assenyalar que l'evolució no és lineal sinó que s'hi troben dues tendències successives: una primera positiva entre l'enquesta de 1989 i 1995 i una segona negativa entre l'enquesta de 1995 i 2015. De l'enquesta de l'any 1989 a l'enquesta de l'any 1995 hi ha un augment en el percentatge de mostra que "entén prou bé o perfectament el valencià" (75,5% a 87,5%). En canvi, de l'enquesta de l'any 1995 a la del 2015 hi ha un percentatge significativament inferior en la mateixa opció de resposta (de 87,5% a 72,4%). Com s'observa, el percentatge de 2015 és més baix que el de 1989.

De la mateixa manera que en el cas anterior, pel que fa al grau de competència en la parla, s'observen les mateixes tendències: una primera positiva (de 1989 a 1995) i una segona negativa (de 1995 a 2015). En aquest cas les diferències percentuals són més baixes que en el cas anterior (entre el 50,9% i 62,8%). En 2004 i 2015 s'obtenen els pitjors resultats pel que fa a la competència de parlar valencià. El 46,9% de la mostra en 2004 parla poc o gens valencià (concretament, el 26,6% de les persones enquestades no parla gens valencià) i el 49% de de la mostra en 2015 parla poc o gens valencià (concretament, el 21,7% de les persones enquestades no parla gens valencià).

En el cas del grau de competència en "llegir" i "escriure", s'observa una tendència positiva lineal des de la primera enquesta l'any 1989 fins a l'última enquesta realitzada l'any 2015 en l'opció de resposta "prou bé o perfectament". En l'enquesta de 1989, el 28,6% afirmava que sabia llegir "prou bé/perfectament" valencià, mentre que en la mostra del 2015 el 52,9% sabia llegir "prou bé/perfectament" valencià (24,3 punts percentuals més). En el cas de l'escriptura, en l'enquesta del 1989 sols el 8,7% de la mostra enquestada afirmava que sabia escriure "prou bé o perfectament" el valencià, mentre que el 70,9% no sabia escriure "gens"; en canvi en l'enquesta de 2015, el 34,7%

de la mostra escriu “prou bé o perfectament” en valencià i el 40,3% no sap escriure “gens” el valencià.

Amb aquestes dades s'evidencia que entre 1989 i 2015 augmenten les competències de la cultura escrita del valencià (llegir i escriure) però disminueix les competències de la cultura oral del valencià (entendre i parlar). Però, com hem vist, l'augment competencial en llegir i escriure no suposa una major vitalitat lingüística oral del valencià.

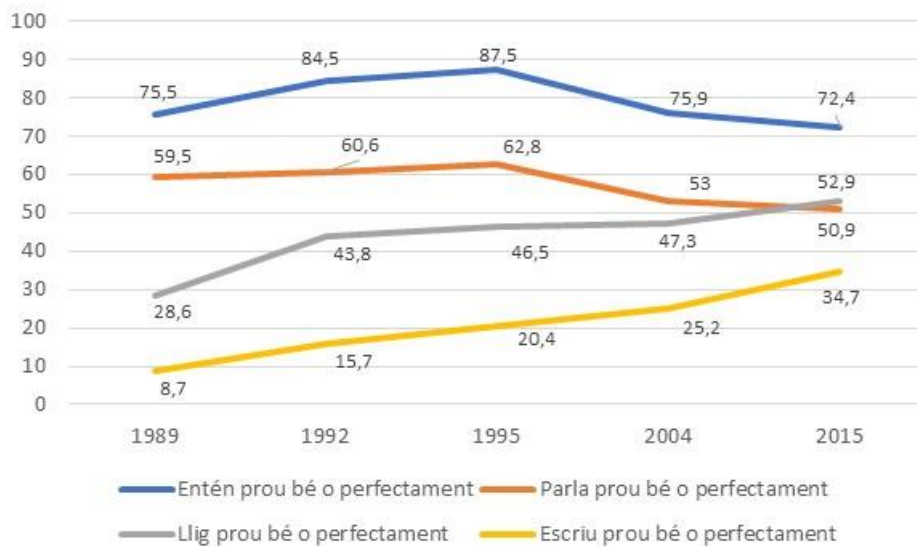
		1989	1992	1995	2004	2015
ENTENDRE	Gens	7,9	3,2	3,1	6	6,2
	Un poc	16,6	12,2	9,5	18,1	21,4
	Prou bé/ perfectament	75,5	84,5	87,5	75,9	72,4
PARLAR	Gens	23,1	21	17,4	26,6	21,7
	Un poc	17,3	18,4	19,8	20,3	27,3
	Prou bé/ perfectament	59,5	60,6	62,8	53	50,9
LLEGIR	Gens	38,2	15	14,5	25,1	20,1
	Un poc	33,1	41,2	38,9	27,6	27
	Prou bé/ perfectament	28,6	43,8	46,5	47,3	52,9
ESCRIURE	Gens	70,9	60,9	56	52,17	40,3
	Un poc	20,1	23,4	23,6	22,6	24,9
	Prou bé/ perfectament	8,7	15,7	20,4	25,2	34,7

Taula 6: Distribució percentual segons el grau de competència lingüística (entendre, parlar, llegir i escriure) i any. Font: Enquestes d'ús i coneixements del valencià elaborades per la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015. Elaboració pròpia.

A continuació, es presenten gràficament les tendències analitzades a la taula anterior. El nivell de competència percebut en lectura i escriptura és superior a mesura que passen els anys, és a dir, el percentatge de persones enquestades que pensa que “llegir prou bé o perfectament” i que “escriu prou bé o perfectament” en valencià és major cada any analitzat que l'anterior. Aquesta tendència positiva està relacionada amb els

processos d'institucionalització de la llengua i la seua regulació en la normativa, amb el reconeixement de llengua cooficial en l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana i amb la promoció del valencià principalment en l'àmbit educatiu.

Però com es pot observar al mateix gràfic, aquesta institucionalització de la llengua i la incorporació en el sistema educatiu ha impactat molt positivament en la competència de llegir i escriure però no tant en la competència d'entendre i, sobretot, de parlar. Tot i que hi ha una tendència positiva en ambdós casos fins a l'enquesta de 1995, la tendència en les dues dècades següents és negativa. En termes generals, s'observa en els resultats de les diferents enquestes analitzades una millora substancial en els percentatges de les persones enquestades que "llegir i escriure prou bé o perfectament", però un empitjorament en els percentatges de les persones enquestades que "entén i parla prou bé o perfectament".



Gràfic 1: Evolució dels percentatges de les persones enquestades que responen "prou bé o perfectament" al nivell de competència lingüística (entendre, parlar, llegir i escriure) en les enquestes de 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015. Font: Enquestes d'ús i coneixements del valencià de la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme, anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015. Elaboració pròpia.

Seguidament, s'analitza l'evolució de les preguntes de l'enquesta sobre l'ús i coneixements del valencià que aporten informació sobre els usos de la llengua en

l'àmbit comercial, específicament la qüestió sobre la "llengua que parla a les botigues tradicionals" i "la llengua que parla a les grans superfícies".

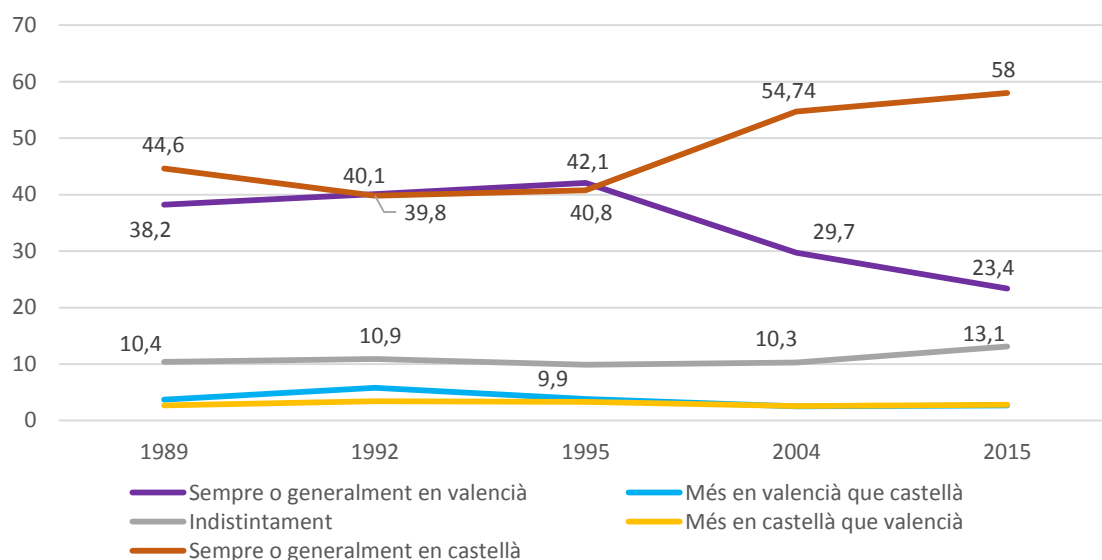
Els resultats de les enquestes mostren dues tendències oposades al llarg dels anys: una lleugera tendència positiva en el percentatge de la mostra que parla sempre o generalment en valencià entre 1989 i 1995 (38,2 i 42,1% respectivament) i una tendència negativa entre 1995 i 2015 en el percentatge de la mostra que parla sempre o generalment en valencià a les botigues tradicionals (42,1 i 23,4% respectivament). El percentatge de persones enquestades que parla sempre o generalment en valencià a les botigues tradicionals disminueix considerablement entre 1995 i 2015 (18,7 punts percentuals menys). L'opció de resposta "indistintament" augmenta lleugerament entre 1995 i 2015 (3,2 punts percentuals) i l'opció de resposta "sempre o generalment en castellà" s'incrementa considerablement entre 1995 i 2015 (17,2 punts percentuals més). En 2015 el percentatge de persones que parla "sempre o generalment en castellà" en les botigues tradicionals és superior als percentatges obtinguts en totes les enquestes realitzades en aquesta opció de resposta. Aquests resultats mostren que el castellà guanya terreny en el comerç en detriment del valencià.

	1989	1992	1995	2004	2015
Sempre o generalment en valencià	38,2	40,1	42,1	29,7	23,4
Més en valencià que castellà	3,7	5,8	3,8	2,5	2,7
Indistintament	10,4	10,9	9,9	10,3	13,1
Més en castellà que valencià	2,7	3,4	3,3	2,6	2,8
Sempre o generalment en castellà	44,6	39,8	40,8	54,74	58

Taula 7: Evolució de les respostes a la qüestió "llengua que parla a les botigues tradicionals" en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant). Font: a Enquestes d'ús i coneixements del valencià de la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme, anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015. Elaboració pròpia.

En el següent gràfic s'observa amb claredat una tendència negativa en l'evolució de l'ús del valencià "sempre o generalment" en les botigues tradicionals, principalment entre les enquestes del 1995 i 2015 (42,1% i 23,4% respectivament). De forma contrària, la

tendència és positiva en el cas de l'ús del castellà "sempre o generalment" entre 1995 i 2015 (40,8 i 58%). El percentatge de persones que parla "sempre o generalment valencià" ha baixat considerablement i, a més, cal afegir que aquest percentatge de persones que parlen valencià és baix (poc més d'una de cada quatre persones afirma parlar valencià sempre o generalment en les botigues tradicionals).



Gràfic 2: Evolució de les respostes a la qüestió "llengua que parla a los botigues tradicionals" en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant). Font: Enquestes d'ús i coneixements del valencià de la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme, anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015. Elaboració pròpia.

En el cas de la llengua que parlen les persones enquestades a les grans superfícies, s'observen les mateixes tendències que a les botigues tradicionals, però amb uns percentatges substancialment diferents, ja que, de partida, l'ús del valencià com a llengua de comunicació predominant a aquests espais és inferior (entre el 15 i el 26,5%). Dels resultats de 1989 als resultats de 1995 s'evidencia un lleuger increment en l'ús del valencià "sempre o generalment" en les grans superfícies (de 24,9 a 26,5%). Però la tendència en les dades entre 1995 i 2015 és negativa, visibilitzant un percentatge inferior de persones enquestades que parlen "sempre o generalment" en valencià entre ambdues dècades analitzades (del 26,5 al 15% respectivament). L'opció de resposta "indistintament" presenta uns percentatges inferiors al 15%, amb diferents fluctuacions al llarg dels anys.

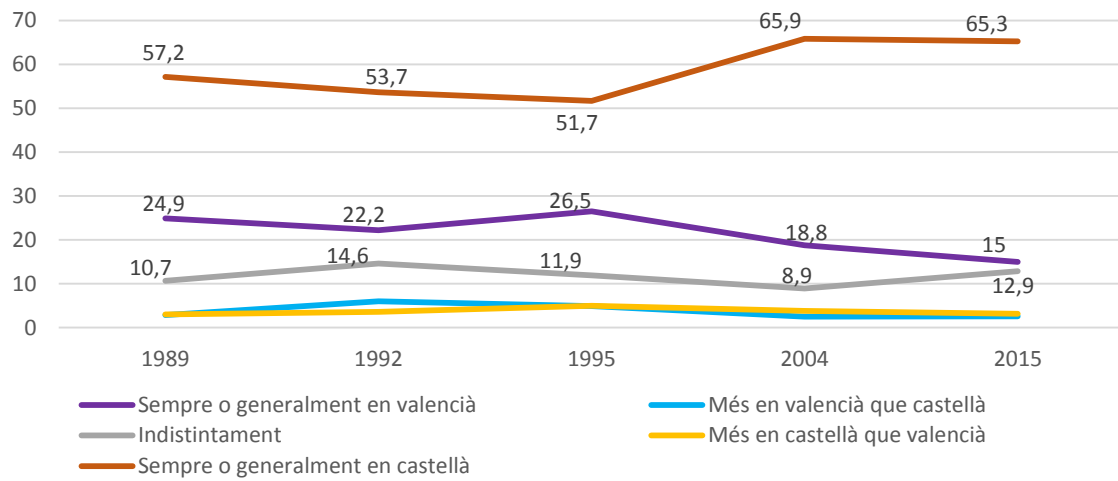
De la primera a la segona enquesta hi ha un increment del percentatge de persones que afirmen que parlen ambdues llengües a les grans superfícies indistintament (de 10,7 a 14,6% respectivament) i d'eixa segona enquesta (1992) fins a l'enquesta de 2004 s'observa una tendència negativa, en la qual el percentatge de persones que parlen indistintament castellà o valencià en aquest context es redueix més de 5 punts percentuals. En canvi, el 2015, hi ha un percentatge lleugerament més alt que marca un canvi de tendència cap a un augment de persones que parlen indistintament una llengua o l'altra. L'opció "sempre o generalment en castellà" presenta percentatges de resposta més elevats en tots els anys estudiats que qualsevol altra opció de resposta (entre 51,7 i 65,9%). Les tendències són inverses a les de l'ús "sempre o generalment en valencià", és a dir, entre 1989 i 1995 el percentatge de persones que afirma parlar "sempre o generalment en castellà" a les grans superfícies disminueix (de 57,2 a 51,7% respectivament), però en les enquestes de 2004 i 2015 els percentatges de resposta d'aquesta opció són les més elevades (65,9 i 65,3% respectivament).

	1989	1992	1995	2004	2015
Sempre o generalment en valencià	24,9	22,2	26,5	18,8	15
Més en valencià que castellà	2,9	6	4,9	2,5	2,6
Indistintament	10,7	14,6	11,9	8,9	12,9
Més en castellà que valencià	3	3,6	5	3,8	3,2
Sempre o generalment en castellà	57,2	53,7	51,7	65,9	65,3

Taula 8: Taula 4. Evolució de les respostes a la qüestió "llengua que parla a les grans superfícies" en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant). Font: Enquestes d'ús i coneixements del valencià de la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme, anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015. Elaboració pròpia.

En el següent gràfic es representen les dades de la taula per a facilitar la comprensió. S'observa una tendència negativa en l'ús del valencià "sempre o generalment" en les grans superfícies, principalment entre les enquestes del 1995 i 2015 (26,5% i 15% respectivament). En canvi, la tendència és positiva en el cas de l'ús del castellà "sempre o generalment" entre 1995 i 2015 (51,7 i 65,3%). El percentatge de persones que parla "sempre o generalment castellà" ha augmentat considerablement i presenta uns percentatges considerablement alts que mostren un ús predominant del castellà en les

grans superfícies. A la llum de les dades de les enquestes, s'evidencia que a les grans superfícies predomina clarament el castellà com a llengua de comunicació.

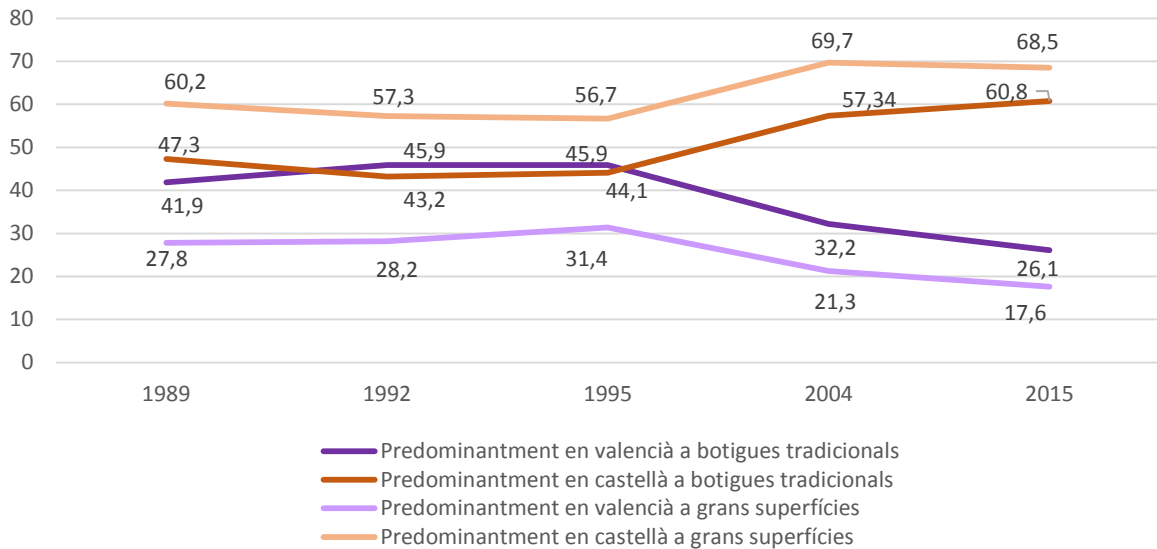


Gràfic 3: Evolució de les respostes a la qüestió "llengua que parla a les grans superfícies" en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant). Font: Enquestes d'ús i coneixements del valencià de la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme, anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015. Elaboració pròpia.

En el següent gràfic s'observa l'evolució comparada, segons els resultats de les enquestes, de l'ús predominant que fa del castellà o bé del valencià quan la persona enquestada compra a les botigues tradicionals i a les grans superfícies. Conseqüentment amb l'anàlisi prèvia de l'ús lingüístic a cadascun dels espais, el gràfic mostra un panorama prou desolador pel que fa a la substitució lingüística [procés de castellanització] en l'àmbit comercial. A continuació, es destaquen les tendències observades:

- Descens progressiu del percentatge de persones que empen predominantment el valencià en la seua comunicació quotidiana en l'àmbit comercial.
- Percentatges baixos de persones que empen predominantment el valencià en la seua comunicació quotidiana en l'àmbit comercial.
- El descens en el percentatge de persones que parlen valencià a les botigues tradicionals és superior al descens del percentatge de persones que parlen valencià a les grans superfícies. Concretament, la diferència entre 1995 i 2015 dels que parlen valencià a les botigues tradicionals és de -18%, mentre que en el

cas dels que parlen valencià a les grans superfícies és de -13,8%. Aquestes dades mostren una pèrdua de presència del valencià en l'àmbit comercial, un àmbit tradicionalment més valencià (que castellà). Tot i això, cal remarcar que el percentatge de persones que parlen valencià a les botigues tradicionals és superior al percentatge de persones que parlen valencià a les grans superfícies (26,1 enfront de 17,6%).



Gràfic 4: Evolució de les respostes a les qüestions "llengua que parla a les botigues tradicionals" i "llengua que parla a les grans superfícies" en les enquestes dels anys 1989, 1992, 1995, 2004 i 2015 (Zona valencianoparlant). Font: Enquestes d'ús i coneixements del valencià, Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme. Elaboració pròpia.

Com s'observa als paràgrafs previs, la situació del valencià en l'àmbit comercial ha empitjorat en els darrers 30 anys. La Llei 4/1983 de l'Ensenyament del valencià ha funcionat en la promoció del valencià i l'augment de la competència lingüística oral i escrita de la població valenciana, però malauradament no ha tingut el mateix ressò en l'àmbit comercial, on no sols no hi ha hagut un augment o manteniment del valencià com a ús vehicular, sinó que paulatinament ha anat produint-se una substitució lingüística del valencià per el castellà [procés de castellanització]. L'Acadèmia Valenciana de la Llengua ja alertava, el 2005, que la utilització del valencià, observant els pols més allunyats, era majoritària en l'esfera familiar i minoritària en les grans superfícies comercials:

“Entre els diferents àmbits observats, l'ús oral del valencià arriba a la cota més alta "en casa": el 36% de la població entrevistada en la zona valencianoparlant de la Comunitat Valenciana l'utilitza predominantment o en exclusiva, davant del 55% que usa el castellà. En l'extrem contrari, el consum en grans superfícies comercials és l'àmbit on menys s'usa el valencià i més el castellà: poc més d'una cinquena part de la població declara que fa servir sempre, generalment o més el valencià, davant del 70% que usa el castellà.” (Acadèmia Valenciana 2005: 366).

Aquest empitjorament en les dades estadístiques sobre l'ús del valencià a les botigues tradicionals i a les grans superfícies⁶², juntament amb una mancança d'estudis específics sobre la presència i l'ús del valencià en l'àmbit comercial al País Valencià, són el motor d'aquesta recerca. Per a oferir una dada comparativa sobre la manca de recerca en aquest camp, a Catalunya des de 2001 fins a l'actualitat s'han fet estudis sobre l'ús del català en l'àmbit comercial des del Servei de Política Lingüística de la Generalitat Catalana. Concretament, des d'Ofercat, una eina per l'obtenció d'indicadors de productes i serveis en català en un territori concret. Ofercat proporciona un índex de l'oferta de català en una ciutat o en un determinat àmbit. Aquest índex es troba dins d'un barem d'entre 0 i 100 punts i s'obté després d'un estudi d'observació exhaustiu de la retolació, les comunicacions escrites i la llengua oral d'identificació i d'adequació en els àmbits següents: Administració pública, economia, societat i oci, mitjans de comunicació, ensenyament i sanitat⁶³.

Per tant, aquest treball pretén aportar una mica de llum a l'absència de dades empíriques sobre aquesta temàtica al nostre territori mitjançant la realització d'un estudi exploratori per tal d'aproximar-nos a la presència i ús del valencià en l'àmbit comercial i als paisatges lingüístics resultants en aquest àmbit, a les actituds lingüístiques envers a l'ús del valencià en el comerç i als discursos socials existents sobre la utilització d'aquesta llengua al xicotet comerç, al mercat i als centres comercials.

⁶² Enquestes d'ús i coneixements del valencià realitzades per la Direcció General de Política Lingüística els anys 1989, 1992, 1995, 2004, 2010 i 2015.

⁶³ Algunes de les ciutats en les que s'ha realitzat aquestos estudis són: Tarragona, Lloret de Mar, Sabadell, Barcelona, Lleida, Badalona, Mataró, Granollers, Igualada, entre altres.

4.2 DELIMITACIÓ GEOGRÀFICA I SOCIODEMOGRÀFICA DE LA RECERCA

La delimitació geogràfica de l'estudi se centra en sis ciutats del País Valencià: Alacant, Alcoi, Castelló, Elx, Gandia i València. La tria d'aquestes ciutats respon a diferents de criteris; entre ells destaquen el seu paper com a motor econòmic i comercial, la seua grandària demogràfica i qüestions sociolingüístiques (coneixement i ús del valencià a les diferents zones i la seua evolució).



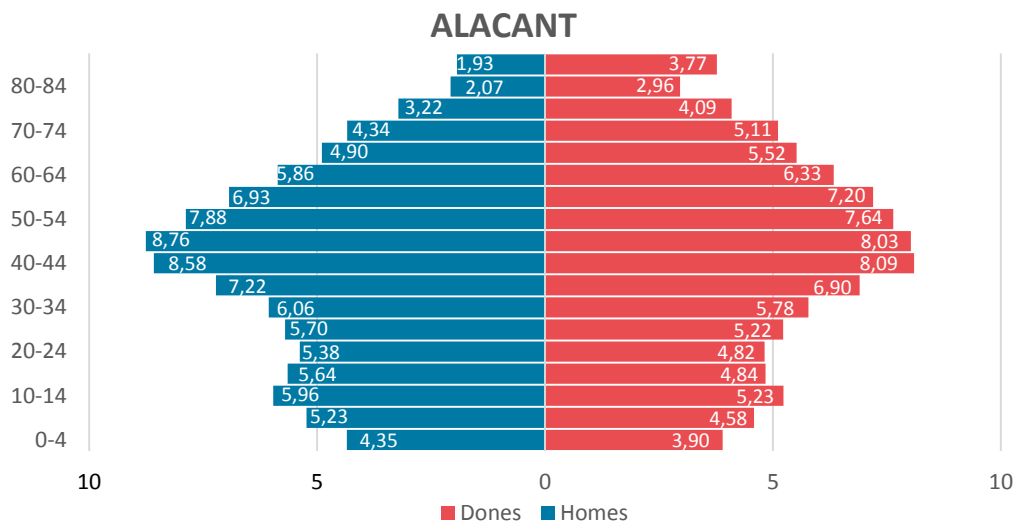
Mapa 4: Ciutats on s'ha realitzat treball de camp. Font: Elaboració pròpia.

En aquest apartat es presentaran de forma sintètica les característiques sociodemogràfiques de les ciutats estudiades per contextualitzar les posteriors anàlisis sociolingüístiques, discursives, observacionals i actitudinals.

ALACANT

La població d'Alacant, segons les dades del Padró d'Habitants a 1 de gener de 2020, és de 337.482 habitants, dels quals el 51,59% són dones. El grup d'edat de 0 a 15 suposa el 15,69 % del total, el grup de 16 a 65 anys, el 65,28%, i el grup de 65 i més anys, el 19,03%. En la piràmide poblacional següent es mostra l'estructura de la població per grups d'edat i sexe de la ciutat d'Alacant. Aquest gràfic ens aporta valuosa informació, per una banda sobre el volum i la distribució de la població activa segons sexe i edat (16-64 anys) i, per l'altra, sobre els segments de la població inactiva (0-15 anys, i 65 anys i més).

En la ciutat d'Alacant destaquen les persones d'entre 40-55 anys com a grup majoritari, tant en homes com en dones, respecte als altres grups d'edats (25,22% i 23,76%, respectivament). A partir dels 65 anys hi ha una major presència de dones que d'homes, pel fet que les dones tenen una esperança de vida més alta. En general, la piràmide ens mostra un model de població envellida, amb incidència de dones en les edats més avançades, en el qual les taxes de natalitat i mortalitat són baixes i on hi predomina la població activa.



Gràfic 5: Piràmide poblacional de la ciutat d'Alacant. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

En la següent taula es pot observar la població empadronada en la ciutat d'Alacant segons el lloc de naixement. L'origen majoritari dels empadronats en la ciutat correspon a les persones nascudes a la pròpia ciutat, concretament un 48,24%, quasi la meitat de la població. La població nascuda en altres comunitats autònomes és el segon col·lectiu més nombrós, amb un 22,27%. En tercer lloc, el col·lectiu que li segueix de prop és el de les persones nascudes a l'estranger, amb un pes del 21,02%.

	Alacant	
	Valor absolut	%
Alacant	159.226	47,18
Província d'Alacant	26.376	7,82
Comunitat Valenciana	5.785	1,71
Resta d'Espanya	75.161	22,27
Estrangers	70.934	21,02

Total	337.482	100
--------------	---------	-----

Taula 9: Població segons lloc de naixement. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

En la següent taula s'exposa la representació de la població estrangera per sexe i nacionalitat a la ciutat d'Alacant. En aquesta ciutat hi ha empadronades un total de 49.477 persones estrangeres. Per origen destaca la procedència d'Àfrica, d'Amèrica i de països de la Unió Europea, amb un valor de 29,70%, 28,58% i 21,23% respectivament.

		ALACANT	
		Valor absolut	%
UE		10.506	21,23
Europa comunitària	no	6.558	13,25
Àfrica		14.697	29,70
Amèrica		14.140	28,58
Àsia		3.494	7,06
Oceania i Apàtrides		82	0,17
Total		49.477	100

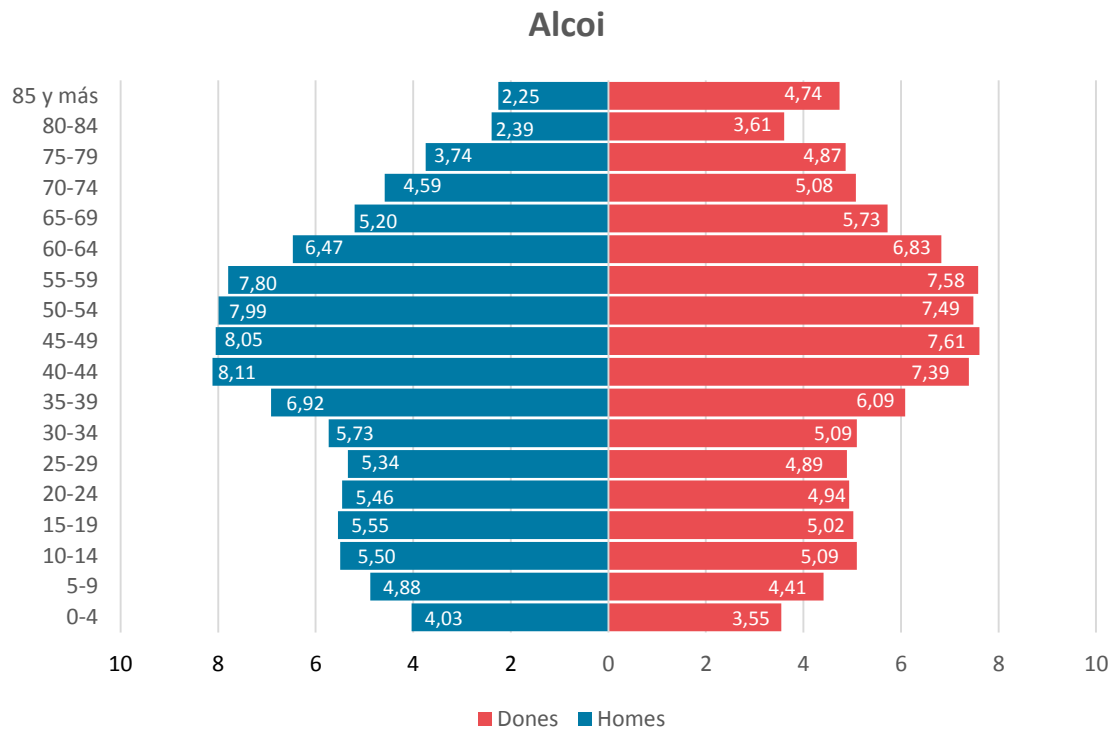
Taula 10: Origen de la població estrangera en Alacant, valor absolut i percentatge. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

ALCOI

La població d'Alcoi, segons les dades del Padró d'Habitants a 1 de gener de 2020, és de 59.354 habitants, dels quals el 50,96% són dones. El grup d'edat de 0 a 15 suposa el 14,80% del total, el grup de 16 a 64 anys, el 64,05% i el grup de 65 i més anys, el 21,15%.

En el municipi predominen les persones d'entre 40-59 anys, tant homes com dones (totes elles persones en edat activa). Hi ha un major percentatge d'homes en els grups de 0-15 anys i 16-54 anys, mentre que les dones tenen més punts percentuals en la cohort de major edat (60 anys i més). En general, la piràmide poblacional mostra

l'estructura de població envellida, predominant els homes en edat de treballar i les dones en les cohorts de major edat.



Gràfic 6: Piràmide poblacional de la ciutat d'Alcoi. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

El més destacable segons el lloc de naixement de la població, és que més del 70% de la població empadronada a Alcoi ha nascut en el municipi (70,35% del total). La població nascuda en altres comunitats autònomes és el segon col·lectiu més nombrós amb un 11,33%. A aquesta el segueix el col·lectiu de les persones nascudes a l'estranger, amb un pes del 8,58%.

	Alcoi	
	Valor absolut	%
Alcoi	41.756	70,35
Província d'Alacant	3.829	6,45
Comunitat Valenciana	1.951	3,29
Resta d'Espanya	6.723	11,33
Estrangers	5.095	8,58
Total	59.354	100

Taula 11: Població segons lloc de naixement. Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia

En la següent taula s'observa la representació de la població estrangera per sexe i nacionalitat a la ciutat d'Alcoi, on hi ha 4.242 persones amb nacionalitat estrangera. L'origen majoritari dels empadronats i empadronades correspon a les persones nascudes a Àfrica amb un valor de 41,32%. Seguidament trobem a les persones nascudes a la Unió Europa i Amèrica, amb un valor de 26% i 24,26% respectivament.

		ALCOI	
		Valor absolut	%
UE		1.103	26,00
Europa comunitària	no	95	2,24
Àfrica		1.753	41,32
Amèrica		1.029	24,26
Àsia		259	6,11
Oceania i Apàtrides		3	0,07
Total		4.242	100

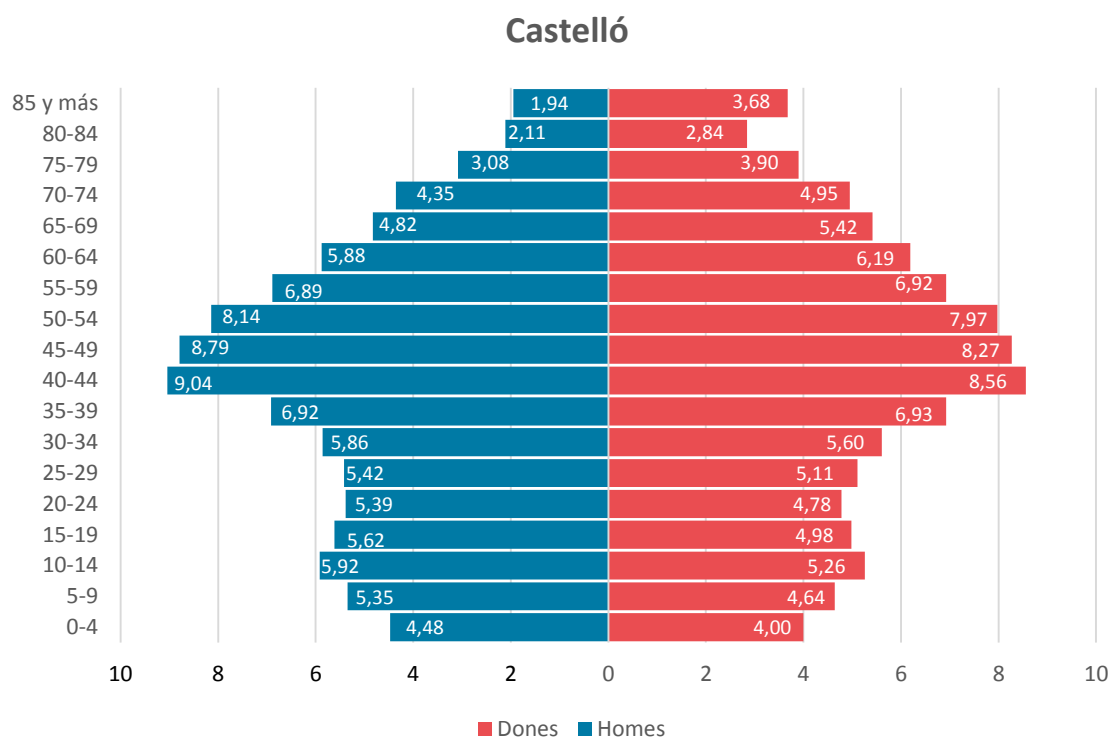
Taula 12: Origen de la població estrangera en Alcoi, valor absolut i percentatge. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

CASTELLÓ

La població de Castelló, segons les dades del Padró d'Habitants a 1 de gener de 2020, és de 174.264 habitants, dels quals el 51,61% són dones. El grup d'edat de 0 a 15 suposa el 15,82% del total, el grup de 16 a 64 anys, el 65,56% i el grup de 65 i més anys, el 18,62%.

S'observa una predominança dels homes en les cohorts d'edat de 0-15 i de 16-54 anys, però sense diferències significatives. El percentatge de dones és superior al d'homes a partir de la cohort d'edat de 60 anys. Es repeteix el patró que ja s'ha vist en les altres piràmides analitzades on hi ha un clar predomini de dones en les franges d'edats superiors.

En general, la piràmide ens mostra un model de població envellida, amb incidència de dones en les edats més avançades, en el qual les taxes de natalitat i mortalitat són baixes i amb un predomini de la població activa.



Gràfic 7: Piràmide poblacional de la ciutat de Castelló. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

L'origen majoritari dels empadronats correspon a les persones nascudes a la ciutat, concretament un 50,26%. Les persones nascudes a l'estranger és el segon col·lectiu més nombrós, amb un 18,81%. Seguidament trobem a les persones nascudes en altres comunitats autònomes, amb una representació del 18,61%.

		Castelló	
		Valor absolut	%
Castelló Província Castelló Comunitat Valenciana Resta d'Espanya Estrangers Total	de	87.591	50,26
		14.803	8,49
		6.652	3,82
		32.439	18,61
		32.779	18,81
		174.264	100

Taula 13: Població segons lloc de naixement. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

A la ciutat de Castelló hi ha 29.762 persones amb nacionalitat estrangera, de les quals la majoria procedeix de països de la Unió Europea amb un valor del 61,47%. Seguidament trobem les persones nascudes a Amèrica i Àfrica, amb un valor de 17,49% i 13,26% respectivament.

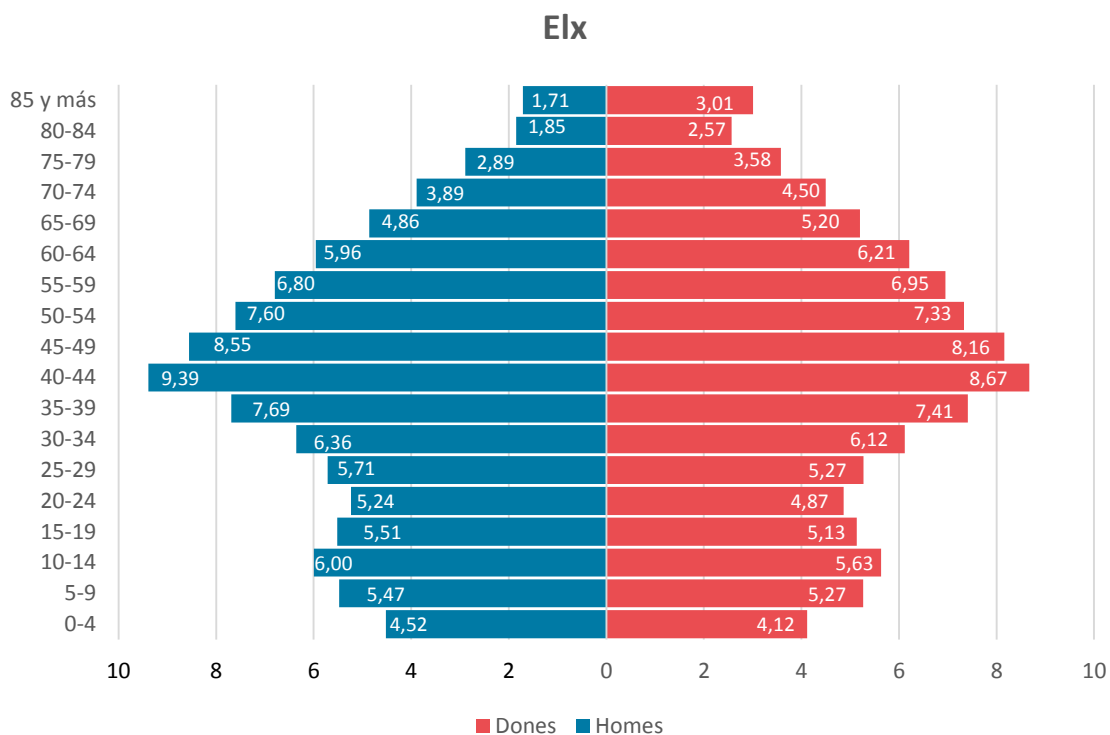
		CASTELLÓ	
		Valor absolut	%
UE		18.296	61,47
Europa comunitària	no	842	2,83
Àfrica		3.946	13,26
Amèrica		5.205	17,49
Àsia		1.453	4,88
Oceania i Apàtrides		20	0,07
Total		29.762	100

Taula 14: Origen de la població estrangera en Castelló, valor absolut i percentatge. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

ELX

La població d'Elx, segons les dades del Padró d'Habitants a 1 de gener de 2020, és de 234.765 habitants, dels quals el 50,42% són dones. El grup d'edat de 0 a 15 suposa el 16,60% del total, el grup de 16 a 64 anys, el 66,36% i el grup de 65 anys i més, el 17,04%.

S'observa una predominança dels homes en les cohorts d'edat de 0-15 anys i de 16-54 anys, però sense diferències significatives. En la ciutat d'Elx destaquen les persones d'entre 35-54 anys, tant en homes com en dones, respecte a les altres edats (33,23% i 31,57%, respectivament). A partir dels 65 anys hi ha, una vegada més, una major presència de dones que d'homes. Per tant, la piràmide ens mostra un model de població envellida, amb incidència de dones en les edats més avançades i una major quantitat d'homes en edat de treballar.



Gràfic 8: Piràmide poblacional de la ciutat d'Elx. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

Poc més de la meitat de la població és nascuda a Elx (53,06%). La població nascuda en la resta de comunitats autònomes d'Espanya és el segon col·lectiu més abundant en la ciutat (16,54%). Li segueixen les persones nascudes a la província d'Alacant (15,66%) i les nascudes a l'estranger (13,91%).

	Elx	
	Valor absolut	%
Elx	124.573	53,06
Província d'Alacant	36.755	15,66
Comunitat Valenciana	1.954	0,83
Resta d'Espanya	38.834	16,54
Estrangers	32.649	13,91
Total	234.765	100

Taula 15: Població segons lloc de naixement. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

A la ciutat d'Elx hi ha 26.306 persones amb nacionalitat estrangera, de les quals la majoria procedeix d'Àfrica, amb un total del 31,89%. Seguidament trobem la població nascuda als països de la Unió Europea i Amèrica, amb un valor de 27,16% i 25,66% respectivament.

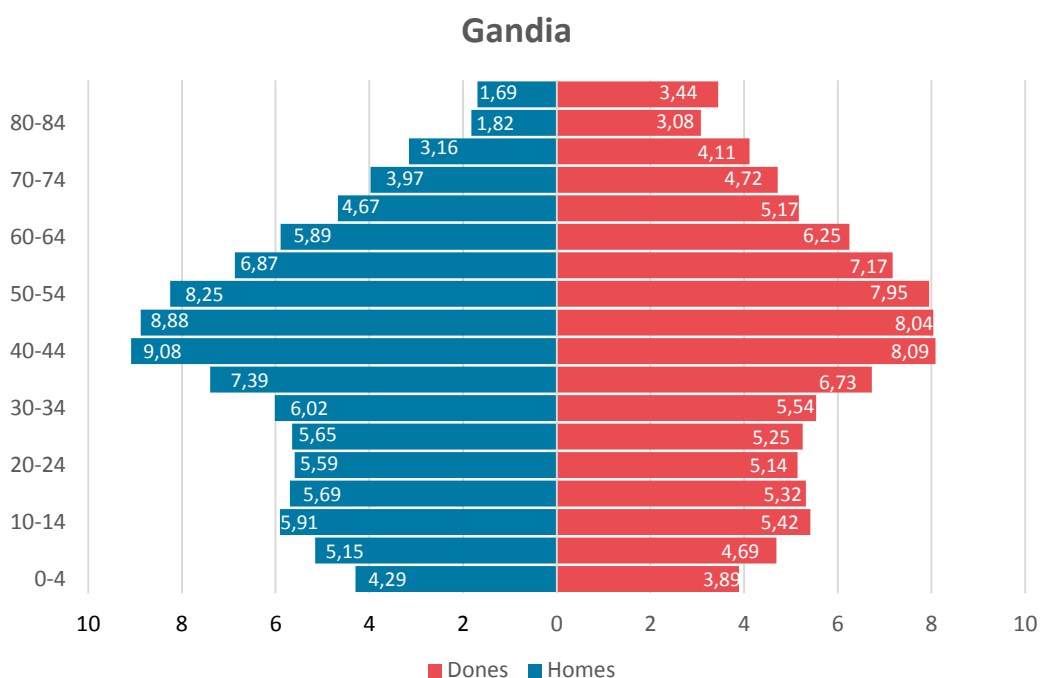
		ELX	
		Valor absolut	%
UE		7.144	27,16
Europa comunitària	no	1.258	4,78
Àfrica		8.388	31,89
Amèrica		6.750	25,66
Àsia		2.745	10,43
Oceania i Apàtrides		21	0,08
Total		26.306	100

Taula 16: Origen de la població estrangera en Elx, valor absolut i percentatge. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

GANDIA

La població de Gandia, segons les dades del Padró d'Habitants a 1 de gener de 2020, és de 75.798 habitants, dels quals el 50,87% són dones. El grup d'edat de 0 a 15 suposa el 15,80% del total, el grup de 16 a 64 anys, el 66,24% i el grup de 65 anys i més, el 17,96%.

Aquesta piràmide poblacional proporciona l'estructura del municipi de Gandia per grups d'edat i sexe. S'observa un alt percentatge amb edats d'entre 40-54 anys, tant d'homes com dones (26,21% i 24,08%, respectivament). No hi ha diferències substancials per raó de sexe. No obstant això, es mostra un model de població envellida, amb incidència d'homes en edat de treballar i de dones en les edats més avançades. Açò es deu al fet que en les societats occidentals existeix la tendència que les dones tinguen una major esperança de vida.



Gràfic 9: Piràmide poblacional del municipi de Gandia. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

Les persones nascudes a Espanya que resideixen en Gandia representen tres quartes parts de la població, amb un 75,04% del total (dels quals el 59,22% nascut a la província de València). La resta correspon a les persones nascudes a l'estranger (24,96%).

		Gandia	
		Valor absolut	%
Gandia		34.691	45,77
Província de València		10.196	13,45
Comunitat Valenciana		1.826	2,41
Resta d'Espanya		10.167	13,41
Estrangers		18.918	24,96
Total		75.798	100

Taula 17: Població segons lloc de naixement. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

A la ciutat de Gandia hi ha 15.642 persones amb nacionalitat estrangera, de les quals la majoria procedeix de països de la Unió Europea (45,66%). Quantitativament, el segon i

tercer grup d'estrangers el formen les persones foranes procedents d'Amèrica (23,55%) i d'Àfrica (17,18%).

		GANDIA	
		Valor absolut	%
UE		7.142	45,66
Europa comunitària	no	993	6,35
Àfrica		2.688	17,18
Amèrica		3.684	23,55
Àsia		1.127	7,20
Oceania i Apàtrides		8	0,05
Total		15.642	100

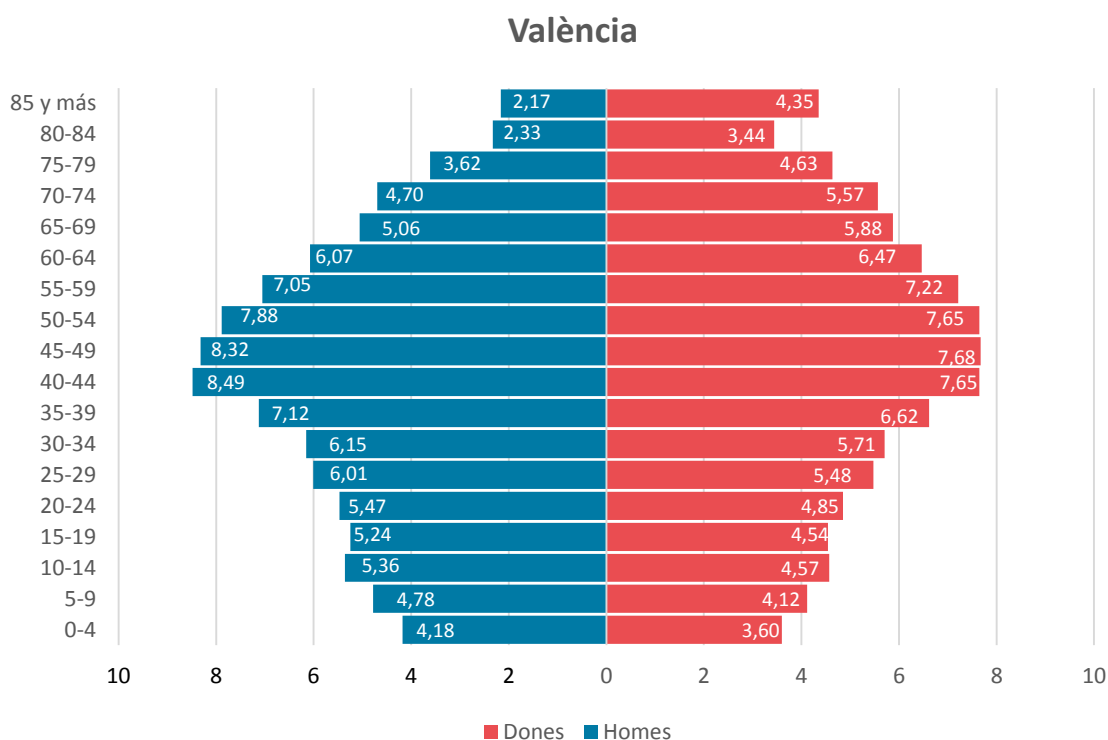
Taula 18: Origen de la població estrangera en Gandia, valor absolut i percentatge. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

VALÈNCIA

La població de València, segons les dades del Padró d'Habitants a 1 de gener de 2020, és de 800.215 habitants, dels quals el 52,48% són dones. El grup d'edat de 0 a 15 suposa el 14,23% del total, el grup de 16 a 64 anys, el 64,76% i el grup de 65 anys i més, el 21,02%.

Aquesta piràmide poblacional proporciona l'estructura demogràfica de la ciutat de València per grups d'edat i sexe. S'observa una predominança dels homes en les cohorts d'edat de 0-15 anys i de 16-64 anys, però sense diferències significatives. A la ciutat de València destaquen les persones 40-54 anys. A partir dels 55 anys hi ha una major presència de dones que d'homes a causa d'una taxa de mortalitat més baixa en el cas de les dones, arribant a tindre una diferència de 2,18 punts percentuals entre ambdós sexes en la cohort d'edat de 85 i més anys.

La piràmide en aquest cas també ens mostra un model de població envellida, amb incidència de dones en les edats més avançades i una major quantitat d'homes en edat de treballar.



Gràfic 10: Piràmide poblacional de la ciutat de València. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

L'origen majoritari dels empadronats en València correspon a les persones nascudes a la ciutat, concretament el 53,92%. La població nascuda a l'estranger és el segon col·lectiu més nombrós amb un 19,07%. En tercer lloc, el col·lectiu que li segueix és el de les persones nascudes en altres comunitats autònomes amb un pes del 16,84%.

		València	
		Valor absolut	%
València		431.451	53,92
Província	de		
València		62.437	7,80
Comunitat			
Valenciana		18.947	2,37
Resta d'Espanya		134.753	16,84
Estrangers		152.627	19,07
Total		800.215	100

Taula 19: Població segons lloc de naixement. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

A la ciutat de València hi ha 109.618 persones estrangeres de les quals la majoria procedeixen d'Amèrica i de la Unió Europea, amb un valor de 36,46% i 28,76% respectivament. El tercer col·lectiu més nombrós és l'africà (10,96%).

		VALÈNCIA	
		Valor absolut	%
UE		31.530	28,76
Europa comunitària	no	7.809	7,12
Àfrica		12.013	10,96
Amèrica		39.970	36,46
Àsia		18.186	16,59
Oceania i Apàtrides		110	0,10
Total		109.618	100

Taula 20.: Població segons lloc de naixement. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

4.3 APROXIMACIÓ A LA REALITAT SOCIOLINGÜÍSTICA DE LES CIUTATS ESTUDIADES

Per apropar-nos a la realitat sociolingüística d'aquests municipis, s'analitzen breument els resultats territorialitzats de la variable "competència lingüística" de l'Enquesta de Coneixement i ús del valencià realitzada per la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multiculturalisme l'any 2015. Encara que el grau de competència lingüística no mostra l'ús del valencià, aquesta informació pot esbossar la potencialitat d'ús del valencià en una determinada zona. És a dir, si la major part de la població entén, sap parlar, llegir i escriure en valencià, la potencialitat d'ús del valencià serà major que si la competència lingüística és d'una minoria de la població (sobretot en una situació de diglòssia en la que la llengua subordinada és el valencià). Al mateix temps, el grau assolit en competència lingüística d'una població pot ser un element a tindre en compte a l'hora d'estimar el seu potencial ús, encara que sempre tenint en compte que, al País Valencià, la situació del valencià es caracteritza per les restriccions d'ús en cert àmbits i de part de les seues funcionalitats pel fet d'ésser una llengua minoritzada.

Més del 85% dels enquestats de la Regió de València, de la Regió d'Alcoi-Gandia i de la Regió de Castelló entenen prou bé o perfectament el valencià (90%, 88% i 86% respectivament), mentre que a la Regió de la Ciutat de València i d'Alacant els

percentatges de resposta de qui entén prou bé o perfectament el valencià és inferior al 75% de les persones enquestades (74,5 i 65,9% respectivament). Destaca que el 30,4% de la mostra enquestada en la Regió d'Alacant entén poc el valencià.

Pel que fa a la competència de saber parlar, s'observen diferències marcades entre els territoris. Mentre que a la Regió d'Alcoi-Gandia i a la Regió de València el 77% afirma que sap parlar prou bé o perfectament en valencià, a les altres zones els percentatges són notablement inferiors. A Castelló, el 66% de la mostra enquestada afirma que parla prou bé o perfectament en valencià, en canvi a la Regió d'Alacant i de la Ciutat de València i àrea metropolitana sols el 44 i 46% respectivament afirmen que tenen aquest grau de competència. Cal destacar que el 15% de la Regió d'Alacant no sap parlar-lo i, en el cas de la ciutat de València i la seua àrea metropolitana, gairebé el 24% afirma no saber-lo parlar.

Pel que fa a la competència de saber llegir, s'observen també diferències marcades entre els territoris. Mentre que a la Regió d'Alcoi-Gandia i a la Regió de València, al voltant del 70% afirma que sap llegir prou bé o perfectament en valencià, a la Regió de Castelló, a la d'Alacant i a la de la Ciutat de València (i àrea metropolitana) els percentatges són notablement inferiors (57%, 52% i 50% respectivament). Cal destacar que el 25,8% de la població enquestada a la Regió de Castelló i el 22,4% de la mostra de la Ciutat de València (i àrea metropolitana) afirmen no saber llegir gens en valencià.

Amb la mateixa tendència observada a la resta de competències, en la competència de saber escriure presenten major percentatge en les respostes "prou bé i perfectament" les persones enquestades a la Regió d'Alcoi-Gandia i la Regió de València, amb uns percentatges al voltant del 52% de la mostra enquestada. En canvi, únicament el 41% de les persones enquestades a Castelló, el 32,4% de la Regió de la Ciutat de València i el 30% de la Regió d'Alacant afirmen que escriuen prou bé o perfectament en valencià. Cal destacar que el 40,1% de les persones enquestades de la Regió de la Ciutat de València i el 38,9% de la Regió d'Alacant afirma que no sap escriure en valencià.

		Regió d'Alacant	Regió d'Alcoi-Gandia	Regió de València	Regió de Castelló	Regió Ciutat de València i àrea metropolitana
Entén	Gens	3,6	2,2	2,7	3,9	4,4
	Un poc	30,4	9,7	7,1	9,8	21,2
	Bastant bé	32,7	20,0	21,3	21,6	33,3
	Perfectament	33,2	67,9	68,8	64,7	41,2
	NS/NC	0,1		0,1		
Sap parlar	Gens	15,3	10,1	9,0	15,0	23,8
	Un poc	40,2	11,8	13,8	19,2	30,3
	Bastant bé	20,7	19,3	18,4	13,6	19,7
	Perfectament	23,4	58,6	58,7	52,2	26,1
	NS/NC	0,4	0,2			0,2
Sap llegir	Gens	10,7	7,0	10,3	25,8	22,4
	Un poc	36,9	20,3	19,1	17,1	27,5
	Bastant bé	30,00	25,0	21,6	19,1	27,1
	Perfectament	22,4	47,6	48,8	38,00	23,00
	NS/NC	0,1	0,1	0,2		
Sap escriure	Gens	38,9	22,8	23,3	40,1	42,7
	Un poc	30,2	25,2	24,5	18,9	25,00
	Bastant bé	15,5	15,6	17,1	11,4	16,4
	Perfectament	15,4	36,3	34,9	29,6	16,00
	NS/NC		0,1	0,2		

Taula 21: Competència lingüística en valencià per zona. Font: Enquesta de coneixements i ús del valencià, Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme. 2015. Elaboració pròpia.

A partir dels resultats de l'enquesta de coneixements i ús del valencià de 2015 es podria fer una classificació segons la competència lingüística en valencià de les diferents zones, on destacarien al capdavant la Regió d'Alcoi-Gandia i la Regió de València, en un lloc entremig la Regió de Castelló i, finalment a la cua, la Regió de la Ciutat de València i la seua àrea metropolitana i la Regió d'Alacant.

**BLOC III. TREBALL DE CAMP.
RESULTATS**

CAPÍTOL 5. VALENCIÀ: DISCURSOS ENFRONTATS

“El mercat és també el lloc privilegiat i simbòlic del producte fresc. Les mercaderies s’exposen als ulls del comprador o del visitant, de manera visual i visible, oferint tota una gamma de colors i textures, d’aromes i olors penetrants. Però és cert que els mercats no només són això. Són llocs privilegiats per a la posada en escena i observació de les relacions socials: un espai públic de trobada i de transaccions entre persones de diferents orígens i creences on també es comunica, es fa circular i on es rep informació... per tant, un potent espai sociocultural i de significació” (Medina i Álvarez, 2007: 59)

5.1 NARRATIVES: SAPS QUÈ PASSA?

En aquest capítol s’ofereix l’anàlisi dels resultats dels grups de discussió realitzats en aquesta investigació. Mitjançant aquesta tècnica, s’han recollit les diferents percepcions i actituds presents als diferents grups socials relacionats amb la llengua i el seu ús en els diferents àmbits. Es tracta, per tant, d’una aproximació a les percepcions, des de l’imaginari col·lectiu, que es tenen sobre el valencià, la seua valoració social, el seu ús en determinades esferes i, més en concret, en l’àmbit comercial, que és l’objecte de la nostra recerca. Tots els grups de discussió es van plantejar en base a la mateixa estructura i guió: l’ús del valencià i els seus àmbits; la presència del valencià en l’àmbit comercial -xicotet comerç, mercats i centre comercial- i la promoció i estratègies de l’ús del valencià en l’àmbit comercial. Aquesta sistematització ha possibilitat realitzar una comparativa de resultats entre grups, malgrat que cadascun d’ells va mantindre la seua pròpia lògica i dinàmica interna en base als discursos espontanis i emergents que sorgiren en cadascuna de les converses grupals.

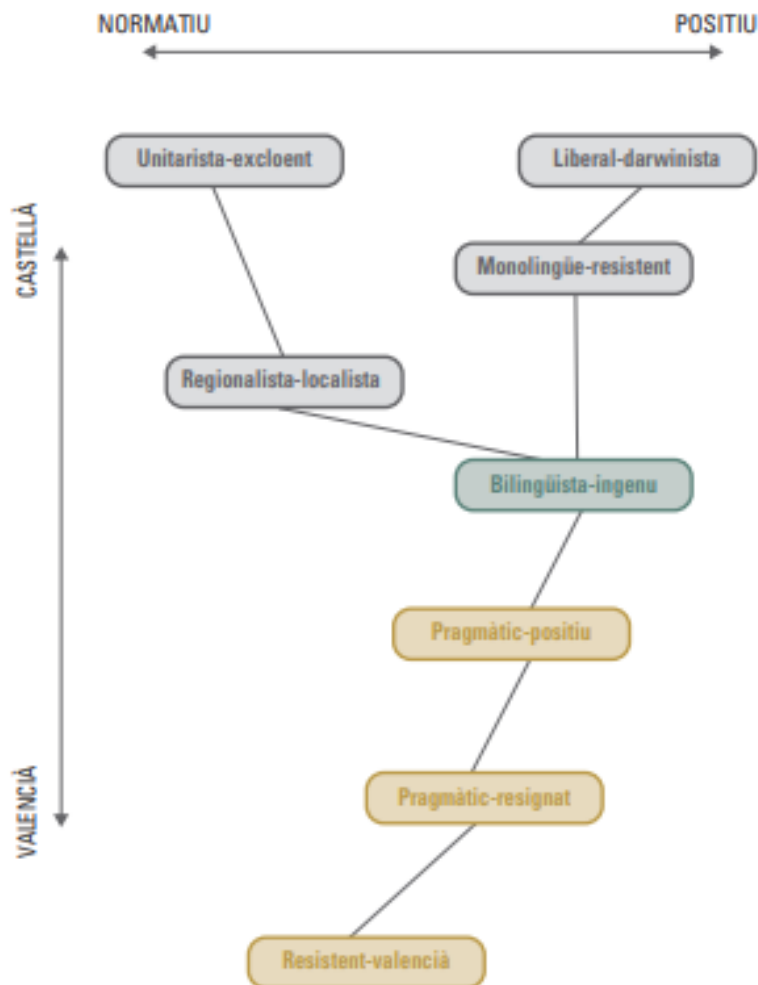
Al llarg del capítol es presenta l’anàlisi de les posicions discursives que han aparegut als diferents grups de discussió sobre el valencià i el seu ús, incidint en els elements que els caracteritzen. A partir del ventall discursiu emprat a l’estudi dirigit per Aparici i Castelló (2011), s’ha procedit a la classificació dels discursos que van emergir als grups de discussió. Aquest ventall discursiu s’ha elaborat a partir de dos eixos, cadascun d’aquests amb dues posicions polars. Un dels eixos es forma a partir de “la polaritat que pot veure’s

com una tensió entre allò normatiu i allò positiu” i l’altre eix estructurador es configura a partir de “l’oposició entre les argumentacions favorables a la normalització del valencià i les que es fan a favor del manteniment de pautes monolingües castellanques” (Aparici i Castelló, 2011: 172). El ventall discursiu resultant de la conjunció dels dos eixos serien les huit posicions discursives següents:

- Discurs unitarista-excloent: defensa la supremacia del castellà i menysprea el valencià. Mostra una posició contrària al valencià i a la promoció del valencià o la seua normalització en la societat valenciana.
- Discurs regionalista-localista: reconeix el valencià com la llengua del passat i amb valor patrimonial, però la considera una llengua de segona i s’oposa a la normalització lingüística.
- Discurs liberal-darwinista: defensa la posició de que cadascú trie la llengua que vol parlar, nega l’existència de conflicte lingüístic i justifica la subordinació del valencià en l’equilibri de l’oferta i la demanda. Es posiciona contrària a la normalització del valencià al considerar-la una restricció de llibertat.
- Discurs monolingüe resistent (castellà): es posiciona a favor de millorar la situació del valencià per als valencianoparlants però sempre que no afecte als castellanoparlants, i s’oposa a mesures de normalització orientades a tota la població.
- Discurs bilingüista ingenu: considera que hi ha una convivència del castellà i el valencià, però àmbits d’ús diferents on l’individu pot triar quina llengua vol utilitzar. Estima el valencià però s’oposa a les mesures normalitzadores perquè “els horroritza i acovardeix el conflicte” (Aparici i Castelló, 2011:187).
- Discurs pragmàtic positiu: considera que el valencià està en una situació de subordinació respecte al castellà i considera que cal normalitzar la llengua per a garantir els drets lingüístics de la ciutadania.
- Discurs pragmàtic resignat: és conscient de la situació de dominació que viu el valencià, està en contra del maltracte de la llengua i de les injustícies cap al valencià i als valencianoparlants. Està a favor de la normalització però té una visió negativa del futur de la llengua.

- Discurs resistent valencià: concep el valencià com un tret definitori de ser valencià (identitari i cultural i considera que la llengua és útil però està en una situació subordinada respecte al castellà. Està totalment a favor de la normalització lingüística.

En la següent il·lustració s'observa els posicionaments entre els eixos.



Imatge 5: El ventall discursiu davant els usos del valencià. Font: Aparici i Castelló (2011).

Abans d'endinsar-nos analíticament en les narratives, convé apuntar dues qüestions molt ressenyables que s'han detectat durant els processos de realització dels grups de discussió. La primera qüestió té a veure amb les escasses referències sobre l'ús del valencià en l'àmbit comercial que es fan als grups de discussió, fins i tot quan se'ls ha interpellat pels àmbits d'ús en els quals predomina el valencià. La segona es relaciona

amb el silenci i la incertesa generada en la situació grupal al preguntar directament sobre “la presència del valencià en l'àmbit comercial”. En alguns dels grups el silenci va ser llarg (per exemple, al d'Alacant i al de València), i en tots els grups van haver uns instants en què es creuaven mirades esquives entre els i les participants, esperant que algú s'animara a respondre. Sens dubte semblava ser un tema incòmode, complex o sobre el que no es tenia massa a dir.

Per últim, aquest capítol pot llegir-se com dos grans blocs, el primer conformat pels dos apartats següents (dos i tres), i el segon pels epígrafs quatre, cinc, sis i set (en realitat aquest últim és aplicat a tot)⁶⁴. A la primera part, i com a marc per després poder interpretar el que ha passat en l'espai comercial, atenem a les narratives sobre el valencià i els seus usos en diferents àmbits al País Valencià. Des de la hermenèutica, i parafrasejant Gadamer (2017), no hi ha text sense context i és impossible aproximar-nos a l'entorn i als el paisatge sonor i visual lingüístic comercial sense tenir en compte el propi context de la situació. Un escenari que probablement avui caracteritzarien Josep-Vicent Marqués (2000) com de perplex, i Josepa Cucó com insuportable (1998)⁶⁵. A continuació, en un segon bloc, s'ofereix una aproximació als discursos, generals i específics, sobre l'àmbit d'ús comercial i les actituds sobre la promoció del valencià en l'àmbit comercial. I, per finalitzar, a tall de cloenda, presentem les posicions trobades en els grups de discussió seguint la proposta abans assenyalada d'Aparici i Castelló (2011).

5.2 EL VALENCIÀ, UNA LLEGUA CASOLANA

La imatge del valencià que s'extrau als grups de discussió és la d'una llengua propera, familiar i casolana, adjectius que s'empren tant amb connotacions positives com pejoratives. La vessant positiva considera el valencià com una llengua apresada a casa i a partir de les interrelacions dutes a terme durant la socialització primària i secundària. Per això, el seu ús predominant es circumscriu a l'àmbit familiar i d'amistats i, en la seua definició, prima el seu valor afectiu-emocional-identitari al vincular-se amb la llengua

⁶⁴ Aquest capítol es podia haver dividit en dos, però hem optat per deixar-lo en un de sol perquè ens sembla important llegir-lo tot seguit per tant d'entendre millor els resultats obtinguts en l'espai comercial.

⁶⁵ Veure capítol 2.

pròpia del grup social. Raquel Casanoves ho descriu com una situació típica de diglòssia on “el valencià s’usa més en casa, amb els amics i en els xicotets comerços que no al carrer i en les grans superfícies” (Casanoves, 2012: 121).

“- Que passa de família a família, que no és que tu estudies valencià per anar-te a algun lloc a treballar d’això.

- Passa de pares a fills.” (GD02)

“- És familiar

- Més familiar, claro” (GD03)

D'altra banda, des de la vessant negativa, s'emfatitza la idea del valencià com a llengua d'anar per casa en contraposició al castellà, llengua d'ús a l'esfera pública. Així doncs, aquesta posició visibilitza una dissimetria entre ambdues llengües amb la subordinació i relegació del valencià a l'àmbit privat. Aquest posicionament, que estaria en consonància amb el discurs unitarista-excloent i amb el discurs regionalista-localista, s'enfronta al discurs normalitzador de la llengua i critica la normativització des de l'àmbit acadèmic com una construcció artificial de la llengua (Aparici i Castelló, 2011). Alhora, considera que el valencià parlat per la majoria és un valencià allunyat del normatiu, xampurrejat i amb multiplicitat de castellanismes. Tot plegat, aquests discursos degraden i minoren el valencià envers el castellà, posant en dubte la qualitat de la llengua valenciana, i legitimant, així, la substitució lingüística del valencià pel castellà.

“- Nosaltres també nos han ensenyat de veu, que no nos varen... és que supose que el nostre valencià és de la família, de casa...

- És valencià de carrer, no acadèmic.

- Jo crec que el valencià que parlem nosaltres és xapurraat eh? Perquè el valencià que parlem nosaltres jo crec que és xapurrao, és el de casa” (GD05)

“- Ací n’hi ha un 30 % que parla en valencià, el reste, en parla castellà. Tots.

- Ens costa. N’hi ha a algunes persones que ens costa parlar el valencià perquè identifiquem el castellà, el castellà... el... castellanismos... No?, es diu algo aixina? Sí. Parlem, pues... no estem habituats, són puntuals” (GD01)

Sota aquesta línia discursiva, alguns participants dubten, fins i tot, que el valencià normatiu siga “valencià”. D'acord amb aquesta percepció, critiquen que la normativització del valencià ha canviat l'essència de la llengua que elles i ells coneixen per apropar-se en excés al català, llengua que, per a algunes de les persones participants, és una llengua distinta del valencià. Aquesta és una mostra de la vitalitat del secessionisme lingüístic als discursos (Discurs regionalista-localista) (Flor, 2013). Des d'aquesta posició discursiva, la normativització és una manera d'imposar el català sobre

el valencià i, conseqüentment, critiquen durament la incorporació de nou vocabulari que perceben elements estranys del valencià i imposats a la ciutadania.

“- Sí, però és veritat també que la gent jove d'ara també és un dialecte lingüístic i està pendent perquè no és el valencià el que abans es parlava, ara és un valencià bé xapurreat com abans ha dit José. I ara no... ara no és el mateix, és un valencià...”

- No és valencià valencià ” (GD01)

“Fa vint-i-cinc anys tu dius ‘samarreta’ o coses d'eixes i vamos... que no” (GD06)

“Yo no sé escribir perfectamente todo. Mantener una conversación puedo soltar miles de espardeñàs pero yo no sé escribir en valenciano y...bueno...pues quizás me ponga a hablarlo y utilizo el... el valenciaenglish, como se llame, ¿vale? (ríe), y, bueno, pues se permite, se permite, no se llega a la pureza... yo creo que por las circunstancias de que (tosen) no se ha hablado mucho.” (GD06)

Altra percepció que es recull en alguns participants dels grups de discussió té a veure amb l'evolució del valencià amb el temps. Consideren que, actualment, el valencià està de moda, que socialment ha adquirit valoració. Així doncs, estableixen una comparació entre altres contextos temporals en els quals es considerava el valencià com una llengua pròpia de persones de poble “amb escassos recursos culturals”, i el moment actual en què forma part del capital cultural i en què és un element demandat en el món laboral (principalment a l'Administració Pública). El fet de parlar valencià normalitzat està percebut com un element de distinció social, d'ordre cultural. En alguns discursos s'observa un canvi en la consideració de parlar valencià, es superen els estereotips vinculats a ser de poble, analfabet i parlar valencià per l'autoadscripció amb certs imaginaris de caliu identitari, de reconeixement i orgull per compartir trets i pertànyer a una comunitat lingüística allunyant-se d'altres sentiments de menyspreu i la vergonya per parlar una llengua minoritzada socialment infravalorada.

“Antes la gent intentava tapar-lo, i ara la gent cada vegada el pensa més el valencià. Ara pareix que estiga més de moda, que siga més moda el valencià, pareix” (GD05)

“- No... yo creo que cada día...

- Antes, más. Pienso yo.

- Cada día menos

- Yo creo que antes sí que se pensaba “va, este és de poble”... (varios “sí”)...

- Ahora no va identificado con el pueblo...

- Incluso todo lo contrario, ahora es casi...

- (continúa)... casi todo lo contrario

- (continúa)... claro, como está el valencià normalitzat parece que seas alguien si lo hablas.

- Quiero decirte, ahora está, no se ve de forma peyorativa para nada.

“Ahora es un plus...
- De hecho lo exigen para todo...” (GD06)

“Pero sí que es verdad que hubo una época que... con la relación con lo de pueblo... de forma despectiva y ahora no. Ahora no te da vergüenza hablar el valenciano.” (GD06)

Pel que fa a l'anàlisi sobre l'ús del valencià en el moment actual respecte a fa tres dècades, els resultats dels grups de discussió mostren que no hi ha una posició unànime sobre si hi ha un major ús, igual o menor. Mentre que algunes persones valoren que el valencià ha anat guanyant àmbits fins ara en desús i ha augmentat substancialment la seua utilització, altres discursos manifesten el retrocés del valencià quant al seu ús, que, en alguns casos, es valora com a irrecuperable. D'altra banda, l'opció immobiliària de la llengua, és a dir, la situació hipotètica en la qual al llarg dels anys la situació social i la vitalitat etnolingüística del valencià no ha canviat, és pràcticament inexistent. Tal i com s'exposa a continuació, les persones participants es posicionen al voltant de si hi ha un major o un menor ús del valencià aportant arguments sobre els possibles factors que han propiciat el canvi cap a un augment o descens del valencià en la societat valenciana. Com es venia apuntant, dintre de la heterogeneïtat dels discursos recollits en els grups, hi ha qui valora una major presència del valencià a l'actualitat que en dècades anteriors. La imbricació de la llengua als centres educatius i la valoració positiva del valencià al *currículum vitae* s'associen a aquest major ús generalitzat del valencià. D'entre aquests factors que propicien l'augment d'aquest ús, alguns i algunes destaquen positivament el valor instrumental i el reconeixement del valencià en l'accés als llocs de treball del funcionariat públic. També hi ha qui considera que l'aprenentatge de la llengua pot oferir millores i oportunitats en el futur professional dels xiquets i xiquetes.

“Es cierto, pero yo creo que algunos años para acá se está volviendo a hablar valenciano. Yo creo que, él lo comentaba, que el colegio se habla en valenciano es importante [...]” (GD04)

“*Hombre, yo creo que hemos progresado, ¿eh? Cuando iba al colegio, daba dos horas de valenciano...*
- ... y ahora se dan asignaturas en valenciano... todas las clases en valenciano.” (GD04)

“Yo también creo que los padres también están concienciados de que el valenciano sobre todo para vivir aquí, para unas oposiciones o lo que sea es necesario, porque a mí por ejemplo me matricularon en línea valenciana en primaria y en secundaria” (GD02)

Un altre factor que incideix en el major ús de la llengua es relaciona amb la valoració social del valencià, que ha millorat d'ençà dues dècades. De ser una llengua mal vista,

pròpia de la gent de poble i sense estudis, i considerar-la inapropiada a l'àmbit públic (reminiscències del franquisme), s'ha convertit en la llengua de l'educació a les zones de predomini lingüístic valencià i amb una major visibilitat en diferents espais d'àmbit públic, com ara l'Administració Pública, la televisió, etcètera, però principalment en l'àmbit educatiu.

“Però parlem d’una època també que... dius tu, fa vint anys, fa vint anys no estava igual vist com ara el valencià. El valencià... jo era joveneta i ningú parlava valencià en Gandia” (GD05)

Tanmateix, aquest augment de la presència del valencià és considerat negatiu per algunes persones, en tant que suposa una amenaça a l' statu quo. Des d'aquestes posicions discursives es critiquen les polítiques de promoció lingüística i l'increment del valencià al currículum educatiu, en particular, i al si de la societat, en general, emprant arguments que giren al voltant de la utilitat de la llengua valenciana en una societat globalitzada. D'acord amb aquesta lògica, consideren que el valencià no és útil per al futur professional de les generacions més joves en comparació amb altres llengües com ara l'anglès, ni tampoc ho és pel seu escàs valor com a llengua de comunicació al País Valencià (“quan tots saben parlar castellà”). Aquesta crítica al valor poc instrumental de la llengua està present en els discursos a favor de la substitució lingüística irreversible al castellà, com ara posicions discursives com la unitarista excloent (“es España y se tiene que hablar español”), la regionalista-localista, la liberal darwinista i la monolingüe resistent (“por qué tengo que aprender valenciano si no lo voy a utilizar” (GD01).

“Se le daba más importancia al valenciano que al inglés y entonces hay la pequeña rabia de jelines, a ver el... me enseñaran más inglés y el valenciano ahí, perfecto, es parte de nosotros, lo veo genial, pero yo creo que la poca rabia que hay es esa, de que hayamos chocado tanto con el valenciano que entre comillas no nos sirve para mucho, y el inglés nos lo habían dejado ahí un poquito atrás. No es como el catalán, que tiene connotaciones negativas por todos los lados
Claro, supongo que si desde pequeños ya se les enseña que van a ser útil, van a ser útil, útil ese idioma, ya entonces lo ven con otros ojos. Pues viendo que el inglés pues tiene, te abre más puertas, pues el valenciano te quedas como vale, pues en casa” (GD01)

Respecte als factors que han propiciat l'impuls cap a la major presència del valencià i el seu ús en comparació amb èpoques anteriors, les i els participants destaquen, d'una banda, el recolzament institucional que s'ha traduït en polítiques públiques de promoció lingüística cap a la normalització. D'altra banda, l'altre factor apunta a la major presència

del valencià en els personatges públics i amb representació pública. Per últim, també inclouen entre les causes del motor que ha propulsat la llengua una major consciència social sobre el valor de la llengua i la necessitat d'evitar que augmente el seu desús per tal de recuperar-la i vitalitzar-la com a part del patrimoni viu del poble valencià (posicions discursives del valencià-resistent i pragmàtic-resignat).

“ - Jo crec que sí se parla més valencià
 - Però a la gent jo pense que no l'influeix res
 - Això també. Si el president parla la teua llengua això és molt important també
 - Ximo Puig se dirigeix en valencià” (GD03)

“El govern què fa amb els negocis amb el nom valencià? Una ajuda. Per què? Perquè s'està perdent. Per això fan les ajudes eixes. De posar la carta en valencià, només la carta i el cartell de fora. I dius... entonces pues estan promovent-ho...
 - Sí, perquè sinó es perdrà. ” (GD01)

“Jo crec que també, culturalment, tenim la consciència de recuperar el valencià...”
 (GD05)

Altre motiu pel qual algunes de les persones participants consideren que ha augmentat la presència del valencià té a veure amb una estratègia adoptada per la població autòctona (tant valencianoparlants com castellanoparlants) de distinció social amb la població nouvinguda, principalment d'origen estranger. Aquest aspecte apareix de manera recurrent als grups de discussió, on es manifestava insistentment que l'increment de la “línia en valencià” als centres educatius s'ha produït perquè els pares i mares no han volgut que els seus fills i filles compartiren classe amb persones estrangeres, propiciant un “repunt del valencià”. Aquest repunt és considerat “hipòcrita” perquè no respon a un vertader interès lingüístic o de recuperació del valencià, sinó més bé una estratègia de segregació per origen. S'introdueix en l'imaginari col·lectiu la imatge del valencià com “la opció menys roïna”, que evita la interrelació amb persones immigrants.

“Però sí que és cert que lo que dius tu mateixa, abans, imagina't fa vint anys, no hi havia tanta immigració i es parlava menys valencià que ara. Jo crec que ara és un poc per diferenciar-nos. Me dóna la sensació”. (GD05)

“ [...] muchos padres llevan a niños, a niños a línea valenciana para evitar estar en contacto con los inmigrantes, o para... eso también suele pasar. Y ahora sí que es cierto que yo creo ahí un repunte del valenciano... un poquito más... [...] sí, pero hay mucha hipocresía al respecto, porque para separar todos los padres llevan los hijos al valenciano para que no se junte con el moro, y es así... entonces el valenciano ya no es tan malo [...] a tu hija no la apuntas al valenciano para que aprenda la lengua, la apuntas para

separarse del malo, digamos, entre comillas malo, a lo mejor no es malo pero como es moro es malo... o sea, no la metes porque tú quieres que hable valenciano y tenga el C2, lo metes porque como aquí hay mucho moro, o mucho chino, tú vete para el español que mejor, ¿no? Entonces no la estás llevando porque tú quieres, la estás llevando porque te quieres que no..." (GD04)

Tal i com s'apuntava a l'inici d'aquest apartat, la manca de consens respecte a l'ascens o descens del valencià a les darreres dècades s'ha observat al si dels diferents grups de discussió. De manera que, en un mateix grup, es visibilitzen tant discursos que consideraven un augment en l'ús del valencià, com altres que manifestaven la tendència contrària. Les i els participants que mostraven aquest discurs oposat consideraven que l'ús del valencià va minvant paulatinament en un procés de castellanització unidireccional que provoca una situació de substitució lingüística i, per tant, la pèrdua de la llengua pròpia (discurs pragmàtic-resignat i valencià resistent).

"El valencià s'està perdent, està desapareguent. Ací en Alcoi, cas." (GD01)

"Yo pienso que el valenciano no se usa tanto como antes a lo mejor..." (GD04)

"Yo creo que sí, que sí que ha cambiado..."

- A lo mejor, por esta zona, se ha ido castellanizando más que antes, ¿no?

- Yo creo que antes sí que hablarían valenciano... que antes si parlaban valencià..." (GD04)

"Reconozco que cuando me vine aquí, era más niña, y como que me adapté más, entre el colegio etc, me adapté más, y de hecho es lo que te digo, si me pongo a hablarlo, lo hablo, lo que pasa es que luego es cierto que con el paso de los años, como que se ha ido dejando de hablar, entonces, vas perdiendo el hilo, ¿me comprendes?, vas perdiendo el hilo, yo veía los dibujos en valenciano, y ahora no, ¿eh?" (GD04)

El descens de la presència i ús del valencià genera dinàmiques negatives per a la supervivència de la llengua basades en la baixa vitalitat de la llengua en un context determinat. Quan més presència té la llengua minoritzada a la quotidianitat i més predomina el seu ús instrumental per a la comunicació del dia a dia, més s'implica la població en el seu aprenentatge en la societat. Aquest cercle genera dinàmiques de revitalització lingüística, més orientades a l'ús oral que a l'escrit. En aquest sentit, es perpetua l'asimetria i la reproducció d'estereotips entre la llengua parlada (el valencià) i l'escrita (el castellà), ja que la llengua parlada ens porta a una concepció de baixa cultura enfront de la llengua escrita que pertany a l'alta cultura (Ninyoles, 2017). Aquest discurs s'aproparia a les posicions del bilingüista ingenu, en la que no es fan presents les tensions i els obstacles culturals, econòmics i polítics que entren en joc en el fet de fomentar i posar en valor una llengua o una altra. Seguint les paraules d'Aparici i Castelló, des

d'aquesta postura discursiva es veu “amb simpatia el valencià, però des d'aquest convenciment de l'espontània i harmònica convivència lingüística al si d'una societat bilingüe, ha naturalitzat la posició absolutament dominant del castellà” (Aparici i Castelló, 2011: 188).

“ [...] Antes se hablaba más, entonces es como que te implicas más, es como que, como lo vas entendiendo, sin querer te va saliendo, porque yo, cuando vine, insisto, ya no es porque lo haya dado en el colegio, [un golpe en la mesa] en la asignatura...” (GD04)

La percepció de la relació inversa entre l'aprenentatge lingüístic i el seu ús és una de les idees que, d'una banda, genera cert rebuig entre els que es posicionen en postures discursives en defensa de la llengua i, d'altra banda, serveix de dard enverinat als que adopten postures contràries a la normalització lingüística del valencià. Respecte a aquesta relació inversa, algunes de les persones participants posen de manifest el fet que, tot i que s'incrementa la competència lingüística de la població, no s'incrementa el nombre de persones que fan ús del valencià a l'espai públic. D'ahí que es critique que la competència adquirida no és instrumental, sinó més bé un aprenentatge de continguts teòrics però no aplicable a la pràctica perquè, segons el seu punt de vista, el valencià “parlar-lo no se parla”.

“És que estava prohibit antes i no s'estudiava a l'escola, ara si...”

- Jo pense que ara s'estudia però no se parla

- Si, ara s'escriu però no se parla

- I entonces no estudiàvem i parlàvem

- Ara s'estudia perquè obliguen en molts puestos a que tingues el valencià però per parlar-lo no se parla” (GD03)

“Ara els xiquets, la nova generació, pues tenen les assignatures, pues més el valencià, més... Nosotros antes teníem lo que esteu dient, una assignatura en valencià i tot lo demás en castellà.

Totes les assignatures. Les tenen en valencià. Lo que passa que ells, sin embargo, ells parlen més castellà, per lo menos els meus fills, no sé per què...” (GD05)

“La gente universitaria, pero también depende. Yo por ejemplo, caso muy cercano: mis sobrinos. Mis sobrinos han estudiado la EGB, BUP y COU o la Secundaria en valenciano, ¿vale? Luego han empezado a ir a la facultad y yo veo que son valencianoparlantes, perfecto, porque aparte lo han mamao' en el colegio, y luego no lo hablan, en mi entorno, ¿eh? Yo no los oigo hablar en valenciano, ni con sus amigos (“¿Con sus amigos?”)... tampoco. Y son unos amigos que han ido con ellos al colegio” (GD06)

Al voltant d'aquesta qüestió s'han situat diferents posicionaments discursius contraposats que exposen cadascuna de les distintes premisses. En el cas de la postura regionalista-localista, es considera que l'obligatorietat d'aprendre valencià és una

“imposició difícil de justificar” en tant que es troba descontextualitzada perquè el valencià “pertany al patrimoni del valencians” però és “una llengua menor, de segona categoria, d’anar per casa” que “no cal promocionar-la, no és una llengua per a això”, més bé pertany “al món de l’etnografia [...] folklore” (Aparici i Castelló, 2011: 175-176). En canvi, la posició discursiva liberal-darwinista considera que el fet que no augmente l’ús del valencià malgrat l’augment de la competència lingüística té el seu origen en la llibertat individual per a escollir la llengua per a comunicar-se. D’acord amb aquesta idea de base, aquesta posició es fonamenta en la superioritat de partida del castellà i, per tant, la tria d’una llengua sol comportar la tria generalitzada del castellà. Aquesta postura nega la situació de conflicte lingüístic i creu que “en l’evolució de les llengües les més fortes són les que sobreviuen i el que una llengua ocupe una posició subordinada s’ha d’entendre com un senyal del fet de que esta llengua ja és prescindible” (Aparici i Castelló, 2011: 181). D’aquest discurs es desprèn una actitud d’intolerància cap a l’ús normal del valencià i les polítiques de normalització. Altra postura discursiva és la del bilingüisme ingenu, des de la qual es manifesta que els agradaria que de forma “natural” (sense intervenció) es parlara més valencià, però vrien com una imposició el foment de l’ús del valencià. Per últim, la postura del valencià pragmàtic resignat afirma que aquesta relació inversa entre competència lingüística i ús del valencià a la societat és la conseqüència de “realitats quotidianes resistents i intolerants a l’ús normal del valencià” (Aparici i Castelló, 2011: 203).

Un altre factor que es subratlla com a detractor de l’ús del valencià és la manca de necessitat d’emprar el valencià en cap àmbit ja que el castellà cobreix les funcions de la llengua. Aquesta idea estaria en la línia d’aquella que sosté que si una llengua és necessària per a la comunicació dintre d’un grup social, la llengua perviu, però en cas contrari no.

“Yo creo que ya está como generalizado, o sea todo el mundo habla castellano y como la gente a lo mejor que entiende más valenciano y que lo habla siempre te cambia al castellano también, tampoco intentamos nosotros, yo lo tengo oxidado, en teoría sí que entiendo pero lo que es el tema de hablarlo sí que se me da bastante mal [...]” (GD02)

Tal i com s’exposa a continuació, moltes de les participants consideren que per a entendre la situació del valencià hui, cal fer una retrospectiva per situar-se a l’època franquista, en tant que la situació actual del valencià és conseqüència de la

criminalització de la llengua i la persecució dels seus parlants durant la dictadura. Inevitablement, la repressió durant dècades, els càstigs, el menyspreu a la llengua i l'autoodi ha quedat palès en el descens de valencianoparlants i també en la configuració ideològica. Independentment de l'impuls de normalització del valencià amb el procés de democratització que ha intentat revertir aquests processos de substitució lingüística, no s'esborren les dècades de degradació, menyspreu, invisibilització i restricció de la llengua (Discurs pragmàtic-resignat). La repressió lingüística franquista és considerada per a alguns dels participants com el principal responsable de la posició social de llengua subordinada a l'actualitat. Tot i així, als diferents grups es recull una situació de consens unànime en vers els avanços del valencià aconseguits a les últimes dècades en l'àmbit educatiu i a l'Administració Pública (tant d'aquells que estan a favor de la normalització com dels que estan en contra).

“-Les monges de fet et castigaven si parlaves en valencià.
-Només se parlava a casa
- Home, pel senyor Francisco” (GD03)

“...que fa vint anys...era tot lo contrari, lo que es pretenia era tapar-ho. Clar. Entonces clar, nosaltres jo crec que el que més i el que menos som les últimos coletazos del franquismo...” (GD05)

“No sé si por las circunstancias de que si en la calle no se podía hablar, porque había una temporada que no se podía hablar, una época bastante fuerte, o porque estaba penalizado entre comillas, y esto creo que ha pesado mucho. No como en otras comunidades, porque...” (GD06)

“- Lo que yo sí que he oído es que en la época del franquismo y tal, que se dice que no se hablaba valenciano. Claro, no se podía hablar valenciano a nivel oficial, es decir, cada uno en su casa imagino que sí, a lo mejor en la calle, a lo mejor no sé si te sancionaban o no. En la Administración lógicamente no, es un Estado centralizado, ¿vale?” (GD06)

A més d'aquestes raons sociohistòriques d'origen que atribueixen algunes persones al menor ús del valencià, altres introdueixen com a factor condicionant el baix prestigi social del valencià (valoració que, com hem vist, també beu de les estratègies de menyspreu del franquisme). El fil argumentatiu d'aquest desprestigi del valencià parteix d'una concepció prou estesa que el valencià és una llengua de persones amb baix capital cultural i de poble (on més s'ha parlat valencià tradicionalment). Aquesta qüestió l'analitza Ninyoles (2017), on recull el fenomen de canvi lingüístic cap al castellà dut a terme, primerament, per les elits, amb una marcada finalitat de distinció social i,

posteriorment, per la burgesia urbana, que ho feu amb la intenció d'integrar-se en les classes superiors. Les conseqüències d'aquesta translació del valencià cap al castellà a les ciutats i el fet de convertir la llengua com a mesura de prestigi i posició social es sintetitzen en un esquema dicotòmic que jerarquitzava i contraposa en base els següents elements: poble-valencià-analfabet versus ciutat-castellà-capital cultural. Aquest sistema de categories, no exempt de prejudicis, s'ha mantingut al llarg del segle XX i principis del XXI, generant dinàmiques d'autoodi, de canvi lingüístic i, en definitiva, de substitució lingüística. Algunes famílies quan es traslladaven a la ciutat havien de canviar de llengua, o quan s'anava a la ciutat a fer qualsevol gestió es canviava al castellà i, fins i tot, dins de les famílies es creaven dinàmiques rupturistes amb la transmissió del valencià. Hui en dia, les conseqüències d'aquesta jerarquització entre les llengües estan presents en gran part de la societat valenciana (de forma conscient o inconscient).

“Ellos cuando se vinieron del campo, según me contó mi abuela, la gente que hablaba valenciano es como que estaba un poco repudiada, porque eran los de fuera, entonces eran los que venían a la ciudad a buscarse la vida. Entonces para que la gente de aquí no supieran que ellos venían de pueblo a mi abuelo, o sea mi abuelo les obligaba a mi abuela a, o sea su padre le obligaba a mi abuela a no hablar en valenciano para que no supieran que eran de fuera” (GD01)

“- Yo tengo entendido, por mis suegros y eso, que sí que son de aquí de... por ejemplo mi suegra en su casa con sus padres, sí que habla valenciano, y luego fuera, hablaba castellano porque estaba como mal visto hablar valenciano por que era como de... no sé, como de...

- ... de inculto o analfabetos...

- ... de incultos o algo así, por lo que yo no sé, tampoco soy de aquí, pero...” (GD04)

“- Sí. Es de lo que hablábamos antes. Que antes el que hablaba valenciano (“Era de poble”)... era como... (“Y se le penalizaba”) inferior, no sé.

- Tu hablabas en el colegio y te castigaban.

- Era como una vergüenza. A mí es lo que se me ha transmitido, ¿eh? O si vas al colegio y hablas valenciano, no lo hables porque te van a castigar, a mí es donde me ha llegao.” (GD06)

“[...]. A l'escola quan era xicoteta me feia: tens que parlar en castellà perquè les xiquetes tenen que ser fines i tenen que parlar castellà. Que ja veus tu... Però bueno, era una altra història i en canvi ma mare pobra, no sabia parlar castellà que no s'aclaria, doncs parlàvem en valencià” (GD03)

“- Ellos hablaban... el matrimonio hablaba valenciano pero a los hijos, castellano.” (GD06)

Malgrat que aquest discurs sembla superat i qüestionat en base a criteris com el grau de competència en valencià o l'ús del valencià normatiu, actualment, en segons quins contextos, segueix vigent aquest binomi dicotòmic valencià-poble/castellà-ciutat.

“En algunos... en algunos ambientes sí que sigue siendo un poco... sí que hay gente que “eh, mira este què de poble; mira...”, pues por hablar en valenciano” (GD06)

Un altre factor que es considera clau per a l'anàlisi del descens de l'ús del valencià al País Valencià té a veure amb els moviments migratoris i la conseqüent presència de població d'origen estranger i d'altres comunitats autònomes. Mentre que algunes persones posen l'accent únicament en les persones estrangeres, altres incorporen la immigració espanyola i, fins i tot, el turisme nacional com a variables que incideixen en una major presència del castellà al territori valencià.

“Se està perdent sí o sí. Se està perdent sí o sí perquè vénen tots de fora... amb els estrangers...

- Sí, últimament, últimament, no sé si os aneu donat conter, n'hi ha mogolló però mogolló, han vingut mogolló de andalusos ací Alcoi a buscar faena, però mogolló. Jo ..., és més, jo un dia...

- El andalús no sap parlar valencià.” (GD02)

“- Yo supongo que también, que es el tema de la gente que ha venido de fuera el que no ha entendido el valenciano de siempre...

- ... los de fuera no sólo inmigrantes...

- ... no no, de fuera, yo me refiero por ejemplo a gente de Madrid...

- Porque antes se hablaba casi todo valenciano, y empezaron a venir y mira, todo castellano ahora” (GD04)

“- Sí, pero se está quitando... pero vamos a ver, sí se está quitando en muchos sitios, sí se está quitando casi todo, por la inmigración [extranjera], porque parece racismo, porque no entienden...” (GD04)

Aquesta situació marcada per la davallada de l'ús del valencià degut a l'arribada de persones castellanoparlants provoca distintes actituds als discursos. Una és la que es manifesta a favor de la substitució lingüística sense conflicte per tal de facilitar la comunicació (discurs unitarista-excloent, monolingüe resistent i liberal-darwinista). Una altra és la que observa amb resignació la pèrdua d'espais en valencià i, per últim, hi ha les posicions que mostren amb actitud crítica aquesta realitat i defensen la necessitat de normalitzar l'ús del valencià (i la competència lingüística d'aquells i aquelles que no saben parlar en valencià) i posar-lo en valor en la societat valenciana.

“- ... que viene mucha gente de fuera y ya está...

- ... por hacerlo más fácil, todo el mundo te habla en castellano.” (GD04)

“-Però és que cada vegada ve més gent de fora, entonces no podem... els que quedem som tant poquets ja, que no podem anar en contra dels que vénen de fora” (GD03)

“És que eixos són els que han vingut ara la collita última que és a l'escola que no entenen, entonces claro, la classe per més valenciana que siga tenen que traduir-lo als xiquets per

a que entenguen la classe, entonces els altres pues agarren el... imagine jo que se pujaran al carro del castellà” (GD03)

- “- Jo crec que és pel que hem dit que hi ha moltíssima gent de fora...
- Els de fora no ho valoren...
- Els de fora no, ni respecten, no el respecten...
- Però és que els primers que no ho respectem som nosaltres per parlar-los en castellà, si volen estar ací que aprenguen” (GD03)

Un altre element considerat com una limitació que ha condicionat el manteniment actiu del valencià a la societat valenciana és el tancament de la radiotelevisió pública valenciana (Canal 9) i els posteriors quatre anys en els quals els valencians i les valencianes no tingueren un mitjà públic amb la llengua pròpia. Els participants reconeixen el paper d'aquest mitjà de comunicació com a agent socialitzador en llengua valenciana fonamental per a les generacions més joves que, mitjançant la programació infantil, a més de familiaritzar els xiquets i xiquetes amb la llengua, introdueix el valencià a totes les llars d'una manera subtil i harmoniosa (no percebuda com una imposició ni una invasió).

- “- ... ahora ya no está, quitaron el...
- ... no pero está A Punt...
- han puesto A Punt sí, pero eso ya no lo veo...
- ... este año y medio sin Canal Nou, para nosotros (¿?) A Punt, lo he vuelto a buscar y lo he vuelto a poner pero ahora ya para el hijo...
- ... se ha notado, ese cambio se ha notado...
- ... se ha notado mucho, porque tenías antes el Babalà, Joan Monleón, a Los Picapiedra...
- ... ya hora tienen al este, al Pocoyo, (risas), o al “Craiú” ese en castellano...” (GD04)

- “- ... ahora está A Punt, también...
- ... ya bueno pero hemos estado tres años y medio sin televisión valenciana...” (GD03)

Per últim, alguns i algunes participants relacionen la situació del valencià amb la voluntat política, concretament, la falta d'acció des del govern autonòmic per impulsar polítiques públiques eficients que potencien l'ús del valencià, així com per dur a terme actuacions complementàries que revaloritzen el valencià com a llengua de comunicació dels valencians i les valencianes. Algunes veus matisen que el problema se centra en la inactivitat i la mancança d'actuació pública per a normalitzar el valencià que s'ha sostingut durant molts anys. Altres, per contra, situen el nucli del problema en que no se li ha donat prou importància (política i econòmicament) a aquest assumpte. A aquesta idea que a nivell polític no s'ha fet prou per la normalització del valencià, subjau la noció de que el temps ha passat i és tard per exigir a la ciutadania que en faça ús. És a dir, la

manca d'implicació política justifica l'exempció de responsabilitat ciutadana. Les postures discursives presents en aquests discursos són: regional localista, la liberal darwinista i la monolingüe resistent, tres postures discursives obertament en contra de la promoció del valencià i la normalització de la llengua.

“En su día no hicisteis nada por que siguiera el valenciano, ahora, después de veinte, treinta o cuarenta años, no puedes exigirlo” (GD04)

“Bueno, yo creo que ha sido un poco la evolución de que no se le ha dado la suficiente importancia desde la formación, desde los entes públicos y ahora se quiere recuperar y creo que incluso el recuperarlo en cierto segmento de la gente está generando cierta animadversión.” (GD06)

5.3 EL VALENCIÀ I ELS SEUS ÀMBITS

Els principals àmbits identificats per les persones participants en els grups de discussió com espais entre els que habitualment es parla valencià destaquen la casa i els centres educatius. Això no vol dir que tots parlen en aquestos espais en valencià o en tots els altres en castellà, sinó que són els àmbits d'ús percebuts del valencià.

La primera reflexió en tots els grups de discussió sobre els espais on predomina l'ús del valencià és la mateixa: a casa, a l'àmbit familiar.

“Jo a casa parle en valencià, sempre he parlat valencià” (GD05)

“Jo en ma casa només se parlava valencià; m'abueta, ma mare... tots” (GD03)

“Pero yo, por ejemplo, siempre y cuando era pequeño hablaba con mi bisabuela, con mi abuela hablábamos mucho en valenciano, y ahora no... no se habla tanto el valenciano” (GD04)

“Jo de xicotet en ma casa sí, com he dit abans, mon pare sí que parla en valencià...” (GD02)

“Se está restringiendo a un ámbito más íntimo, más a lo familiar más que a otra cosa, más que... y un poco a lo laboral, simplemente por el hecho de conseguir más puntos o algo así” (GD01)

En molts casos, tal i com es reflexen a les següents cites, es donen situacions lingüístiques molt diverses dintre d'un mateix àmbit familiar, que pot generar circumstàncies enrevessades en les que uns membres del nucli familiar parlen valencià i altres castellà. Aquesta realitat era habitual en famílies mixtes en base al territori, tant famílies mixtes

en base a ciutat-poble, com mixtes en base a valencià/ana i d'altres indrets de l'estat espanyol. Les raons d'aquestes situacions tenen a veure amb la falta de competència lingüística en valencià d'un dels membres, però també una estratègia conscient vinculada amb el prestigi i valoració del valencià anteriorment esmentat. En aquest darrer cas, molts pares i mares parlen als seus descendents en castellà (malgrat que entre els pares parlen valencià), per tal que la prole emprara una llengua amb més prestigi que la seua. Aquest cas concret és molt habitual i segueix present a moltes famílies del nostre territori.

“Jo per exemple en ma casa, jo parle en valencià, el meu home en castellà, i els meus fills ja s’han criat dins de casa en el castellà i en el valencià” (GD05)

“Yo en mi casa, de hecho, entre mis padres hablaban entre ellos en valenciano y mis padres con sus hermanos, o sea, mis padres con mis tíos, siempre en valenciano. Y, sin embargo, a nosotros siempre se han dirigido en castellano. Siempre, siempre.

- Yo con mi madre he hablado, hablo, en valenciano y con mi padre, castellano.” (GD06)

“En casa. Y después, en el colegio, castellano. Pero en casa, valenciano” (GD06)

La interrupció de la transmissió familiar de la llengua és un objecte d'estudi de la sociolingüística valenciana estudiat en profunditat, on destaquen les recerques de Brauli Montoya (2008 i 2009) (Montoya i Mas, 2011). Aquest autor enumera i analitza el llistat de raons i argumentacions sobre la interrupció familiar i la reactivació i acceleració del procés de substitució. Com hem vist, alguns d'aquests motius apareixen en els discursos analitzats en aquest treball, i en destaquem alguns: distinció social, progrés futur dels fills, major valoració social de castellà, actituds contràries al valencià (autoodi, anticatalanisme i espanyolisme excloent), marcatge social del valencià (identificat amb l'esquerra i percepció de no tindre suficient formació i destresa per a parlar-lo), falta de referents en valencià i escassa influència en el context immediat del valencià, escolarització i escola en castellà, membres heterolingüístics en la llar, residència en una ciutat, negació de la castellanització i conformitat amb la norma social establida, entre altres (Montoya i Mas, 2011: 294-295).

Com s'ha observat, la família i la llar s'identifiquen de manera molt automàtica com espais de relació en valencià. No ocorre de la mateixa manera en el cas de les relacions d'amistat, on hi ha una multiplicitat de factors i situacions que incideixen en l'ús o no del valencià, com són el tipus d'amistat, el moment de la vida i el lloc en el que es crea el

vincl, a més d'altres factors com la classe social, poble-ciutat, etcètera. Les persones participants en els grups de discussió afirmen que amb els amics i amigues majoritàriament parlen en castellà.

“- ... Yo con la familia sólo en valenciano y con los amigos todo siempre en castellano; no hay ninguno que en valenciano...” (GD04)

Tal i com s'apuntava anteriorment, juntament amb l'àmbit familiar, l'educatiu - materialitzat en l'escola, l'institut i la universitat- és el segon espai d'ús predominant del valencià que han identificat les persones que han participat als grups de discussió. En el cas educatiu, destaquen una evolució cap a l'ús del valencià: si abans s'impartia tot en castellà a excepció de l'assignatura de valencià, consideren que actualment pràcticament totes les assignatures s'imparteixen en valencià a excepció de les assignatures de competència lingüística en un altra llengua (castellà, anglès o francès).

“N'hi ha molts col·legis que donen l'opció d'estudiar en castellà o valencià. Pots estudiar les assignatures en valencià i tu tens apart l'assignatura de la llengua castellana. Que és a la inversa. Antes és feia tot en castellà i tenies l'assignatura de valencià i ara n'hi ha molts col·legis que estan fent al revés, que donen l'opció de, si vols estudiar en valencià, ho estudies tot en valencià i apart dones l'assignatura de llengua castellana” (GD02)

Per a algunes persones aquesta presència del valencià en l'àmbit educatiu provoca una certa discriminació cap als castellanoparlants focalitzada en la comunicació en valencià que s'estableix entre el centre educatiu i les famílies. En alguns grups s'ha posat de manifest casos en els quals part del professorat no canvien al castellà quan a reunions amb pares i mares se'ls sol·licita aquesta demanda al·legant falta de competència lingüística. Altres, per contra, exposen situacions en les quals el professorat sol canviar de llengua per evitar conflictes. Tot plegat, aquesta qüestió genera crispació en alguns participants com s'ha evidenciat en el desenvolupament dels grups de discussió.

“También hay muchos profesores que inciden en hablar en valenciano aunque a lo mejor les pidas que hablen en castellano, ellos por estar aquí ya simplemente te hablan en valenciano en el Instituto y Universidad” (GD01)

“Depén també de les reunions perquè hi ha professors que parlen valencià, i a lo millor hi ha una persona que és de fora i li diu... “per favor”, o sea “por favor, puedes hablar en castellano, que tal?”. I ell a lo millor pues contesta “jo vaig a parlar valencià si después... parlaré aspallet però si después tens alguna pregunta... però vaig a continuar parlant valencià”. I después està el professor que diu “vale, vaig a parlar castellà”” (GD05)

“Pues a mí me pasa lo contrario, han ido a colegios castellano parlantes, han empezado a venir a la universidad y yo a mis sobrinos los oigo en casa... hay cuatro universitarios...

los oigo en casa hablando valenciano y digo, “Dios, estos...” (riéndose). Con gente de Valencia y digo “¡uy!” porque, porque cuando ellos se relacionan con gente de la universidad hablan el valenciano y con nosotros nos hablan el castellano” (GD06)

La majoria dels participants al referir-se a l'àmbit educatiu no estableixen distincions entre escola, institut i universitat, sinó que es concep com un tot integrat. Tanmateix, els participants de perfil universitari sí que estableixen diferències, en la mesura que consideren que a la universitat la presència i ús del valencià no és tan generalitzada com a la primària i secundària, sinó que depèn de cada facultat i del professorat.

“Las universidades, en valenciano.

- Por ejemplo. De hecho: ‘la Universitat’, ¿no? El logo y todo eso en valenciano, si no me equivoco, La cartelería, sí.

- Está toda en valenciano” (GD06)

“Depende mucho de las facultades,... depende mucho, mucho.

-¿No?, depende mucho, porque en económicas, desde luego, no, vamos... ¡ni de coña!

- Geografía e Historia... o sea, las de Blasco Ibáñez...

- ¡Correcto!

- En el politécnico, castellano.

- Y en el Politécnico, castellano total. (Pausa de unos segundos) Si te vas a las áreas más de económico o... o incluso Derecho [...] Castellano” (GD06)

Com s'observa en l'últim fragment, de la mateixa manera que s'estableix una diferència jeràrquica en l'ús de la llengua, s'estableix també una categorització segons disciplines de coneixement: enginyeries, ciències pures i disciplines com econòmiques i dret s'oferten principalment en castellà, mentre que humanitats i ciències socials en valencià. Aquest fenomen no sols es simptomàtic d'una desigual consideració lingüística sinó també d'una diferent assignació de prestigi cap a certes àrees de coneixement científic.

Respecte als àmbits d'ús de predomini de llengua castellana, els participants dels grups de discussió assenyalen els següents: lloc de treball, l'Administració Pública (autonòmica i local) i els centres sanitaris. D'entre aquests tres àmbits, a la majoria dels grups, hi ha un que es considera l'àmbit d'ús per excel·lència de predomini castellà: el laboral. La majoria afirma que al seu lloc de treball parla castellà i fins i tot alguns participants matisen que amb “persones que parle en elles professionalment, tendeix a parlar més en castellà perquè em desenvolupe millor, o sea em pareix molt més còmode pensar en castellà perquè a mi m'han educat en castellà” (GD05).

“- En els treballs, normalment, de principi sempre, en castellà.

-Sí (afirmen)” (GD01)

“Jo, en lo que és la faena, en l'àmbit laboral... ha parlat amb més gent en castellà que en valencià (responen a la vegada entre ells). La gent que t'enccontres per el carrer o en els amics o això, la majoria, en valencià. I en la família, també. Amb la faena... prou de castellà (riu)” (GD02)

De la mateixa manera, l'Administració Pública (tant local com autonòmica) i els cossos de l'Estat és un altre àmbit en el qual s'empra majoritàriament el castellà segons les percepcions recollides als grups de discussió.

“Jo en castellà, als puestos oficials jo parle en castellà” (GD03)

“(referido a instituciones públicas)

- A mí me hablan en castellano...

- ... en castellano, sí” (GD04)

“Hoy en el Prop, por ejemplo, y no, me hablaron en castellano y no... Luego si llamas por teléfono sí que te dan la opción de valenciano o castellano y ya haces lo que tú quieras, pero... aquí en la ciudad... yo no oigo hablar valenciano” (GD06)

“Yo, por lo que decía ella de la Administración, yo trabajo sobre todo con la Administración de Justicia, y allí directamente se te dirigen en castellano.” (GD06)

“Y con la Policía Nacional, perdona, pasa muchísimo (resoplan).

- Castellano” (GD06)

Algunes persones qüestionen la situació lingüística en l'àmbit de l'Administració, especialment la que té a veure amb els empleats i empleades de l'administració i l'ús del castellà. Més concretament, el que plantegen és una incoherència entre el deure que tenen de garantir els drets lingüístics de la ciutadania, deure que els exigeix tenir la competència lingüística en valencià, i l'ús del castellà quan un ciutadà s'adreça a ells en valencià. Aquests discursos visibilitzen disconformitats respecte a dues qüestions. D'una banda, amb que part dels treballadors públics no tinguen competència lingüística en valencià i, d'altra banda, que tot i tenir-la, no fan ús del valencià per a comunicar-se amb la ciutadania.

“-Castellà en els llocs oficials

- Doncs jo entre en valencià també

- Si me contesten en castellà o me fan:

-Perdone? O poden dir:

-No te entiendo... Doncs [?] però sinó jo entre en valencià

- Jo entre en castellà i després si te contesten en valencià ja continue en valencià

- És raro que te contesten en valencià

- Home, suposadament han de saber no? Per a estar ahí

- Ja però ells normalment parlen en castellà” (GD03)

“Sin embargo es verdad que vas al Ayuntamiento, vas a un edificio Prop otras administraciones y es verdad que suelen dirigirse primero en valenciano. Pero la Administración de Justicia, funcionarios... vamos, todos los funcionarios, directamente en castellano. O la mayoría, vamos. Todos, creo.” (GD06)

L'altre espai que es percep de predomini d'ús castellà és l'àmbit sanitari. En aquest cas, personalitzen l'ús de la llengua en l'àmbit sanitari amb la llengua de relació amb el personal sanitari, especialment, el metge o la metgessa. Majoritàriament afirmen que empren el castellà quan van al metge. D'entre els motius pels quals fan ús del castellà anomenen el desconeixement de la llengua per part del personal sanitari, pel vocabulari tècnic que sol utilitzar-se en aquest context, el prestigi de l'interlocutor/a (i la presumpció de que parla castellà) o perquè consideren que és un espai en el que tradicionalment s'ha parlat en castellà.

“Pues yo, mi experiencia en Sanidad, que ha sido muy intensa en los hospitales recientemente por circunstancias personales, nadie hablaba en valenciano del personal sanitario. También es otra realidad, ¿eh? No hablan. Pero desde médicos hasta auxiliares, enferm-... Nadie.

- En el hospital, es verdad que no.

- Claro, pero es que el que tengas el Elemental o el Mitjà...

- No significa que lo vayas a hablar” (GD06)

“Pues jo al revés, quan vaig a comprar valencià i coses més tècniques, que tinc que concentrar-me més, clar, ja pues quan vaig al banc, quan vaig al metge que tinc... me tire més al castellà, que tinc un vocabulari més ric” (GD05)

“Perquè a vegades vaig en la meua germana i la meua germana inclús, que parla valencià com jo les parla castellà perquè sap que parlen castellà, o siga, d'una que parla valencià quasi les altres castellà” (GD03)

Alguns i algunes, encara que de forma minoritària, afirmen que parlen valencià en aquest àmbit. Tot i així, confessen que en alguns casos han hagut de canviar de llengua a demanda del personal sanitari per facilitar la comunicació personal sanitari-pacient.

“A més jo en castellà fique molt la pata, més que en valencià, quan vaig al metge també, quan vaig sempre faig: -Perdone aquí parle valencià? Si? Home, menos mal... [Risas]” (GD03)

“En valencià

- En castellà

- Ah, jo el valencià, lo que passa és que hi ha algún metge que te fa: - Perdone, que no te entiendo...” (GD03)

“Ni en Medicina. Tú vas a un médico, o vas a un arquitecto, vas a un abogado’ ...

- En castellano“ (GD06)

“- En castellà.

- Jo, normalment, (no s'entén, balboteja) [...] I en el metge depenent de qui em parle, o metge que normalment, en castellà.

- Sí, però per regla general, en el metge solen parlar-te en castellà perquè com hi ha gent que no entén” (GD02)

“Però aquí en Alcoi, tu vas al metge i per regla general saben parlar-te en castellà, perquè hi ha gent que no entén el valencià, el parlen en castellà” (GD02)

Les tres forces del govern del Botànic aprovaren el 25 de març de 2021 establir el valencià com a requisit lingüístic per a treballar en la Sanitat Pública Valenciana. El *Ilustre Colegio de Médicos de Valencia* va reaccionar contra aquesta mesura al·legant que el saber valencià per part del personal sanitari deu ser considerat un mèrit però no un requisit per a treballar. El govern valencià declarà per mitjà de la Consellera de Justícia, Interior i Administració Pública, Gabriela Bravo, que "no es una norma que mire única y exclusivamente al empleado público, sino que mira a toda la ciudadanía"⁶⁶. És a dir, que el requisit lingüístic no sols és un deure per al professional sanitari sinó també un dret per a la ciutadania, ja que garanteix l'atenció sanitària en valencià.

Queda palès als discursos analitzats que el lloc on es desenvolupa la interacció condiona l'ús d'una llengua per l'ús lingüístic tradicional que s'ha fet en eixe espai (hospital, ajuntament, banc i serveis professionals liberals). Amb tot, de vegades el canvi lingüístic no ve determinat per l'espai de la interacció o la llengua que parle l'interlocutor, sinó per la inseguretats en el vocabulari i la percepció de llengua inferior del valencià.

En un altre ordre de coses, sovint es generen situacions en les quals hi ha una adaptació lingüística determinada per alguna de les parts implicades. A continuació s'exposen algunes d'aquestes situacions que s'han recollit en els grups de discussió. En primer lloc, algunes de les persones participants afirmen que, generalment, no propicien l'adaptació lingüística, sinó que parlen sempre una llengua, independentment del context en el qual es troba la persona. És el cas de les persones castellanoparlants monolingües, on no hi ha canvi lingüístic encara que es canvie d'àmbit. Per contra, els valencianoparlants

⁶⁶ Notícia consultada al diari *Redacción Médica* a <https://www.redaccionmedica.com/autonomias/valencia/valenciano-requisito-ejercer-sanidad-comunidad-valenciana-3591>.

habitualment fan una adaptació lingüística. Tal i com es recull dels discursos dels valencianoparlants, en la majoria dels casos, tot i que inicien la conversa en valencià i intenten comunicar-se en valencià, si l'interlocutor/a no l'entén acaba canviant de llengua per facilitar la comunicació. Aquesta situació lingüística, tan habitual al nostre territori, fonamenta l'afirmació que el bilingüisme és per part dels que parlen la llengua minoritzada i no obligatòriament de tota la població (Ninyoles, 2017).

“Jo també mire això que jo primer defenc el valencià perquè sóc nascuda ací, entones també tenim que defendre un poc la nostra llengua...

- Però jo a tots els llocs que casi sempre tot en valencià

- Que me contesten en valencià pues millor, si no [entenen en valencià] de vegades continue en valencià perquè és que a vegades [parlen per damunt] sí m'entenen pues perfecte i si no m'entenen pues entones ja canvie al castellà, és lo que...

-Jo sempre en valencià” (GD03)

Dintre de la situació lingüística d'adaptació per part de valencianoparlants, s'observa un ventall de situacions. D'una banda, hi ha qui afirma que s'adapten directament a la situació lingüística, és a dir, si la conversa és en castellà, parla castellà, i si és en valencià, parla en valencià. D'altra banda, algunes persones mantenen el valencià en els casos en què la comunicació castellà-valencià és eficaç. Aquests canvis lingüístics poden produir-se tant de manera conscient (per educació o per facilitar la comunicació), com inconscientment, en funció de cada persona i situació.

“Jo vaig al xicotet comerç que està propet de ma casa i ella és valenciana, tal tal, i parle valencià. Si me'n vaig al Mercadona, pues ja depèn, la caixera igual la conec i sé que és valenciana, pues li parle valencià. I si la vec que parla castellà, pues li parle castellà. A la del peix, que a lo millor és andalusa, li vaig a demanar-li algo i no s'antera. Sempre m'acople a lo que... saps? I quan hi ha una entrevista o n'hi ha algo que te pregunten com vols que et parle, en valencià o en castellà? Pues jo dic: em dóna lo mateix, conforme estigues més cómodo, perquè l'antenc el valencià i el parle, i el castellà igual. És lo que dic” (GD05)

“Jo si que canvie, depèn el professor també, si parla el castellà... jo tinc tendència de qui em parla castellà parlar-li castellà.

Jo parle en valencià, si no ho antenen canvie al castellà, però si no me diuen res, parle en valencià” (GD05)

Als grups de discussió ha quedat també palès els discursos que consideren que l'elecció d'una llengua és lliure i cadascú pot emprar la que vullga en qualsevol moment. Aquesta postura discursiva, que no contempla l'existència de conflicte lingüístic, estaria representada pel discurs del bilingüista ingenu. En aquesta mateixa línia, hi ha qui

incideix en que la tria d'una llengua en concret no ve donada per la situació, sinó per la persona amb la qual es manté la conversa. Amb aquest matís, es manté la mateixa posició discursiva del bilingüista ingenu, ignorant, a més a més, els possibles factors polítics, econòmics, socials o culturals que subjauen en l'elecció d'una llengua o altra.

“La gente que quiere hablar valenciano yo creo que le da igual, lo habla y ya está” (GD02)

“Indistintament. Depèn més... No és per una situació concreta, sinó depèn de gent. (Parlen a la vegada) A una persona li parle en valencià a altra en castellà. Però no per res, per vici a lo millor. Conec a una persona i ascomence a parlar-li en castellà i ja en quede parlar-li en castellà de per vida.” (GD01)

5.4 ÚS DEL VALENCIÀ SEGONS TIPUS D'ESTABLIMENTS EN L'ÀMBIT COMERCIAL

Per començar amb l'anàlisi de l'ús del valencià en l'àmbit comercial, parem atenció, primerament, en la percepció que tenen algunes participants sobre un factor condicionant en la llengua d'atenció al públic: la llengua amb què el client o clienta iniciï la conversa amb el personal de l'establiment. D'acord amb aquesta premissa, si la clientela s'adreça als i les treballadores en castellà, la conversa serà en castellà i, de la mateixa manera, si parlen valencià, se'ls respondrà en valencià. Aquest discurs s'aproparia a la postura del “bilingüista ingenu”, que obvia la situació de conflicte lingüístic i subordinació d'una llengua sota l'altra.

“En el Corte Inglés, por ejemplo, vas y buscas tú a la dependienta cuando ya la encuentras, le dices “Perdona”, entonces ya le has dicho “Perdona”, entonces ella ya directamente te habla castellano. Por ejemplo, estoy poniendo un ejemplo. (“Sí, sí”). Claro, es lo que pasa en las ciudades, las ciudades todo es como más grande, todo se generaliza. El pequeño comercio igual se habla más valenciano por eso. Porque cuando entras a su tienda ellos te dicen “Bon dia”, entonces tú ya hablas valenciano. O en Cabanyal o en sitios donde todavía hay comercio pequeño. Aquí si fuera así que cuando se dirigen, cuando entras en un sitio se dirigen a ti, en Apple por ejemplo, tú vas a la tienda Apple te dicen “Bon dia, xiqueta”. Y tú “halaa!” (risa), ya está. Pero no lo hacen.” (GD06)

També s'han exposat casos en els que en nombroses situacions les treballadores, tot i encetar la conversa en castellà, s'adapten a la llengua de la clientela. És a dir, que alguns casos en els quals el personal de la botiga tinga competències lingüístiques en valencià, es dona una adaptació lingüística cap al valencià, que respondria a raons d'atenció servicial cap a la clienta o client. En alguns discursos es mostra cert rebuig a parlar en

valencià en els centres comercials perquè consideren que és un espai castellanitzat i perceben que parlar valencià pot generar una situació incòmoda o, fins i tot, conflictiva.

“Depèn també dels dependents i de la gent que t’atén però en general més castellà, veritat?”

Si te’n vas a la caixa predomina el castellà, quan te’n vas a la caixa a pagar predomina el castellà.

Jo pense que elles diuen “te ayudo en algo”, i si tu li contestes en valencià ella te segueix el valencià. Jo crec que ho fan per normes de les empreses, per si la gent no ho entén. Perquè a mi em sol passar. “Necesita algo?” “No, és que estic mirant”. Ah vale, parles valencià i elles continuen el valencià.

Però ells lo primer que els ix és en castellà” (GD05)

“Además, tú en centro comercial, y ya el comprador, no el trabajador del centro comercial, el comprador, ya te dice, ya te viene en castellano, o sea, no se atreve a decirte “bon dia” no no, si digo bon dia me van a pegar una que ya dejarlo...

- ... eso me pasa a mí a veces, (¿?) como hablan, castellano por favor... que sí que sí, que a mí, que cuando voy al centro comercial me hablan en valenciano, en castellano y por favor, sino no...” (GD04)

Cal assenyalar que, a moltes de les participants, parlar al propi grup de discussió sobre l'ús de la llengua a l'àmbit comercial les ha convidat a reflexionar sobre quina llengua utilitzen elles en aquest àmbit i, la majoria, afirmen emprar el castellà per a dirigir-se al personal botiguer. Aquest fet mostra la percepció que es té de l'àmbit comercial com a espai de relació predominantment en castellà, percepció que influeix en el comportament de la clientela.

“També, també és de veres que mosatros, que mosatros, al menos jo per inèrcia (parlen ahora)...quan vaig a un supermercat em dirigisc també en castellà.

- Jo parle en castellà, això...

-Vull dir que tu igual dius “Buenos días” i ella et diu “Bon dia”, pos vale.

- Potser, potser.” (GD01)

Així doncs, la majoria de les persones que han conformat els grups de discussió consideren que s'usa majoritàriament el castellà en l'àmbit comercial i que l'ús del valencià és molt residual i sovint, més enllà de la funció comunicativa, compleix una funció emotiva o de complicitat amb als valencianoparlants (bé de l'empresa bé de les persones treballadores).

“- ... se entiende que es una zona en la que no se habla el valenciano, y normalmente tú hablas en castellano...

- ... a mí no me ha ocurrido entrar en una tienda y que me hablen en valenciano...” (GD04)

(En referència als centres comercials)

“- Jo crec que majorment, majorment, el castellà.

- Castellà

- Castellano (varias voces a la vez)” (GD01)

“A nivel privado alguna empresa, si sales fuera de Alicante claro, Alicante lo que es ciudad yo creo que cero

–Lo que sí que hacen es guiños, por ejemplo Mercadona yo creo que sí que a veces ha puesto, o sea pone los productos en

–Bajada de preu

– Pero en general yo creo que el sector privado no..., no utiliza

–Claro la empresa debería ser valenciana para...” (GD01)

La principal justificació que es dona als grups de discussió per explicar l'ús predominant del castellà en aquest espai és la de garantir la comunicació al major nombre de persones possibles i, això implica, emprar el castellà i evitar problemes de comunicació amb qui no entén el valencià. Aquesta lògica quantitativa pot valorar-se com una argumentació un tant enrevessada per sustentar la tria de la llengua dominant en aquest context. Un discurs que s'inclouria en la corrent discursiva liberal darwinista i en la corrent bilingüista ingenu (Aparici i Castelló, 2011).

“Jo crec que no perquè, saps què passa? Perquè si t'atenen en valencià i tu no entens el valencià... Entonces per això normalment, si no et coneixen o això t'inicien en el castellà perquè saben que el castellà sí que l'antens” (GD02).

Com s'observarà en els pròxims apartats, la percepció generalitzada als grups de discussió és que el castellà és la llengua que predomina a l'àmbit comercial. No obstant, als discursos dels i les participants a la investigació, s'observen diferències en la presència de l'ús del valencià i en els comportaments lingüístics segons el tipus d'establiment comercial on es fa la compra. Seguidament es detallen les percepcions que es tenen de l'ús del valencià segons el tipus d'establiment comercial en el xicotet comerç, en el mercat i en el centre comercial.

5.4.1 Xicotet comerç/ botiga tradicional o franquícia

Pel que fa a la tipologia de comerços, de manera generalitzada es percep un ús predominant del valencià al xicotet comerç. Aquest fet es relaciona alhora amb la percepció d'aquest tipus de comerç com un ambient més familiar on es donen vincles de proximitat entre els botiguers i la clientela. S'estableix una relació directa, percebuda com més propera, i es considerada una relació de l'àmbit privat. Afirmen que

precisament aquesta proximitat i familiaritat propicia l'ús del valencià en aquest tipus de comerços.

“- ... sobre todo pescaderías, pescaderías sobre todo hablan en valenciano...
- ... todo el mundo está hablando, todo el mundo, es que allí si se habla el valenciano...”
(GD04)

“el pequeño comercio al final es algo más familiar, si tú eres de Busot y tienes la carne de Busot, y van a comprar y hablas valenciano y conocen Busot pues al final es más pues eso, familiar, personal” (GD02)

“En el pequeño comercio más valenciano yo creo” (GD01)

“Aunque jo tinc tendència, és de veres, en els comerços el valencià. I en la meua zona on visc, no sé, com si fóra més de poble, és encara el tema de la fruiteria i tendetes...” (GD05)

Ara bé, a què ens referim quan parlem de xicotet comerç? Als grups de discussió es diferencien dos tipus de comerços diferents i independents que estan presents als eixos comercials sota la categoria de xicotet comerç: les botigues tradicionals i les franquícies.



Imatge 6: Retolació externa d'un herbolari (xicotet comerç). Elx, 2018. Fotografia: Autora.



Imatge 7: Retolació externa d'una clínica odontològica (franquícia). Elx, 2018. Fotografia: Autora.

Les diferències entre xicotet comerç i franquícia són molt visibles: la propietat del negoci, el nombre de persones treballadores, la marca, les normes, etc. Però les persones participants als grups consideren que a banda d'aquestes diferències també es fa ressò la llengua d'ús predominant a aquests espais. Mentre que les botigues tradicionals s'associen amb el valencià, les franquícies, per contra, amb el castellà.

“Si te'n vas al xicotets comerços, que són sobretot de gent més major i tal, solen parlar en valencià inculcat.

- Tot lo que són franquícies i tot allò... castellà ” (GD02)

“- El xicotet comerç és el que més manté el valencià.

- El més habitual. El més habitual que n'hi ha però el reste no. I xicotets comerços ací ja n'hi ha poquets (afirmen). La majoria són franquícies o...

- No, i perquè, i perquè les grans empreses han anfonat el xicotet comerç. Antes Alcoi estava plagat de bodeguetes i coses d'eixes.” (GD02)

Al respecte, han hagut veus dissonants a les ciutats de València i Gandia sobre la percepció de que al xicotet comerç predomina el valencià. És el cas de les persones que consideren que a la major part dels xicotets comerços predomina el castellà, especialment, si aquests establiments s'ubiquen als carrers comercials cèntrics. De la mateixa manera, als comerços de persones' d'origen estranger també predomina l'ús del castellà (principalment, paquistanesos i xinesos).

“En la majoria de puestos en castellà.

En Gandia més en castellà que en valencià” (GD05)

“¿Y en el pequeño comercio?

- Tampoco.

- Aunque sean barrios así muy concretos...

- Lo que es Valencia ciudad...

- No.

- Yo creo que Valencia ciudad... A no ser que te conozcan, y...

- O a no ser que sea una zona concreta... Cuando hablamos del Cabanyal y demás... En el centro, ninguno.

- Es que pequeño comercio hay poco. Y mucho es de extranjero.

- Pero por ejemplo, en Cirilo Amorós en todo esto...

- De los chinos, los pakistaníes...” (GD06)

“Xicotet comerç i mercat jo valencià.

Jo valencià.

Valencià. A no ser que siga un paquistaní...” (GD05)

5.4.2 El mercat

El mercat és l'altre tipus d'establiment comercial en el qual algunes de les persones participants a la investigació consideren que s'utilitza de forma predominant el valencià. Així doncs, consideren que s'empra aquesta llengua tant entre la clientela i el personal de les botigues, com entre els propis treballadors i treballadores de les distintes botigues del mercat.

“- Valencià

- Al mercat valencià

- Tot això en valencià

- Si tu te'n vas a Castelló, Valencià

- Però en el mercat sí que és de veres que a les parades que vas sí que pots parlar en valencià

- En valencià, sí” (GD03)

“En el mercado, sí.

- En el Mercado Central valenciano, sí.

- Ahí se parla valencià!” (GD06)

“De fet, al mercat central se parla valencià perquè està de tendes xicotetes que és com si foren xicotet comerç” (GD03)

Respecte a aquesta presència predominant del valencià, alguns assenyalen que fins i tot els i les treballadores d'origen estranger aprenen valencià per tal d'adaptar-se millor a la quotidianitat del mercat. És a dir, en la mesura que el valencià és la llengua de comunicació en el mercat, han d'aprendre-la per entendre i comunicar-se.

“Tot i que són estrangers però ja parlen en valencià eh.

- Sí sí

- I el parlen millor que nosaltres
- Els empleats, per exemple, del mercat d'abastos, jo tinc una verduleria i al mercat d'abastos totes les paraes tots els treballadors són rumanos o húngaros o lo que siga i parlen el valencià millor que jo ja
- Però tu saps per què és? Perquè allí ningú no els parla castellà” (GD03)

“Dins del mercat sí que es tracta molt el valencià. Lo que diu ell, els mercadillos; en les entrades posen més mercadillos fora...

- En el Sant Roc, en el Sant Roc i la zona nord sí que n'hi ha estrangers ja dins.
- Sí, però la majoria... la gent d'ací que n'hi ha allí treballant normalment parla en valencià.” (GD02)

Malgrat el predomini manifestat de l'ús del valencià al mercat, als diferents grups s'ha evidenciat que en aquests tipus d'establiments, de la mateixa manera que al xicotet comerç, aquest té una tendència negativa. És a dir, des d'una perspectiva cronològica, es considera que cada vegada el seu ús va decreixent, tant l'oral com l'escrit. En aquest punt, matisen la influència de la ubicació del mercat en una zona castellanoparlant o valencianoparlant en el predomini d'una llengua o altra en aquests espais. Un altre factor que condiciona un retrocés de l'ús del valencià es relaciona en el fet de convertir el mercat en un producte turístic, un fenomen ben estudiat per nombrosos autors (Crespi i Domínguez, 2016; Cabrerizo, Sequera i Bachiller, 2016; Hernández Cordero, 2017; García Henche 2017; Gonzalez, 2018; De la Calle, 2019). En aquest cas, aquest fet pot propiciar l'inici d'un procés de castellanització o, fins i tot, la introducció d'altres llengües com, per exemple, l'anglès. Aquest fet es repeteix en tota la geografia de l'Estat espanyol i respon a la turistificació del mercats (Crespi i Domínguez, 2016; Domínguez-Pérez i Crespi-Vallbona, 2019).

Un altre factor que condiciona la minva del valencià en aquest context és el grup d'edat que parla valencià en aquest espai: la gent gran. A mesura que mor la gent gran, desapareix el valencià del mercat, ja que no hi ha un relleu generacional que parles valencià en aquest espai de quotidianitat.

“Bueno, yo la verdad es que yo compro en el Mercado Central y sí que escucho a señoras hablando en valenciano con los dependientes y dependientas pero sí que es cierto que no, o sea que no es algo normal, en general, no es la norma. Pocas veces, pero sí” (GD02)

- (En referència als mercats) *Si vas a Santa Pola sí.*
- ... En Elche *antes te hablan en marroquí que en valenciano creo yo...*” (GD04)

“En los mercados municipales normalmente...

- En los mercados municipales, sí.

- También depende de la zona. Yo vivo en el Cabanyal y he vivido en Benimaclet (hablan a la vez), entonces ahí sí que se nota más (asienten y dicen “valenciano”)... que en Colón...” (GD06)

“En valenciano, poco.

- Si hasta en el Mercado Central ya ponen los cartelitos en inglés.” (GD06)

5.4.3 Els centres comercials

Si el mercat es percep majoritàriament d'ús valencià, la majoria de les persones participants als grups de discussió valoren que els centres comercials són espais on s'utilitza primordialment el castellà com a llengua de comunicació. Alguns consideren que una de les possibles raons d'aquest fet siga pel tipus de botigues que solen haver-hi en aquests tipus d'establiments comercials, principalment franquícies.

“-Nada [res de valencià]

-Prácticamente nada, yo creo

-Date cuenta que son marcas que traen gente de un montón de sitios...[FRANQUÍCIAS]” (GD01)

“Però tu te'n vas al centro comercial i majorment es parla el castellà per tots els puestos, en tots els negocis. Però és el que diu ell, que tu te'n vas a un negoci d'estos de una bodega antiga o d'estes de tota la vida i normalment eixa gent sí parla el valencià.” (GD02)

De manera generalitzada, s'observa l'escassa presència escrita del valencià, envers la gran presència del castellà i l'anglès. Algunes persones assenyalen que, en les comptades ocasions on hi apareix el valencià de forma escrita, la informació també s'ofereix en castellà o anglès.

“- (En referència a la cartelleria)... en los centros comerciales están en inglés, que te rompes la vista, pero en castellano e inglés” (GD04)

“- Normalment jo el veig en castellà.

- Sí, sí, jo crec que majorment sí.” (GD01)

“- Però lo que és en l'àmbit publicitari jo normalment en castellà, no lo he vist en valencià.

- I com a molt traduït, però valencià a soles...

- Sí, o lo que ha dit ell (no s'entèn) ... en castellà i valencià.” (GD01)

5.5 PERCEPCIÓ DE COM HAURIA DE SER LA PRESÈNCIA DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL

Si bé a l'apartat anterior s'han recollit les percepcions i valoracions que descriuen la percepció de la situació del valencià en l'àmbit comercial, a aquest punt s'aprofundirà en la percepció que tenen sobre les següents qüestions: si es deuria fomentar la presència i l'ús del valencià, si s'hauria de mantenir l'*statu quo* dels usos lingüístics actuals en aquest sector (és a dir, del castellà) o si caldria reduir l'ús i la presència del valencià.

Respecte a aquestes qüestions, s'ha observat que, mentre als grups de discussió realitzats a Alcoi, Castelló i Gandia hi ha una postura més favorable al foment del valencià a l'àmbit comercial, als grups d'Alacant, Elx i València es recolza de forma majoritària el manteniment de la situació actual d'hegemonia del castellà. Seguidament s'exposen els diferents discursos que defensen les distintes postures.

a. Fomentar la presència del valencià i del seu ús en l'àmbit comercial

D'entre les postures proclius a fomentar la presència i ús del valencià en l'àmbit comercial, s'identifiquen dues posicions discursives: la del discurs "valencià-resistent" i la del "pragmàtic-positiu". Des del discurs del valencià-resistent s'aboga per una incorporació directa del valencià al sector socioeconòmic i comercial, impulsant la incorporació del valencià com a llengua vehicular oral i escrita. Les postures més transgressores, provinents del discurs valencià-resistent, parlen de deixar només el valencià als rètols i eliminar el castellà (posició dominant del valencià front al castellà). Aquest posicionament, però, és minoritari.

"Jo crec que estem en València i deuriem de parlar, jo estic treballant, parlar en valencià. I si a mi ara la persona que estic atenent em diu que no ho entén, pues m'adapte i canvie al castellà" (GD03)

"Però d'un escomençament, en valencià, perquè estem en valencià" (GD05)

"Si es Madrid me pareix perfecte però ací l'idioma materno nostre és el valencià, no sé perquè tenim que parlar castellà ja ho fèiem quan Franco, ja se va acabar fa rato eh... la història..." (GD03)

"El que no sap llegir en valencià el té en castellà i mosatros també deprenem més el valencià al vore'l escrit aixina. És bo pa tots" (GD05)

“Claro, no, no, pero ni a favor ni en contra (“por eso”), simplemente la importancia de es una riqueza cultural... es un patrimonio que hemos tenido siempre... lingüístico...” (GD06)

D'altra banda, les postures més conservadores en la normalització del valencià consideren que deuria d'incorporar-se el valencià, però mantenint la presència actual del castellà (equivalència absoluta castellà-valencià). Aquests posicionaments es classificarien dintre dels discursos “pragmàtic-resignat” i “monolingüe resistent”.

“Yo le daría la misma importancia que el castellano” (GD02)

“En els comerços i això, en els col·legis lo que hem comentat, de les classes, en els comerços mínim, en els dos idiomes. I no sé... és que.. en comerços” (GD01)

“A lo que és en els comerços, n'hi ha comerços que...i sí tindria que ser més igualitari el idioma, o sea, igual que de castellà que igual de valencià o més valencià...” (GD01)

“Que t'ho pose en els dos idiomes” (GD01)

D'entre les dues opcions exposades, aquesta darrera que aboga per la incorporació del valencià a la cartelleria i retolació mantenint el castellà ha estat més acceptada als grups de discussió que la que defensa de la substitució lingüística cap al valencià.

Tot i que hi ha certa acceptació en la promoció del valencià en l'àmbit comercial, cal remarcar que hi ha certes resistències cap a la inclusió del valencià a la cartelleria. Algunes d'aquestes resistències es fonamenten en l'argument superflu que es poden donar situacions de confusió en alguns dels productes. Altres resistències tenen a veure amb la desconfiança dels interessos amagats de la promoció del valencià, des de quin lloc i qui promou aquesta normalització lingüística. Si no es tracta d'una decisió voluntària del botiguer/a, sinó que forma part de les polítiques de promoció lingüística del govern, aquesta resistència pot arribar a manifestar-se com oposició. Per tant, les polítiques normalitzadores en aquest sector són vistes per alguns com espurnes per encendre el motor cap a la normalització lingüística (per exemple, el discurs valencià resistent) i, per contra, com imposicions polítiques intolerables per a altres (per exemple, el discurs liberal darwinista i el regionalista-localista).

b. Manténir l'estatu quo dels usos lingüístics actuals en aquest sector

D'acord amb el discurs liberal-darwinista, que parteix de la llibertat individual per a escollir una llengua o altra per a comunicar-se, el fet que s'empren una llengua més que l'altra atén a criteris individuals. Així doncs, si s'utilitza més una llengua que l'altra és perquè resulta més útil, pràctica i còmoda per a la comunicació. Aquesta postura, per tant, nega el conflicte lingüístic i la situació de diglòssia i, amb això, els factors que incideixen en aquesta situació com les competències lingüístiques dels parlants en ambdues llengües, la dimensió política de la llengua, la identitat, etc. Darrere d'aquesta negació de conflicte i diglòssia, subjau una intencionalitat per mantindre l' statu quo i la dominació del castellà sobre el valencià.

“La obligación o no de aprenderlo, eso ya va en cada uno. Si tú quieres formarte más o menos, sabes que puedes optar a un puesto de trabajo o no, eso ya depende; el que se va a Benidorm, sabe que va a hablar castellano y tienes que hablar en inglés, porque sino no vas a encontrar un trabajo en Benidorm... la lengua valenciana, a lo mejor aquí no, Elche es un caso muy... pero si te vas a ciertos pueblos pues...” (GD04)

“Ya, pero es que eso se hace, o sea, si yo tengo una (“En los mercados”) verdulería, imagínate, si tengo una frutería, soy libre y quiero seguir siendo libre de poner los carteles (“Están en árabe ya”) en castellano y en valenciano o sólo en valenciano si me da la gana o sólo en castellano. Yo creo que ahí no, no caben imposiciones de ningún tipo...” (GD06)

D'altra banda, el discurs “unitarista-excloent” parteix de la consideració de que la societat valenciana és, bàsicament, monolingüe castellana i, per tant, la llengua que ha d'emprar-se és la castellana, la que és comuna a tot el territori espanyol. Des d'aquestes posicions discursives, s'adverteix dels possibles efectes negatius que tindria la introducció del valencià a l'economia de l'empresariat valencià amb la pèrdua de clientela i/o del negoci.

“Pense que en castellà perquè n'hi ha moltíssima gent més castellana però bueno” (GD03)

“Porque el que viene del extranjero de fuera ve algo, si ya en castellano no lo va a entender casi o apenas, en valenciano ya es un mundo para ellos pero si lo cambias al valenciano es como si yo me voy al País Vasco y me ponen toda la fruta o todo el supermercado en Euskera” (GD02)

“Si tú pones sólo en valenciano en (¿?) se te cierra en dos días, no va nadie... ya si, pero así todo en valenciano... el que habla castellano mal va...” (GD04)

Aquests dos discursos es mostren manifestament oposats a qualsevol mesura en pro del foment o promoció del valencià en el context comercial, en tant que ho perceben com

una imposició política. En un dels grups, un dels participants amb un discurs unitarista-excloent alertava amb certa vehemència que la normalització amaga intencions nacionalistes “a la catalana” (GD06). El discurs “monolingüe resistant” es mostra menys extrem respecte als dos anteriors, tot i que únicament acceptarien la incorporació del valencià si això no implicara cap pèrdua per a les persones castellanoparlants. És a dir, en cap cas acceptarien la substitució del castellà pel valencià.

“Només en valencià, molta gent ho veuria mal [...] - Protestarien. I bueno, ara en lo de Catalunya encara menos” (GD03)

“Si lo quieres poner en valenciano estupendo, pero pónmelo también en castellano y así oye vas haciendo la lista” (GD02)

“... si lo más complicado y difícil es que Gobierno en la Comunidad Valenciana se pelean, los líderes, por hablar en valenciano hablar en castellano, por imponer, por comentarlo o no comentarlo... por eso, si estamos (¿?) de imponer, viendo las tonterías que dicen allí, ¿Cómo quieres tú llegar a Elche, a Santa Pola, a imponerlo? No se puede...” (GD04)

Com s’observa en els diferents discursos, la resposta social a la imposició lingüística percebuda és la reacció, la confrontació i el rebuig lingüístic sobre el que vol imposar-se, en aquest cas el valencià. Aquest és part de l’èxit del blaverisme i la seua política secessionista en contra d’un projecte valencianista fusterià, una instrumentalització política de la llengua, amb la clara intenció de mantindre l’hegemonia del castellà i la subordinació del valencià (Flor, 2013). A més, contínuament durant la realització dels grups de discussió, els i les participants plantegen de manera crítica la qüestió del requisit lingüístic. De la mateixa manera, exposen la pèrdua que suposa per a la societat aplicar aquest tipus de mesures (requisit lingüístic) que no premien l’excel·lència de la persona treballadora sinó la competència en un idioma. Alguns participants denominen aquesta postura com “extrema”.

“Imponer (golpe en la mesa) el valenciano me parece un error (golpe), imponerlo. ¿Cómo? El rechazo, sería... El efecto rebote.” (GD06)

“Pero me refiero, yo creo un poco la manía que se le tiene, también es por eso, ¿no? Como que me están imponiendo unas normas que no son las mías, entonces la gente ya está ahí, que sí, sí, que si no, y... uff.” (GD06)

“Entonces se está limitando a... a que gente pueda aportar cosas, pueda aportar valor y no pueda hacerlo por el tema del valenciano. Creo que es una postura un poco extrema pero (aspira)... bueno...es...sí.” (GD06)

En aquests tres discursos, hi ha un clar consens respecte a la negació de l'aplicació d'un sistema de requisits lingüístics per a accedir al mercat laboral en aquest àmbit privat, concretament, el comercial. De fet, no s'oposen obertament al reconeixement del valencià com un mèrit a valorar dins del currículum vitae, però sí ho fan implícitament amb les seues crítiques. Consideren que no deuria convertir-se en requisit d'accés al mercat laboral perquè seria un element de discriminació cap a la població no valencianoparlant que generaria una situació asimètrica que perjudicaria als castellanoparlants. Aquesta és la postura majoritària que apareix als discursos, encara que cal assenyalar que de forma molt minoritària alguns participants consideren que seria convenient que els treballadors i les treballadores tingueren competència en valencià perquè això facilitaria la garantia dels drets lingüístics de la ciutadania valencianoparlant.

“- Para un cargo público a lo mejor sí, pero para estar vendiendo ropa o lo que sea tu trabajo, no lo veo.

- Lo que pasa es que no te lo exijan, sino que tienes un plus.

- Exacto... si yo entrara a una tienda de barrio como he entrado en muchas ocasiones, sobre todo por la zona Rabal, Centro, y me hablan en valenciano, yo no tengo ningún tipo de problema, pero ¿por qué yo no puedo acceder a ese trabajo si estoy igualmente cualificada que tú? Porque yo no sepa valenciano porque venga de otro sitio, ¿por qué?

- Pues tienes que aprender valenciano

- ¿Por qué?... ¿qué me obliga a mí a aprender valenciano por vivir aquí?

- Porque vives aquí.

- Ya, pero no tengo porque” (GD04)

Davant d'aquests discursos reactius al voltant d'aquesta percebuda “imposició” lingüística, sorgeixen diferents postures discursives. Aquestes tot i que no es corresponen als discursos d'aquest apartat que defensen el manteniment de l'estatu quo de la situació lingüística actual (sinó que fomenten la normalització lingüística), s'analitzen en aquest punt en tant que entren en diàleg per a contraposar-se a alguns dels arguments que s'emeten des de posicions de defensa del privilegi de la llengua castellana. Un d'ells és el discurs “pragmàtic-resignat”, que mostra la necessitat de dita imposició per a garantir la supervivència de la llengua (Aparici i Castelló, 2011). Des d'aquest enfocament, consideren que la “imposició” lingüística és necessària per a sostindre i mantindre la llengua valenciana i el seu ús en un context en el qual el valencià va perdent terreny pel procés de substitució lingüística en què està immers. Per tant,

aquesta seria una mesura correctiva de la substitució lingüística, necessària per a la normalització lingüística.

“Yo creo que estos momentos sí habría que imponer un poco para luego suavizar. Yo siempre digo si no impones, desaparece” (GD06)

A més, des d'aquest prisma, l'establiment del requisit lingüístic per a l'accés al món laboral incideix en la revalorització de la llengua, contribuint a donar-li valor instrumental (discurs valencià pragmàtic positiu). Els efectes de posar-la en valor tenen un component incentivador i motivador que pot potenciar l'aprenentatge de la llengua i el seu ús en aquest àmbit laboral.

“Claro a ver, si yo me lo piden como un requisito para el trabajo, pues yo lo voy a ver ya lo voy a valorar de otra forma, lo voy a valorar como el inglés, porque yo voy a trabajar aquí y me piden el valenciano al igual que hablar inglés, pues yo ya lo valoro más, entonces ya me voy a molestar más en estudiarlo, sí, es que más o menos es eso, y si luego veo que en el trabajo lo aplico, me obligan a utilizarlo, viene alguien en valenciano y yo sé responder, pues en parte me motivo para ya la siguiente vez hablar yo antes que el cliente. Puede ser una manera pero

–Sí

–Pero igual puede pasar como con las oposiciones, pues me lo tengo que sacar por huevos porque si no no trabajo, porque si no no apruebo, y porque Yo es que no lo considero una obligación el valenciano, ¿por qué el inglés entonces no lo consideramos también como obligación?” (GD01)

Un altre dels discursos que emergeix en oposició als que consideren que no deuria d'imposar-se el requisit lingüístic és el discurs “valencià-resistent”, el de base més crítica. Aquest discurs, que apareix exclusivament al grup de professionals liberals realitzat a València, reivindica la necessitat de garantir els drets lingüístics de la població valencianoparlants. Per a tal fita, estableix com a punt de partida la necessitat d'establir un grau de competència lingüística bàsica a assolir en valencià que permeta donar resposta a les situacions en què es requereisca l'ús del valencià. Sota aquest plantejament s'evidencia que el bilingüisme no és pot aplicar en l'àmbit comunitari, sinó que és quelcom individual, concretament del parlants de la llengua subordinada perquè són els que han de fer un continu joc de malabars entre una llengua i l'altra (Ninyoles, 1972 i 2017).

“-Yo ahí pienso que por lo menos, por lo mismo que has dicho, ¿no? Si no hablamos el valenciano en la comunitat... Entonces, si una persona de fuera que trabaje en Valencia por lo menos debe tener unas nociones básicas o poder saber hablar en valenciano.

- Todo el mundo se da de por sí que todo el mundo sabe valenciano.

- A ver, según el Estatut todos tenemos el deber y el derecho de conocer y de usar el valenciano. Entonces, todos es de... a nivel particular y sobre todo a nivel administrativo. Entonces, vuelvo a lo mismo, es decir, yo no tengo por qué saber el lenguaje de los sordomudos. Entonces si, si, si ella es sordomuda o yo soy sordomudo exigiré un traductor o un intérprete del lenguaje de signos. Pero si soy valenciano, el problema es tuyo que no me entiendas” (GD06)

Tot plegat, el que s'extrau dels discursos que volen mantindre l'estatu quo de les llengües, és que si bé el requisit lingüístic està acceptat (amb més o menys resignació) per a l'accés als llocs de treball de l'Administració Pública per tal de garantir els drets lingüístics de les persones usuàries, aquesta mesura aplicada a l'àmbit comercial és percebuda com intolerable i discriminatòria. És a dir, les persones ubicades en aquests discursos es mostren contràries a incorporar el valencià en els àmbits on no hi és present i mostren certa acceptació i tolerància a que al sector públic sí que estiga la possibilitat d'establir la comunicació en valencià així com la retolació (interna i externa) dels edificis públics. Val a dir que possiblement aquesta actitud és una adaptació a la situació, que en els inicis pot ser fóra percebuda com una mesura conflictiva. En definitiva, des d'aquestes posicions delimiten una clara línia fronterera i divisòria entre l'àmbit públic i privat. Mentre que consideren que l'Administració Pública té l'obligació de garantir els drets lingüístics a la ciutadania, sostenen que a l'àmbit privat ha de primar la llibertat per decidir quina llengua triar (Nogueira, 2020). En definitiva, la majoria considera que no s'ha d'intervindre en l'àmbit comercial a nivell lingüístic, ja que consideren que és una elecció de l'empresa privada.

“Una cosa és que siga, en estàncies públiques, és obligatori. Me refereix que per a mi es impensable que hui en dia dins de la titulació, no existisca que tu vages al metge i el metge no tinga una mínima preparació per a parlar valencià” (GD05)

“Pero es que el comercio como es privado, como es privado, que cada uno haga como quiera” (GD06)

El discurs “monolingüe-resistent”, tot i que no ho considera com una mesura necessària, sols acceptaria la incorporació del valencià al sector econòmic en el cas e que no perjudicara els drets lingüístics dels castellanoparlants (“bilingüe sí, valencià soles no” (GD06). A més, alerten sobre els possibles efectes positius de la incorporació del valencià de cara a la integració de la immigració i el turisme. Alguns valoren de “radical” la possibilitat que només s'utilitzara el valencià per a la comunicació en l'àmbit comercial.

“Claro, a lo mejor el quitar el castellano y poner el valenciano... Yo lo vería radical. Ya para, bueno nosotros se llevaría, pero el que venga de fuera, no va a entender nada, incluso perderían clientes. Yo creo que a la gente no le haría mucha gracia” (GD02)

La majoria consideren que ha d'estar en ambdues llengües, castellà i valencià, bé per aconseguir que la totalitat de persones entenga la informació i bé per la baixa competència lingüística en valencià escrit de part de la població valencianoparlant que podria tindre problemes de comprensió del valencià escrit.

“De les dos maneres [...] Perquè n'hi ha gent que llegir mateixa, en valencià... és que nosaltres parlem però, bueno jo no sé el resto però jo per exemple no sé escriure el valencià...” (GD03)

c. Reduir l'ús del valencià en l'àmbit comercial

Als grups de discussió realitzats, no s'ha manifestat de manera oberta i explícita cap posició que considere que caldria reduir l'ús del valencià a l'àmbit comercial. Tanmateix, de manera implícita i indirecta s'han deixat entreveure algunes idees que apunten cap a aquesta línia. Per exemple, asseveracions com “la llengua comercial és l'anglès o el castellà” (deixant fora la possibilitat d'incorporar el valencià en aquest context) o idees hipotètiques dels efectes negatius que podria tindre la utilització del valencià parlat o escrit en l'àmbit comercial sobre el turisme, són exemples d'argumentacions que apunten cap a aquestes postures en contra de la presència del valencià en l'àmbit comercial.

On sí que es manifesta de manera oberta i visible aquest tipus de posicions és a l'abordar el tema de la implementació de polítiques lingüístiques cap a la normalització del valencià en l'àmbit comercial que, en relació al qual alguns dels participants es mostren amb una oposició visceral. Una vegada més, l'argument central es focalitza en la “llibertat” de les empreses a triar la llengua i la seua percepció és que les polítiques públiques no han d'intervindre en aquest context (sobre l'àmbit privat) sinó únicament sobre la gestió d'allò públic (àmbit educatiu, serveis públics, etc.). Des d'aquesta percepció, les mesures de normalització lingüística són imposicions polítiques poc o gens justificables (Aparici i Castelló, 2011). Aquestes posicions discursives les trobem principalment als discursos unitarista-excloent, regionalista-localista i darwinista social.

5.6 INFLUÈNCIA DE LA LLENGUA PUBLICITÀRIA

Als grups de discussió realitzats també es va abordar la qüestió de la publicitat. Concretament, se'ls preguntava als i a les participants si consideren que la llengua en què es publicita un producte influeix a l'hora d'identificar-lo en una llengua o altra. La resposta majoritària a aquesta qüestió va ser afirmativa, és a dir, que la llengua amb la qual s'anuncia un producte influeix en la identificació del producte en aquesta llengua.

“Missatges subliminals, que es diuen. Tu veus algo escrit en valencià i pues (parlen alhora) valencià, valencià. És igual que li parles a una persona en castellà pues tu el contestaràs en el mateix idioma...” (GD02)

“-Jo pense que si
- Pense que influeix” (GD03)

- Claro, puede ser...” (GD04)

- Sí, sí (tots).” (GD01)

Alguns afirmen que a l'hora d'emprar el valencià, té major d'influència el fet que el nom siga en valencià o bé que siga un producte valencià, que si l'anunci amb el que es publicita s'haja fet en valencià.

“-Yo no creo. Yo, la verdad, yo lo pediría en castellano, pero porque yo lo veo y lo primero que me sale es traducirlo, no me sale decirlo
-Pero tú dices sandwich o pan de molde
-Sí, pero porque ya está... es lo habitual ya
-Pues lo mismo pasaría con los productos en valenciano
-Si te lo venden como tal, en valenciano lo dirías en valenciano
-Sí, el producto lo identifica eso sí” (GD02)

“Pero es verdad que hay palabras que están siempre en valenciano y les dices en valenciano. Luego hay expresiones que en castellano...” (GD06)

El que s'extrau de la idea anterior és que, tot i que no siga de manera conscient, la identificació del producte amb una marca o producte valencià està mediada per la publicitat rebuda sobre el producte.

“A mí me viene por lo de ‘fartons’. ¿A quién se le ocurre pedir ‘fartones’?
- A nadie (todos)” (GD06)

Alguns assenyalen que a l'hora de fer la compra més que la influència de la publicitat en castellà o en valencià, influeix la marca. En aquest cas, aquest discurs també mostra certa ingenuïtat al deslligar les marques de la publicitat, ja que si la publicitat de la marca és en valencià, les referències al producte seran en aquesta llengua i, de la mateixa manera

a la inversa, en castellà.

“No, jo dic pan Bimbo
Però lo mateix que quan vas a comprar iogurt, que dius me’n vaig a comprar Danones”
(GD05)

Per tant, encara que als diferents grups de discussió no hi haja unanimitat sobre la influència de la publicitat en la nomenclatura dels productes, l'anàlisi de les argumentacions aportades permet afirmar que sí que hi ha influència, tant en el nom del producte com en la marca. Per tant, la publicitat esdevé una peça fonamental per a fomentar la presència del valencià en l'àmbit comercial i una estratègia cap a la normalització lingüística i, com a tal, caldria recolzar i impulsar la publicitat de productes en valencià.

Amb això, sorgeix la següent hipòtesi, que podria ser un punt de partida per a futurs estudis: l'augment de la publicitat en valencià pot augmentar la identificació de productes en valencià i fomentar l'ús del valencià en l'àmbit comercial (tant escrit com oral)? El valencià és una llengua minoritzada, una llengua minoritzada és aquella que “malgrat ser la llengua de la majoria de la població autòctona, pateix una restricció dels seus àmbits i funcions d'ús en un territori determinat, de tal manera que no serveix o no és necessària per a la major part d'ocasions o àmbits en què cal usar la comunicació verbal” (definició extreta de Termcat)⁶⁷. Els i les participants dels grups de discussió consideren que l'àmbit comercial, al igual que l'empresarial i industrial, és un espai castellanitzat, amb una baixa presència del valencià. La majoria conceben que la situació del valencià en aquest àmbit és una conseqüència de les eleccions individuals de la llengua i de l'interès social de comunicació amb la totalitat de la ciutadania amb una llengua compartida (la llengua oficial de l'Estat Espanyol), i no un efecte estructural de la relació de dominació d'una llengua sobre l'altra. Aquesta concepció nega l'existència d'un conflicte lingüístic, social i polític.

Les persones participants parteixen de la idea naïf que cadascú tria la llengua en la qual parlar sense cap tipus de condicionament (parteix de la idea de bilingüisme total de la població i la equitat de les llengües) i a més considera que hi ha una adaptació natural a la llengua parlada per la clientela (amb un interès per garantir els drets lingüístics de

⁶⁷ TERMCAT és un web que disposa de diccionari en línia [<https://www.termcat.cat/ca/cercaterm>].

tothom). No obstant això, les premisses de partida, el bilingüisme, l'equitat de les llengües i el canvi adaptatiu lingüístic bidireccional, són completament errònies (Ninyoles, 2017).

Des del punt de vista de les persones participants, l'ús del valencià és diferent segons el tipus d'establiment, és a dir, perceben que hi ha un major ús del valencià al xicotet comerç (botiga tradicional) i al mercat, mentre que als centres comercials i les franquícies ubicades en l'entramat urbà cèntric prima l'ús del castellà. La intervenció pública en el disseny i planificació de la incorporació del valencià en l'àmbit comercial compta amb més detractors que partidaris. Entre els fermes detractors destaquen aquells que no volen cap política lingüística que afavorisca la normalització lingüística en aquest sector (ni en cap). De fet, cataloguen d'imposició política qualsevol intervenció en l'àmbit privat i afegeixen el terme "radical" a qualsevol acció que vaja encaminada a reduir la presència del castellà en la comunicació oral o escrita. Les expectatives d'aquests responen al manteniment de l'estatus quo de la llengua en l'àmbit comercial (una situació subordinada del valencià i en procés de substitució avançat).

Dins dels partidaris de la implementació de polítiques lingüístiques, trobem dues postures: una moderada/tímida i una altra reivindicativa. La postura moderada accepta la incorporació del valencià a l'àmbit comercial sempre que no supose cap pèrdua per als castellanoparlants (retolació, etiquetatge i atenció en les dues llengües). No busca la normalització lingüística sinó una coexistència lingüística sense conflictes. I per últim, una postura reivindicativa que demana obertament la intervenció pública per a regular els usos lingüístics i garantir el compliment dels drets lingüístics, amb la intenció de promocionar el valencià per evitar la substitució lingüística i aconseguir la normalització del valencià a la societat valenciana (aquesta és una postura minoritària).

5.7 EL VENTALL DISCURSIU ENVERS EL VALENCIÀ: ALGUNES CONCLUSIONS

Com hem assenyalat al principi del capítol, per a l'anàlisi hem emprat el marc teòric d'Aparici i Castelló (2011). Aquests autors identifiquen, en un estudi sobre els usos lingüístics en la universitat, fins a vuit posicions: discurs regionalista-localista; discurs liberal-darwinista; discurs monolingüe-resistent; discurs bilingüista-ingenu; discurs

valencià-resistent; discurs pragmàtic-resignat; discurs pragmàtic-positiu; i discurs unitarista-excloent. En el nostre cas, l'hem aplicat per les similituds trobades, però adaptat per a la nostra anàlisi de l'ús del valencià en l'esfera comercial.

A continuació, es presenten unes taules on es sintetitzen les característiques dels diversos posicionaments discursius extrets de l'anàlisi dels discursos. Com es pot observar a les següents taules, els elements particulars de cadascuna de les postures versen al voltant de les següents qüestions: el lloc que ocupa o que deu ocupar el valencià en la societat, el posicionament front la promoció del valencià i la normalització lingüística, el grau de recolzament d'aquesta postura en els grups (per la majoria dels participants, per alguns d'aquests o per cap), en quins grups s'han observat aquests discursos, i el futur desitjat per al valencià (cap a la substitució o la normalització lingüística).

DISCURS UNITARISTA-EXCLOENT	
Lloc del valencià	L'únic idioma legítim de l'Estat espanyol és el castellà, per la qual cosa el valencià és una llengua que no té utilitat, és "innecessària" i "indesitjable".
Promoció del valencià	Oposició oberta a qualsevol promoció del valencià i a la normalització del valencià en qualsevol àmbit, inclòs el comercial.
Presència en els discursos	Presència molt baixa d'aquest posicionament als discursos. Sols una persona manifesta obertament aquest discurs. Però els fonaments d'aquest discurs són la base d'altres discursos (el regional localista, el liberal darwinista i el monolingüe resistent) que primen la presència i ús de la llengua dominant (el castellà).
Grups en els que més apareix aquest discurs	GD04 (Elx)
Futur desitjat per al valencià	Substitució lingüística

Taula 22: Discurs unitarista-excloent. Elaboració pròpia.

DISCURS REGIONALISTA-LOCALISTA	
Lloc del valencià	El valencià és concebut com un element del patrimoni valencià però com a llengua de poca categoria ("d'anar per casa"). Per la qual cosa, la llengua d'ús és el castellà.
Promoció del valencià	Aquesta postura, que parteix de que el valencià és un element patrimonial passat, considera que ha de conservar-se (bé cultural), però no promocionar-se ni pretendre que tinga el mateix status que el castellà. La promoció del valencià no s'entén des d'aquest posicionament perquè per a què promocionar una llengua de segona categoria del passat? Part de les mesures cap a la normalització de la llengua es conceben com una "imposició difícil de justificar" (Aparici i Castelló; 2011,175).

Presència en els discursos	Presència baixa. Apareix a diferents grups de discussió però de forma molt puntual.
Grups en els que més apareix aquest discurs	GD01 (Alacant), GGD04 (Elx), GD05 (Gandia)
Futur desitjat per al valencià	Substitució lingüística

Taula 23: Discurs regionalista-localista. Elaboració pròpia.

DISCURS LIBERAL-DARWINISTA	
Lloc del valencià	Aquest discurs es focalitza en la idea que cada persona té llibertat per triar la llengua en la que relacionar-se i, per tant, la posició dominant d'una llengua o l'altra depèn d'aquella que té més usuaris. Aquesta concepció, basada en la llei dels més forts són els que sobreviuen, concep que una "llengua minoritzada s'ha d'entendre com un clar senyal de que aquesta ja és prescindible" (Aparici i Castelló; 2011,175). Parteix de la premissa que la població és bilingüe i si la gent no parla valencià és perquè no vol. Desproblematitza el conflicte i adopta una postura poc tolerant cap a la tria del valencià, ja que la seua lògica és que la gent tria el castellà perquè és la millor tria possible.
Promoció del valencià	No recolza la promoció del valencià, més bé aspira a la substitució lingüística. S'oposen a impulsar mesures que fomenten el valencià en l'àmbit comercial.
Presència en els discursos	Tot i que apareix en diferents grups de discussió l'aparició d'aquest discurs no és majoritària en cap d'ells.
Grups en els que més apareix aquest discurs	GD01 (Alacant), GGD04 (Elx), GD05 (Gandia), GD06 (València)
Futur desitjat per al valencià	Substitució lingüística

Taula 24: Discurs liberal-darwinista. Elaboració pròpia.

DISCURS MONOLINGÜE-RESISTENT	
Lloc del valencià	Aquest posicionament proposa la coexistència d'ambdues llengües, sempre que no afecte als castellanoparlants (no se'ls obligue a aprendre'l, no se'ls obligue a emprar el valencià i la comunicació amb ells siga en castellà). En definitiva, que els valencianoparlants entre ells empen la seua llengua, però canvien de llengua per comunicar-se amb els castellanoparlants.
Promoció del valencià	La promoció del valencià, sempre que no li afecte o tinga una reducció dels drets, li és indiferent. Aleshores no s'oposen a la promoció del

Presència en els discursos Grups en els que més apareix aquest discurs Futur desitjat per al valencià	valencià en l'àmbit comercial sempre que siguem actuacions afegides al castellà (mai substitució), per exemple, cartells en les dues llengües.
	Aquest discurs té presència a tots els grups de discussió realitzats.
	GD01 (Alacant), GD02 (Alcoi), GD03 (Castelló), GGD04 (Elx), GD05 (Gandia), GD06 (València)
	Substitució lingüística

Taula 25: Discurs monolingüe-resistent. Elaboració pròpia.

DISCURS BILINGÜISTA-INGENU	
Lloc del valencià	Parteix de la premissa que hi ha dues llengües al territori però no observa conflicte (ni jerarquia ni subordinació) entre ambdues perquè tenen àmbits d'ús diferents. Cadascú tria quina llengua emprar en cadascun del moments (la qual cosa no té en compte que els castellanoparlants poden o no ser bilingües).
Promoció del valencià	Valoren positivament el valencià i la seua situació, però estan en desacord en aplicar mesures cap a la normalització del valencià (per si és percebut socialment com una imposició), encara que els agradaria que s'emprara més. En l'àmbit comercial accepten la retolació en ambdues llengües, però no únicament en valencià. Són optimistes (i poc realistes), ja que pensen que sense intervenció millorarà el valencià.
Presència en els discursos	Aquest discurs naïf està present en tots els grups de discussió i amb una intensitat mitjana-alta.
Grups en els que més apareix aquest discurs	GD01 (Alacant), GD02 (Alcoi), GD03 (Castelló), GGD04 (Elx), GD05 (Gandia), GD06 (València)
Futur desitjat per al valencià	Substitució lingüística

Taula 26: Discurs bilingüista-ingenu. Elaboració pròpia.

DISCURS VALENCIÀ-RESISTENT	
Lloc del valencià	El valencià és un dels pilars identitaris del valencians. Considera que el valencià està en una situació subordinada respecte al castellà i parteix de la premissa que sols els valencianoparlants canvien de llengua perquè els castellanoparlants poden no saber ambdues llengües. Aquesta postura considera que hi ha àmbits castellanitzats que obliguen al valencianoparlant a canviar de llengua.
Promoció del valencià	Està totalment a favor de mesures que fomenten la normalització lingüística del valencià. Considera que s'ha d'actuar sobre l'àmbit comercial independentment que siga privat.
Presència en els discursos	Aquest discurs es dona en tres grups de discussió i de forma minoritària.
Grups en els que més apareix aquest discurs	GD02 (Alcoi), GD03 (Castelló), GD06 (València)
Futur desitjat per al valencià	Normalització lingüística

Taula 27: Discurs valencià-resistent. Elaboració pròpia.

DISCURS PRAGMÀTIC-RESIGNAT	
Lloc del valencià	El valencià està en una posició de dominat (tot i les actuacions dutes a terme per revertir el procés de substitució lingüística) i les seues expectatives de futur són negatives (postura pesimista). S'oposa a situacions intolerants amb l'ús del valencià.
Promoció del valencià	Està totalment a favor de mesures que fomenten la normalització lingüística del valencià. Considera que s'ha d'actuar sobre l'àmbit comercial independentment que siga privat.
Presència en els discursos	Aquest discurs està poc present als grups de discussió, apareixen pinzellades en alguns dels grups realitzats en les zones que més valencià s'usa.
Grups en els que més apareix aquest discurs	GD02 (Alcoi), GD03 (Castelló), GD05 (Gandia)
Futur desitjat per al valencià	Normalització lingüística

Taula 28: Discurs pragmàtic-resignat. Elaboració pròpia.

DISCURS PRAGMÀTIC-POSITIU	
Lloc del valencià	El valencià està en una situació de subordinació i s'han d'establir mesures per a la seua normalització. Discurs no identitari, basat en drets lingüístics.
Promoció del valencià	A favor de promocionar el valencià per aconseguir la normalització lingüística des d'un punt de vista pragmàtic i evitant el conflicte (a tots els àmbits: administratiu, educatiu, empresarial, comercial, etc.).
Presència en els discursos	Aquest discurs està poc present als grups de discussió, apareixen pinzellades en alguns dels grups realitzats en les zones que més valencià s'usa.
Grups en els que més apareix aquest discurs	GD02 (Alcoi), GD03 (Castelló), GD05 (Gandia), GD06 (València)
Futur desitjat per al valencià	Normalització lingüística

Taula 29: Discurs pragmàtic-positiu. Elaboració pròpia.

Després d'analitzar els diferents diferents posicions discursives envers la llengua i el seu ús, podem concloure que s'observa una major presència dels posicionaments discursius liberal darwinista, bilingüista ingenu, monolingüe resistent (castellà) i regionalista-

localista. Les primeres tres postures discursives apareixen en tots o quasi tots els grups de discussió sense diferenciació territorial; en canvi, la postura regionalista-localista té una major presència a Alacant, Elx i Gandia. Aquests són discursos orientats principalment a mantindre l'estatu quo de la situació del valencià (subordinació respecte al castellà) i avançar en el seu procés de substitució lingüística. Aquestes posicions discursives conceben la promoció del valencià com una imposició política (discurs liberal-darwinista i el regionalista-localista) i plantegen la normalització del valencià com una política restringida a garantir els drets dels valencianoparlants però sense perjudici del castellanoparlants (bilingüista ingenu i monolingüe resistent). El discurs més extremat en contra de la normalització lingüística és el discurs unitarista-excloent, que apareix de forma molt puntual en el grup de discussió d'Elx. Aquesta posició discursiva busca obertament l'extinció del valencià i la supremacia del castellà. Recordem que la llengua, com ja hem dit⁶⁸, ha estat mediatitzada i convertida en una eina política per tots els partits del panorama polític valencià (Flor, 2013). Els discursos a favor de la promoció del valencià i la normalització lingüística, és a dir, els discursos pragmàtic positiu, pragmàtic resignat i resistent valencià apareixen en els grups de discussió d'Alcoi, Gandia, Castelló i València. En cap dels grups aquests discursos es converteixen en el discurs majoritari (més recolzat) dins del propi grup.

Després de l'anàlisi realitzat, podem concloure que la variable territorial (i el context sociolingüístic) i la variable ideològica (amb conjunció amb la classe social) són les variables claus per a estudiar la diferenciació entre les postures discursives envers la llengua (actituds i percepcions). En canvi, la variable edat i nivell d'estudis tindrien un paper important però secundari en aquest tipus d'anàlisi. Aquests discursos heterogenis sobre la llengua i el seu ús en l'àmbit comercial donen forma al món que ens envolta, i mostren una realitat comercial fortament marcada per la posició hegemònica del castellà i la subordinació del valencià. En el següent capítol deixem l'univers discursiu per submergir-nos en els espais comercials i els diferents paisatges lingüístics resultants de les percepcions i actituds envers el valencià.

⁶⁸ Veure capítol 2.

CAPÍTOL 6. EL PAISATGE LINGÜÍSTIC COMERCIAL VALENCIÀ

“El monolingüisme és una situació lingüística més rara, infreqüent i anòmala que el multilingüisme i curiosament poc estable, encara que la seua visibilitat científica, social i política haja sigut molta. La uniformitat lingüística és hui una rara avis, i fins i tot en zones que concebem monolingües, encara que no sempre siguem capaços de veure-ho, coexistim i entrem en contacte quotidianament amb parlants i textos d'altres llengües” (Pons Rodríguez, 2021: 19)

6.1 ELS PAISATGES LINGÜÍSTICS

En aquest capítol es presenta una anàlisi dels resultats de l'estudi de paisatge lingüístic i de la vitalitat etnolingüística del valencià a l'àmbit comercial. Els estudis de paisatge lingüístic es basen en l'anàlisi de la llengua emprada en anuncis i rètols comercials, rètols de carrers i carreteres, rètols d'edificis públics i altres textos escrits en les vies públiques (Landry i Bourhis, 1997: 25). En l'anàlisi del paisatge lingüístic, Landry i Bourhis fan distinció entre la funció denotativa o merament informativa dels textos escrits i la funció connotativa o simbòlica del què es diu i qui ho diu. Altres autors utilitzen el terme “paisatge lingüístic” per a referir-se a l'estudi de la situació sociolingüística d'un país o d'una regió o la presència de diverses llengües en un mateix territori (Sciriha i Vassallo, 2001; Kreslins, 2003). Els estudis de paisatge lingüístic naixen al Canadà amb la intenció d'estudiar i “mesurar la vitalitat etnolingüística d'un idioma i la seua coordinació amb la política lingüística” (Pons Rodríguez, 2012: 57). En els estudis de paisatge lingüístic s'elabora una anàlisi de la presència de les llengües en els espais públics i el lloc que ocupa cadascuna de les llengües presents en el context estudiat. L'estudi de la vitalitat etnolingüística d'una llengua permet:

“descriure la probabilitat de que una llengua s'utilitze socialment dins d'una comunitat o grup de parlants o siga desplaçada i es muira [...] La vitalitat etnolingüística està determinada, doncs, per el nombre de factors socials i

estructurals que són favorables a la llengua i que sostenen la seua supervivència com expressió diferenciadora d'un col·lectiu" (Pons Rodríguez, 2012: 57-58).

Els estudis de paisatge lingüístic es realitzen en múltiples contextos: aquells espais globalitzats amb immigració assentada que retola els cartells amb la seua llengua d'origen, espais turístics on els cartells i la informació textual s'incorpora en diverses llengües, o espais on conviuen o coexisteixen diverses llengües perquè és una regió amb dues o més llengües. Alguns exemples d'aquests estudis són, entre altres, els realitzats per Latorre i Garcia (2020) Yujing Ma (2017), Pons Rodríguez (2012), Muñoz Carrobles (2010), Vallès Sanchis (2003), Sciriha i Vassallo (2001).

En aquesta tesi ens centrem en l'estudi del paisatge lingüístic comercial exclusivament. Per tal de realitzar una anàlisi més completa i complexa de la presència del valencià als comerços, es fa la següent distinció: paisatge visual (escrit) i el paisatge sonor (parlat). És a dir, per una banda, una part de l'estudi se centra en l'anàlisi de la llengua escrita en l'àmbit comercial (rètols, cartelleria de les seccions, prestatgeries, fulls publicitaris en la botiga, fulls institucionals, etcètera) per apropar-nos a la presència escrita del valencià en el xicotet comerç, en el mercat municipal i en els centres comercials. I, per altra banda, es recull i s'analiza la llengua que parla el comerç amb la clientela per tal de fer una reconstrucció de la presència oral del valencià a l'àmbit comercial.

El paisatge lingüístic no és una qüestió estàtica i que es manté en el temps, sinó que sol estar en continu canvi, el qual és necessari per adaptar-se a una societat dinàmica per definició, influenciada per la globalització, el turisme, la immigració, les identitats, etc. En definitiva, hem d'entendre els espais comercials com a espais socials, llocs d'interacció entre persones, amb identitats i posicionaments ideològics més enllà del que es parla. De facto, "el territori urbà no pot ser considerat merament com un espai urbanitzat, construït, ordenat, sinó que és l'acció social dels individus i grups que conformen cada societat local urbana la que converteix a aquests espais en territoris, en espais socials" (Cantero et al., 1999: 75)

La descripció i l'anàlisi del paisatge que es fa en aquest capítol combina l'estudi de l'espai, els resultats de la interacció social i les actituds dels actors presents en l'escenari investigat. És indissociable l'estudi de l'espai sense tindre en compte l'activitat que allí es desenvolupa, les relacions entre les persones i els comportaments individuals i grupals sustentats en les múltiples actituds dels actors socials. En paraules de Marc Augé: "ja no hi ha anàlisi social que pugui prescindir dels individus, ni anàlisi dels individus que pugui ignorar els espais per on ells transiten" (2000: 122).

6.2 PRESENCIA ORAL I ESCRITA DEL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL

En aquest apartat es presenten els principals resultats sobre la presència oral i escrita del valencià en l'àmbit comercial, recollits mitjançant l'observació participant sistemàtica emprada en aquesta investigació⁶⁹. Com s'ha exposat a cadascuna de les botigues observades, s'ha seguit de manera exhaustiva les següents pautes d'observació i recollida de dades:

1. Identificació i registre de la llengua emprada en el rètol extern de la botiga, l'aparador extern, els cartells (de producte i promocionals) i l'horari de l'establiment.
2. Identificació i registre de la llengua emprada en la cartellera interna (de zonificació, de producte i etiqueta de producte).
3. Identificació i registre de cartells amb informació institucional (full de reclamacions, full de normes de la institució, full de canvis i devolucions, fulls de prohibició de consumir tabac, etc.)
4. Identificació i registre de les llengües que es parlen a l'establiment: llengua utilitzada entre els treballadors i llengua d'atenció entre treballadors/es i clientela.
5. Identificació i registre de la resposta del treballador o treballadora a una conversa provocada pel personal de recerca iniciada en valencià.

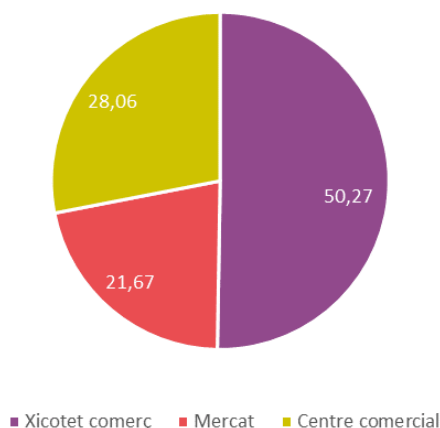
⁶⁹ Veure capítol 1.

Els primers tres punts pretenen captar el paisatge lingüístic comercial visual, mentre que els punts quatre i cinc se centren en compilar dades sobre el paisatge lingüístic comercial sonor. Abans d'iniciar l'anàlisi descriptiu, cal assenyalar alguns dels límits i obstacles en el treball de camp, entre els quals destaquen la impossibilitat d'observar alguns dels elements inclosos en el llistat abans descrit, bé perquè no hi eren presents a totes les botigues visitades o bé perquè eren molt complicats de veure, o fins i tot, de trobar segons les situacions viscudes. Per exemple, en algunes botigues no disposen de cartells com l'horari d'obertura i tancament del comerç, o en alguns locals no hi havia cartellera interna. A més a més, en alguns comerços (i potser per característiques pròpies de la grandària del comerç), en el moment en què es fa l'observació només hi havia un treballador/a, i, conseqüentment, no s'ha pogut enregistrar la llengua emprada entre el personal de la botiga. En altres ocasions, la investigadora era l'única clienta del comerç, limitant així l'observació a la presència oral del valencià a l'espai i a la conversa provocada amb el treballador o treballadora. En les grans botigues, quan hi havia molta gent es feia molt complicat enregistrar la llengua entre clientela i personal de la botiga perquè de vegades no se sentia o era complicat apropar-se (sense cridar l'atenció).

Durant el treball de camp s'ha visitat i s'ha enregistrat la informació d'un total de 1.869 establiments, dels quals 937 són botigues que pertanyen al xicotet comerç, 404 són botigues ubicades a mercats municipals i 523 són botigues ubicades a centres comercials. La distribució dels punts d'observació i la tipologia d'establiments comercials ve condicionada per la metodologia utilitzada per seleccionar les unitats d'estudi⁷⁰. A més, a cada municipi analitzat s'ha fet un itinerari que comprenia un mercat municipal, un centre comercial i dos eixos comercials de botigues amb característiques diferenciades: un eix situat en una zona cèntrica on conviuen botigues de grans marques i franquícies amb el xicotet comerç tradicional i altre eix comercial ubicat a zones perifèriques caracteritzat per tipus d'establiments de xicotet comerç tradicional. Aquesta selecció ha permès aproximar-se de manera exhaustiva a les realitats comercials duals presents als municipis estudiats que, alhora, mostren la complexitat de l'entramat

⁷⁰ Densitat comercial dels carrers triats amb l'API explicada en la introducció d'aquesta tesi.

social de les ciutats, derivada del joc constant de forces econòmiques, socials, polítiques i culturals. Encara que el xicotet comerç i la franquícia formen part de dues realitats totalment diferents amb característiques molt dispars, en la pràctica ambdues tipologies conviuen als carrers i, per tant, obviar una tipologia hauria esbiaixat els resultats considerablement.



Gràfic 11: Distribució percentual dels establiments observats segons la seua tipologia. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Degut a que el nombre de botigues observades a cadascuna de les ciutats varia considerablement –i per tal de facilitar l'anàlisi–, de cara al tractament de les dades es treballarà amb percentatges i no amb valors absoluts. Així doncs, a la Taula 30 es recull el nombre de botigues analitzades a cadascun dels municipis (valors absoluts) i el corresponent valor percentual.

Com es pot observar a la següent taula, les unitats mostrals observades a la ciutat de València són superiors que a la resta de territoris. El motiu que explica aquesta diferència respon a la necessitat d'elaborar un estudi exploratori previ sobre una de les ciutats que servira de fonament metodològic per tal d'aplicar l'anàlisi a la resta de zones. És a dir, es tracta d'una qüestió pròpia del disseny metodològic de la investigació. Els resultats d'aquesta aproximació inicial a la Capital del Túria va permetre destriar eixos d'anàlisi que no van resultar massa significatius i, per tant, no s'aplicaren a la investigació en altres zones, així com establir línies d'anàlisi que sí resultaren rellevants. Per exemple, l'estudi exploratori en València es basà en una observació més exhaustiva de l'ús del valencià en

aquells barris on t històricament s'ha emprat més (Cabanyal i Benimaclet) i barris on, contràriament, l'ús del valencià històricament és inferior (El Carme, El Pilar, El Mercat, etc.). Concretament s'han observat: dos mercats (Central i Cabanyal), tres centres comercials (El Saler, Aqua i Nuevo Centro) i quatre zones on hi ha xicotet comerç (Colón, el Mercat, el Cabanyal i Benimaclet).

Com que no s'observen diferències significatives entre les botigues observades en unes zones i altres, aquesta variable no s'utilitza en les altres ciutats. En canvi, es van observar diferències significatives en la classificació polar de "botiga tradicional del xicotet comerç de barri" on es fa un major ús del valencià (escrit i oral) i "franquícies de marques reconegudes" (òptiques, roba, etc.) on es fa un ús inferior de la llengua (escrit i oral). Per això, en la selecció de les zones s'ha tingut en compte que els carrers seleccionats a cadascuna de les ciutats tingueren aquests dos tipus de botigues amb un ús diferenciat del valencià.

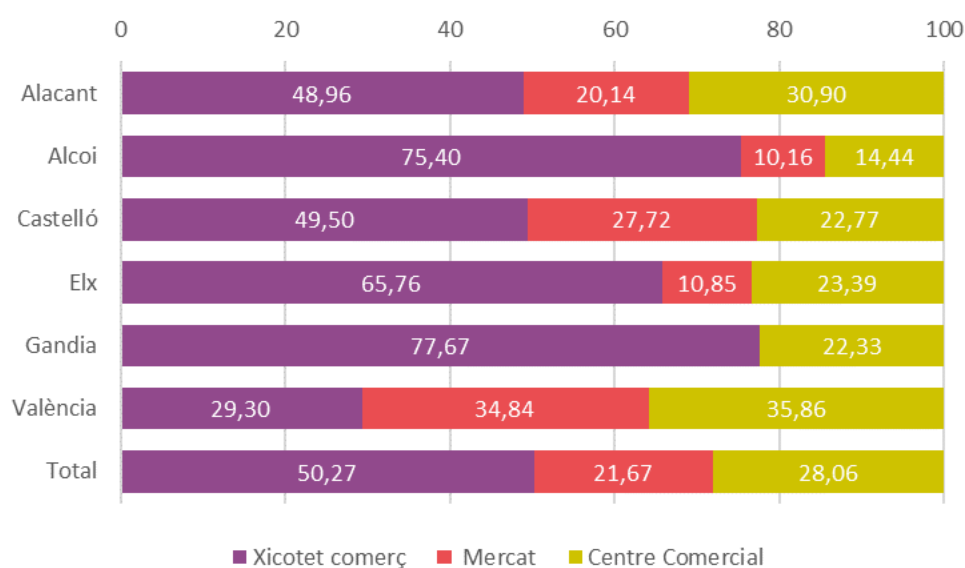
Com ja s'avançava, s'han emprat diferents eines⁷¹ del Google Maps que han resultat òptimes tant per a la identificació dels eixos comercials (més o menys visibles i identificables), com per a la ubicació dels comerços i l'anàlisi prèvia dels tipus de comerç (franquícia o botiga tradicional) distribuïts en els diferents eixos comercials (de cara a establir les rutes d'observació). A banda d'aquesta eina de l'API, cal destacar la funcionalitat del visionat "satèl·lit" que permet fer una primera ruta virtual pels carrers com si fos un passeig comercial, la qual cosa facilita el disseny de les rutes d'observació amb major precisió (encara que es registraren diferents desactualitzacions: comerços que ja no existien i nous comerços que no apareixien virtualment).

⁷¹ La descripció de les eines Google emprades es troba al capítol 1 apartat 1.3.1.

	Absolut	%
Alacant	288	15,44
Alcoi	187	10,03
Castelló	202	10,83
Elx	295	15,82
Gandia	206	11,05
València	686	36,78
Total	1865	100,00

Taula 30: Distribució percentual i nombre absolut de comerços observats per ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Respecte a les variacions per territoris, el següent gràfic mostra com les proporcions dels diversos tipus d'establiments observats (xicotet comerç, mercat i centre comercial) varien d'una ciutat a l'altra. Aquestes variacions es deuen a diversos factors vinculats al teixit comercial particular de cada ciutat, entre els que destaquen l'existència o no de mercat municipal (seria el cas de Gandia que sí que té mercat ambulant, però que, donades les particularitats diferencials amb un mercat municipal fixe, no va ser analitzat), i la grandària del mercat municipal (a Alcoi i a Elx el mercat és d'una dimensió més xicoteta si la comparem amb Alacant, Castelló o València).



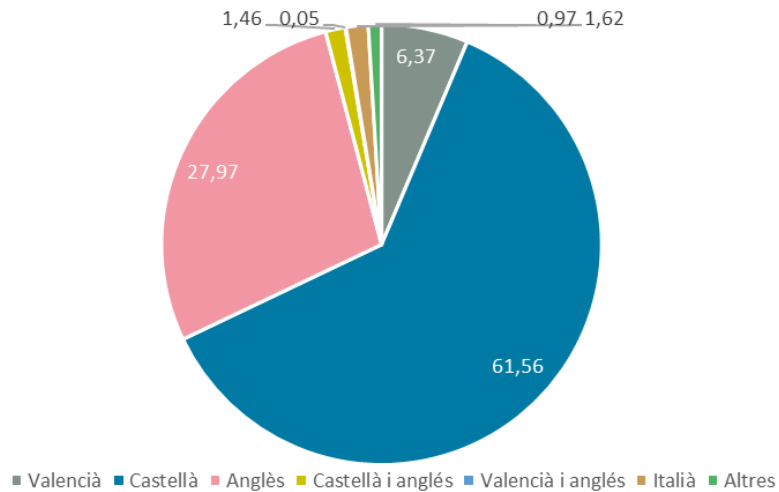
Gràfic 12: Distribució percentual dels establiments observats segons la seua tipologia. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Una vegada exposades detalladament les unitats d'anàlisi que componen el treball de camp de l'observació, els percentatges per territoris i les proporcions per tipus d'establiments, a continuació s'exposen els resultats obtinguts sobre la presència del valencià a l'àmbit comercial. I per a aquesta anàlisi, la descripció dels resultats s'ordenarà simulant la visita presencial a aquests establiments, és a dir, des de la porta cap a l'interior de les botigues. En aquest recorregut, a la primera parada s'analitza la llengua emprada en la retolació i la cartelleria externa de la botiga. En segon lloc, una vegada dins del comerç, ens detindrem en la llengua emprada a la cartelleria interna (senyalística i informació institucional) i l'etiquetatge dels productes. Una vegada ja ens hem passejat pels corredors del comerç i hem analitzat la presència del valencià en llengua escrita (i també de les altres llengües), en tercer lloc, ens focalitzarem en la llengua oral utilitzada en aquest espai comercial, fixant-nos tant en la llengua que s'empra entre els treballadors i treballadores com en la llengua usada amb els clients i les clientes. En quart lloc, i en base a la participació de la investigadora en l'observació com a potencial clienta de l'establiment, interaccionarem verbalment amb algun o alguna treballadora per identificar la llengua d'atenció en el cas que el comprador o la compradora parle valencià. En aquest punt, entre altres dades, es copsa la reacció lingüística del treballador o treballadora a la pregunta en valencià, és a dir, si la resposta és en la mateixa llengua (en valencià), si la resposta és en castellà (però ha entès la pregunta en valencià) o si no entén el valencià i per a possibilitar la comunicació s'ha de fer un canvi lingüístic (fer la pregunta en castellà). Per altra banda, també es registren algunes actituds cap al valencià derivades de la situació d'interacció comercial que més endavant s'exposaran.



*Imatge 8: Exemple publicitari en anglès en la retolació exterior a una franquícia. València, 2018.
Fotografia: Autora.*

L'anàlisi realitzada en el primer tram d'aquest passeig comercial proposat que ens situa a la porta de la botiga ens ofereix la següent informació: més de la meitat dels rètols identificatius de les botigues estan en castellà (1.140 botigues), més d'una quarta part dels rètols de les botigues observades estan en anglès (518 botigues) i poc més d'un 6% estan en valencià (118 botigues). Aquestes xifres mostren la major presència de botigues amb nom castellà o anglès, respecte a les que ho fan en valencià. A més, d'entre els casos observats, menys d'un 4% de les botigues utilitzen llengües distintes al castellà, valencià o anglès (les llengües emprades en aquestos casos són: italià, francès, portuguès i xinès). Pel que fa als rètols, tenim un paisatge lingüístic comercial visual principalment castellà, on té una presència rellevant també l'anglès.



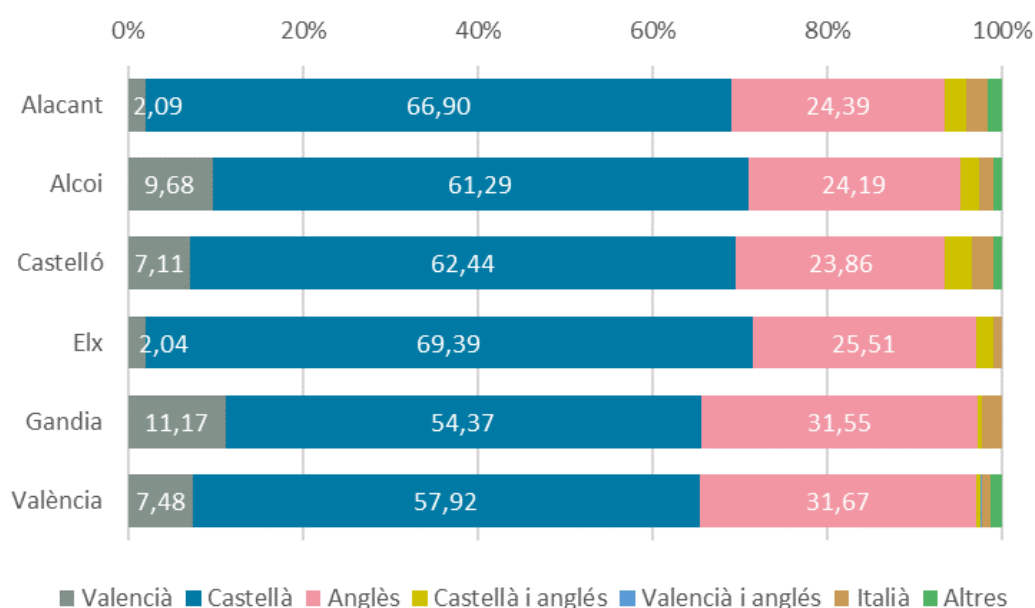
Gràfic 13: Distribució percentual de les botigues segons l'idioma del rètol. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.



Imatge 9: Utilització en la retolació externa tres llengües: valencià, castellà i anglès. Alacant, 2018. Fotografia: Autora.

L'anàlisi de la retolació externa dels comerços en base al criteri territorial ens mostra diferències entre els diferents municipis analitzats (Alacant, Alcoi, Castelló, Elx, Gandia i València). Un element comú és l'ús majoritari del castellà a les retolacions externes dels comerços observats. Malgrat això, s'observen percentatges més elevats de botigues amb retolacions externes en castellà a municipis com Elx i Alacant (69,4 i 66,9% respectivament) i uns percentatges relativament més baixos en el cas de Gandia i

València (54,4 i 57,9% respectivament). La segona llengua amb més presència a la retolació comercial és l'anglès, principalment a les franquícies ubicades als eixos comercials cèntrics i als centres comercials. En aquest cas, s'observa una diferència percentual de 6 punts entre diferents ciutats, situant-se en un pol Gandia i València amb majors percentatges de retolació en anglès (31,7 i 31,6% respectivament) i, a l'altre pol, Alcoi i Elx amb els percentatges més baixos (24,2 i 25,5% respectivament). Com s'ha observat al gràfic anterior, sols el 6,4% de les botigues observades tenen la retolació en valencià. Tot i que aquest cas és minoritari i recull percentatges baixos (entre el 2,1 i el 11,1%) presenta diferències significatives respecte a l'eix territorial. A Alacant i a Elx s'observa una baixa presència de botigues amb retolació en valencià (sols un 2% dels comerços observats) i, en canvi, a Alcoi i Gandia trobem els percentatges més elevats de retolació externa en valencià (entre un 9,5 i un 11,2% del comerços observats). Castelló i València es troben en una posició mitjana entre els dos pols anteriors, amb un percentatge de botigues retolades en valencià entorn al 7%. Les altres llengües emprades en les retolacions externes de les botigues tenen un recurrència baixa o molt baixa, encara que cal destacar que el percentatge de botigues retolades a Alacant en italià és lleugerament superior al nombre de botigues retolades en valencià (2,4 front a 2,1%).



Gràfic 14: Distribució percentual de les botigues segon l'idioma del rètol i la ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

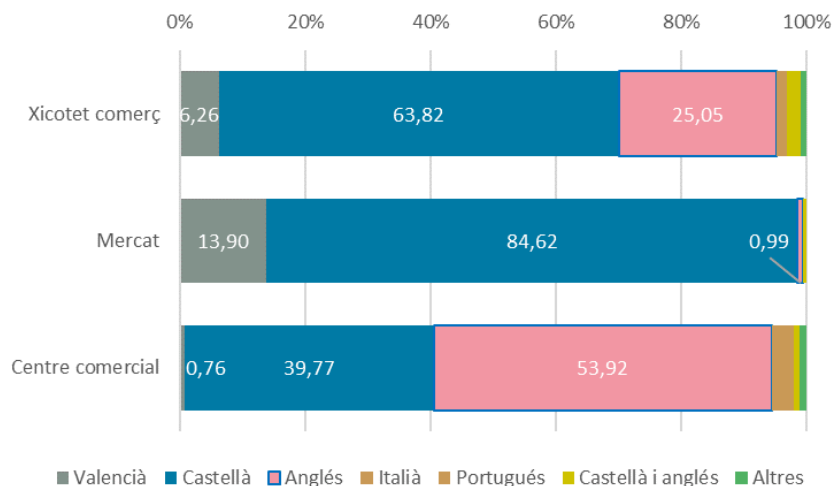
A banda de les diferències lingüístiques de la retolació en base a l'àmbit territorial, també es donen diferències a partir de la tipologia d'establiments comercials. Tant als mercats com al xicotet comerç hi predomina la retolació en castellà (84,6 i 68,6% respectivament), encara que al xicotet comerç s'observa un 25,1% de rètols externs en anglès (aquests principalment corresponen a franquícies ubicades en eixos comercials centrals). Aquesta alta presència de l'anglès fomenta la pèrdua d'identitat, homogeneïtza els carrers i els resta la seua idiosincràsia, creant ciutats amb els mateixos paisatges independentment del territori en què es trobe (Ritzer, 2006).



*Imatge 10: Exemple combinació anglès-castellà en la retolació exterior al xicotet comerç. Elx, 2018.
Fotografia: Autora.*

La retolació en valencià es duplica en el cas dels mercats, tot i que aquesta segueix sent baixa comparativament amb altres llengües: la retolació registrada en valencià als mercats representa el 13,9%, mentre que al xicotet comerç, el 6,3%. Respecte al cas de

la retolació als centres comercials, aquest és completament diferent: el 53,9% dels rètols externs estan en anglès, mentre que 39,7% estan en castellà, el 3,3% en italià⁷² i menys de l'1% està en valencià.



Gràfic 15: Distribució percentual de les botigues segons l'idioma del rètol i tipus de d'establiment. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

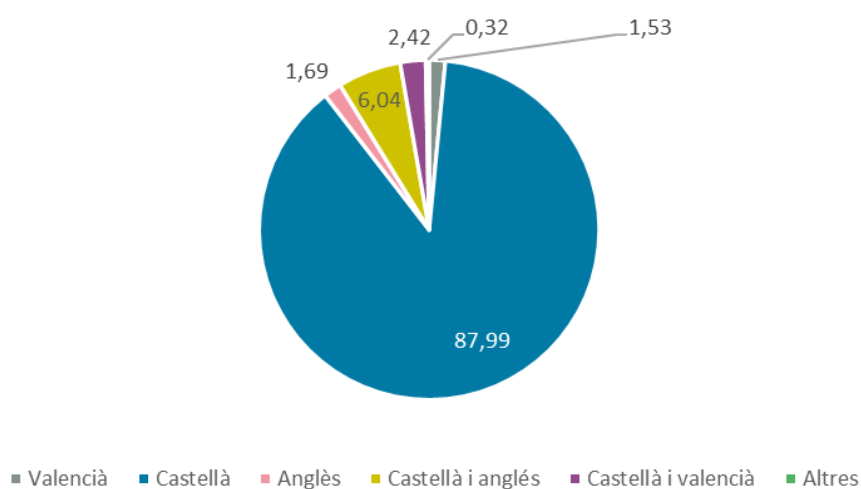
Un altre element d'anàlisi en aquesta primera parada a les portes de les botigues és la que ofereix l'observació dels aparadors externs.



Imatge 11: Exemple retolació exterior en castellà al xicotet comerç. Castelló, 2018. Fotografia: Autora.

⁷²La major part dels rètols en italià coincideixen amb maques comercials amb noms italians (per exemple, Amichi, Massimo Dutti, etc.)

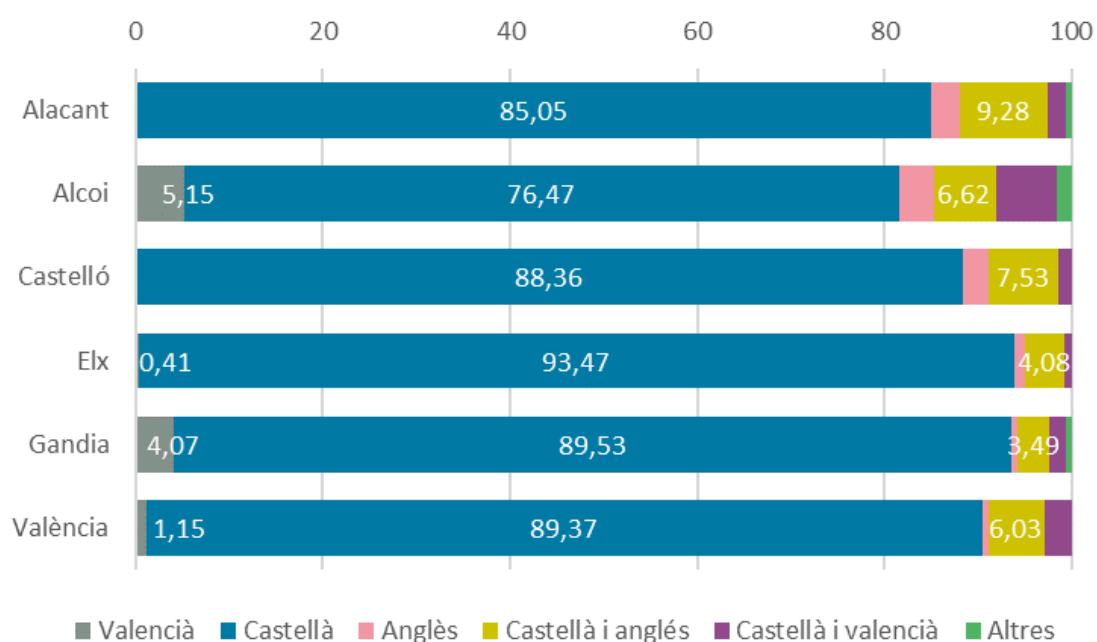
De la mateixa manera que a les retolacions, s'observa un clar predomini del castellà, tant en solitari com combinat amb l'anglès. Així es recull al següent gràfic sobre la distribució percentual de les botigues segons la llengua que s'empra en l'aparador extern: el 94% dels cartells de l'aparador extern de la botiga està en castellà, sols en castellà (88%) o en castellà i anglès (6%). L'ús del valencià en aquest espai és molt reduït, concretament, en el 3% dels aparadors s'ha enregistrat informació escrita en valencià, sols en la meitat dels casos s'empra el valencià en solitari i en l'altra meitat es combinen missatges en valencià i en castellà.



Gràfic 16: Distribució percentual de les botigues segons la llengua que empra en l'aparador extern. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Com mostra el següent gràfic, també hi ha diferències entre les sis ciutats estudiades pel que fa a l'ús del valencià a l'aparador extern. En aquest cas, però, existeixen diferències en l'ús lingüístic de la retolació dels comerços i la informació oferida a l'aparador extern. Si bé, com hem vist, a la retolació externa el castellà representava el 62%, seguida de l'anglès en un 28% i el valencià amb el 6%, als cartells informatius externs predomina el castellà amb el 88%, donant lloc a una pèrdua de presència de l'anglès i del valencià. Aquest fet ens mostra una fotografia prou exemplificadora de la realitat lingüística esquizofrènica en l'àmbit comercial on, d'una banda, el rètol està en anglès o valencià i, d'altra, els cartells informatius externs sobre els serveis, productes o, fins i tot, els preus, apareixen en altra llengua, el castellà. Pel que fa a les diferències territorials, trobem que a Alacant, a Castelló i a Elx el nombre de botigues amb cartells en valencià o cartells en

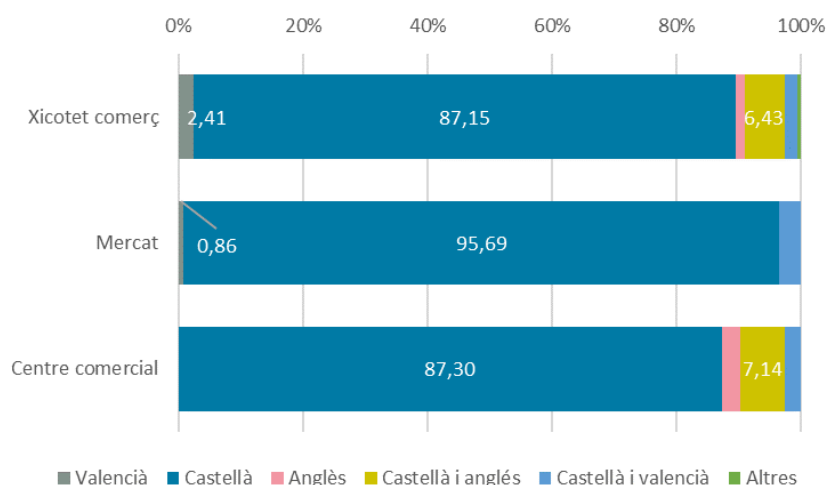
valencià i castellà és inferior al 3% i, a Gandia i València el percentatge és pròxim al 5%. Cal destacar el cas d'Alcoi on quasi el 12% dels cartells té la informació de la cartelleria externa de l'aparador en valencià (5,2%) o en castellà i valencià (6,6%). Finalment, Alcoi i Gandia són les ciutats on s'ha observat més presència del valencià als aparadors externs. Per contra, Alacant, Castelló i Elx són els llocs on menys aparadors en valencià s'han observat. Cal dir que sobreix el cas de Castelló, ja que tot i tindre un 7,1% de la retolació externa en valencià, sols l'1,4% disposa dels cartells de l'aparador extern en castellà i valencià (en cartells "sols en valencià" el percentatge és proper a zero).



Gràfic 17: Distribució percentual de les botigues segons la llengua que emprava en l'aparador extern i ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

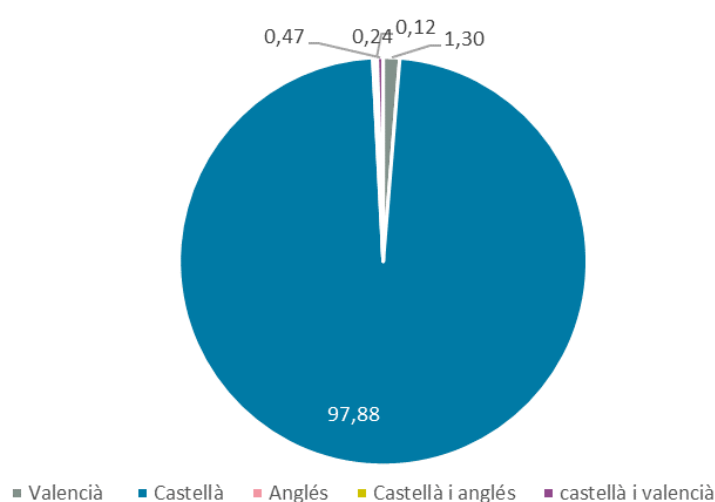
Respecte a la variable 'tipus d'establiment', s'ha observat que en els tres casos la majoria de la informació exterior, independentment de la llengua emprada en el rètol, està en castellà (concretament, el 87,2% en les botigues dels eixos comercials, el 95,7% en el mercat i el 87,3% en el centre comercial). Les botigues que combinen cartelleria exterior en castellà i anglès no tenen massa representació (el 6,4% al xicotet comerç i el 7,1% al centre comercial), però les que combinen el castellà i el valencià registren valors encara més baixos (entre un 2,1 i un 3,5%). Si ens centrem en la presència de cartells

exclusivament en valencià, les xifres remarquen l'escassa presència d'aquest (2,4% al xicotet comerç, 0,9% al mercat i cap cartell en valencià al centre comercial).



Gràfic 18: Distribució percentual de les botigues segons la llengua que emprava en l'aparador extern i tipus d'establiment. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

En aquesta anàlisi a les portes de les botigues, cal ressenyar que el cartell que informa sobre l'horari de la botiga, que es troba en quasi tots els establiments, pràcticament en la seua totalitat està en castellà (dels 848 establiments amb horari a la façana 831 està en castellà). En aquest cas no hi ha pràcticament diferències respecte al tipus de botiga ni respecte a la ciutat.

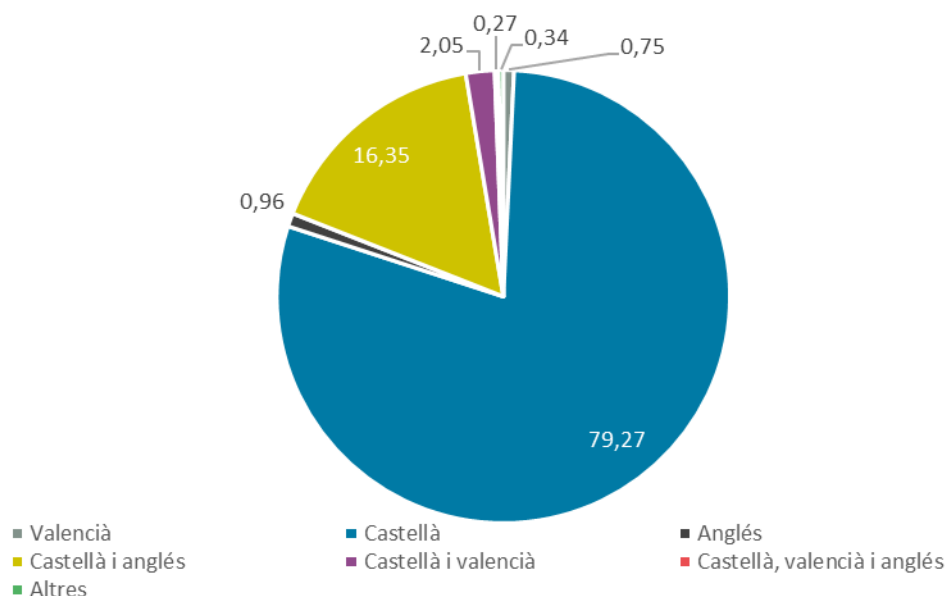


Gràfic 19: Distribució percentual de les botigues segons la llengua emprada en "l'horari comercial". Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.



Imatge 12: Horari comercial en valencià en el mercat d'Alcoi. Alcoi, 2018. Fotografia: Autora.

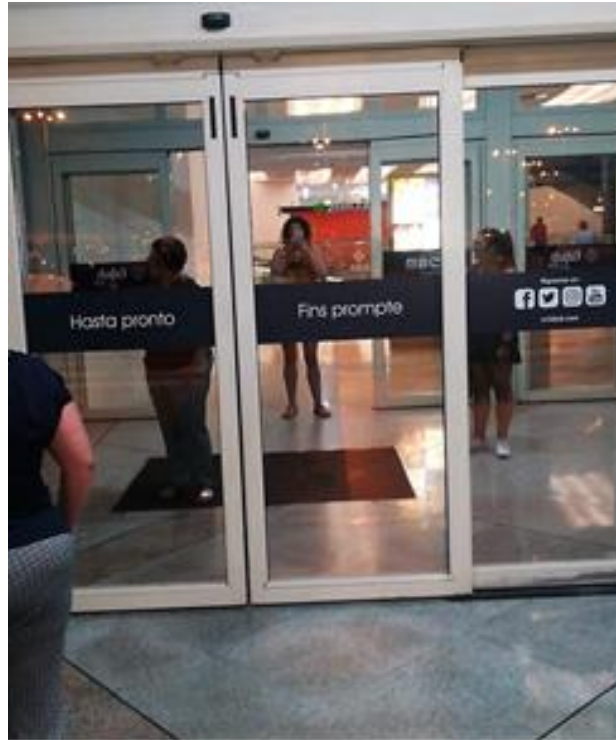
Seguint amb aquest recorregut pels comerços, una vegada s'obri la porta i s'entra a l'interior de les botigues, s'observa que a la cartelleria interna –tant la que marca la zonificació de l'establiment, la que s'empra per a identificar productes i la que marca els preus dels mateixos– es segueix un patró similar que a la cartelleria informativa externa on “domina” el castellà enfront de qualsevol altra llengua. L'observació realitzada mostra que el 79% de les botigues tenen la cartelleria i senyalística interna en castellà. Si afegim els casos en els quals al castellà s'afeg altra llengua, el percentatge assoleix el 98%. Respecte a aquestes esmentades combinacions de llengües, la més habitual és la que combina el castellà i l'anglès (16,4%). S'ha observat que les botigues en les quals s'empra únicament l'anglès o, com hem dit, combinat amb el castellà, solen ser comerços de roba o d'esport en què el públic objectiu és la gent jove (moltes d'elles franquícies, ubicades als centres comercials o l'eix comercial cèntric). El valencià és pràcticament invisible i inexistent en aquesta cartelleria a l'interior dels comerços: menys de l'1% de les tendes visitades tenen la senyalística en valencià i solament un 3% tenen alguna cosa en valencià combinant amb altres llengües, principalment valencià i castellà.



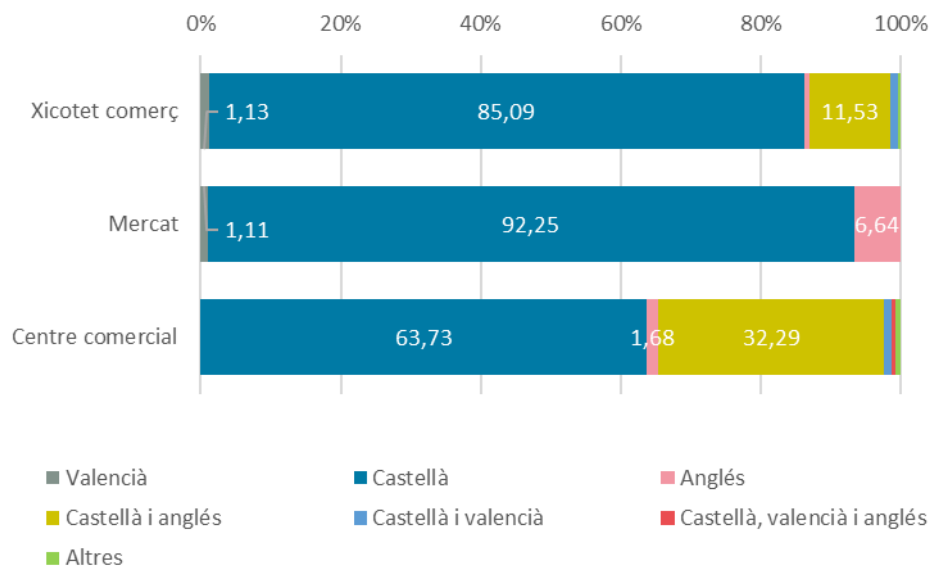
Gràfic 20: Distribució percentual de les botigues segons la llengua en que està la cartelleria interna.

Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Tal i com s'avançava anteriorment, pel que fa a la tipologia de comerços, el major nombre de botigues amb cartelleria i senyalística en castellà i anglès es troba principalment en els centres comercials on el 32% de les botigues posen en pràctica aquesta combinació de llengües. Als mercats, el 92,2% representa parades on predomina el castellà en la cartelleria del comerç i un 6,6% de les parades del mercat tenen els cartells en anglès, que corresponen amb el tipus de parades on venen productes exclusius, de luxe, gourmets o d'importació (per exemple, "Oiled and Salt", "Bescuiwine", "Tropical Market" i "Mister Chipotle", entre altres). La presència del valencià és molt baixa a la cartelleria interna de les botigues del xicotet comerç i del mercat (1,1%), però, com hem vist, és pràcticament inexistent a les botigues dels centres comercials. No obstant, en alguns centres comercials, i al marge de les botigues que componen els centres, s'han observat cartells en valencià i castellà a les portes del complex comercial. Es tracta de cartells que donen la benvinguda, l'acomiadament o senyalitzen les distintes zones del centre comercial (per exemple, en el cas del centre comercial d'Elx hi havia un adhesiu a l'entrada i a l'eixida amb el missatge de "Benvinguts" i "Fins Prompte"). Tret d'aquest cas anecdòtic, als centres comercials observats la presència del valencià és molt baixa tant a les instal·lacions com a les botigues.



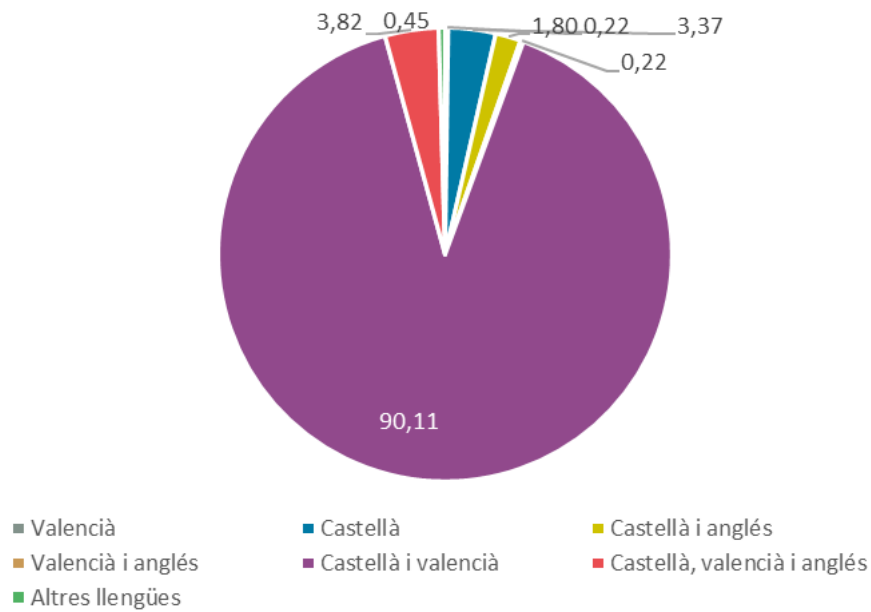
Imatge 13: Missatges en castellà i valencià a les portes del centre comercial d'Elx. Elx, 2018. Fotografia: Autora.



Gràfic 21: Distribució percentual de les botigues segons la llengua en que està la cartellera interna i el tipus de comerç. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Després del recorregut per la botiga, ja a la cua a l'espera del nostre torn, observem la informació penjada al voltant de la caixa. Un dels documents més habitual és el full de

reclamacions⁷³ (cal dir que, tot i la seua obligatorietat, no hi és a totes les botigues visitades). A la majoria dels llocs aquest document està tant en valencià com en castellà (de 445 casos observats, en 401 està en ambdues llengües), i sol ser el mateix; concretament, l'elaborat per la Generalitat Valenciana. Cal afegir que en el 83% d'aquests casos la primera llengua del document és el valencià, de manera que aquest és el principal element escrit que incorpora el valencià a l'àmbit comercial de forma generalitzada.



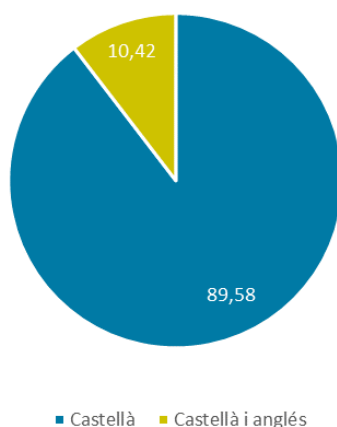
Gràfic 22: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el full de reclamacions. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

⁷³ En altres comerços aquest full també es pot observar a la porta d'entrada o a l'aparador extern.



Imatge 14: Exemple full de reclamacions valencià-castellà. Gandia, 2018. Fotografia: Autora.

Un altre document que sol estar obligatòriament a les botigues és el full que fa referència a la normativa interna del negoci de canvis i devolucions. Si en el cas del full de reclamacions la presència en les dues llengües era majoritària, en el cas del document de canvis i devolucions (document propi de cadascuna de les botigues), la llengua predominant és el castellà (90%) seguida de l'anglès (10%). El valencià en aquest cas és inexistent, de les 48 botigues observades que tenien a la vista aquest document, en cap d'elles s'oferia aquest document en valencià.



Gràfic 23: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el full de "canvis i devolucions". Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Un altre document o objecte que sol presentar-se en valencià en els comerços és la informació referida al reciclatge. Aquests missatges en valencià venen en diferents formats, com ara adhesius, cartelleria, caixes d'arreglada de residus, etc. Aquest tipus de documents o objectes no sol ser creat pel propi comerç sinó aportat per les empreses adjudicatàries de la recollida de residus. En la majoria de casos observats està en valencià o valencià i castellà.



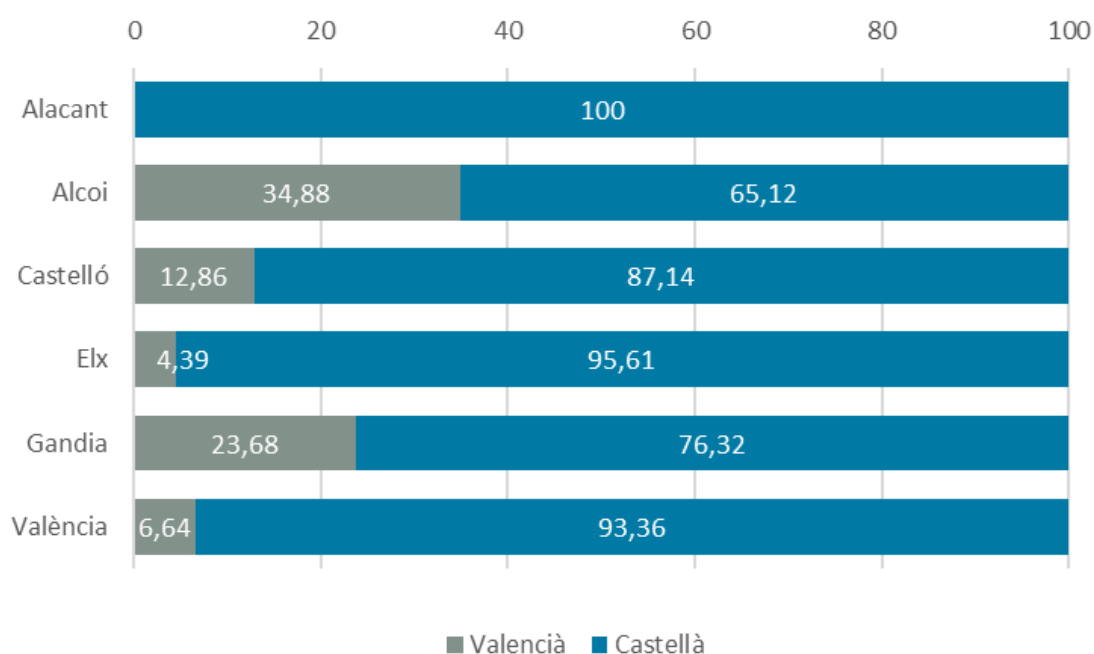
Imatge 15: Exemple cartell reciclatge. Alacant, 2018. Fotografia: Autora.



Imatge 16: Exemple caixes de reciclatge. Alacant, 2018. Fotografia: Autora.

Pel que fa a l'ús oral del valencià, s'ha de destacar que entre els treballadors i treballadores predomina el castellà per a comunicar-se entre els propis integrants de

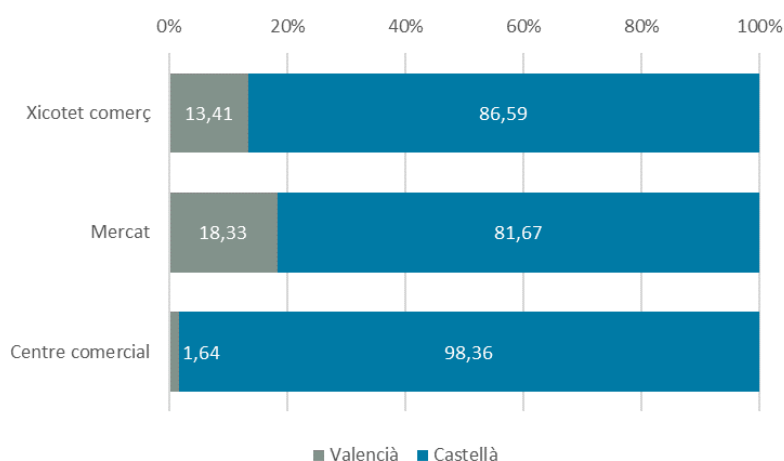
l'equip (el 90% es comunica en castellà amb els companys de treball i el 10% es comunica en valencià). S'observen diferències substancials per ciutat, mentre que a Alcoi el 35% parla valencià amb els companys de feina, a Alacant no s'observà cap conversa entre companys i companyes de treball en valencià (de 111 converses enregistrades durant l'observació cap d'elles és en valencià). A Alcoi, Gandia i Castelló s'observen percentatges més elevats pel que fa a l'ús del valencià entre el personal de la botiga (35%, 24% i 13% respectivament) i a Alacant, Elx i València s'observen percentatges més baixos de converses en valencià entre els treballadors i treballadores dels establiments observats (0% 4,4% i 6,7% respectivament).



Gràfic 24: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla entre els treballadors/es i la ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

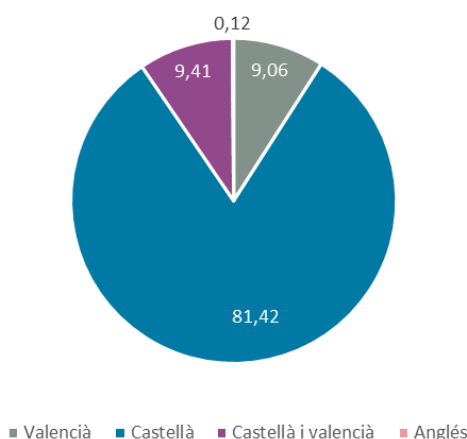
Pel que fa a la variable 'ús del valencià entre treballadores i treballadors de la botiga', de la mateixa manera que hem observat a l'analitzar altres variables, l'ús del valencià varia en funció de la tipologia d'establiments. Una vegada més, s'evidencia l'ús menor del valencià als centres comercials, el qual és l'espai on menys converses en valencià s'han observat entre els treballadors i treballadores (concretament, 4 converses de 244 converses observades). En l'extrem oposat hi trobem el mercat, l'espai on més converses

en valencià entre treballadors proporcionalment s'han observat (22 converses en valencià de 120 observades); tot i això, les xifres demostren que l'ús del valencià segueix estant molt per davall del castellà. En aquest sentit, els percentatges mostren que el 98,4% de les converses observades als centres comercials entre el personal de la botiga són en castellà, front al 86,6% en el xicotet comerç i el 81,6% en el mercat.



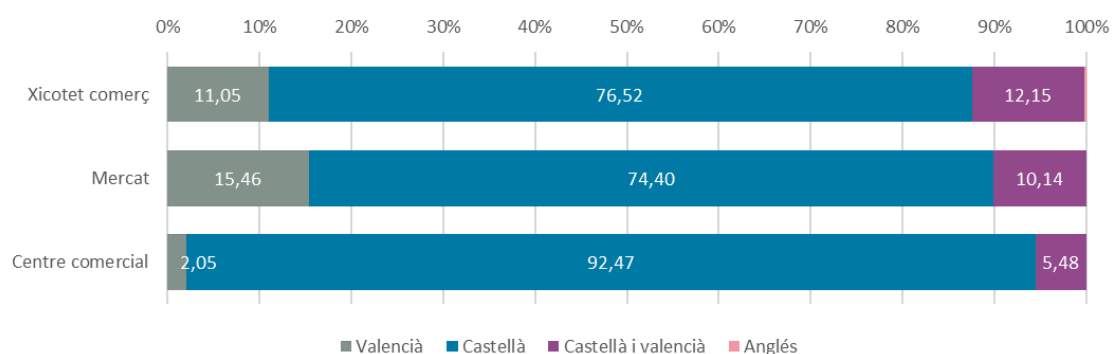
Gràfic 25: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla entre els treballadors/es i tipus de comerç. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

En la mateixa línia del que es venia apuntant respecte a la llengua d'ús oral, en el tracte directe amb els clients s'observa un clar predomini lingüístic del castellà sobre el valencià. Concretament, el 81% de les converses que s'han observat en l'àmbit comercial són en castellà (701 de 861), mentre que sols el 9% són en valencià (78 de 861). A més a més, durant l'observació s'ha percebut que en el 9,4% dels casos el treballador o la treballadora parla indistintament en valencià i en castellà segons com se li dirigeix la clientela (81 de 861). Únicament en un cas observat, un treballador parla amb el client en anglès. Si comparem la presència de l'anglès escrit i oral, s'observa un gran desequilibri entre el paisatge visual i sonor, ja que l'anglès té un paper més rellevant en el format escrit que en l'oral.. I a la inversa ocorre amb el valencià, doncs en aquest cas el gran desequilibri entre el paisatge visual i sonor es deu a un major predomini de la llengua parlada respecte a l'escrita.



Gràfic 26: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla en el tracte amb la clientela. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

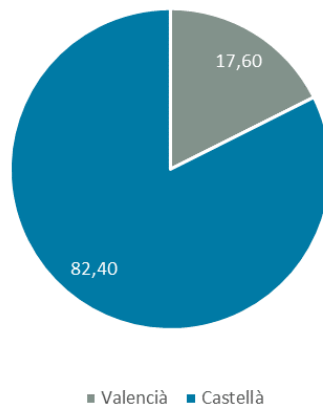
Si analitzem aquesta variable tenint en compte, alhora, el tipus d'establiment, és al centre comercial on hi ha un predomini lingüístic de l'ús del castellà per part dels treballadors i de les treballadores en el tracte directe amb els clients i les clientes. Concretament, el 92,5% dels treballadors i treballadores parlen en castellà amb el client o clienta i sols el 5,4% parla castellà i valencià (segons la llengua emprada per l'interlocutor en el moment de l'observació). Als mercats, per contra, sí que se senten converses entre botiguers i clientela en valencià amb 32 converses de les 107 observades (el 15,5%), i el 10,1% parla indistintament en valencià o en castellà.



Gràfic 27: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla en el tracte amb la clientela i tipus de comerç. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

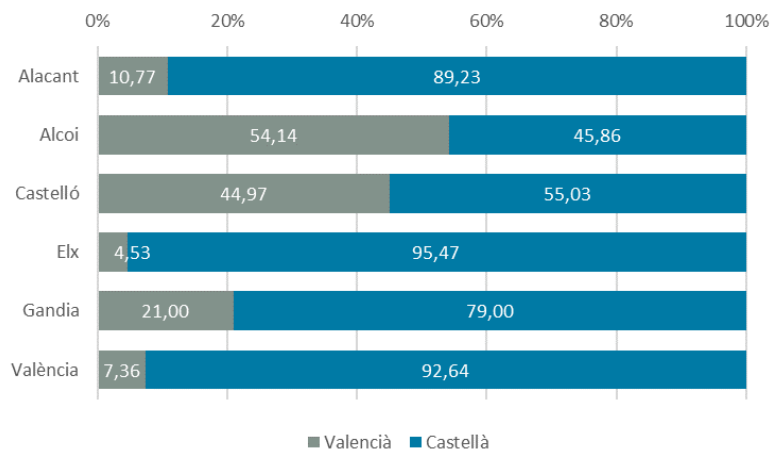
Arran de la presència als comerços per a dur a terme aquesta investigació, en totes les botigues s'han provocat converses de manera intencionada amb els treballadors i

treballadores per tal d'identificar amb quina llengua responen si s'inicia la conversa en valencià, per exemple: "bon dia, quin preu tenen aquestes maduixes?". Els resultats d'aquests diàlegs provocats són que menys del 20% responen en valencià a la pregunta realitzada (304 persones contesten en valencià front a 1.423 que responen en castellà).



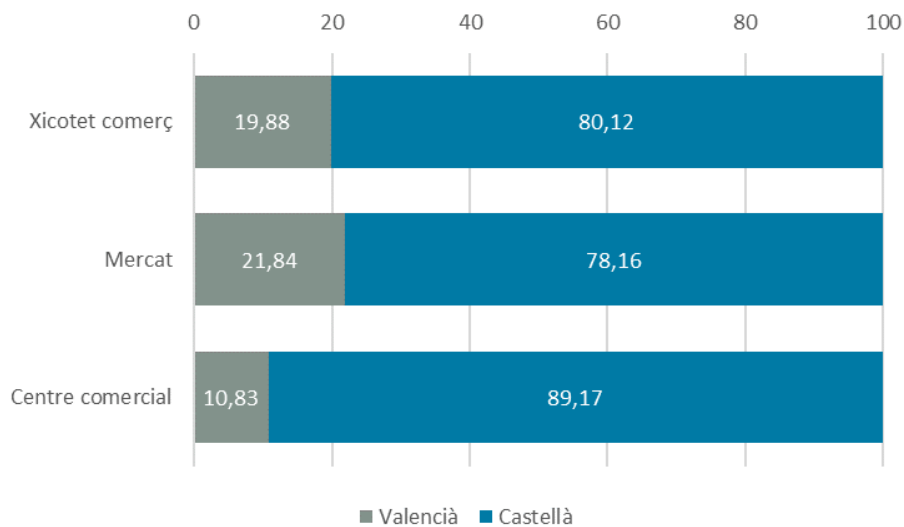
Gràfic 28: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el primer contacte "intencionat". Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Una vegada més, a l'anàlisi d'aquesta variable concreta, s'observen diferències significatives en les distintes ciutats on s'ha provocat la situació lingüística. La llengua de resposta triada predominant varia en funció de la ciutat on s'ubique el comerç, de manera que a Elx, València, Alacant i Gandia una àmplia majoria contesten en castellà a la pregunta realitzada en valencià (95%, 92%, 89% i 79% respectivament). En canvi, a Alcoi i Castelló, al voltant de la meitat dels treballadors i treballadores observats responen en valencià quan se'ls fa una pregunta en valencià (54% i 45% respectivament).



Gràfic 29: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el primer contacte "intencionat" i la ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

També en aquest cas es troben diferències en relació al tipus de comerç (xicotet comerç, mercat i centre comercial). Com s'observa al següent gràfic, als centres comercials la resposta majoritària és en castellà, independentment de que la pregunta s'haja realitzat en valencià. I és als mercats i als xicotets comerços on més se sol respondre en valencià.



Gràfic 30: Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el primer contacte "intencionat" i el tipus de comerç. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

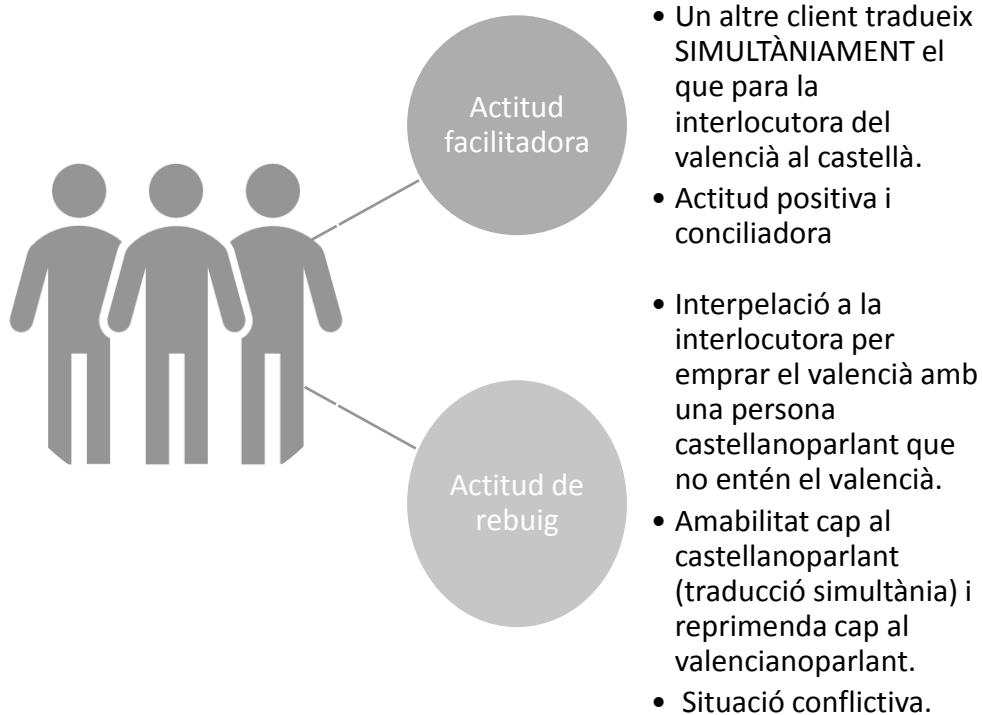
Respecte a les competències lingüístiques en valencià dels treballadors i treballadores, el treball d'observació permet afirmar que el 90% del personal observat entén el valencià (1.466 persones), front un 10% que no l'entén i sol·licita un canvi lingüístic al castellà (165 persones). En aquests casos majoritaris en els quals el personal entén el valencià, s'han observat diverses reaccions quan la interlocutora s'adreça en valencià: a) respon directament en valencià (canvi lingüístic espontani), b) no parla un valencià fluid però intenta dir frases o paraules en valencià i segueix la conversa sense problemes o c) respon en castellà però li fa saber a la interlocutora que entén perfectament el valencià, però no el parla i manifesta la conformitat amb que la clienta parles en valencià ("habla tranquila valenciano que yo te entiendo bien").

D'altra banda, en les ocasions en què el personal botiguer no entén el valencià, s'han observat distintes actituds que hem categoritzat de la següent manera: a) actituds respectuoses, b) actituds funcionals i c) actituds inflexibles. Així doncs, mentre algunes persones es disculpaven per no tindre competències en valencià i demanaven que se'ls traduïra la informació, principalment persones d'origen estranger o nascudes a altres comunitats (actituds respectuoses), altres manifestaven no entendre el valencià i sol·licitaven directament un canvi lingüístic, però de forma no conflictiva ni de rebuig obert cap a la llengua (actituds funcionals). Per contra, en altres ocasions, explicitaven estar molestos amb la situació i amb una actitud de rebuig cap al valencià i cap a la situació viscuda exigien un canvi lingüístic a l'interlocutor (actituds inflexibles). Algunes d'aquestes actituds inflexibles i intolerants cap a l'ús del valencià són: “¿en qué me estàs hablando? ¿es una lengua extranjera?”; “háblame español que no te entiendo”; “estamos en España, háblame bien”; “háblame en castellano, que tú sabes y yo no sé valenciano”, etc. I tots aquests discursos acompanyats de gestos de reprovació i de rebuig (espetecs, mirades desafiants, etc.).



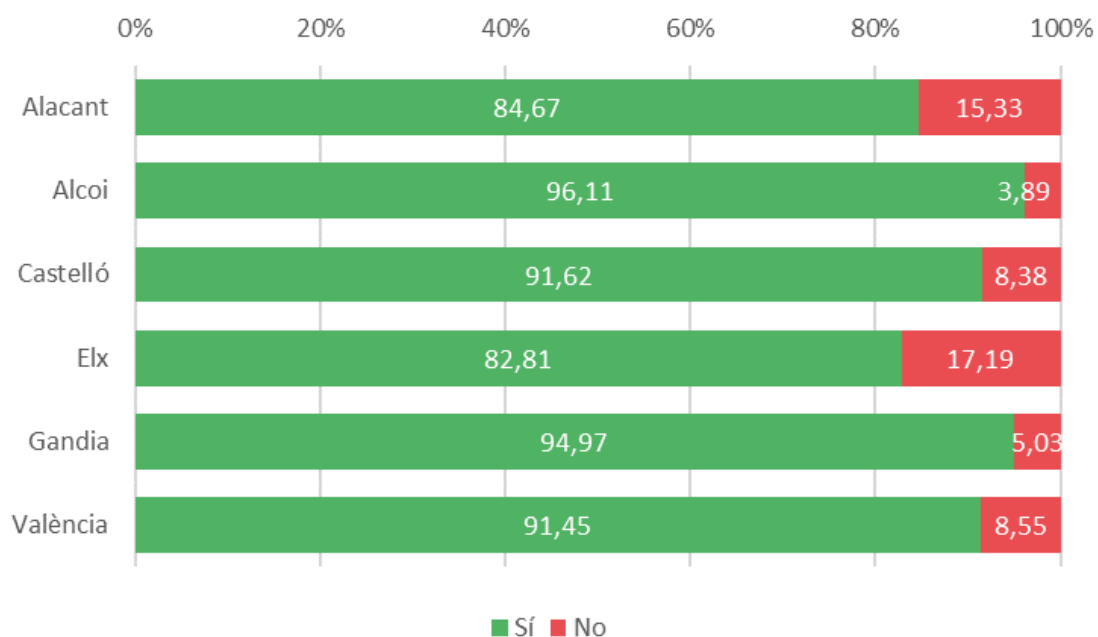
Imatge 17: Esquema de reaccions dels treballadors i treballadores que motiven el canvi lingüístic de l'interlocutor per falta de competència lingüística o rebuig del valencià. Elaboració pròpia.

En aquests diàlegs intencionats amb els treballadors i treballadores de les botigues, hi ha hagut reaccions i intervencions espontànies protagonitzades per clients i clientes que estaven sent testimoni de la interacció, especialment en aquells casos en els quals s'evidenciava que el botiguer o botiguera no entenia el valencià, on aquests interlocutors espontanis s'avançaven a la reformulació en castellà per part de l'observadora. En aquestes ocasions s'observen diverses actituds que es classifiquen de la següent manera: a) **una actitud facilitadora de la comunicació**, en la qual el client ha traduït de forma simultània al castellà el que havia demanat l'observadora en valencià i b) **una actitud de rebuig i fins i tot de reganyina**, en la qual el client o clienta renyia a l'observadora per la “mala educació” de parlar valencià a una persona que no sap valencià (la clienta es dirigia a la investigadora en valencià amb males formes i li explicava al treballador de la carnisseria, de forma molt agradable en castellà, que estava parlant en valencià per explicar a l'observadora que la seua actitud era intolerable i de mala educació). Així com hi ha hagut casos en els quals la clientela que intervé emet un judici de valor sobre l'observadora, en cap cas s'ha donat una situació en la que un treballador o treballadora haja verbalitzat com a “actitud irrespectuosa” per no contestar amb la mateixa llengua amb la qual se li ha adreçat la interlocutora.



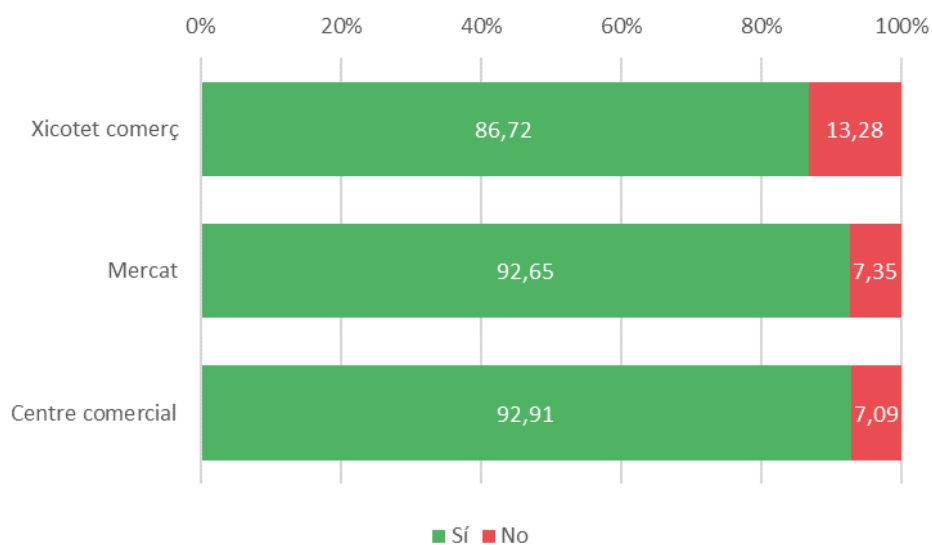
Imatge 18: Esquema de reaccions actives de la clientela quan un treballador i treballadora no entén el valencià. Elaboració pròpia.

Reprenent de nou l'anàlisi de la llengua en la qual responen els i les treballadores, quan l'observadora s'ha dirigit a ells i elles en valencià, pel que fa a les diferències per territoris, els resultats mostren que les ciutats en les quals els treballadors i treballadores han afirmat no entendre gens en un major percentatge el valencià són Elx i Alacant, concretament el 17,2% a Elx i el 15,3% a Alacant (en nombres absoluts, 40 i 44 treballadors i treballadores no entenen quan la investigadora parla en valencià respectivament). En oposició, destaca el cas de Gandia i Alcoi, municipis en els quals pràcticament la totalitat dels treballadors i treballadores de les botigues observades entenen el valencià (173 dels 180 treballadors i treballadores observats en Alcoi entenen el valencià). No obstant això, cal matisar que el fet que entenguen el valencià no es tradueix en que parlen valencià, sinó que l'entenen i, per tant, no requereixen d'un canvi lingüístic per garantir una comunicació eficaç. També s'han observat casos, com a mínim curiosos, en què se li ha parlat al treballador/a en valencià i aquest/a ha contestat en castellà, encara que parlara valencià i que minuts abans estigueren emprant el valencià per a comunicar-se amb els seus companys de treball.



Gràfic 31: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la seua competència en valencià i la ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Si analitzem la mateixa variable i tenim en compte “el tipus de comerç”, s’observa que és en el xicotet comerç en l’espai en què més vegades s’ha donat la situació en la qual un treballador/a no entén el valencià. Aquest fet es deu a diferents factors, entre els que destaca l’edat i si el treballador/a és nascut/da a un territori de predomini lingüístic no valencià (ja siga dins de la pròpia autonomia, a l’estat espanyol o fora de les fronteres nacionals), entre altres. Si s’observa amb deteniment, el centre comercial és on menys presència té el valencià (escrit i parlat); malgrat això, el percentatge dels treballadors i les treballadores que entenen el valencià és superior en aquest espai que en el mercat i que en el xicotet comerç. Aquest fet pot estar condicionat per l’edat dels treballadors i treballadores, ja que als centres comercials gran part del personal de les botigues és jove (molts d’ells menors de 35 anys) i durant el cicle educatiu han cursat valencià a l’escola, per la qual cosa tenen competències lingüístiques en aquest idioma .



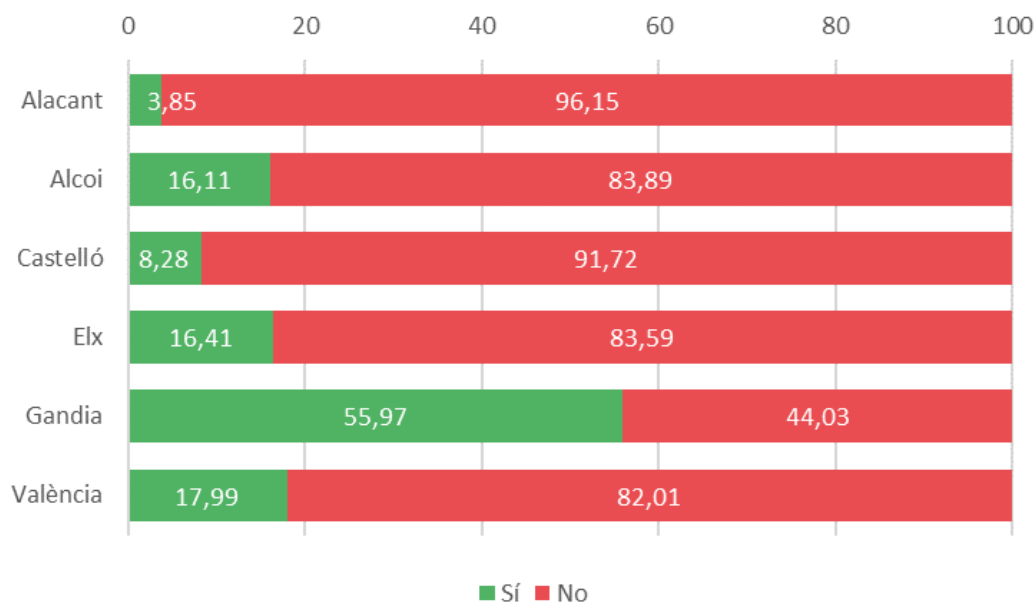
Gràfic 32: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la seua competència en valencià i tipus de comerç. Font: Dades recollides en l’observació participant. Elaboració pròpia.

Si seguim aprofundint en les particularitats de la interacció comunicativa, cal afegir que de les treballadores i treballadors que enceten la conversa en castellà, únicament el 18% canvia del castellà al valencià al comprovar que la investigadora parla en valencià, i el 82% restant es manté en el castellà. Dit d'altra manera, d'un total de 1.631 persones, sols 293 canvien a valencià quan l'interlocutora el parla. Pel que fa a les diferències per

localitats, destaca Gandia com el lloc on més canvien els botiguers i botigueres al valencià per a adaptar-se a la llengua de la persona amb qui manté la conversa (89 persones de 159 canvia del castellà al valencià). Aquest canvi lingüístic ens duu a plantejar dues qüestions: d'una banda, que el fet de no parlar d'inici en valencià no significa que la població no tinga competència lingüística en valencià per a fer-ho i, d'altra banda, que l'ús d'una llengua o una altra té un significat social i simbòlic més enllà de ser un instrument comunicatiu (Ninyoles, 1972, 1997 i 2017).

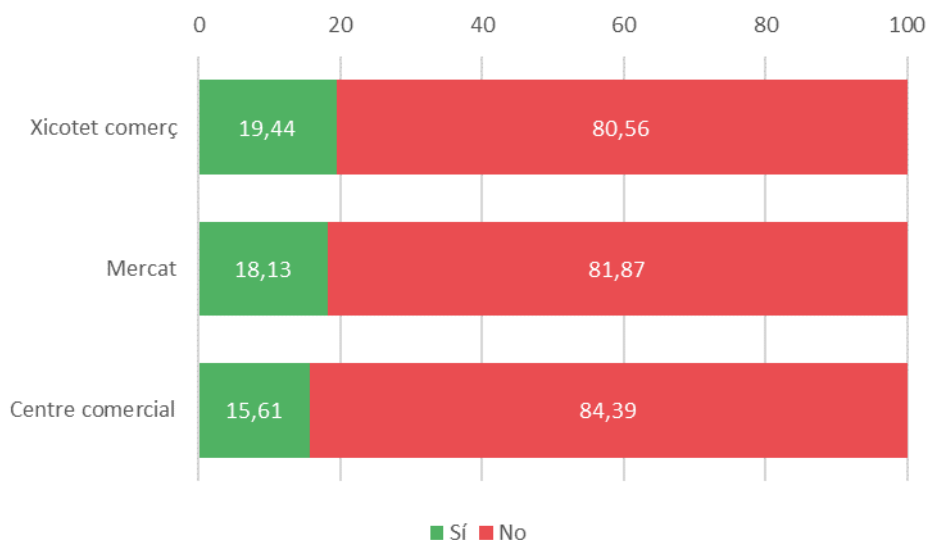
Respecte a les altres poblacions, cal incidir que, en el cas d'Alcoi i Castelló, els percentatges són més baixos del que a priori es poden suposar d'acord amb l'anàlisi realitzat fins ara. El motiu d'aquests resultats es deu a que, en els comerços d'aquestes ciutats, són més els casos en els quals d'entrada s'inicien les converses en valencià, i, aleshores, la mesura del canvi és inferior, en tant que no es pot canviar al valencià si ja es parla d'entrada en valencià.

A l'analitzar ciutats mitjanes i grans, totes elles importants en la seua àrea geogràfica de referència, s'ha de tindre en compte que els comerços d'aquestes ciutats possiblement rebran clientela de municipis pròxims (molts d'ells valencianoparlants) i inclús potser que els treballadors i les treballadores també siguen d'aquests municipis. Caldria fer un estudi qualitatiu amb més profunditat per comprovar si les persones valencianoparlants mantenen la seua llengua quan van a comprar a la ciutat o si hi ha un canvi lingüístic per tal d'evitar els estereotips derivats del binomi "ser de poble i parlar valencià". En aquest context s'observa una situació derivada de la diglòssia present al territori valencià, on la persona canvia al castellà perquè és la llengua que se sol emprar en l'àmbit comercial de les ciutats. Aquest canvi està condicionat, bé perquè considera que triar el castellà li assegura la comprensió independentment de la llengua del treballador o treballadora, o bé perquè li atorga un major estatus social que emprar el valencià.



Gràfic 33: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons s'adapta i canvia a valencià durant la conversa i la ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Com s'ha vist anteriorment, el centre comercial se situava al capdavant dels tipus de comerç en els quals hi ha major percentatge de personal de botigues que entén el valencià. Malgrat això, es produeix la paradoxa de que és l'espai on es dona menys adaptació lingüística als valencianoparlants (encara que cal apuntar que les diferències són lleugeres entre els diferents tipus de comerç). Aquest fet pot estar relacionat en la normalització del conflicte i l'acceptació social d'emprar llengües diferents en una mateixa conversa sempre que hi haja enteniment entre els interlocutors. En aquest cas, les xifres són les següents: sols el 15,6% dels treballadors i de les treballadores del centre comercial s'adapten a la llengua de la clientela quan aquesta parla valencià en contraposició a un 84,4% que no ho fa. Per últim, és necessari matisar que es considera que es produeix adaptació lingüística tant en les situacions en les quals es parla amb fluïdesa el valencià, com quan s'empren frases soltes o paraules aïllades en valencià. En ambdues situacions (de major o menor domini del valencià) l'acomiadament i agraïment del treballador o treballadora sol fer-se en valencià (“adeu”, “moltes gràcies”, etc.).



Gràfic 34: Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons s'adapta i canvia a valencià durant la conversa i tipus de comerç. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

6.3 UN PASSEIG PELS PAISATGES LINGÜÍSTICS COMERCIALS AL NOSTRE TERRITORI

En aquest apartat es presenten de forma sintètica els resultats del passeig comercial per tal d'elaborar una mena de descripcions sobre les situacions observades amb relació a, per una banda, la presència del valencià escrita i parlada en aquest àmbit, i, per altra, a les actituds cap a l'ús del valencià en aquest espai com a llengua vehicular. Les descripcions es presenten en forma de càpsules informatives sintètiques i comparatives arran dels resultats del passeig comercial. En la primera càpsula informativa, la variable que vertebrava l'anàlisi és el tipus d'establiment i, en la segona, l'anàlisi se centra en les diferències territorials observades en la presència i ús del valencià en l'àmbit comercial.

6.3.1 Síntesi de l'anàlisi de la presència i l'ús del valencià en l'àmbit comercial per tipus d'establiment

A continuació s'exposa resumidament l'anàlisi amb els principals resultats extrets sobre la presència del valencià segons la tipologia d'establiments comercials: xicotet comerç, mercat i centre comercial.

a. Xicotet comerç

A les façanes del xicotet comerç, la presència del valencià és molt baixa: sols el 6,3% dels rètols i el 2,4% dels cartells a les botigues estan en valencià. Per contra, predomina la presència del castellà i de l'anglès als rètols (63,8 i 25,1% respectivament) i el castellà als cartells externs (87,1%).

A l'interior de la botiga:

- La presència del valencià en la cartelleria interna (noms de productes i preus), així com en la senyalística, és molt baixa (només l'1,3% dels establiments observats tenien la cartelleria interna en valencià). Predomina la presència del castellà (85,1%) i la combinació de castellà i l'anglès (11,5%).
- L'ús del valencià entre els treballadors i treballadores del xicotet comerç observat és del 13,4%. Hi ha un ús molt baix del valencià entre el personal del xicotet comerç observat.
- L'ús del valencià entre el personal de les botigues i els clients del xicotet comerç és també molt baix (sols en l'11,1% del casos els treballadors parlen en valencià amb la clientela des del principi). Tot i així, s'ha observat que en el 12,2% dels casos s'empra indistintament castellà o valencià. D'aquestes dades s'extrau que el 23,3% del personal observat recorre en algun moment al valencià com a llengua d'atenció al públic.
- El 86,7% dels treballadors i treballadores observades del xicotet comerç entén el valencià, però al voltant del 20% respon en valencià quan la investigadora inicia una conversa en aquesta llengua.
- Els casos en els quals els treballadors i treballadores del xicotet comerç canvien al valencià o intenten parlar algunes frases en valencià per adaptar-se a la llengua de la clientela representa el 19,4%.

En definitiva, la presència del valencià al xicotet comerç es caracteritza per ser baixa o molt baixa, tant en la vessant escrita com en l'oral. Malgrat això, cal destacar com a aspecte positiu el fet de que gran part del personal botiguer entén el valencià, encara que no el parle, fet que no obliga a que la clientela faça un canvi lingüístic al castellà.

En aquest punt, cal fer un matís metodològic rellevant que té a veure amb la tria de les zones d'anàlisi i la tipologia de botiga considerada "xicotet comerç". Recordem que a cada ciutat observada s'han triat dos eixos comercials, un ubicat al centre de la ciutat i l'altre ubicat a un barri perifèric de la ciutat. En ambdós casos, s'han escollit els carrers en base a la densitat de comerços de la zona escollida. La principal diferència entre l'eix comercial cèntric i el perifèric rau al voltant del nombre de franquícies, molt superior a l'eix comercial cèntric que al perifèric. A través de l'observació realitzada, s'ha fet palès que la presència del valencià (oral i escrit) a les franquícies és menor que a altres botigues englobades en la categoria de xicotet comerç de caire més tradicional. Les franquícies repeteixen el mateix patró independentment de la seua ubicació, és a dir, tenen les mateixes característiques en els carrers de les ciutats o en els centres comercials. De fet, moltes característiques de les franquícies observades als eixos comercials cèntrics coincideixen amb les característiques de l'ús del valencià als centres comercials.

L'existència cada vegada major de franquícies homogeneïtza els carrers comercials de les ciutats valencianes i alhora les globalitza, perdent en part la identitat, la idiosincràsia i la presència de la llengua valenciana envers del castellà o l'anglès (Ritzer, 2006). Aquesta situació marcada per la globalització (homogeneïtzació de les ciutats) i la pèrdua progressiva d'identitat de l'espai comercial en benefici de la mercantilització i la presència de grans marques comercials ens du a reflexionar sobre "el no lloc" que Marc Augé definia en contraposició al "lloc". En paraules de l'autor, "si un lloc pot definir-se com a lloc d'identitat, relacional i històric, un espai que no pot definir-se ni com a espai d'identitat ni com a relacional ni com a històric, definirà un no lloc" (2000: 83).

Una de les grans pèrdues en aquest context és precisament la substitució lingüística del valencià envers a llengües com el castellà i l'anglès, llengües predominants en l'àmbit comercial al País Valencià, a l'Estat espanyol i al context internacional.

A algunes de les botigues tradicionals analitzades s'ha observat un segell comercial de tipus corporatiu creat per l'associació de comerciants del municipi o per alguna promoció institucional del comerç duta a terme des dels Ajuntaments municipals. En ocasions, aquest cartell està en castellà i, en altres, en valencià, per la qual cosa és important

assenyalar que la incorporació d'aquesta informació en valencià pot incrementar la presència del valencià a l'àmbit comercial.



Imatge 19: Segell comercial d'Elx i d'Alcoi. Alcoi i Elx, 2018. Fotografia: Autora.

b. El mercat

Pel que fa als mercats, en primer lloc, cal diferenciar entre els espais comuns d'aquests establiments, que formen part de la gestió del mercat, i entre els espais propis de cadascuna de les parades, la responsabilitat i gestió de les quals és de la persona propietària. Així doncs, les diverses parades tenen un aspecte propi configurat pels seus productes, missatges, colors, normes i la seua llengua. És a dir, actuen com una entitat amb autonomia pròpia dins del tot que és el mercat, el qual, en definitiva, és el resultat de la suma de les parades.

Aquesta diferenciació per espais que s'ha especificat s'ha tingut en compte durant l'observació dels mercats, de manera que s'ha distingit la llengua emprada als espais comuns de gestió global -concretament el nom, la senyalística, la informació de tipus administratiu i normatiu o campanyes publicitàries comunes- i la llengua utilitzada a

cadascuna de les parades dels mercats estudiats. Seguidament s'exposen els resultats de les observacions realitzades a cadascun d'aquests espais que conformen el mercat.

D'una banda, pel que fa al mercat, és a dir, al complex comercial en conjunt i la seua gestió global, la següent taula mostra una presència desigual del castellà i el valencià en base a la ubicació territorial. S'observa una major presència escrita del valencià al mercat d'Alcoi, al de València i al de Castelló, mentre que els mercats amb menys presència del valencià escrit són els d'Alacant i Elx. Dels 5 mercats observats, 3 tenen el nom en valencià (Mercat de Sant Roc, Mercat Central de Castelló i Mercat Central de València). La senyalística interior, per contra, s'ofereix en tots 5 en castellà (inclou també els cartells d'eixides d'emergència o vigilància amb càmeres). Respecte a la informació de normes d'ús de l'establiment, així com la referida a la normativa d'execució, torna a haver-hi diferències territorials: en castellà a Alacant, Castelló i Elx, en ambdues llengües a València, i pràcticament tota en valencià a Alcoi. Pel que fa a la informació sobre l'horari comercial, Alcoi torna a ser l'excepció al proporcionar la informació únicament en valencià, en contraposició a la resta de mercats d'altres municipis estudiats, on aquesta informació apareix en castellà. Al mercat de València, a aquesta informació de l'horari en valencià i castellà s'ha incorporat la llengua anglesa, fet que s'explica per la deriva d'aquest mercat com a espai turístic. Per últim, respecte a la informació de campanyes observades durant els passejos pel mercat, la majoria responen a actuacions específiques i relacionades amb els serveis que es presten a totes les persones usuàries del mercat en un període determinat, per la qual cosa aquest tipus de campanyes poden canviar d'una visita a l'altra o ser semipermanents. Les campanyes d'Alacant, Elx i València en el moment de l'observació eren en castellà, mentre que a Castelló i a Alcoi hi havia diferents campanyes alhora i cadascuna d'elles estava en una llengua (castellà i valencià).



Imatge 20: Campanya de servei a domicili en el Mercat Central de València, 2020. Font: Galeria fotogràfica del web del Mercat Central.

	Nom del mercat	Senyalística	Informació de l'establiment	Horari	Campanyes de promoció del comerç o d'algun servei
Alacant	Castellà	Castellà	Castellà	Castellà	Castellà
Alcoi	Valencià	Castellà	Valencià	Valencià	Castellà i Valencià
Castelló	Valencià	Castellà	Castellà o Valencià	Castellà	Castellà i Valencià
Elx València	Castellà	Castellà	Castellà	Castellà	Castellà
	Valencià	Castellà	Castellà o Valencià	Castellà, valencià i anglès	Castellà

Taula 31: Síntesi sobre la presència de les llengües als edificis de "mercat"⁷⁴. Elaboració pròpia a partir de l'observació realitzada als mercats valencians.

Pel que fa a les parades del mercat, que és l'altre espai diferenciat dintre del complex del mercat, la presència del valencià és molt baixa: sols el 13,9% dels rètols estan en valencià. El predomini del castellà s'observa en la seua presència majoritària tant als rètols com als cartells (84,6%).

Així, la presència del valencià a la cartelleria en la pròpia parada és molt baixa (únicament el 0,86% dels establiments observats ho tenien en valencià). En aquests

⁷⁴ No es va fer observació a Gandia perquè el mercat és ambulat i les característiques són molt distintes.

casos, hi ha major presència de castellà als cartells (95,7%), i els casos on s'hi combinen ambdues llengües són també minoritaris (3,45%). També s'observa que, als cartells més menuts amb els noms dels productes i els preus, la presència del valencià segueix sent baixa, ja que sols l'1,1% està en valencià i el 6,6% combinen el valencià i el castellà. Per tant, podem afirmar que predomina la informació escrita en castellà (92,3%).

Pel que fa a la presència oral del valencià, s'observen les següents dades:

- L'ús del valencià entre els treballadors i treballadores dels mercats observats és del 18,3%. Hi ha un ús molt baix del valencià entre el personal dels mercats.
- L'ús del valencià entre el personal de les parades del mercat i els clients és també molt baix (solament en el 15,5% del casos els treballadors parlen en valencià amb la clientela des del començament). Tot i així, s'ha observat que en el 10,1% dels casos s'empra indistintament castellà o valencià. D'aquestes dades s'extrau que el 25,6% del personal observat empra en algun moment el valencià com a llengua d'atenció al públic en el mercat.
- El 90% dels treballadors i treballadores observades dels mercats entenen el valencià, però sols al voltant del 21,8% responen en valencià quan la investigadora inicia una conversa en aquesta llengua.
- Els casos en què els treballadors i treballadores del xicotet comerç canvien al valencià o intenten formular algunes frases en valencià per adaptar-se a la llengua de la clientela representen el 18,1%.

c. El centre comercial

L'anàlisi dels centres comercials ens mostra que la presència del valencià en la vessant escrita de la instal·lació comercial (zones comunes, punt d'atenció o informació al client i gestió global de la senyalística del centre comercial) és nul·la o molt baixa en tots els centres comercials observats. Les úniques excepcions es troben en alguns centres a les portes d'entrada i eixida, on es dona la benvinguda o l'acomiadament en castellà i valencià, i en algun que altre cartell que informa de la prohibició de fumar.

Les xifres recollides sobre la presència escrita del valencià a les botigues també són molt baixes: només el 0,8% dels rètols estan en valencià. En primer lloc, predomina la llengua anglesa als rètols (53,4%) i en segon lloc, el castellà (39,8%). Això s'explica, en part, perquè la majoria de noms de botigues coincideix amb el nom de marques i franquícies, que es poden trobar a qualsevol centre comercial (tendència a l'homogeneïtzació i impersonalització dels espais comercials).

Pel que fa a la cartelleria externa de les botigues, la presència del valencià com a única llengua és inexistent, encara que en el 2,6% dels aparadors externs apareixen cartells en valencià i una altra llengua, normalment el castellà (la majoria són cartells de "rebaixes" en les dues llengües). Respecte a la cartelleria interior de les botigues, el valencià torna a ser inexistent, envers la presència predominant del castellà (63,7%) i de la combinació de castellà i anglès (32,3%).

També és molt baix el percentatge d'ús del valencià entre treballadors i treballadores del centre comercial, el qual és exactament de l'1,6%. Tot i que el 92,9% dels treballadors i treballadores observades del centre comercial entenen el valencià, sols el 10,8% dels treballadors i treballadores responen en valencià quan la investigadora inicia una conversa en valencià aquesta llengua.

El 15,6% dels treballadors i treballadores del centre comercial canvien al valencià la conversa o intenten parlar algunes frases en valencià per adaptar-se a la llengua dels clients i clientes quan aquests parlen en valencià.

Es conclou, doncs, que la presència del valencià és molt baixa als centres comercials, tant de forma escrita com oral. De la mateixa manera que en el cas dels mercats, un aspecte positiu és que com que majoritàriament el personal dels comerços entenen el valencià, la clientela valencianoparlant no es veu obligada a realitzar un canvi lingüístic per a tindre una comunicació efectiva.

6.3.2 Anàlisi comparada de la presència del valencià als diferents tipus d'establiments

Per a dur a terme una anàlisi comparada de la presència i ús del valencià per tipus d'establiment i territori i poder esbrinar així els llocs en què està més present físicament

i oralment el valencià, s'ha creat una senzilla escala que mostra la intensitat de la presència del valencià, tant escrita com parlada, segons els percentatges obtinguts per les variables analitzades en l'observació participant. Aquesta escala d'intensitat de la presència del valencià està formada pels següents rangs: molt baixa (menys de 20%), baixa (entre el 20 i el 39%), mitjana (entre el 40 i el 59%), alta (entre el 60 i el 79%) o molt alta (entre el 80 i el 100%).

Molt baixa	Baixa	Mitjana	Alta	Molt Alta
<20%	Entre el 20 i 39%	Entre el 40 i 59%	Entre el 60 i 79%	Entre 80 i 100%

Taula 32: Escala d'intensitat de la presència del valencià al comerç valencià. Elaboració pròpia.

Tal i com s'observa a la següent taula, els mercats són els establiments amb major presència del valencià (oral i escrita), seguida del xicotet comerç. Per últim, se situen els centres comercials, on destaca la baixa presència del valencià, tant oral com escrit.

En resum, el que ofereixen les dades analitzades és l'evidència de la poca presència del valencià a l'àmbit comercial en general, sent la presència escrita inferior a l'oral. Això mostra que, malgrat ser espais molt castellanitzats i fins i tot americanitzats per l'alta presència escrita de l'anglès en alguns establiments, hi ha certa presència del valencià com a llengua de comunicació espontània entre treballadors i treballadores i clientela (vitalitat etnolingüística oral). En definitiva, trobem un paisatge lingüístic comercial visual fortament castellanitzat amb una creixent presència de l'anglès i un paisatge comercial sonor castellanitzat però amb certa presència del valencià puntualment.

	Presència escrita				Presència oral	
	Nom botiga i rètol	Cartells externs	Cartells interns	Llengua entre treballadors/es	Llengua amb la clientela	
Xicotet comerç	Molt baixa 6,3%	Molt baixa 2,4%	Molt baixa 1,3%	Molt baixa 13,4	Baixa 23,3%	
Mercat	Molt baixa 13,9%	Molt baixa 4,4%	Molt baixa 7,7%	Molt baixa 18,3%	Baixa 25,7%	
Centre comercial	Molt baixa 0,8%	Molt baixa 2,6%	Nul·la	Molt baixa 1,6%	Molt baixa 7,6%	

Taula 33: Síntesi resum dels resultats de la presència del valencià per tipus d'establiment. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

6.3.3 Síntesi de l'anàlisi territorial de la presència i l'ús del valencià en l'àmbit comercial

L'observació dels diferents espais comercials a les sis ciutats analitzades mostra que hi ha diferències en clau territorial en la presència del valencià, tant escrit com parlat. Per la qual cosa, podem parlar de diferents paisatges lingüístics comercials al País Valencià, i no d'un únic paisatge lingüístic comercial.

Pel que fa a la presència escrita del valencià (als rètols de les botigues, als cartells i a la cartelleria interna), a totes les ciutats es registren dades molt baixes; específicament, menys del 12% de les botigues tenen retolació o cartelleria (externa i interna) en valencià. Les ciutats on s'ha observat un percentatge més alt del valencià "escrit" en l'àmbit comercial són Gandia i Alcoi (entre el 11 i 12% de les botigues tenen algun tipus de retolació o cartell en valencià), i les ciutats on menys valencià escrit s'ha observat en aquest àmbit són Elx i Alacant (al voltant del 2%). Les ciutats de Castelló i València se situen en una posició mitjana (entre el 7 i 7,5% de les botigues tenen algun tipus de retolació o cartell en valencià).

D'altra banda, l'anàlisi de la presència oral del valencià permet establir la següent classificació de les ciutats: ciutats amb presència baixa o mitjana del valencià en l'àmbit comercial, i ciutats amb presència molt baixa del valencià a l'àmbit comercial. En el primer grup destaquen Alcoi, Gandia i Castelló. Alcoi és la ciutat que se situa al capdavant respecte a la presència oral del valencià, ja que el 34,9% de les converses entre treballadors i treballadores registrades han estat en valencià, i el 54,1% del personal de les botigues contesta en valencià quan se'ls pregunta en aquesta llengua. En segon lloc, a Gandia el 23,7% de les converses entre treballadors observades han estat en valencià i el 21% del personal de les botigues contesta en valencià quan se'ls pregunta en valencià. Per últim, a Castelló, el 12,7% de les converses entre treballadors observades han estat en valencià (percentatge molt baix) però el 45% del personal de les botigues contesta en valencià quan se'ls pregunta en aquest idioma (aquest percentatge és el segon més alt, després d'Alcoi).

El segon grup, conformat per les ciutats on hi ha baixa presència del valencià en la dimensió oral, destaquen les ciutats d'Elx, Alacant i València. La llengua majoritària que fan servir els i les treballadores és el castellà, pel que a les tres ciutats el percentatge de treballadors que es comuniquen entre ells en valencià és inferior al 6,6%. En aquest punt, cal assenyalar el cas d'Alacant, on no s'han observat converses en valencià entre el personal. També és majoritari el castellà en les respostes que dona el personal de les botigues quan s'inicia una conversa en valencià: a Elx sols el 4,3% respon en valencià, a València el 7,4%, i a Alacant, el 10,3%.

	Presència escrita		Presència oral	
	Nom i retolació	Cartells externs ⁷⁵	Llengua treballadors/es	Reacció pregunta en valencià
Alacant	Molt baixa 2,1%	Molt baixa 2,1%	Nul·la	Baixa 10,7%
Alcoi	Molt baixa 9,7%	Molt baixa 11,9%	Baixa 34,9%	Mitjana 54,1%
Castelló	Molt baixa 7,1%	Molt baixa 1,4%	Molt baixa 12,7%	Mitjana 45%
Elx	Molt baixa 2%	Molt baixa 1,2%	Molt baixa 4,4%	Molt baixa 4,3%
Gandia	Molt baixa 11,2%	Molt baixa 5,9%	Baixa 23,7%	Baixa 21%
València	Molt baixa 7,5%	Molt baixa 4,1%	Molt baixa 6,6%	Molt baixa 7,36%

Taula 34: Síntesi resum dels resultats de la presència del valencià per territori. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

Una anàlisi integrada de les ciutats estudiades amb major competència lingüística de la població (a partir de les dades de l'enquesta de coneixement i ús del valencià de 2015) i dels resultats de l'observació d'aquesta investigació mostra que existeix una correlació directa entre la presència del valencià als establiments comercials per ciutat i el grau de competència lingüística per territori. A les ciutats amb major competència lingüística, hi ha un major percentatge de botigues que empren el valencià, bé oral o bé escrit, com per exemple, Alcoi, Gandia i Castelló (situació intermèdia). Per contra, en aquelles ciutats en les quals hi ha una menor competència lingüística de la població (dades de l'enquesta de coneixement i ús del valencià de 2015) també es troba un menor percentatge de

⁷⁵Els valors dels cartells externs és el resultat de la suma de cartells en valencià i cartells en castellà.

botigues que empren el valencià, tant oral com escrit. Aquest seria el cas d'Alacant, Elx i València.

Com s'evidencia als resultats, hi ha una major presència oral que escrita del valencià als espais comercials. Aquest fet demostra que la major presència quantitativament del castellà (fins i tot de l'anglès en alguns casos) en els rètols i els cartells dels establiments i la pràcticament invisibilització del valencià en aquest context no duu associat un ús monolingüe del castellà obligatòriament. Encara que el fet que l'espai estiga connotat com un espai de relació i comunicació en castellà, pot condicionar un comportament de canvi lingüístic (de valencià a castellà) per adaptar-se a la llengua dominant en eixe espai per diferents motius: major estatus lingüístic del castellà, evitar situacions incòmodes o conflictives per falta d'enteniment, o per resistències a l'ús del valencià en aquest context (Ninyoles, 1997 i 2017). En definitiva, si la informació escrita en la botiga està en castellà (rètol, cartell, senyalística, noms dels productes, etc.) i la conversa per part del personal s'inicia en castellà, és probable que la clientela es comuniqui en castellà encara que parle habitualment valencià.

Arran d'aquestes anàlisis, podem afirmar que el valencià en l'àmbit comercial és una llengua minoritzada, és a dir, "malgrat que [el valencià] pugui ser la llengua pròpia de gran part de la població autòctona, veuen restringits els seus àmbits i funcions d'ús en un territori determinat a causa de les condicions socials específiques" (Mollà, T.; 2002, 59). Com a conseqüència, l'àmbit comercial és un àmbit castellanitzat, on la presència escrita del valencià és molt baixa i la presència oral varia entre molt baixa, baixa o mitjana segons el tipus d'establiment i el territori on es troba ubicat. Aquest fet [la dominància del castellà en l'àmbit comercial] pot provocar un canvi lingüístic en la població valencianoparlant per a la realització d'una activitat quotidiana com és el fet d'anar de compres, la qual cosa mostra una subordinació d'una llengua sota l'altra amb una jerarquització marcada no explícitament però sí implícitament. És a dir, no hi ha una prohibició o restricció fàtica de no emprar el valencià a l'àmbit comercial, però la llengua de la retolació, la llengua dels productes, la llengua parlada pel personal i, fins i tot, la llengua de la publicitat, evidencia que l'espai comercial és un espai castellanitzat, on el valencià ocupa la posició subordinada. Per tant, l'àmbit comercial exemplifica una dimensió de la situació de disglòssia que vivim al País Valencià.

Després de totes les dades presentades i l'anàlisi realitzada sobre la presència del valencià en l'àmbit comercial, es pot afirmar que no hi ha un paisatge lingüístic comercial del País Valencià únic, sinó que hi múltiples paisatges arreu del territori. Aquests formen un mosaic divers de paisatges lingüístics comercials amb diferències molt visibles com a conseqüència del valor social i simbòlic assignat a la llengua en cada racó del territori. Aquesta diversitat de paisatges no és casual, sinó més bé és el resultat de conflictes i dinàmiques històriques, polítiques, econòmiques, socials i culturals on la identitat i la llengua com a marcadors identitaris han estat fortament emprades per a la diferenciació social, econòmica i cultural al territori valencià. En aquest context cal fer una al·lusió al concepte d'autoodi valencià i les seues conseqüències en tots els àmbits de la quotidianitat, inclòs el comercial. En l'anàlisi desenvolupat per Ninyoles en *El conflicte lingüístic valencià*, publicat en la dècada dels seixanta, s'encunya el concepte d'autoodi per descriure l'actitud d'abandonament de la llengua pròpia per mitjà d'un procés de substitució lingüística per la llengua de les classes dominants amb una intenció d'identificació amb el grup dominant. En paraules de Ninyoles:

“En la mesura que determinats individus tracten d'incorporar-se al grup poderós – el grup de status de referència, del qual no són membres –, acaben per imposar-se els estàndards propis d'aquest grup, i adoptar el seu punt de vista: la seua ideologia. [...] La identificació amb el grup dominant condueix, naturalment, a una sensibilitat més aguda respecte a la pròpia inferioritat i impulsa a l'individu a repudiar aquelles característiques culturals i socials (llengua, costums, etc.) del grup al que pertany” (2017: 62-63).

L'autoodi explicaria en part el fet que el tindre competència lingüística de la llengua valenciana (tant els treballadors i treballadores com la clientela) no desemboca en una major presència i ús del valencià en aquest entorn. Segons els resultats de l'observació participant, es podria concloure que els espais comercials estan altament castellanitzats i es conceben com un àmbit d'ús castellà. El valencià no és ni tan sols la llengua escrita que ocupa el segon lloc, sinó que queda en el tercer lloc, per darrere de l'anglès.

Com a síntesi dels resultats obtinguts, podríem afirmar que:

- El paisatge lingüístic visual en l'àmbit comercial és principalment castellà, amb

una presència notòria de l'anglès principalment als centres comercials i a les franquícies presents als eixos comercials de les ciutats estudiades. Al xicotet comerç i als mercats, la presència del castellà és majoritària, però hi alguns reductes del valencià. La presència escrita del valencià és molt baixa a tots els territoris analitzats, encara que es podrien classificar els municipis de menys a més ús del valencià escrit de la següent manera: Alacant i Elx, Castelló i València, i Gandia i Alcoi.

- El paisatge lingüístic sonor a l'àmbit comercial presenta diferències notables entre els municipis estudiats. Els resultats mostren un paisatge lingüístic sonor castellà (quasi monolingüe) a Alacant, Elx i València, on la presència oral del valencià és baixa o molt baixa (encara que superior a la presència escrita del valencià). En canvi, s'ha trobat un paisatge lingüístic sonor bilingüe (castellà i valencià) a Alcoi, Gandia i Castelló, on la presència oral del valencià és mitjana o baixa. La diferència més destacable, entre els primers (Alacant, Elx i València) i els segons (Alcoi, Gandia i Castelló) –més enllà de la quantitat de persones que parlen en valencià– és l'adaptació lingüística cap als valencianoparlants en el segon grup de municipis.

Cal ressaltar la necessitat de combinar l'estudi del paisatge lingüístic visual i sonor, perquè l'ús escrit d'una llengua pot evidenciar la presència de la mateixa en el context que s'estudia i, fins i tot, pot servir com un indicador simple de la vitalitat etnolingüística de les llengües en l'escenari estudiat. El paisatge lingüístic visual presenta una fotografia de la presència de les llengües a l'espai, condicionada pel moment de creació dels comerços i la pròpia zona comercial, i, per tant, aquesta anàlisi pot quedar-se obsoleta i esbiaixada si no es complementa amb l'anàlisi del paisatge lingüístic sonor. Aquesta anàlisi sonora pot mostrar una informació rellevant per a conèixer la vitalitat lingüística d'una o diverses llengües en l'àmbit d'estudi. En el cas comercial, s'ha evidenciat que als paisatges lingüístics visuals predomina el castellà, o l'anglès en el seu defecte, i el valencià és pràcticament inexistent (sobretot als centres comercials). Però en el paisatge lingüístic sonor, tot i que el castellà té una presència majoritària, el valencià té major presència que en el paisatge visual (és a dir, el valencià es parla més que es veu). Aquesta

anàlisi del paisatge lingüístic visual i sonor mostra que encara que l'espai comercial és un espai connotat, percebut i reconegut com a castellà, en les interrelacions socials espontànies en l'espai comercial apareix el valencià parlat. En conclusió, el valencià es veu molt menys als espais comercials que el castellà i l'anglès, però es pot reconèixer entre les veus presents en el comerç.

En resum, no hi ha un paisatge lingüístic comercial únic, sinó que trobem diferents paisatges lingüístics comercials arreu del territori, tots ells marcats per un procés avançat de substitució lingüística. El valencià és una llengua minoritzada en l'àmbit comercial i els motius d'aquesta situació són múltiples i estan vinculats amb la política, l'economia, la societat i la cultura. Entre els principals motius d'aquesta minorització caldria destacar i conjugar els següents: la manca de competència lingüística, l'autoodi valencià i la inexistència d'una política lingüística en aquest àmbit, entre altres (Ninyoles, 1975 i 2017).

En termes generals, el paisatge lingüístic comercial és principalment castellà, amb una tendència a l'homogeneïtzació global per la presència de marques internacionals i de l'anglès en les retolacions de les botigues (Ritzer, 2006). El valencià en el paisatge visual està molt infrarepresentat, encara que gaudeix de certa vitalitat etnolingüística en el paisatge sonor (en algunes de les ciutats analitzades). La variable territorial i la variable tipus d'establiment són fonamentals per entendre les realitats lingüístiques del comerç al País Valencià. En una classificació general sobre l'ús del valencià a l'àmbit comercial, encapçalarien la llista Alcoi, Gandia i Castelló, i la tancarrien València, Elx i Alacant.

6.3 CONCORDANCES I DISCORDANCES ENTRE ELS DISCURSOS I L'OBSERVACIÓ

El que ens han dit als grups de discussió coincideix amb el que hem observat als espais comercials? En quin grau hi ha concordança entre els relats i l'observació?

Després de les anàlisis dels resultats del treball de camp trobem moltes més concordances que discordances entre els discursos i l'observació. Entre les concordances destaquem les següents:

- La castellanització de l'àmbit comercial en general.

- L'hegemonia del castellà i la presència residual del valencià als centres comercials.
- La tendència a l'americanització lingüística dels centres comercial (alta presència d'anglès escrit).
- La major presència del valencià als mercats i al xicotet comerç tradicional que als centres comercials.
- L'ús predominant del castellà en les franquícies, amb independència que aquestes es troben als eixos comercials centrals de les ciutats o s'ubiquen als centres comercials.
- La percepció de que la turisticació dels mercats municipals és un risc per al manteniment del valencià i es materialitza en una pèrdua abrupta d'espai simbòlic i físic del valencià. Aquest fet no es dona sols per la incorporació de l'anglès, sinó també per la major castellanització del mercat amb l'argumentari que el castellà és més internacional i reconegut socialment que el valencià.

Pel que fa a les discordances entre els discursos i allò observat, cal destacar dues idees que apareixen de forma constant als discursos però que en la pràctica hem observat precisament el contrari:

- La primera discordança té a vore amb l'adaptació lingüística de treballadors i treballadores a la llengua del client o clienta. A la majoria dels grups de discussió està present la idea que el canvi lingüístic al valencià si la clientela parla valencià és una pràctica espontània, habitual i majoritària. En canvi, hem observat que el percentatge de situacions en les quals hi ha una adaptació lingüística per part dels treballadors i treballadores quan la clientela parla valencià és baix (només una situació de cada cinc).
- La segona discordança està relacionada amb la quantitat de presència i ús del valencià percebuda i observada a l'espai comercial. En alguns dels grups de discussió apareix la idea que als mercats i als xicotets comerços tradicionals predomina la presència i ús del valencià envers el castellà. Aquesta idea no correspon al que hem observat en aquests espais. Tal i com mostren les dades del nostre estudi, hi ha més presència i ús del valencià als mercats i al xicotet

comerç tradicional que als centres comercials, però en cap cas es podria afirmar que en aquests espais de la quotidianitat el valencià ocupa una posició hegemònica.

Com es pot observar, aquestes discordances responen principalment a la visió naïf de la situació lingüística que ens hem trobat en els discursos, una percepció que nega i soterra el conflicte sota un tel de normalitat en la lògica economicista d'oferta i demanda lingüística.

CAPÍTOL 7. OPINIONS I ACTITUDS LINGÜÍSTIQUES SOBRE EL VALENCIÀ EN L'ÀMBIT COMERCIAL

Jo vinc d'un silenci
que no és resignat,
d'on comença l'horta
i acaba el secà,
d'esforç i blasfèmia
perquè tot va mal:
qui perd els orígens
perd identitat.

Jo vinc d'un silenci
antic i molt llarg,
de gent sense místics
ni grans capitans,
que viuen i moren
en l'anonimat,
que en frases solemnes
no han cregut mai.

Jo vinc d'una lluita
que és sorda i constant,
jo vinc d'un silenci
que romprà la gent
que ara vol ser lliure
i estima la vida,
que exigeix les coses
que li han negat.

Jo vinc d'un silenci
antic i molt llarg,
jo vinc d'un silenci
que no és resignat,
jo vinc d'un silenci
que la gent romprà,
jo vinc d'una lluita
que és sorda i constant

(Raimon, *Jo vinc d'un silenci*, 1975)

7.1 LIMITACIONS DE L'ENQUESTA

En aquest capítol es presenten els resultats de l'enquesta realitzada entre setembre i gener de 2021. La principal contribució d'aplicar aquesta tècnica quantitativa, després de l'aproximació qualitativa, era mostrar la generalitat de les observacions realitzades en el treball de camp qualitatiu i verificar les interpretacions realitzades sobre les dades qualitatives. De manera sintètica, l'univers de l'estudi està format per persones que resideixen a qualsevol municipi del País Valencià, d'ambdós sexes i que tenen 16 o més anys. La grandària mostral és de 1.114 unitats, la qual cosa suposa l'assumpció d'un marge d'error aproximat de $\pm 3\%$, amb un nivell de confiança del 95,5%. La modalitat de mostreig emprada fou el mostreig no probabilístic per bola de neu. Concretament, es realitzaren diversos anuncis promocionats a la xarxa social de Facebook, alguns en castellà i altres en valencià, i es feu difusió dels enllaços en diverses pàgines d'aquesta xarxa social. Els i les participants triaren fer l'enquesta de manera voluntària. La modalitat d'administració, tal i com s'explica al primer capítol, és en línia i auto administrada.

Abans d'endinsar-nos en l'anàlisi dels resultats obtinguts, cal evidenciar diferents limitacions de les dades i de la seua anàlisi a conseqüència de la modalitat d'administració, el mostreig emprat i la caracterització de la mostra. Ara bé, les pròpies delimitacions assenyalades també poden ser llegides com una dada per si mateixa. És a dir, aquestes mostren la realitat de la llengua al nostre País: el conflicte lingüístic i la tendència cap a postures polars. Aquesta propensió, molt més oberta, en els resultats de l'enquesta que en els grups de discussió, pot ser interpretada per dos motius. El primer, té a veure amb la tècnica emprada. L'enquesta presenta a l'informant un discurs estructurat i tancat, on no caben ni les narratives ni les matisacions. En els grups, per les pròpies dinàmiques generades dins d'ells, els participants busquen el consens. I, com hem tingut ocasió de veure, mostren postures més matisades (el cosa que no significa que trobem hi pols oposats)⁷⁶. El segon motiu fa referència al propi context sociolingüístic del País Valencià. La instrumentalització política del valencià, amb

⁷⁶ Veure capítol 5.

postures, cada dia, més radicals⁷⁷, cala i modula els discursos socials. En aquesta articulació, el paper dels mitjans de comunicació juga també un paper clau⁷⁸.

Dit això, almenys hem de tindre presents cinc consideracions. La primera té a veure amb el tipus d'enquesta utilitzada. Sens dubte, haver optat per l'enquesta en línia ha contribuït en els trets sociodemogràfics dels informants i en les respostes. En aquest cas, la persona ha accedit voluntàriament al qüestionari. Això provoca que ens trobem perfils més polaritzats que si haguéssim aplicat un mostreig probabilístic aleatori simple, sistemàtic o estratificat (on cada unitat és triada a l'atzar). Les persones enquestades que volen opinar sobre la llengua, i en concret, sobre l'àmbit comercial, solen mostrar un posicionament obertament a favor o en contra de la normalització del valencià (i fins i tot sobre el seu ús). D'això podem inferir que les respostes, desinteressades, són un acte polític o reivindicatiu, més o menys conscient⁷⁹.

En segon lloc, cal remarcar el fet que el qüestionari siga autoadministrat i en línia. Això afecta els resultats de l'enquesta amb una alta proporció de no resposta al llarg del qüestionari (entre el 4 i el 26% per pregunta) (Cea d'Ancona 2012). Per evitar abandonaments, al llarg de l'enquesta es programà el qüestionari amb l'opció de poder avançar sense la necessitat de respondre a totes les preguntes, i això ha generat que augmentara la no resposta per pregunta (els percentatges obtinguts són normals en una enquesta en línia). En aquest sentit, cal matisar que la mostra real va ser de 1.684 qüestionaris, però eliminaren aquells que no estaven finalitzats per complet.

En tercer lloc, és ressenyable que al ser enquesta virtual, i no haver aplicat cap mesura correctiva, ens introdueix un biaix de no cobertura. Aquest es produeix al deixar fora de l'enquesta a aquelles persones que no tenen accés a internet, no tenen compte en la xarxa social emprada, no tenen a l'abast dispositius electrònics per a accedir a la plataforma o no han adquirit habilitats digitals. Les limitacions relacionades amb la

⁷⁷ L'arribada a l'escena política de Vox és mostra d'això.

⁷⁸ Veure capítols 2 i 3.

⁷⁹ No existia cap motivació econòmica (sorteig de regals per emplenar-la o pràctiques similars d'incentivació) per realitzar l'enquesta.

bretxa digital⁸⁰ estan, d'una banda, vinculades amb la privació de recursos i accés a internet i, d'altra, a la manca d'habilitats i competències digitals (el que se sol denominar despectivament com a analfabets digitals). Aquesta bretxa limita la participació de col·lectius, sobretot, amb recursos socioeconòmics limitats, amb nivells d'estudis baixos i gent, majoritàriament, major.

En quart lloc, cal tindre en compte que en la mostra resultant hi ha una sobrerrepresentació de dones enquestades (61%), persones amb estudis universitaris (54%), valencianoparlants (58%) i persones residents a la província de València (71%)⁸¹. La sobrerrepresentació d'aquests perfils (dona, persones universitàries, valencianoparlants i de la província de València) introdueix biaixos, els quals es materialitzen en una posició més favorable a l'ús, la promoció del valencià i la normalització lingüística que, amb seguretat⁸², no ens trobaríem amb una mostra més equilibrada (sense sobrerrepresentació d'alguns col·lectius i la infrarepresentació i invisibilització d'uns altres). En qualsevol cas, crida l'atenció el percentatge de dones que participen. Encara que és difícil de determinar perquè es produeix, podem, amb prudència, inferir que la llengua i la seua cura queden reservades a l'àmbit privat (ens recolzem ací en el treball de camp realitzat). Esfera, que tal com apuntem, està reservada a les dones⁸³.

Finalment, en cinquè lloc, s'ha de tindre present que s'ha limitat la participació en l'enquesta únicament a persones que resideixen o són nascudes a zones de predomini

⁸⁰ Generalment, per bretxa digital s'entén la diferència en l'accés i coneixements d'ús de les noves tecnologies. Esta es determina sobre la base de diferents variables (socioeconòmiques, nivell d'estudis, residència, gènere i edat).

⁸¹ Tot i el biaix provincial, cal assenyalar que més de la meitat de la població del País Valencià resideix a la província de València, 2.540.707 d'un total de 5.049.415 (INE, 2020). Encara que, evidentment, la distribució per població haguera sigut una altra si haguérem optat un sistema de mostreig estratificat amb afixació proporcional per regions i grandària d'hàbitat. Les regions que es fan servir per a l'enquesta de Coneixement i ús del valencià elaborada per la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme (Conselleria d'Educació, Cultura i Esport de la Generalitat Valenciana) són: Regió d'Alacant (comarques de El Baix Vinalopó, l'Alacantí, les Valls del Vinalopó i la Marina Baixa); Regió d'Alcoi-Gandia (la Marina Alta, el Comtat, l'Alcoià, la Vall d'Albaida i la Safor); Regió de Ciutat de València i àrea metropolitana (València, l'Horta Nord, l'Horta Oest, l'Horta Sud); Regió de València (la Ribera Baixa, la Ribera Alta, la Costera, el Camp de Túria, el Camp de Morvedre); Regió de Castelló (la Plana Baixa, la Plana Alta, l'Alcalatén, l'Alt Maestrat, el Baix Maestrat, els Ports) i la Regió castellanoparlant (dos subregions: zona de Requena-Sogorb i zona d'Oriola).

⁸² Aquesta afirmació la recolzem en els grups de discussió realitzats. Veure capítol 5.

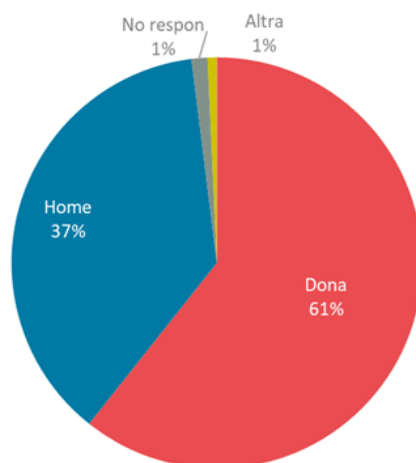
⁸³ Veure capítol 1.

lingüístic valencià⁸⁴, per evitar introduir un biaix en les preguntes referides a la presència i ús del valencià en contextos de predomini lingüístic castellà. En aquest sentit, cal dir que també es van eliminar les enquestes que no complien amb aquest requisit.

En aquest capítol, hem optat per presentar els resultats quantitatius en tres apartats. El primer bloc, introductori, es caracteritza la mostra de l'enquesta (descripció sociodemogràfica, identitària i lingüística). El segon bloc analitza la presència del valencià en els diferents àmbits d'ús i, en particular, en l'àmbit comercial. I, per tancar, trobem un tercer bloc, en el qual es presenten les convergències i divergències entre els resultats de l'enquesta, dels grups de discussió i de l'observació.

7.2 CARACTERITZACIÓ DE LA MOSTRA

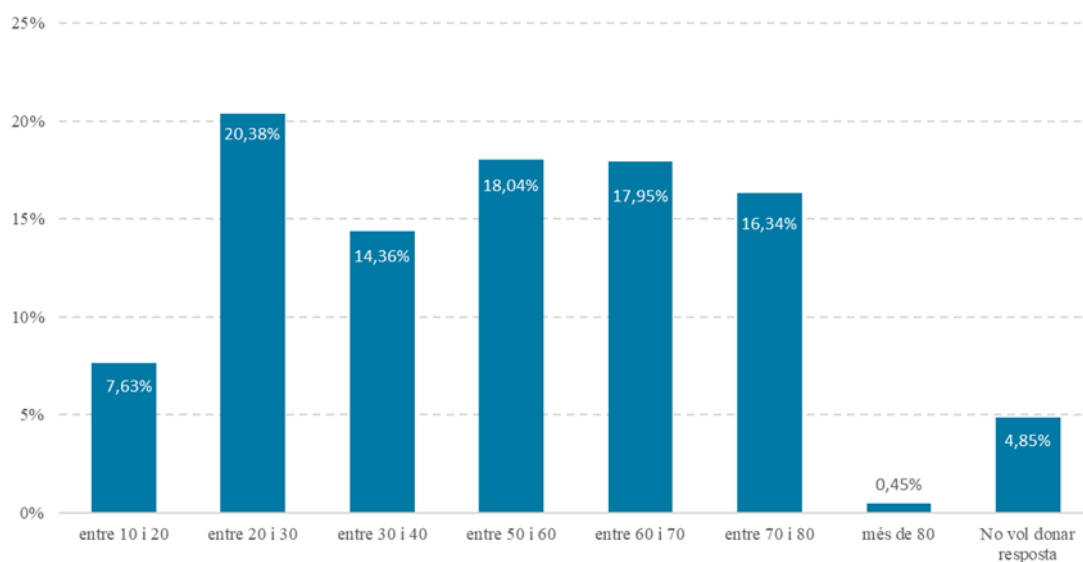
Després d'haver eliminat els qüestionaris no vàlids (per estar incomplets o no complir els requisits previstos en el seu disseny), el total de les enquestes utilitzades per a aquesta anàlisi ha sigut d'un total de 1.114. El resultat dels qüestionaris distribuït per sexes ha sigut el següent: 676 dones (61%) i 416 homes (37,3%). Com ja hem apuntat anteriorment, ens enfrontem a una mostra feminitzada.



Gràfic 35: Distribució percentual de la mostra segons sexe. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

⁸⁴ Les zones de predomini lingüístic castellà i valencià estan recollides en la Llei 4/1983, de 24 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià.

Pel que fa a l'edat de les persones participants en l'enquesta, cal assenyalar que el nombre de participants menors de 50 anys (472 persones, el 42%) és inferior al nombre de persones majors de 50 anys (588 persones, el 53%). El rang d'edats que ha contestat l'enquesta és de 16 a 87 anys. Com es dedueix amb la participació de persones majors de 50, l'efecte de la bretxa digital per edat no ha afectat la mostra, però cal assenyalar que 58% de les persones compreses en aquesta franja (588 persones) tenien estudis superiors. No obstant això, sí que s'observa una alta participació de joves menors de 30 anys.



Gràfic 36: Distribució percentual de la mostra segons grup d'edat. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

La distribució territorial de la mostra per província no és proporcional al pes poblacional, ja que com s'observa en la següent taula hi ha una sobrerepresentació de la província de València i una infrarepresentació de les províncies de Castelló i Alacant (més acusada en Alacant). Aquesta falta de proporcionalitat pot introduir biaixos, ja que, com sabem, hi ha diferències sociolingüístiques territorials. En l'enquesta de Coneixement i ús del valencià⁸⁵ realitzada el 2015 per la Direcció General de Política lingüística, es presenta el grau de competència lingüística per regions. En els resultats podem advertir les

⁸⁵ Enquesta de Coneixement i ús del valencià (any 2015). Disponible a <https://ceice.gva.es/va/web/fondo-estadistico-documental/fondo-datos-numericos>

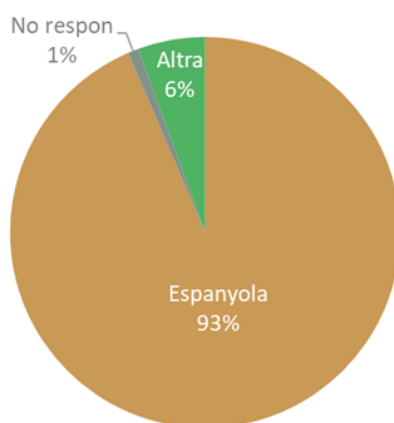
diferències territorials pel que fa a les competències lingüístiques i la heterogeneïtat de situacions lingüístiques al llarg del territori valencià. Per exemple, a la pregunta “entén el valencià” trobem aquests resultats dispersos per regions: “entenen perfectament” el valencià el 33% de les persones enquestades en la Regió d’Alacant, el 68% de les persones enquestades en la Regió d’Alacant-Alcoi, el 69% de les persones enquestades a la Regió València, el 65% de les persones enquestades en la Regió de Castelló i el 41% de les persones enquestades a la Regió de Ciutat de València i àrea metropolitana.

	Persones enquestades	%	Mostra teòrica ⁸⁶	% Mostra teòrica
Alacant	196	17,6%	359	32,2%
Castelló	101	9,1%	139	12,5%
València	792	71,1%	616	55,3%
No respon	25	2,2%	0	0
Total	1.114	100%	1.114	100

Taula 35: Distribució de la població empadronada al País Valencià per província (absolut i percentatge) i distribució de la mostra segons província de residència (absolut i percentatge). Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020 i dades de l'enquesta. Elaboració pròpia.

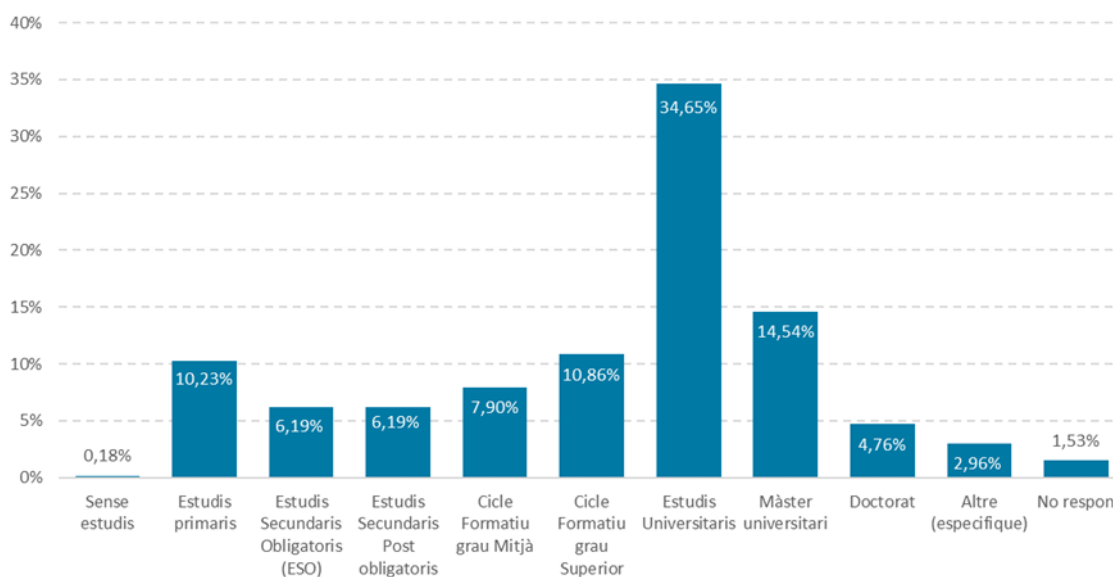
El 93,5 % de les persones enquestades són de nacionalitat espanyola (1.042 persones), respecte al 5,6% que tenen una altra nacionalitat (62 persones). Les altres nacionalitats presents a la mostra són molt diferents; encara que predomina la hispanoamericana, del nombre de qüestionaris obtinguts no podem extrapolar cap dada (paraguaiana, equatoriana, argentina, peruana, veneçolana, colombiana, uruguaiana, suïssa, belga, francesa, armènia, romanesa, xinesa i marroquí).

⁸⁶ La mostra teòrica estimada per a la zona de predomini lingüístic valencià de les províncies (amb un mostreig estratificat per província amb afixació proporcional).



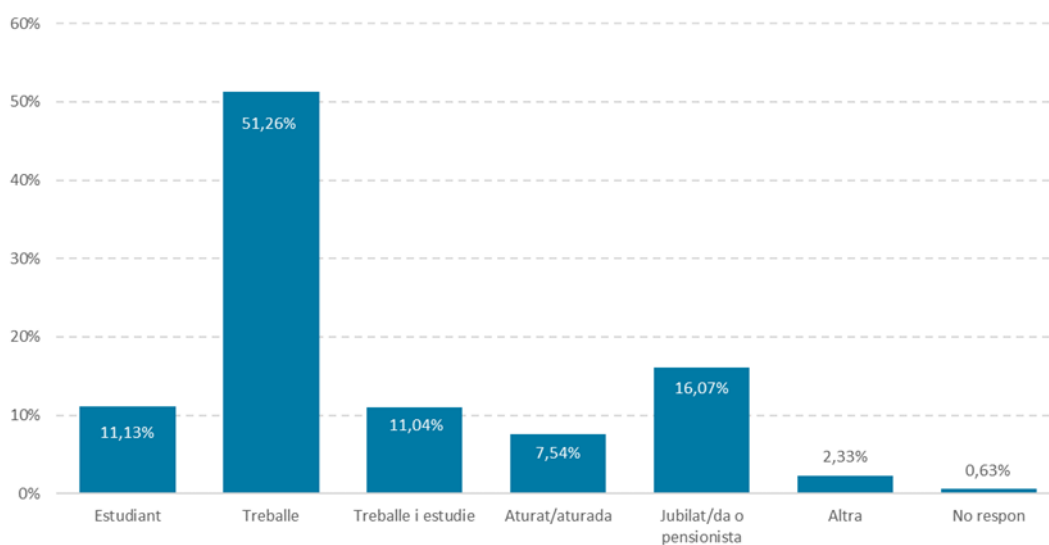
Gràfic 37: Distribució percentual de la mostra segons nacionalitat. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Com s'observa en el següent gràfic, si atenem el nivell d'estudis, el 16% de la mostra té estudis secundaris o inferiors, el 14% té estudis secundaris no obligatoris (Batxillerat o cicles formatius de grau mitjà) i el 65% posseeix estudis superiors (on destaca que el 54% dels participants té estudis universitaris). El percentatge de persones amb estudis superiors està sobrerrepresentat en la mostra. Tal com es comentava a l'inici del capítol, aquest fet pot introduir importants biaixos en el nivell de competència lingüística i en les certificacions de dita competència.



Gràfic 38: Distribució percentual de la mostra segons nivell educatiu assolit. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Pel que fa a la situació laboral de la mostra, el 62% està ocupat (l'11% treballa i estudia de simultània), el 22% està estudiant (la meitat dels quals estudia i treballa), el 8% està aturat o aturada i el 16% és pensionista o jubilat/da. Aquestes dades mostren també un biaix, perquè al País Valencià, la taxa d'atur se situa en un 16,7% amb una distribució per sexes del 14,3% per a homes i del 19,4% per a dones (EPA, II Trimestre 2021). A més a més, cal tindre present la xifra d'atur femení, bastant superior, atès que les dones estan sobrerrepresentades en l'enquesta.

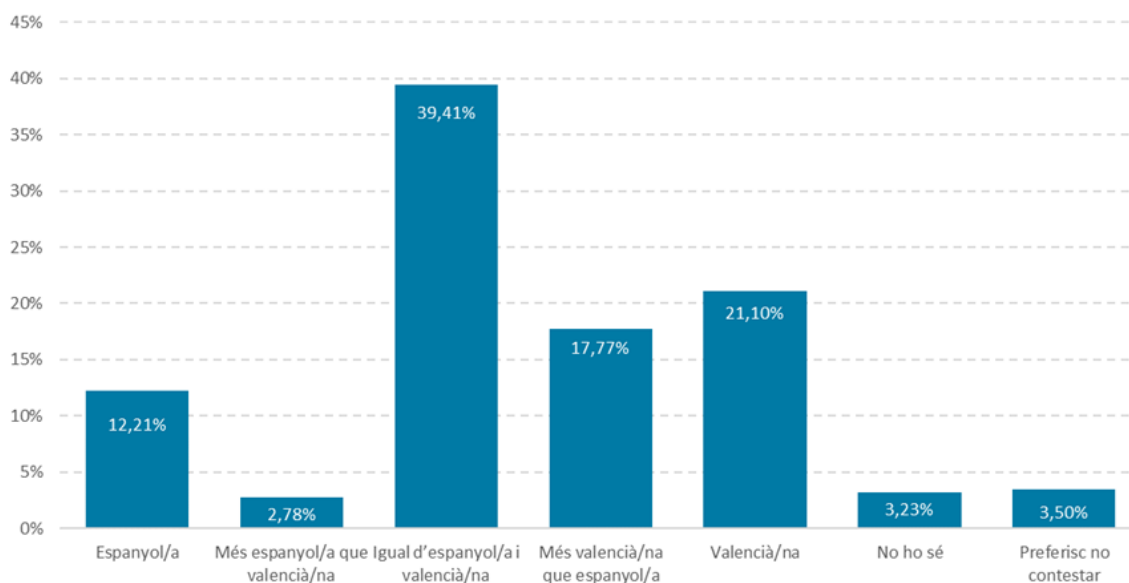


Gràfic 39: Distribució percentual de la mostra segons la situació laboral. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

En el posicionament identitari en l'escala espanyol-valencià, podem observar tres postures, dos polars i un altra que ocupa la posició intermèdia. Per una banda, el 15 % es defineix com "espanyols" o "més espanyols que valencians". I, per altra banda, el 39% se sent "valencià" o "més valencià que espanyol". Però, com hem dit, el 39% se situa en l'opció intermèdia de l'escala, una posició que agrupa a aquelles persones que se senten igual d'espanyol/a que de valencià/na. És a dir, no inclinen la balança identitària i es defineixen, de forma per igual, com a espanyols i valencians, una tendència que és pròpia de territoris caracteritzats pel regionalisme, com és el cas del País Valencià. Com han apuntat nombrosos autors, el moviment de la Renaixença donarà origen al regionalisme valencià⁸⁷, produint-se tensions des de la fi de la dictadura, amb l'entrada

⁸⁷ Enfront de la Renaixença catalana que establirà les bases del nacionalisme català.

del blaverisme, que acabarien en una definitiva fractura de la societat valenciana i en la consolidació del regionalisme per la via política de l'autonomia (Archilés i Martí, 2004; Archilés i Segarra, 2005; Archilés, 2006; Archilés 2011; Roca Ricart, 2011; Núñez Seixas 2005; Viciano 2000; Cucó 1999; Cucó 2002; Cucó *et al.* 2001).



Gràfic 40: Distribució percentual de la mostra segons sentiment identitari. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Si comparem els resultats obtinguts a aquesta pregunta amb els resultats d'una pregunta molt semblant realitzada pel CIS l'any 2012 en el marc del Baròmetre Autonòmic⁸⁸ (III) de la Comunitat Valenciana, conclourem que hi ha coincidències i divergències. La coincidència és que l'opció més contestada en ambdues enquestes és "em sent tant espanyol com valencià" (amb un 55,5% de la mostra (782 persones) i un 39% en la nostra mostra (1.114)). La principal divergència entre la nostra mostra i la del CIS, és que en el nostre cas la majoria de respostes es concentra al grup polar "valencià" o "més valencià que espanyol" amb un 39% (envers l'11% en la mostra del CIS) i en el cas de la mostra del CIS, les respostes es concentren en l'altre grup polar "em sent únicament espanyol" o "em sent més espanyol que valencià" amb el 31% de les

⁸⁸ Estudi 2.956 (Setembre-Octubre 2012) del Baròmetre Autonòmic (III) Comunitat Autònoma de la Comunitat Valenciana elaborat pel CIS (Centre d'Investigacions Sociològiques). Disponible a http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2940_2959/2956/COM_VALENCIANA_10/Es2956CVal.pdf

respostes (envers el 15% en la nostra mostra). Caldria evidenciar que al nostre estudi hi ha una decisió metodològica que afecta la mostra i que el CIS no té en compte: l'univers de la nostra mostra el componen les persones residents a municipis de predomini lingüístic valencià (deixant exclosa la zona de predomini lingüístic castellana); en canvi, en la mostra del CIS no aquest criteri d'exclusió no hi és, i no es fa cap tipus de distinció per zones de predomini lingüístic castellà i valencià.

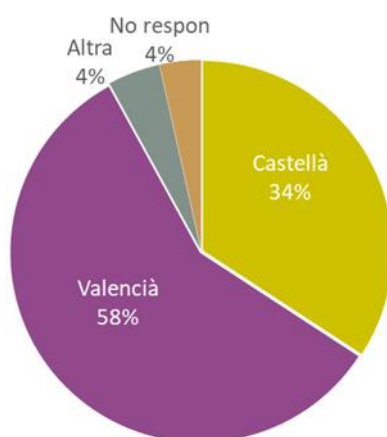
PREGUNTA 37

¿Con cuál de las siguientes frases se identifica Ud. en mayor medida?

	%	(N)
Me siento únicamente español/a	13.7	(107)
Me siento más español/a que valenciano/a	17.8	(138)
Me siento tan español/a como valenciano/a	55.5	(434)
Me siento más valenciano/a que español/a	9.0	(70)
Me siento únicamente valenciano/a	2.0	(15)
N.S.	0.6	(4)
N.C.	1.4	(11)
TOTAL	100.0	(782)

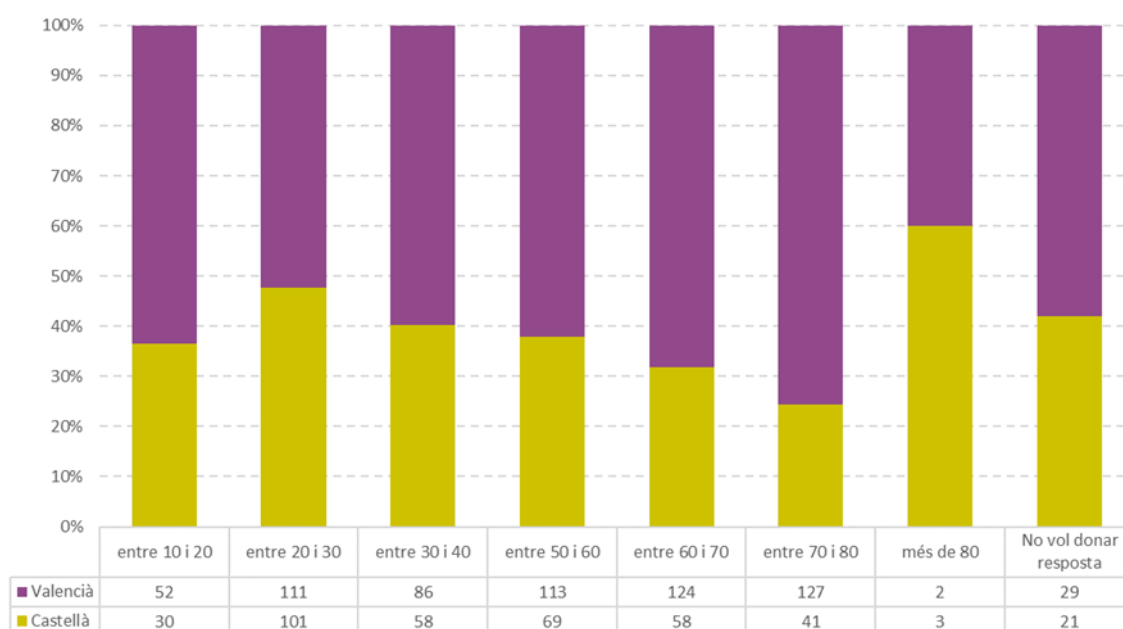
Imatge 21: Pregunta sobre identificació escala espanyol-valencià. Font: Estudi 2.956 elaborat pel CIS (Centre d'Investigacions Sociològiques) l'any 2012.

De la mostra, el 58% (644 persones) afirma que la seua llengua habitual és el valencià, mentre que el 34% (381 persones) afirma que és el castellà. No deixa de ser molt interessant, i d'altra banda paradoxal, veient aquestes dades, que el 76,9% de la mostra ha triat el castellà per a respondre el qüestionari, envers el 23,1% que ha triat valencià.



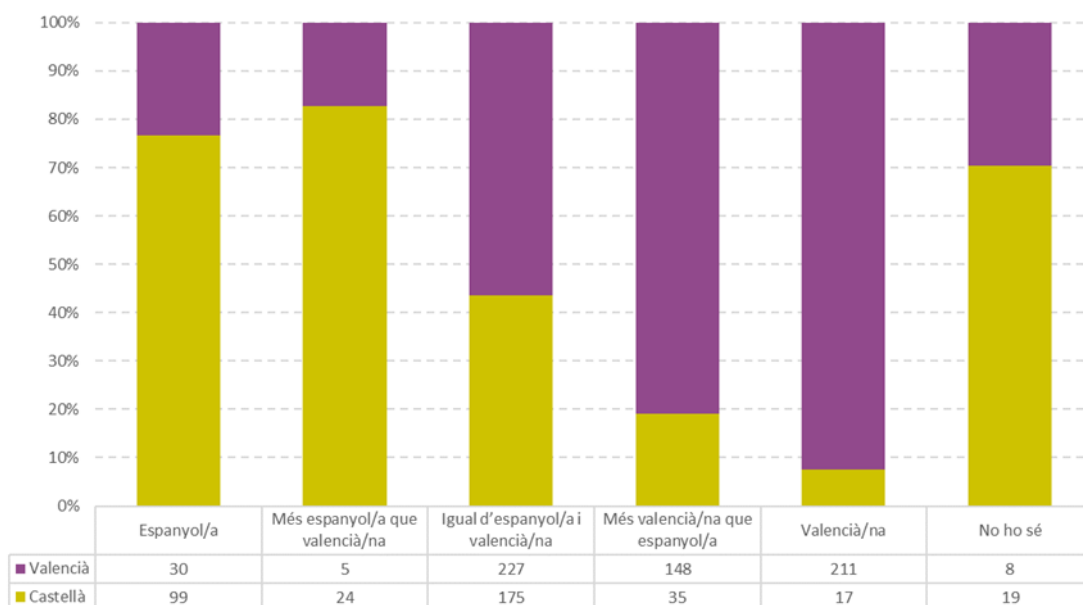
Gràfic 41: Distribució percentual de la mostra segons la llengua habitual. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Si analitzem les dades anteriors per edat, s'observa un predomini d'ús del valencià, amb diferències notables entre els grups d'edat. Al gràfic es mostra una tendència positiva entre edat i ús del valencià; concretament, el percentatge de valencianoparlants augmenta a mesura que s'incrementa l'edat, a excepció del cas dels més joves i dels més majors (aquests últims estadísticament no representatius pel nombre insuficient de mostra). En el cas de les persones joves, el percentatge de persones valencianoparlants de 16 a 20 anys és moderadament superior al grup d'edat posterior (63% dels menors de 20 anys parlen valencià enfront del 52% dels enquestats de 20 a 30 anys), trencant la relació positiva descrita abans: a més edat, més ús del valencià com a llengua habitual.



Gràfic 42: Distribució percentual de la mostra segons llengua habitual i grup d'edat. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

En el creuament de la variable 'posicionament identitari' i 'llengua habitual', s'evidencia la relació positiva de sentir-se valencià amb parlar valencià (92%) i el mateix amb la seua posició polar, sentir-se espanyol i parlar castellà (78%). De forma paral·lela, en la posició intermèdia de l'escala, poc més de la meitat dels que diuen "sentir-se igual d'espanyol que de valencià" parlen valencià de forma habitual (57%).



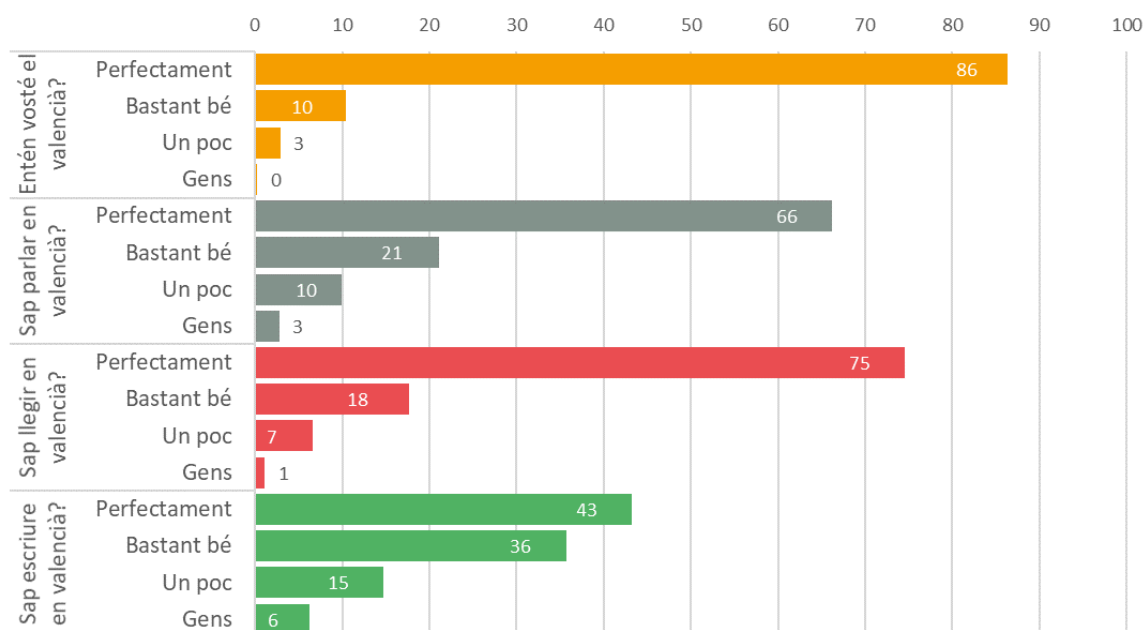
Gràfic 43: Distribució percentual de la mostra segons llengua habitual i identificació. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

El 97% de la mostra entén bastant bé o perfectament el valencià, el 87% parla bastant bé o perfectament el valencià, el 92% llig bastant bé o perfectament el valencià i el 79% escriu bastant bé o perfectament en valencià. Els valors de l'opció de resposta "gens" són molt baixos (entre 0,3 i 6%).

En relació a la competència lingüística de les persones enquestades, trobem alts nivells de competència en valencià si els comparem amb els resultats de l'Enquesta de Coneixement i ús social del valencià de 2015⁸⁹ en la zona de predomini lingüístic valencià. En l'enquesta de 2015, els resultats mostraven la següent fotografia: el 78% entén bastant bé o perfectament el valencià, el 56% parla bastant bé o perfectament el valencià, el 57% llig bastant bé o perfectament el valencià i el 38% escriu bastant bé o perfectament en valencià. Els valors de l'opció de resposta "gens" són baixos en l'opció d'entendre el valencià (3,6%) però alts en les altres habilitats, principalment en el cas de l'escriptura, on el 36% dels enquestats afirmen no saber escriure gens. Com s'observa, hi ha una gran diferència pel que fa al grau de competència lingüística entre la nostra

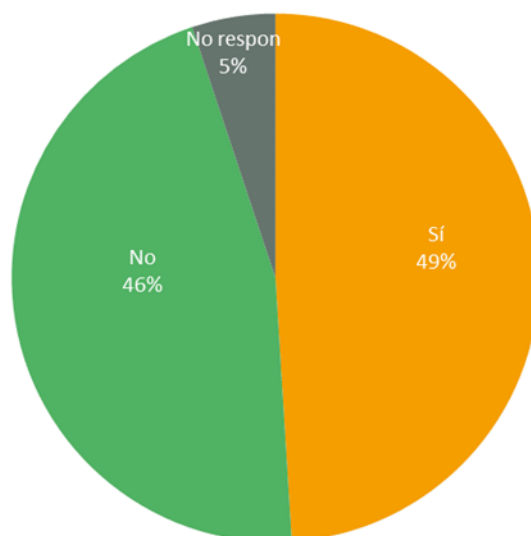
⁸⁹ Disponible a: <https://ceice.gva.es/va/web/fondo-estadistico-documental/fondo-datos-numericos>

mostra i la del 2015, i aquesta diferència està condicionada clarament pel perfil educatiu dels nostres enquestats.



Gràfic 44: Distribució percentual segons el grau de competència lingüística en valencià. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Del total de la mostra, quasi la meitat (546 persones, el 49%) disposen de certificat oficial que acredite la seua competència lingüística en llengua valenciana. El 98% d'aquestes certificacions són de la Junta Qualificadora de Coneixements del Valencià, mentre la resta són certificacions universitàries. De les 546 persones que disposen de certificacions, sols 508 han contestat a la pregunta "quin nivell de certificació posseeix". D'aquests, el 6% té certificat el nivell A1 o A2, el 8% té certificat el nivell B1 o B2, el 43% té certificat el C1 i el 30% té certificat el C2. A més a més, cal assenyalar que el 13% disposa de la capacitat lingüística de mestre en valencià.



Gràfic 45: Distribució percentual de la mostra de les persones enquestades amb possessió de certificat oficial de competència lingüística. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

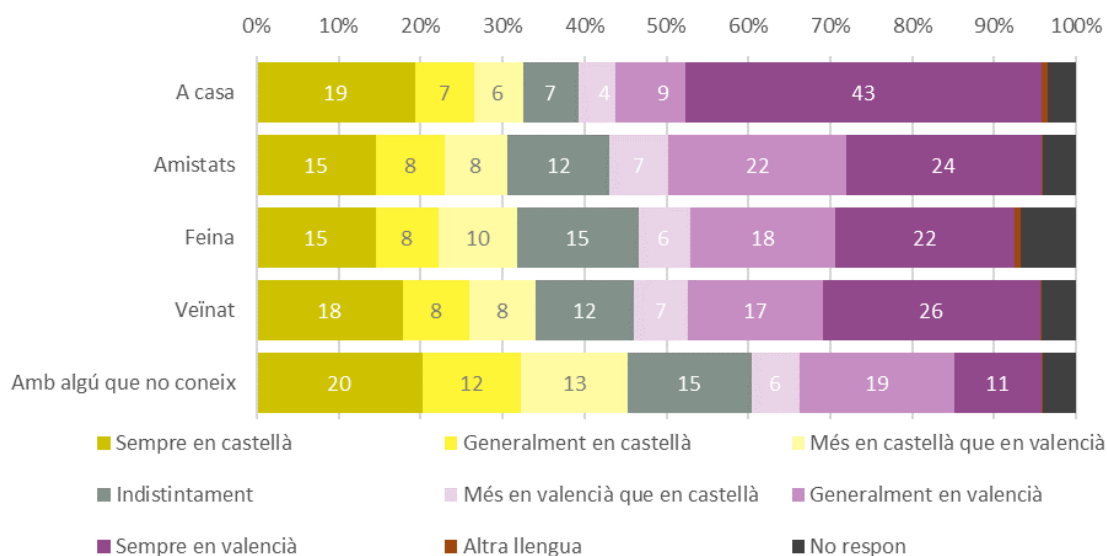
Per a finalitzar, cal tornar a insistir en les peculiaritats i perfils del nostre qüestionari a l'hora de caracteritzar-lo i interpretar-lo. La mostra està clarament feminitzada, el perfil educatiu majoritari de la mostra és d'estudis superiors i el percentatge de persones que afirmen emprar el valencià de forma habitual és relativament alt.

7.3 ÀMBITS D'ÚS DEL VALENCIÀ

Com ja hem tingut oportunitat d'assenyalar, la diglòssia al País Valencià es caracteritza per la subordinació del valencià respecte a la posició hegemònica del castellà, amb la consegüent restricció i relegació del valencià als àmbits informals i no formals (Ninyoles, 2017)⁹⁰. Les dades que es presenten en el següent gràfic mostren de forma aplicada els efectes de la diglòssia en els comportaments dels enquestats. En la mostra analitzada, el valencià té una presència alta en les relacions de quotidianitat; entre elles destaca la llengua parlada a casa, on un 43% parla "sempre en valencià". Les opcions de resposta "més en valencià que en castellà", "generalment en valencià" i "sempre en valencià"

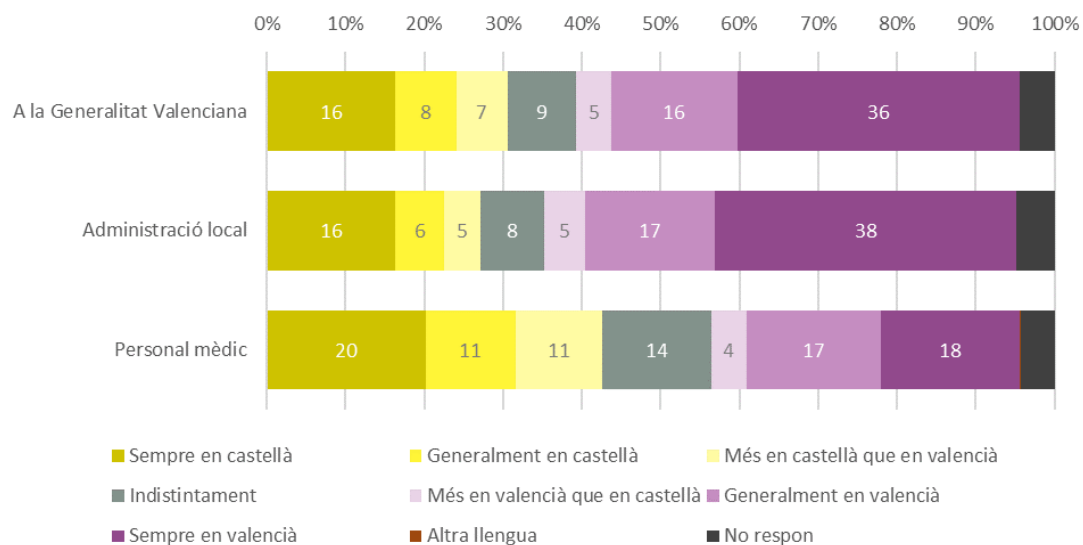
⁹⁰ Veure capítol 2.

sumen percentatges acumulats entre el 46 i el 56% en els ítems de llengua parlada a casa, amb les amistats, en la feina i amb el veïnat. D'aquests espais, el que obté percentatges més baixos en l'ús del valencià és l'àmbit laboral (46%) i, per contra, l'àmbit familiar és el context on més es parla en valencià (56%). En canvi, en la situació en la qual no es coneix a la persona interlocutora predomina l'ús del castellà (sols l'11% li parla sempre en valencià a un desconegut).



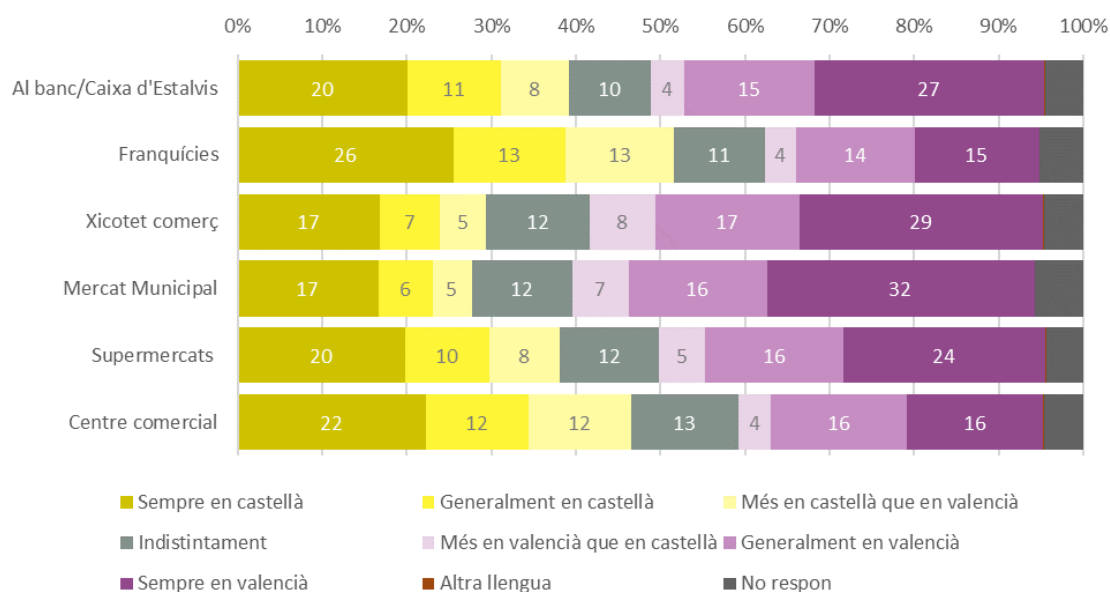
Gràfic 46: Distribució percentual de la llengua que parla a casa, amb les amistats, a la feina, amb el veïnat i amb un desconegut. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Pel que fa a les relacions amb l'administració pública, s'observen diferències en l'ús del valencià segons el tipus d'institució (administració local, administració autonòmica i àmbit sanitari). En la interacció amb l'administració local i autonòmica, el 60 i el 56% de les persones enquestades (respectivament), s'adrecen "més en valencià que en castellà", "generalment en valencià" o "sempre en valencià". Per contra, amb el personal mèdic en l'àmbit sanitari, solament el 39% s'adreça "més en valencià que en castellà", "generalment en valencià" i "sempre en valencià".



Gràfic 47: Distribució percentual de la llengua que parla a l'Administració l'àmbit sanitari. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Dels resultats sobre l'ús del valencià als establiments en l'àmbit comercial, cal apuntar que les persones enquestades fan un major ús del valencià als mercats i al xicotet comerç (55 i 54% respectivament) i, per contra, fan un major ús del castellà a les franquícies i als centres comercials (52 i 47% respectivament). Els bancs (i també les caixes d'estalvi) i els supermercats es troben en una posició intermèdia, amb un 47 i 46% d'ús del valencià.



Gràfic 48: Distribució percentual de la llengua que parla en l'àmbit socioeconòmic. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

En aquesta primera anàlisi dels comportament lingüístics de les persones enquestades s'evidencia l'existència de comportaments diglòssics (Lafont, 1979; Puig i Moreno, 2011; Pujolar, 2012). L'ús de les llengües no és equitatiu al context valencià, i prova de la desigualtat és l'ús diferencial que es fa del castellà i del valencià als diferents àmbits de relació. Els i les enquestades empen més el valencià per a relacionar-se amb la família, amb les amistats i amb el veïnat; en les interaccions quotidianes amb l'administració local i autonòmica i en les compres al xicotet comerç i al mercat municipal. En canvi, segons els resultats de l'enquesta predomina el castellà en la interacció amb una persona desconeguda, en una visita mèdica o en les compres a centres comercials o a botigues de franquícia. La tendència és a vincular una llengua amb els àmbits privats i l'altra amb els àmbits públics; concretament, el valencià amb l'esfera privada (relacions de familiaritat i amistat) i el castellà amb l'esfera pública (àmbit sanitari, socioeconòmic i comercial).

Aquests resultats concorden amb l'anàlisi qualitativa dels grups de discussió⁹¹, encara que trobem xicotetes discordances. Als discursos socials analitzats s'identificaven àmbits d'ús del valencià i àmbits d'ús del castellà (de la mateixa manera que en els resultats de l'enquesta). Entre els àmbits considerats de predomini lingüístic valencià destacaven els espais de relació quotidiana com són la família, les amistats, el veïnat i l'escola. Per contra, assenyalaven com espais castellanitzats aquells en els quals es desenvolupen les relacions laborals i professionals, les relacions amb l'administració local i autonòmica i l'atenció en l'àmbit sanitari. Les discordances les trobem en aquest últim apartat, ja que en els resultats de l'enquesta sobre l'ús lingüístic en l'àmbit laboral i a l'administració local i autonòmica presenten usos semblants de castellà i valencià o, fins i tot, predomina lleugerament el valencià.

7.3.1 Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial

En primer lloc, ens centrarem en l'anàlisi de la presència escrita del valencià per tal de configurar-nos una fotografia del paisatge visual del comerç valencià i, en segon,

⁹¹ Veure capítol 5.

focalitzarem l'anàlisi en la presència oral del valencià en aquest àmbit per a apropar-nos al paisatge sonor. Aquestes dades permetran contrastar les dades presentades en el capítol anterior, on es desenvolupa el paisatge lingüístic comercial a partir de l'aplicació la tècnica de l'observació participant en el context comercial⁹².

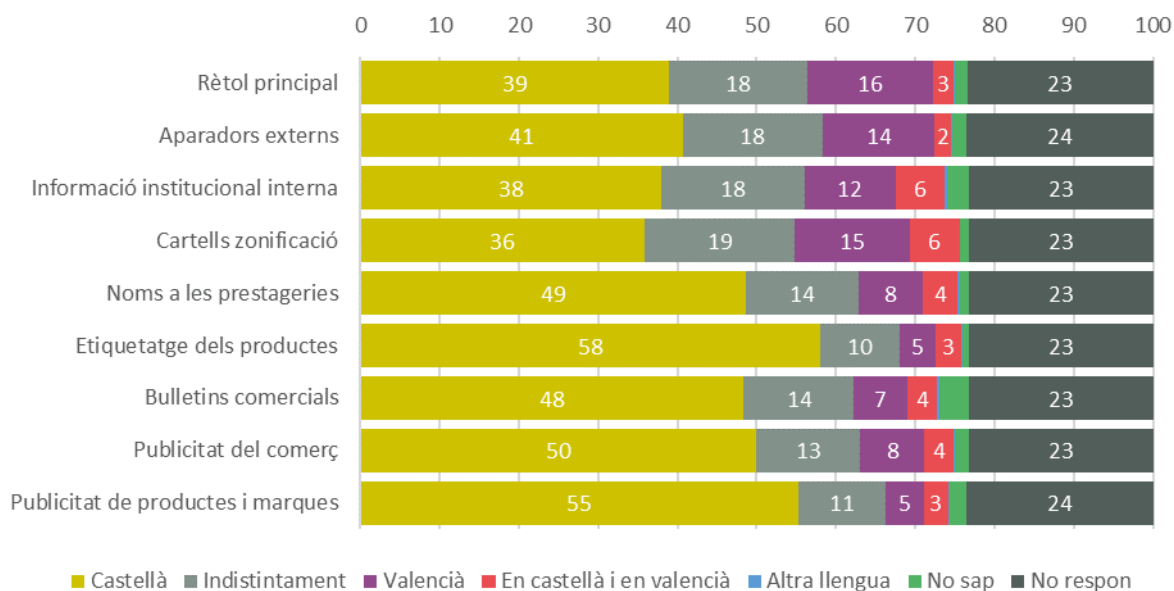
Al següent gràfic es presenta la presència de les llengües als escenaris comercials a partir dels resultats de l'enquesta. En el paisatge visual predomina l'ús escrit del castellà en totes les categories analitzades (retolació, aparadors, etiquetatge, publicitat, etc.) amb percentatges entre el 35 i 58%. En segon lloc, destaca l'opció "indistintament" castellà o valencià amb valors entre 10 i 19% i, en tercer lloc, l'opció de "valencià" amb valors entre el 4 i el 18%. L'opció que combina ambdues llengües, castellà i valencià, presenta percentatges molt baixos (entre el 2 i el 7%) i destaca l'absència en les respostes de l'opció "altra llengua". Dels elements a analitzar destaca l'alta presència del castellà percebuda a l'etiquetatge de productes (58%), la publicitat de les marques i productes i del propi comerç (55 i 55% respectivament), així com la retolació de les prestatgeries (49%). Aquests elements, juntament amb els butlletins comercials, presenten els valors més baixos pel que fa a l'ús del valencià.

Els resultats qualitatius⁹³ i quantitius mostren un clar predomini del castellà a l'escenari comercial. Però trobem certes incongruències entre els resultats de l'enquesta i els de l'observació participant a les botigues. La primera i més cridanera de les incongruències és l'absència d'"altra llengua" a banda del castellà i valencià, quan un dels resultats de l'observació és que la presència del valencià és molt inferior a la de l'anglès en el paisatge visual. Això pot ser pel fet que els participants en l'enquesta ja tingueren interioritzada la dicotomia valencià/castellà present en tot el qüestionari. A més a més, dels seus hàbits de compra que poden moure's en hores o escenaris on no hi ha tanta presència de turistes o en espais on predomina la cartellera en anglès (centres comercials i franquícies). I l'altra incongruència destacable és referida a la quantitat de valencià que descriuen les persones enquestades (entre un 4 i un 18%

⁹² En el capítol 6 la recollida de dades per conèixer la realitat del paisatge lingüístic sonor i visual s'ha fet de forma directa (observació participant de la investigadora), mentre que en aquest capítol la recollida de dades es fa de forma indirecta (a partir de les opinions i comportaments de les persones enquestades).

⁹³ Veure capítols 5 i 6.

segons element d'anàlisi) enfront de la baixa o molt baixa presència registrada en l'observació participant. En aquest sentit, podríem deduir que els nostres enquestats responen més a un desig que a una realitat, donat el perfil dels participants en l'enquesta.



Gràfic 49: Distribució percentual segons la llengua que l'enquestat observa als comerços habituals.
Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Després de preguntar per la llengua (escrita) que s'empra en l'àmbit comercial, se'ls pregunta en quina llengua pensen que hauria d'estar la informació escrita en aquest entorn. Com es pot observar, hi ha moltes diferències entre el que hi és i el que voldrien que fóra. La principal divergència en la comparativa del que hi ha i el que els agradaria que hi haguera és el desig que s'utilitze més valencià en general (a rètols, aparadors, informació institucional, etiquetatge, etc.) del que hi ha en l'actualitat, bé en solitari (entre el 26 i el 34% segon ítem) o bé en companyia del castellà (entre el 12 i el 21% segons ítem). Aquestes dues posicions promouen una major presència del valencià en l'àmbit comercial, la primera des dels posicionaments discursius valencià-resistent i valencià resignat (ambdues postures pensen que cal normalitzar el valencià i la millor forma és que el conèixer el valencià siga necessari per a funcionar en la quotidianitat comercial). I, la segona, amb una combinació del castellà i el valencià, des de les posicions discursives monolingüe resistent (pot estar en valencià sempre que no minve

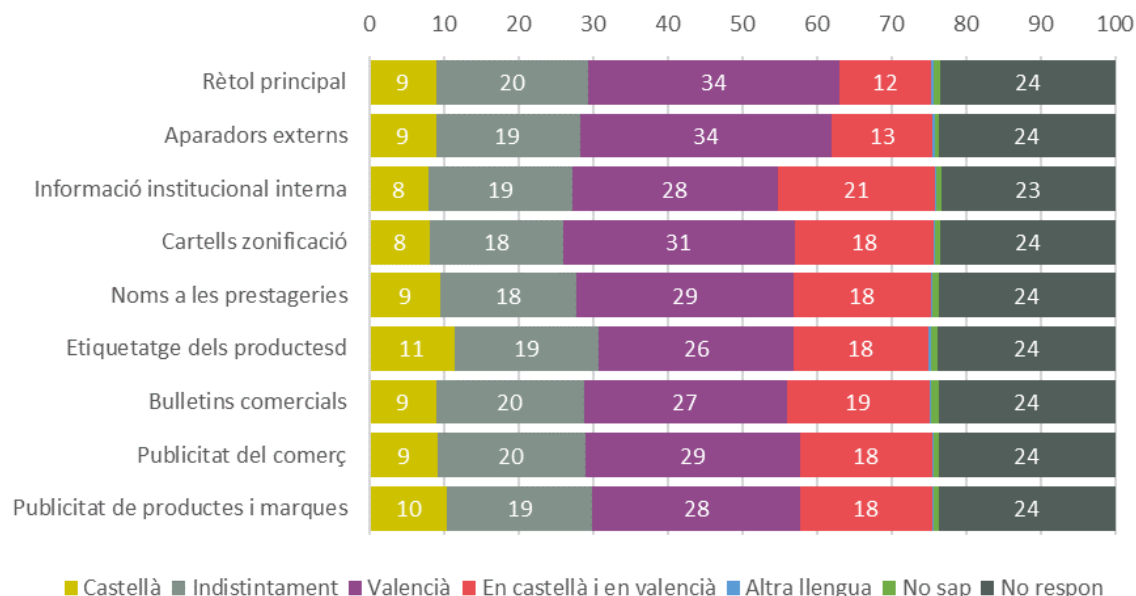
els drets dels castellanoparlants) i pragmàtic-positiu (l'opció de cartells bilingües garanteix els drets lingüístics dels valencians).

L'opció "indistintament en castellà o en valencià" presenta uns percentatges lleugerament superiors en el segon gràfic (quina llengua m'agradaria que hi hagués) enfront del primer gràfic (quina llengua s'empra). Les postures discursives que defendrien l'opció "indistintament" serien la liberal-darwinista (l'empresari ha de tindre llibertat per triar la llengua del comerç) i la bilingüista ingènua (cadascú que trie la llengua, s'ha d'evitar qualsevol conflicte).

I, per últim, l'opció que tria el castellà obté els percentatges més baixos (entre el 8 i 11%). Les posicions discursives associades a emprar sols el castellà per a la informació escrita són la unitarista excloent (el castellà és la llengua de l'Estat espanyol, tot hauria d'estar en castellà) i la regionalista-localista (la llengua del comerç és el castellà, el valencià és una llengua d'anar per casa).

No deixa de cridar l'atenció que la llengua més emprada de forma escrita en l'àmbit comercial siga la menys triada en el cas hipotètic de "en quina llengua m'agradaria que estigués". Aquesta distància entre el que hi ha i el que els agradaria que hi haguera deixa entreveure el descontent social i evidencia l'existència d'un conflicte lingüístic, arrossegat des de la transició i consolidat ja des de l'anomenada "Batalla de València" (Viciano, 2000; Cucó, 2002; Flor 2021)⁹⁴. El que hi ha és un paisatge lingüístic visual castellanitzat, mentre que el que els agradaria és un paisatge lingüístic visual amb més presència del valencià.

⁹⁴ Veure capítol 2.



Gràfic 50: Distribució percentual segons la llengua que li agradaria a l'enquetat observar als comerços habituals. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Al qüestionari, se'ls preguntava per la llengua d'atenció al públic emprada pel personal de les botigues. Aquesta pregunta és una primera aproximació al paisatge sonor de les botigues. El 38% afirma que als comerços l'atenció del botiguer/a és en "castellà", el 17% considera que es en "castellà i valencià indistintament" i el 17% diu que l'atenció es realitza en "valencià". Com s'observa, continua l'hegemonia lingüística del castellà que observàvem al gràfic anterior, però, en aquest cas, en l'oralitat hi ha una major presència del valencià que en la llengua escrita.

En el paisatge visual, la presència del castellà és superior a la del valencià, però es pot afirmar que la presència del valencià és superior en el paisatge sonor que en el paisatge visual. Aquest fet mostra un resultat interessant i en concordança amb els resultats de l'observació⁹⁵: el valencià no es veu però sí que s'escolta. Esta idea ens porta a plantejar diferents qüestions: Quina és la vitalitat etnolingüística del valencià en l'àmbit comercial? Què significa que "el valencià no es veu però sí que s'escolta"? La vitalitat lingüística ha d'estudiar-se de forma contextualitzada i cal fer una anàlisi combinada del paisatge visual i sonor per tal d'arribar a una major comprensió de la realitat a estudiar. En el cas valencià, si sols analitzàrem la dimensió visual parlariem d'una vitalitat baixa o

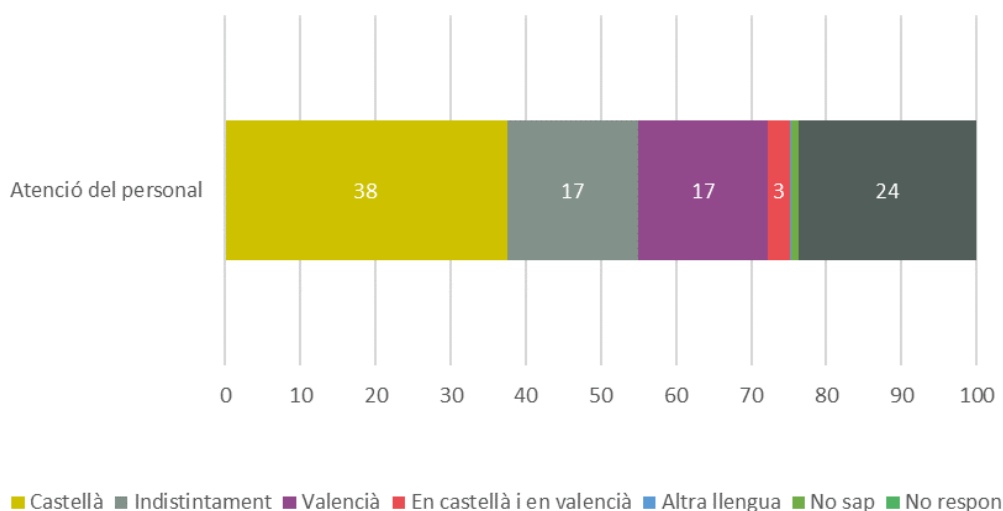
⁹⁵ Veure capítol 6.

molt baixa (segons el territori), i si analitzarem sols la dimensió sonora parlariem d'una presència mitjana, baixa o molt baixa (segons el territori). La conjunció d'ambdues dimensions ens porta a catalogar un paisatge lingüístic castellanitzat amb una presència del valencià baixa o molt baixa.

La segona qüestió que plantejàvem és la següent: què significa que "el valencià no es veu però sí s'escolta"? Significa, en primer lloc, que és un escenari completament castellanitzat, amb una hegemonia evident del castellà i una subordinació del valencià. En segon lloc, denota també que a pesar de ser concebut com un àmbit restringit a la llengua dominant, la llengua subordinada es fa present a voluntat dels seus parlants. Aquest fet ens du a una situació prou normalitzada en el País Valencià, un major ús oral del valencià i una menor (o inexistent) presència escrita d'aquest. Aquesta situació és una conseqüència de la diglòssia i una materialització pràctica del conflicte lingüístic valencià.

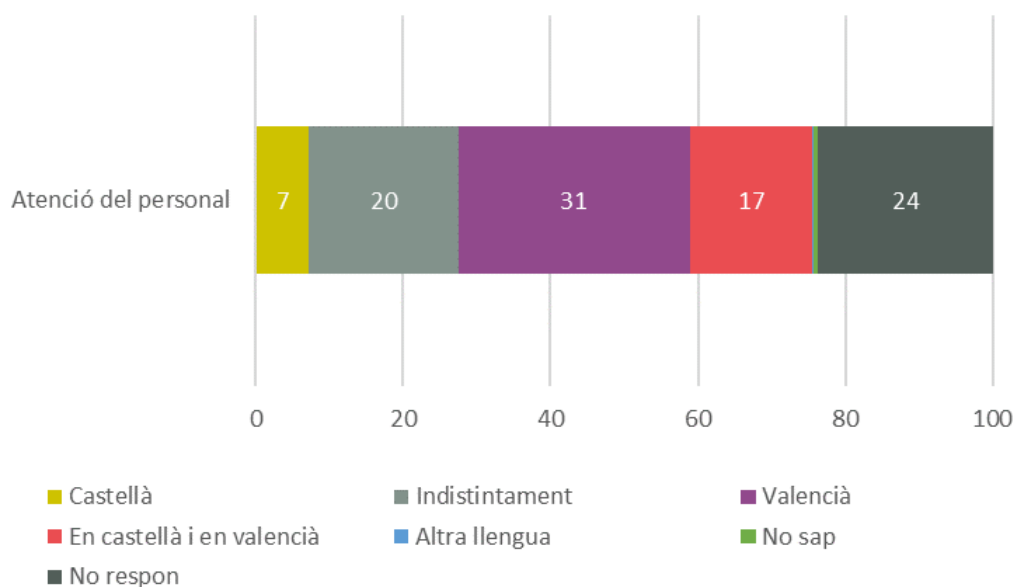
Cal afegir, davant d'aquest panorama descoratjador, que la presència oral del valencià és la base per a legitimar la intervenció amb polítiques lingüístiques que normalitzen la situació del valencià i l'equiparen a l'estatus del castellà. Des del nostre punt de vista, pitjor seria disposar d'un paisatge visual plenament valencià, però amb un paisatge sonor exclusivament castellà (com és el cas de Perpinyà (Aymà, 2010: 170)). Capgirar aquesta situació seria més complicada perquè una llengua que no s'usa és una llengua morta o en vies d'extinció. En línia amb el qual estem parlant, cal recollir el titular d'una entrevista a Bertomeu Melià qui afirma que "una llengua no mor perquè no s'escriga, mor si no es parla"⁹⁶. En el seu cas, Josep Maria Aymà ressaltava tres qüestions bàsiques sobre la llengua i el seu ús, "primera: una llengua ha de ser audible, fins i tot abans que visible perquè tingui continuïtat; segona: l'oficialització és un pas, sí, però si arriba massa tard...; i tercera: les mesures normalitzadores podrien arribar a ser gairebé "folkloriques" si el país queda ja massa allunyat de la llengua com a expressió viva" (2010: 170).

⁹⁶ Titular d'una entrevista realitzada per Rosa Mora en el diari el País a Bertomeu Melià sobre la vitalitat etnolingüística del guaraní. Publicat el dia 19 de novembre de 2004. Disponible a https://elpais.com/diario/2004/11/19/cultura/1100818808_850215.html



Gràfic 51: Distribució percentual segons la llengua que l'enqu Coastat escolta als comerços habituals. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Al següent gràfic, es mostra en quina llengua els agradaria (desitjos) als enquestats que fóra l'atenció del personal. Al 31% li agradaria que fóra sols en valencià, al 17% en castellà i valencià, al 20% indistintament en castellà o valencià (els dóna el mateix que la llengua d'atenció siga el castellà o el valencià) i al 7% sols en castellà. Si comparem amb el gràfic anterior, hi ha una àmplia distància entre el que hi ha i el que els agradaria. De la mateixa forma que en el cas del paisatge visual, en el paisatge sonor desitjat predomina una major presència del valencià (bé en solitari o en companyia del castellà). Com hem dit abans en el cas del paisatge visual, crida l'atenció que la llengua més emprada de forma oral en l'àmbit comercial siga la menys triada en el cas hipotètic de "en quina llengua m'agradaria que fóra l'atenció del personal". El que hi ha és un paisatge lingüístic oral amb un predomini lingüístic del castellà, i el que els agradaria és un paisatge lingüístic sonor amb més presència del valencià.



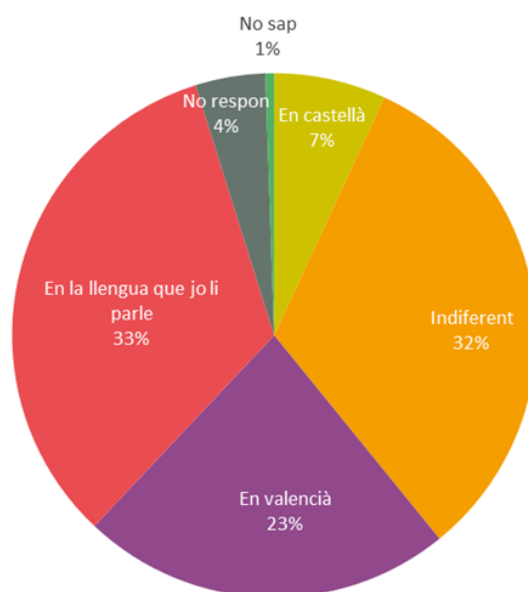
Gràfic 52: Distribució percentual segons la llengua amb la que li agradaria a l'enquestat que li feren l'atenció als comerços habituals. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Un terç de les persones enquestades opina que el personal de la botiga ha d'adaptar-se lingüísticament a la llengua emprada per la clientela. En canvi, quasi un altre terç (32%) considera que el botiguer/a pot emprar indistintament el castellà o el valencià independentment de la llengua que empre el client o la clienta. El 23% considera que hauria de contestar en valencià i sols el 7% pensa que hauria de contestar en castellà. En la primera situació, es requereix una adaptació lingüística del personal al client, mentre que, en el segona, la situació d'adaptació queda a voluntat del propi botiguer o botiguera. Les altres dues posicions polars, sempre en castellà o sempre en valencià, neguen la necessitat i voluntat de fer adaptació lingüística.

Si relacionem ambdues postures amb el ventall de posicions discursives analitzat en les grups de discussió⁹⁷, ens trobaríem, per un costat, el marc discursiu a favor de la normalització lingüística (discurs pragmàtic-positiu i pragmàtic-resignat) i, per l'altre, uns discursos orientats a la substitució lingüística (discurs liberal-darwinista i discurs bilingüista ingenu). Les posicions polars descrites, sols castellà o sols valencià, responen a discursos com el unitarista-excloent i el regionalista (amb la convicció de que s'ha de

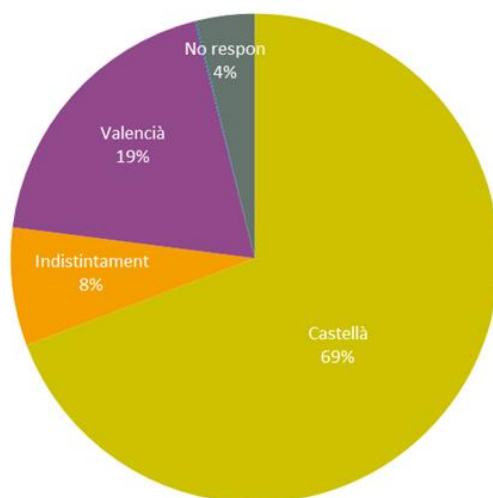
⁹⁷ Veure capítol 5.

parlar castellà en l'àmbit públic), i el valencià-resistent (a la convicció de garantir el seus drets lingüístics).



Gràfic 53: Distribució percentual de la mostra segons la llengua amb la qual pensen les persones enquestades que ha de comunicar-se el personal de la botiga. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Per endinsar-nos en l'anàlisi de l'adaptació lingüística analitzarem les respostes de les persones enquestades al seu comportament en dues situacions: una en la que escolta parlar al personal en la botiga en castellà, i l'altra en la que escolta al personal de la botiga parlar en valencià. El 69% respon en castellà si ha escoltat al botiguer/a parlant en castellà i el 19% li respondria en valencià. En altres paraules, quasi el 70% s'adaptaria a la llengua emprada pel personal de la botiga en el cas de que parlara en castellà.



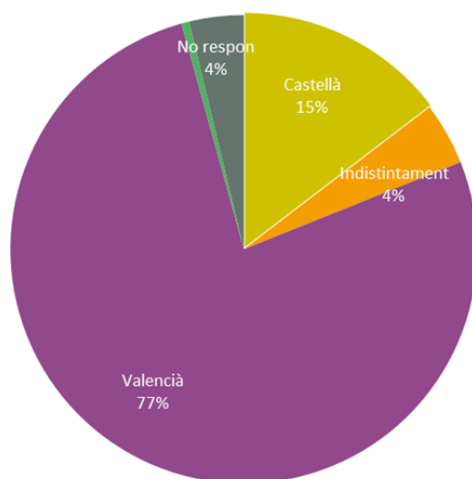
Gràfic 54: Distribució percentual de la mostra segons la llengua parlada si escolta parlar en castellà al personal de la botiga. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

En el segon cas, en el qual el client o la clienta escolta parlar en valencià, el seu comportament és semblant al que ocorria amb el cas castellà, però amb una major adaptació lingüística al valencià. En concret, el 77% afirma parlar valencià si escolta al personal de la botiga parlar valencià. Per contra, el 15% no s'adaptaria a la llengua del botiguer/a i parlaria en castellà.

Com podem observar en l'anàlisi de les dades, el client es veu condicionat a l'hora de triar la llengua, no sols per l'àmbit en el que es desenvolupa la interacció, sinó també per la llengua emprada per la persona interlocutora. L'adaptació lingüística a l'interlocutor és un dels principals motius pels quals es canvia de llengua dominada a dominant. Cal matisar que aquest és un dels motius però no l'únic, i, de fet, al llarg d'aquesta tesi s'han assenyat altres factors determinants com el prestigi de la llengua i l'àmbit d'ús lingüístic. L'adaptació lingüística es produeix a causa de la concepció social generalitzada que el que ha de canviar la llengua és aquell que domina ambdues llengües (sabem que el bilingüisme social com a tal no existeix al nostre context, és a dir, no hi un coneixement generalitzat d'ambdues llengües sinó més bé un bilingüisme individual) (Ninyoles, 2017). Aquesta és una imatge típica de 'l'esquizofrènia lingüística' provocada pel conflicte lingüístic valencià i la pugna política, allò que Josepa Cucó (1998)

va denominar "la insuportable levitat del País Valencià". Com hem vist, l'adaptació lingüística de la clientela a la llengua del personal és bastant alta (69% d'adaptació al castellà i 77% d'adaptació al valencià), la qual cosa mostra de primera mà un efecte més de la diglòssia. L'àmbit comercial és un escenari castellanitzat, predomina el castellà, però si s'introdueix el valencià en el context hi ha una alta adaptació a aquesta llengua. Aquest fet s'ha de veure com una oportunitat.

En l'observació participant, s'analitzà la resposta del personal de la botiga quan se li planteja una pregunta en valencià⁹⁸. Els registres són prou diferents al que acabem de veure, ja que únicament 1 de cada 4 empleats s'adaptava a la llengua de la investigadora (25%), mentre que segons els resultats de la enquesta quasi 3 de cada 4 persones canvien a la llengua parlada pel treballador o treballadora de la botiga (69% en el cas del castell i 77% en el cas del valencià).

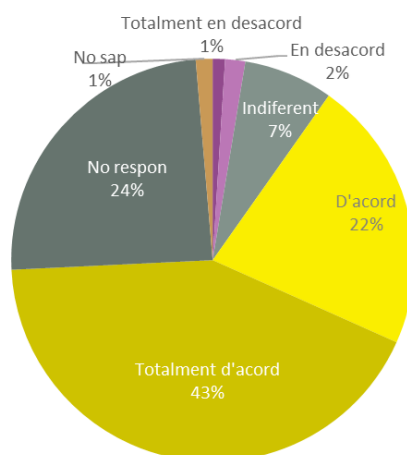


Gràfic 55: Distribució percentual de la mostra segons la llengua parlada si escolta parlar en valencià al personal de la botiga. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

El 65% de les persones enquestades afirma estar d'acord o molt d'acord amb que l'adaptació lingüística del personal de la botiga a la llengua parlada per la clienta és un

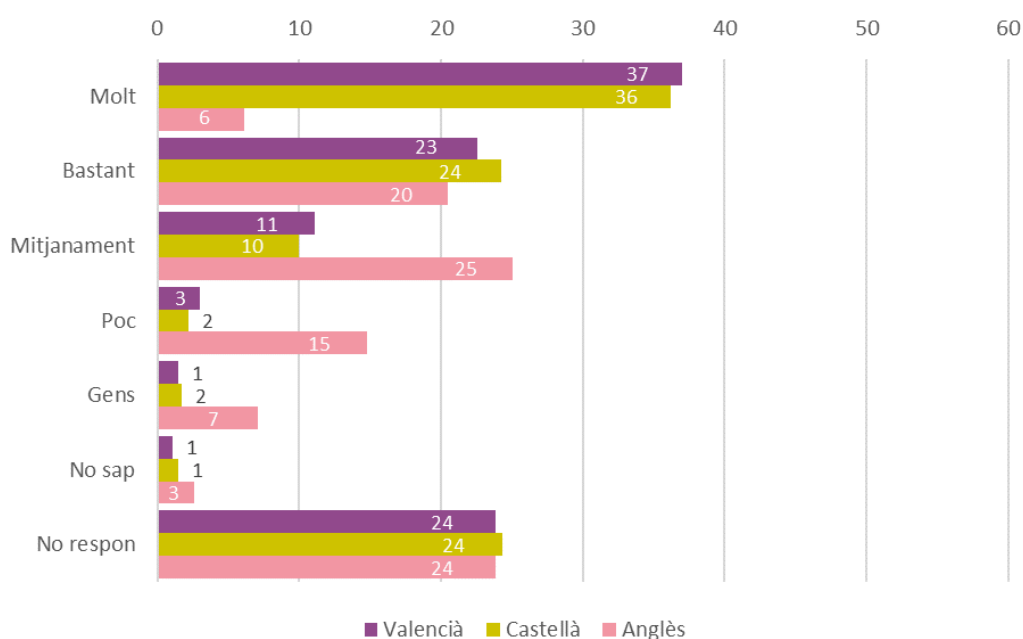
⁹⁸ Veure el capítol 6.

element que mostra la qualitat del servei ofert pel comerç. Sols el 3% de les persones enquestades està en desacord o molt en desacord amb l'afirmació anterior.



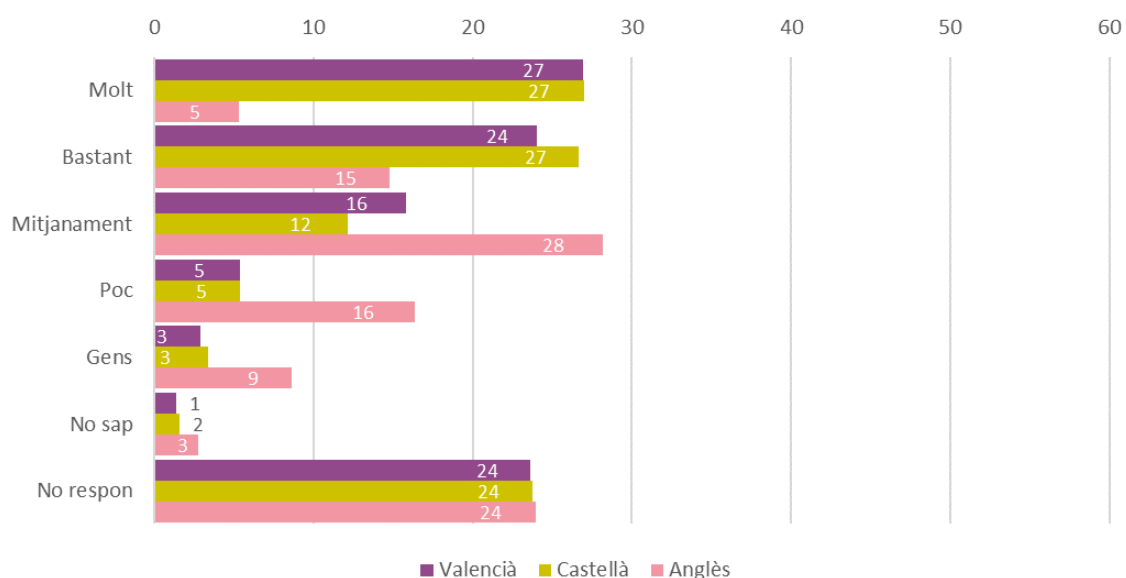
Gràfic 56: Distribució percentual del grau d'acord amb què "el fet que el personal del comerç s'adeqüe a la mateixa llengua que li he parlat ho considere qualitat de servei". Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Pel que fa a la comprensió lingüística, el 59% de les persones enquestades considera bastant o molt necessari que el personal de la botiga comprega el valencià i, de forma paral·lela, quasi la mateixa proporció (60%) considera bastant o molt necessari que el personal de la botiga comprega el castellà. En canvi, sols el 26% pensa que es prou o bastant necessari que el personal de la botiga comprega l'anglès.



Gràfic 57: Distribució percentual segons la necessitat percebuda de que el personal de les botigues comprega el valencià, castellà i/o anglès. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

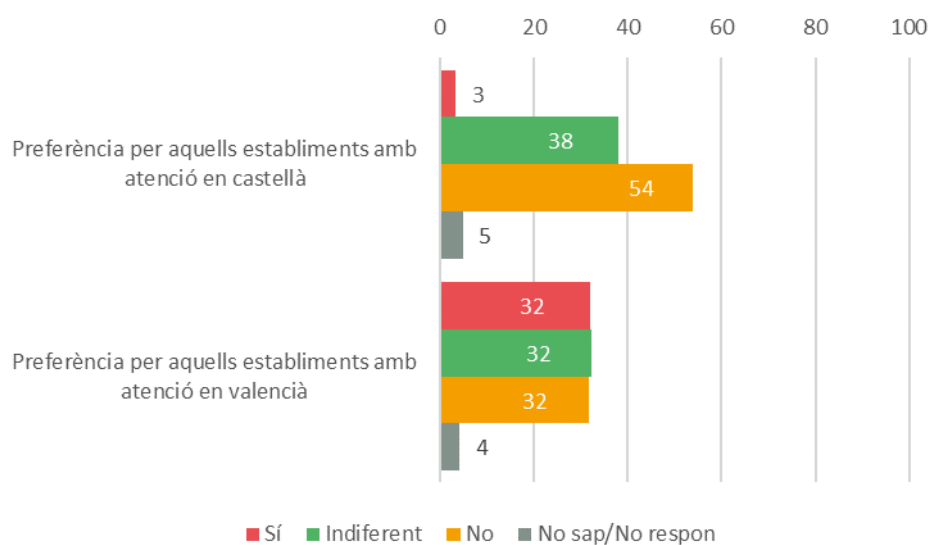
El 51% dels participants en l'enquesta consideren que és molt o bastant necessari que els treballadors i les treballadores de les botigues parlen valencià. Paral·lelament, en referència al castellà, ens trobem amb una xifra similar (54%). En canvi, sols el 20% pensa que és prou o bastant necessari que el personal de la botiga parle l'anglès. Als enquestats i les enquestades els sembla més necessari que el personal entenga el castellà i el valencià que que el parle. Tot i això, cal dir que ambdues qüestions són considerades com a necessàries, tant en castellà com en valencià. En canvi, la necessitat percebuda que el personal de les botigues comprega i parle l'anglès és relativament baixa.



Gràfic 58: Distribució percentual segons la necessitat percebuda que el personal de les botigues parle el valencià, castellà i/o anglès. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

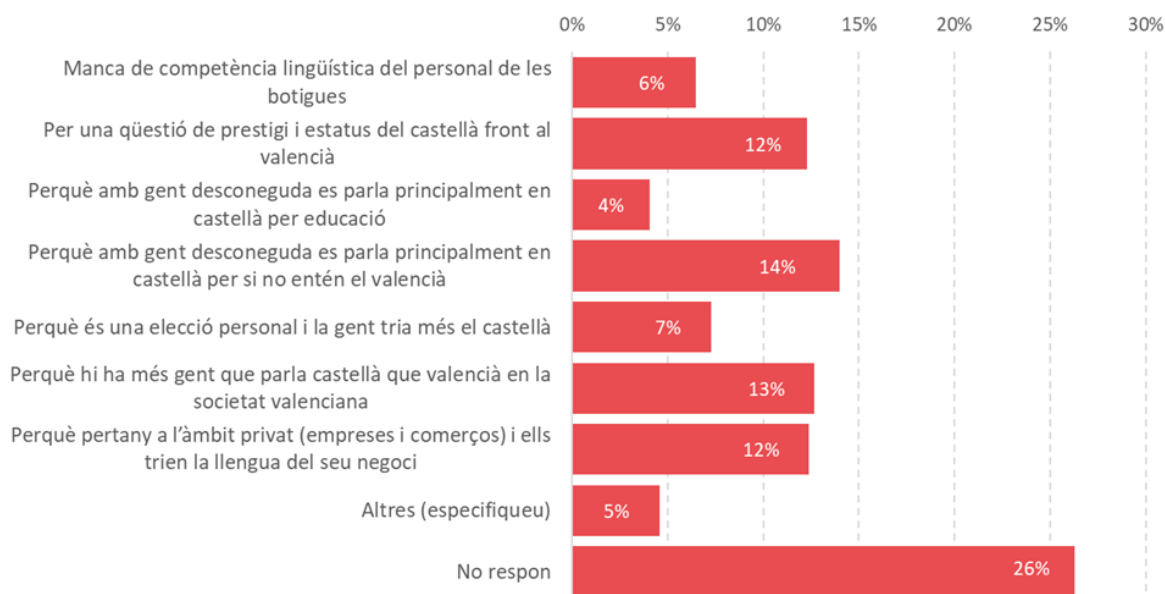
A l'enquesta es preguntava si tenien preferència per aquells establiments en els quals s'ofereix atenció en castellà, a la qual cosa el 54% dels participants responen que no, el 38% que li és indiferent, i el 3% afirma que sí que té preferència pels establiments amb atenció en castellà. En el cas contrari, és a dir, si tenen preferència per aquells establiments que li l'atenen en valencià, el 32% afirma que sí, al 32% li és indiferent i el 32% diu que no té preferència per aquells establiments amb atenció en valencià.

En conclusió, el 32% del participants en l'enquesta té preferència per aquells establiments amb atenció en valencià, mentre que sols el 3% té preferència per aquells establiments amb atenció en castellà. Davant d'aquests resultats, podria ser que es valore més l'atenció en valencià perquè siga una situació minoritària.



Gràfic 59: Distribució percentual segons la preferència per establiments en castellà i/o en valencià.
Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

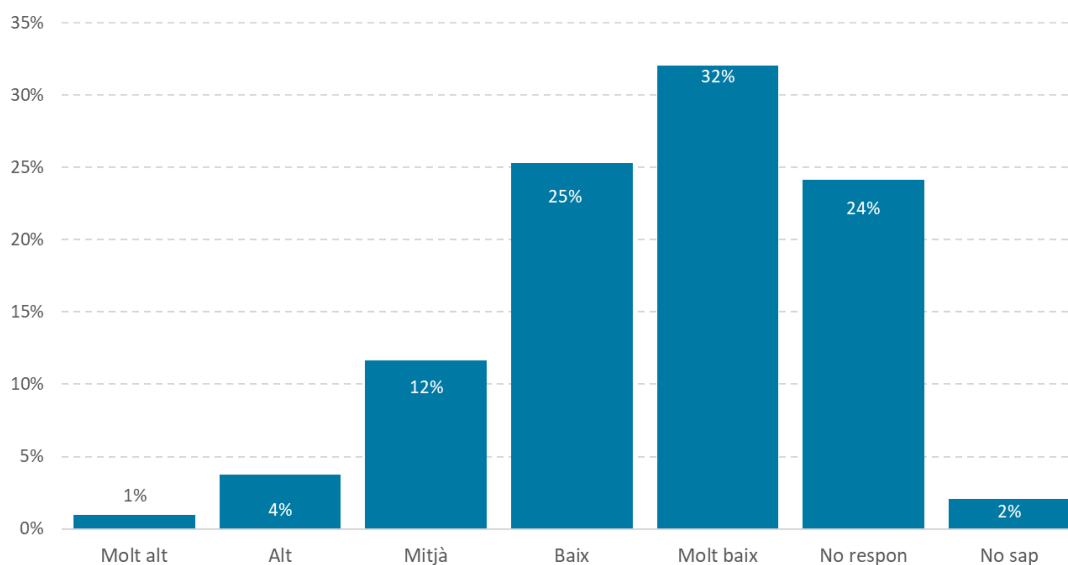
Per a les persones participants en l'enquesta, els principals motius percebuts pels quals hi ha una major presència del castellà en l'àmbit comercial són els següents: “amb gent desconeguda es parla principalment en castellà per si no entén el valencià” (14%), “hi ha més gent que parla castellà que valencià en la societat valenciana” (13%), “per una qüestió de prestigi i estatus del castellà” (12%) i “pertany a l'àmbit privat (empreses i comerços) i ells trien la llengua del seu negoci” (12%), entre altres. Com hem tingut l'oportunitat de veure, els arguments que expliquen la situació lingüística al comerç se centren, primordialment, en la quantitat percebuda de parlants castellans (bilingüista ingenu), l'inici en castellà de la conversa per si l'altre és castellanoparlant (monolingüe-resistent), la percepció de major prestigi i estatus del castellà (discurs regionalista-localista) i la no intervenció lingüística en la tria de la llengua dels comerços per garantir la llibertat de l'empresari (discurs liberal darwinista).



Gràfic 60: Distribució percentual de la mostra segons quin pensa que és el principal motiu de la major presència del castellà en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

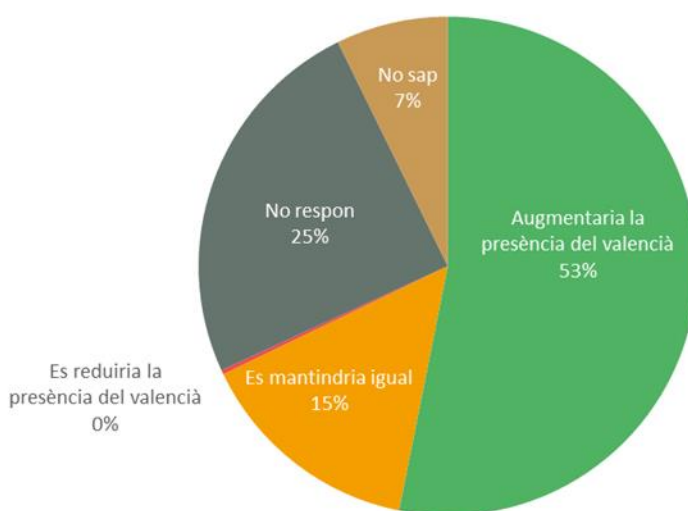
7.3.2 La publicitat, una possible porta d'entrada

Els enquestats i les enquestades consideren que la presència del valencià a la publicitat de marques i productes és baixa o molt baixa (57%), mentre que sols el 5% considera que la presència del valencià a la publicitat és alta o molt alta.



Gràfic 61: Distribució percentual de la mostra segons el grau la presència del valencià en la publicitat de marques i productes. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

El 53% de les persones enquestades consideren que la incorporació de publicitat en valencià faria augmentar la presència d'aquesta llengua en l'àmbit comercial. En canvi, el 15% considera que no tindria cap impacte, i la presència del valencià es mantindria igual. Aquests resultats estan en sintonia amb el discursos analitzats anteriorment⁹⁹, ja que la majoria dels participants pensava que l'impacte d'incorporar publicitat en valencià als establiments comercials seria positiu, i alguns ho percebien com una oportunitat. Les persones amb un discurs més valencianista (el valencià-resistent) pensaven que produir publicitat en valencià podria convertir-se en una estratègia sotil per valencianitzar els espais sense reacció dels contraris al valencià (blaverisme i espanyolistes). En definitiva, ho presentaven com un mecanisme per augmentar la presència del valencià en el comerç.



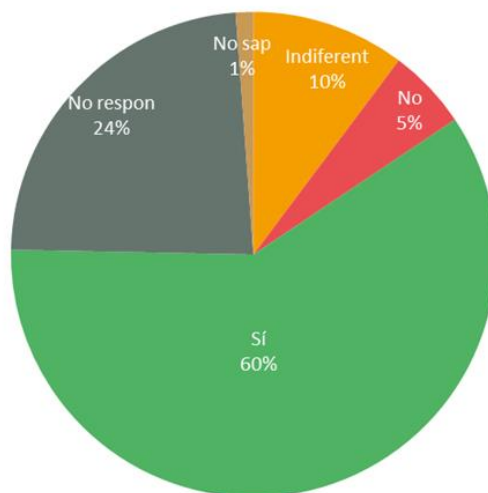
Gràfic 62: Distribució percentual de la mostra segons la seua percepció del impacte del valencià a la publicitat dels productes. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

7.3.3 Valoració de les mesures de promoció lingüística

De les persones enquestades, el 60% considera que s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial, mentre que el 5% considera que no s'ha de promocionar el valencià en aquest àmbit. Aquests resultats no coincideixen amb els discursos dels grups de

⁹⁹ Veure capítol 5.

discussió completament, ja que la postura a favor de la promoció del valencià en l'àmbit comercial no era la majoritària (apareixia en els grups però de forma minoritària)¹⁰⁰.

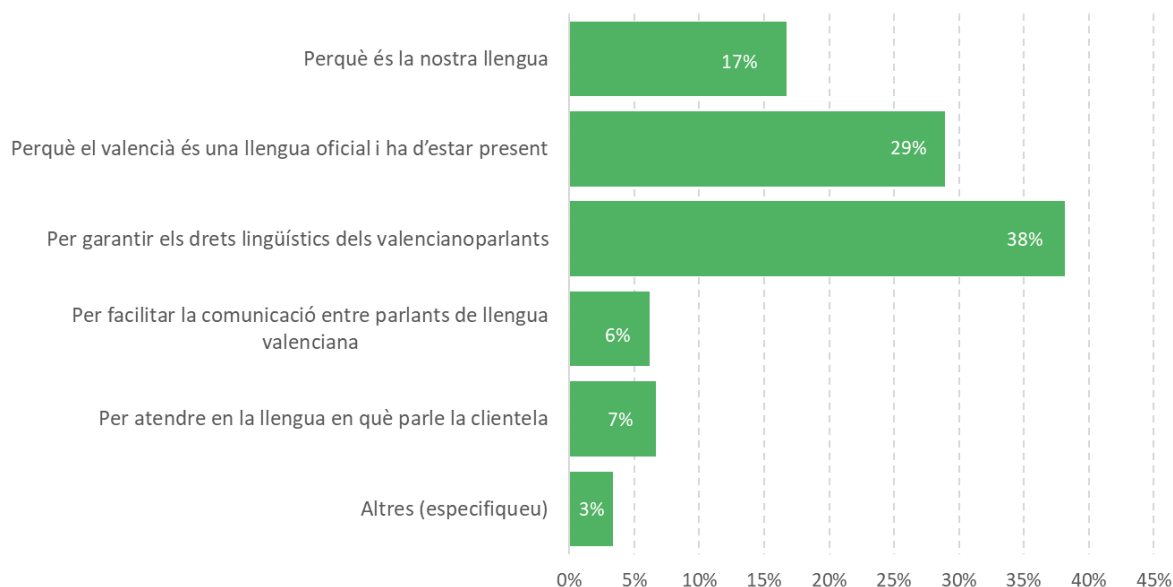


Gràfic 63: Distribució percentual de la mostra segons la consideració de que s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Per què s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial? Els enquestats i les enquestades consideren que els principals motius de promocionar la llengua en l'àmbit comercial són: “garantir els drets lingüístics dels valencianoparlants” (38%), “perquè el valencià és una llengua oficial i ha d'estar present” (29%) i “perquè és la nostra llengua” (17%). Els dos primers motius estarien vinculats amb la posició discursiva positiva-pragmàtica, mentre que el darrer motiu s'associa amb el discurs valencià-resistent.

En l'opció “altra” s'inclouen els següents motius: “per a normalitzar l'ús del valencià”, “el valencià no sols és un mitjà de comunicació, també és cultura i sentiment de pertinença”, “per a que no s'extingisca”, “perquè és la nostra cultura” o “perquè és la nostra identitat i no és res roí”, entre altres. Tots aquests discursos s'associen a la posició discursiva valencià-resistent i pragmàtic-resignat.

¹⁰⁰ Veure capítol 5.

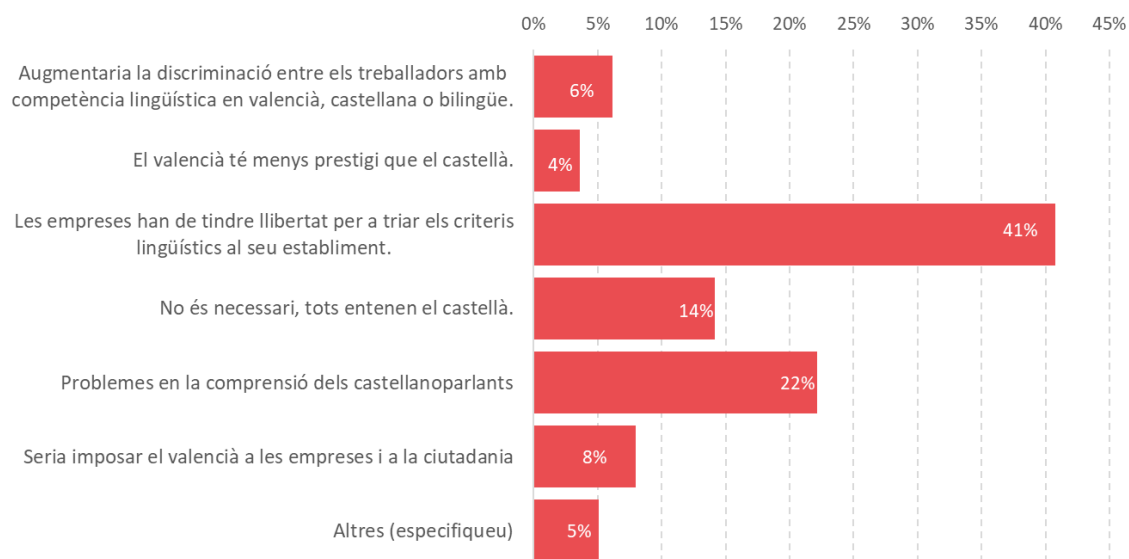


Gràfic 64: Distribució percentual de la mostra segons els motius pels que pensa que s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Els principals motius que donen les persones enquestades en contra de la promoció lingüística del valencià en l'àmbit comercial són: “les empreses han de tindre llibertat per a triar els criteris lingüístics del seu establiment” (41%), pot generar “problemes en la comprensió dels castellanoparlants” (22%), “no és necessari, tots entenen el castellà”(14%), i “seria imposar el valencià a les empreses i a la ciutadania”(8%) . El primer i l'últim motiu s'associen amb el discurs liberal-darwinista (prima la llibertat de triar la llengua d'ús per damunt dels drets lingüístics), el segon motiu es relaciona amb la postura resistent-monolingüe (pot ser perjudicial per als castellanoparlants) i el tercer motiu està relacionat amb el discurs regionalista-localista (el castellà és la llengua comuna i el valencià és una llengua minoritària i de segona).

En l'opció “altres” apareixen motius com: “cadascú deuria parlar la llengua que vullguera” (1), “fomentar sí, pero no impuesto” (2), “creo que los idiomas están para comunicarse, más idiomas más problemas de comunicación” (3), “debemos ser bilingües” (4), “esta tierra es turística y debe usarse el castellano” (5), “libertad del empresario para elegir”(6), “el castellano lo entiende una gran cantidad de población mundial”(7) o “perquè no és llengua valenciana, és catalana” (8), entre altres. Com es pot observar, torna a aparèixer el posicionament discursiu liberal darwinista (motius 1

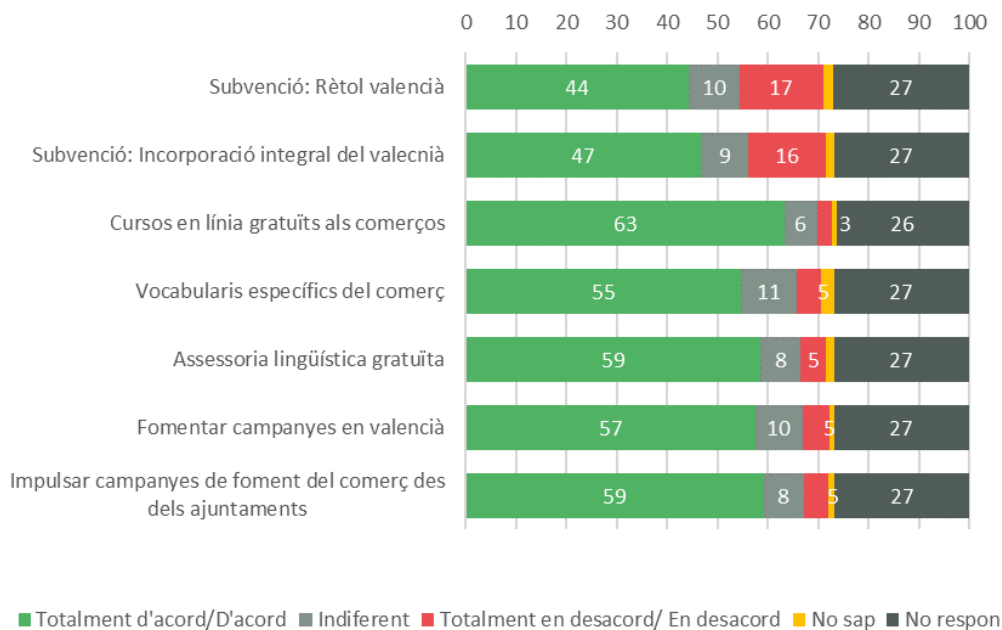
i 5), regionalista localista (motiu 8), unitarista-excloent (motiu 5), monolingüe resistent (motius 3 i 7) i bilingüista ingenu (motius 2 i 4).



Gràfic 65: Distribució percentual de la mostra segons els motius pels que pensa que no s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

En general, la majoria de les persones enquestades està d'acord o molt d'acord amb les mesures per a la promoció lingüística en l'àmbit comercial. Entre aquestes, destaquen principalment la "realització de cursos en línia gratuïts" per als comerciants (63%), "l'assessoria lingüística gratuïta" (59%), i "l'impuls de campanyes de foment del comerç en valencià des dels ajuntaments" (59%). Per contra, les mesures de promoció del valencià que presenten percentatges més alts d'enquestats i enquestades en desacord són: "donar subvencions per posar el rètol en valencià" (17%) i "donar subvencions per a incorporar el valencià de forma integral al comerç" (16%). Les opcions que suposen el desemborsament econòmic "directe" (subvencions) per a la promoció del valencià estan més mal vistes que aquelles que el desemborsament econòmic és indirecte (serveis). Com podem observar, les persones enquestades estan més a favor que en contra de les mesures de promoció: concretament, el descord presenta percentatges baixos. Cal dir que les mesures que conformen la pregunta estan extretes amb un alt grau de consens dels grups de discussió¹⁰¹.

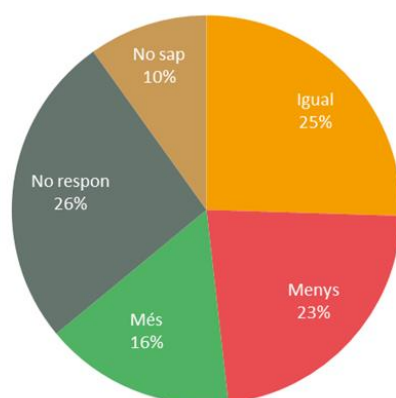
¹⁰¹ Veure capítol 5.



Gràfic 66: Distribució percentual segons el grau d'acord amb les mesures de promoció del valencià en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

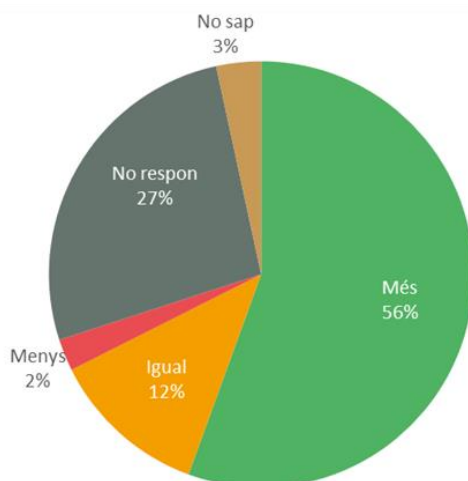
7.3.4 Expectatives de futur

Les expectatives de futur del valencià en l'àmbit comercial són negatives. El 48% pensa que es mantindrà igual o tindrà menys presència i sols el 16% considera que el valencià tindrà més presència que ara. Aquestes expectatives coincideixen amb l'anàlisi realitzada de les narratives dels grups de discussió.



Gràfic 67: Distribució percentual de la mostra segons la percepció de la millora, manteniment o empitjorament de la presència del valencià en l'àmbit comercial d'ací 5 anys. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

En canvi, pel que fa als desitjos, cal dir que la majoria de les persones que responen a la pregunta desitgen que augmente la presència del valencià al conjunt de la societat (56%), sols el 2% desitja que es reduïxca la presència del valencià, i el 12% desitja que es mantinga com està.



Gràfic 68: Distribució percentual de la mostra segons la presència desitjada del valencià en la societat valenciana d'ací 5 anys. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

7.4. CONVERGÈNCIES I DIVERGÈNCIES ENTRE DISCURSOS, PAISATGES I OPINIONS

Abans d'iniciar les possibles convergències i divergències en tot el nostre treball de camp, cal assenyalar que ens hem trobat una alta consistència entre les dades que hem recollit mitjançant grups de discussió, observació participant i enquesta.

De manera esquemàtica, les diferents convergències entre els discursos, paisatges i opinions es poden resumir en:

- Verificació triangulada dels comportaments diglòssics al País Valencià, restricció de la llengua dominada a àmbits privats (familiar, amistats, veïnat) i de la llengua dominant a àmbits públics (socioeconòmic i sanitari).
- Castellnització de l'àmbit comercial. No hi ha una presència equitativa del castellà i el valencià (ni oral ni escrita).

- Major ús del valencià al mercat i al xicotet comerç i major ús del castellà a les franquícies i centres comercials.
- Major presència del valencià en el comerç de forma oral que escrita.
- Expectatives negatives sobre el futur del valencià (tant als grups de discussió com a les enquestes).

De forma sintètica, també, les diferents divergències entre els discursos, paisatges i opinions es poden resumir en:

- Els resultats de l'enquesta presenten una vitalitat lingüística (oral i escrita) superior a l'observada en les botigues i en els discursos socials analitzats als diferents grups.
- Les persones enquestades i els participants als grups de discussió perceben un ús molt superior al valencià en el mercat i el xicotet comerç que l'observat en el treball de camp.
- La presència de l'anglès en l'àmbit comercial queda invisibilitzada als resultats de l'enquesta. En canvi, als paisatges lingüístics observats destaca la presència de l'anglès, principalment a les franquícies i als centres comercials.
- Als discursos dels grups, els posicionaments discursius majoritaris eren el bilingüista ingenu i el liberal darwinista, mentre que en els resultats de l'enquesta tenen major representació les posicions discursives pragmàtic-positiva i valencià-resistent (recordem els possibles biaixos de l'enquesta).
- Les persones enquestades consideren que hi ha una alta adaptació lingüística de la clientela a la llengua emprada pel personal de la botiga i les participants en els grups de discussió perceben que hi ha alta adaptació lingüística tant de la clientela com dels treballadors i de les treballadores de l'àmbit comercial. Però, per contra, en la pràctica de l'observació, aquesta adaptació lingüística va resultar ser una situació clarament minoritària.

- Les enquestes tenen una posició més favorable al foment del valencià en l'àmbit comercial que en els grups de discussió, on aquesta postura era minoritària.

En definitiva, queda encara un llarg trajecte fins que l'hegemonia del castellà i la subordinació del valencià es revertisca. Hem començat aquest capítol amb una cançó del cantautor Raimon¹⁰² i amb ell el volem tancar, per a obrir pas a la transformació (i subversió) de la realitat del valencià. La lletra "D'un temps, d'un país" (1964), ens convida a continuar construint País, el nostre País Valencià, amb esperança i compromís, en el nostre cas, des d'una Sociologia de l'Orientació Pública.

“D'un temps que ja és un poc nostre,
d'un país que ja anem fent,
cante les esperances
i plore la poca fe.

D'un temps que ja és un poc nostre,
d'un país que ja anem fent”.

¹⁰² Raimon, nom artístic, és un dels majors representants valencians de la cançó en català, molt reconegut, més enllà de l'àmbit de parla catalana, és un cantant conegut internacionalment.

**BLOC IV. TANCAMENT I
OBERTURES**

8. CONCLUSIONS I PROPOSTES

“Cal dir que tots els valencians estem moralment obligats a contribuir a l'ús, el conreu, el respecte i la difusió del valencià, el nostre català; i encara que els estudis d'altres llengües puga enriquir-nos, no podem consentir la destrucció cultural i espiritual del nostre poble per mitjà de la implantació totalitària d'un altre idioma. Com bé deia el meu amic Sanchis Guarner, la pèrdua de l'idioma propi significa la mort cultural d'una pàtria”

(Discurs d'Enric Valor en la seua investidura de Doctor Honoris Causa per la Universitat Politècnica de València. Investit el 22 de desembre de 1999).

8.1 TANCAMENT I OBERTURES

Qualsevol treball de recerca suposa un repte fascinant cap a la comprensió i la interpretació de la realitat social que ens envolta. Arribar a la seua fi suposa haver assolit els objectius definits per a aquest, encara que de vegades els objectes ens forcin a reformular, i atalaiar si la hipòtesi de partida es confirma o és refutable. Però, també, és atendre l'abast de les nostres preguntes de partida, veure les respostes inacabades i entrar en cadena d'altres noves. El tancament i les obertures són la cara d'una mateixa moneda en qualsevol procés d'anàlisi. Al llarg d'aquesta tesi hem intentat anar desgranant l'ús d'una llengua, el valencià, en un àmbit particular, el comercial. En aquest camí, embullat i ple d'anades i vingudes, hem vist com per atendre al nostre objecte, havíem aproximar-nos a la complexitat de la nostra llengua i, per tant, del nostre País. Des del nostre punt de vista, per entendre el paisatge sonor i visual que ens acompanya, cal atendre a la normalització del conflicte lingüístic en comptes d'una normalització de la llengua. Això no deixa de ser paradoxal, ja que s'ha produït un desplaçament dels agents i agències. Aquest conflicte, tan potent com latent, llasta la possibilitat del diàleg i la reducció dels discursos, presentats en confrontació oberta. I, en un altre ordre de coses, suposa el control dels espais socioculturals, dels llocs identitaris i dels nostres referents més immediats. Si la normalització d'una llengua sempre és un procés obert i

conflictiu, en el cas del valencià, el camp de lluita ha estat una caixa de ressonància on s'han alimentat múltiples resistències. L'anomenada, metafòricament, 'Batalla de València', lliurada fa ja mig segle, pot ser llegida com a victòria o com a derrota, però, sens dubte, segueix oberta. La llengua és política i la política de la llengua és una arma fonamental. És per això que aquest últim capítol l'hem volgut consagrar, d'una banda, a sintetitzar les principals conclusions del nostre treball, i de l'altra, a presentar propostes que treballin, des del compromís i la voluntat política de la investigació, per normalitzar el valencià. En suma, per trencar la subordinació de la nostra llengua a través de desemmascarar les hegemònies i les seues veritats parcials o, si es prefereix, amb les seues fal·làcies.

8.2. PRINCIPALS RESULTATS DE LA RECERCA

Tanquem la tesi igual que la iniciàvem, assumint que el conflicte lingüístic valencià és una realitat en el nostre context. Una pugna que, com acabem d'apuntar, traspasa la frontera lingüística i s'emmarca en un conflicte sociopolític. Conflicte velat al llarg de la història valenciana i reactivat des dels diferents partits polítics, sempre amb el protagonisme o excusa de la llengua, de vegades amb el desig de normalitzar-la i altres amb la intenció d'extingir-la, de fer-la desaparèixer. Una disputa que ha instrumentalitzat la llengua per convertir-la en un element fonamental en la definició identitària de la dreta i l'esquerra valenciana. Uns inventaren un relat per trencar els lligams entre el valencià i el català, soterrant així la polèmica entre l'hegemonia del castellà i la subordinació del valencià. El blaverisme que s'inicià negant que el valencià i el català són la mateixa llengua, replanteja i actualitza el seu discurs cap a les diferències culturals associades a la societat valenciana i catalana. En el pol oposat, l'esquerra valenciana construïa el seu relat amb la idea que el valencià, el català que es parla al País Valencià, és un pilar de la seua identitat que travessa la història, les cultures, les costums, les tradicions i els sentiments d'una terra. El castellà es percep com una imposició sociohistòrica que resta drets als valencians i les valencianes. En síntesi, l'esquerra aposta pel relat de Joan Fuster de la valencianitat i la dreta reacciona aquesta reconstrucció social del poble valencià.

La situació lingüística al País Valencià és el resultat del joc de forces d'un imperialisme expansiu i d'estat, i d'un nacionalisme reivindicatiu. Per explicar aquest complicat joc acudim a Mira,

“Primer fet general: Tots els imperialismes o nacionalismes expansius i d'estat en la història europea han anat acompanyats de la imposició i expansió de la llengua de la nació dominant. [...] Quant a la història d'Espanya i nostra, el lector ja la coneix massa bé. El grup nacional dominant sempre ho té clar: la nostra nació ha d'omplir els límits de l'estat que controla, *ergo* la nostra llengua també. [...] Segon fet general: Tots els nacionalismes reivindicatius europeus del segle XIX i XX han estat nacionalismes lingüístics. Tots sense excepció, han inclòs entre els seus objectius bàsics, sovint el primer i més rigorós, la recuperació de la llengua pròpia com a llengua de cultura, llengua oficial i llengua total de la pròpia societat nacional” (2005: 174-175).

L'hegemonia imposada del castellà i la consegüent subordinació del valencià presenten una situació lingüística diglòssica. La superposició entre dues llengües, una llengua considerada alta (el castellà) i l'altra llengua considerada baixa (el valencià), produeix una diversificació de les seues funcions i àmbits d'ús i l'adscripció de cada llengua a un estatus sociocultural específic (distinció). En el cas valencià, la posició hegemònica del castellà ubica aquesta llengua i als seus parlants en una situació privilegiada, al erigir-se com la llengua formal i la llengua de l'àmbit públic. Aquesta posició dominant deixa a la llengua dominada, el valencià, relegada als usos no formals (i informals) en l'àmbit privat. La jerarquia de les llengües resultant (hegemonia-subordinació) comporta que l'ús d'una llengua en situacions determinades duga associat un valor social i simbòlic en eixa societat; per tant, la llengua passa a ser un marcador d'estatus social i un element de distinció social dins de l'estructura social valenciana.

La diglòssia i les seues conseqüències són soterrades sota el bilingüisme social dels valencians i de les valencianes per tal d'invisibilitzar aquesta realitat conflictiva. No obstant això, al context valencià no és pot parlar de cap de les maneres d'una societat bilingüe. Podríem dir que una part de la població, la valencianoparlant, sí que és bilingüe. En canvi, no es podria generalitzar que l'altra part, la castellanoparlant, siga bilingüe.

Aleshores el bilingüisme que hi ha al País Valencià és un bilingüisme que afecta quasi exclusivament a les persones valencianoparlants. La diferència és clara: el castellanoparlant viu sense cap tipus de restricció idiomàtica en la seua quotidianitat i, per contra, el valencianoparlant ha de canviar de llengua per fer-se entendre en diferents àmbits i situacions lingüístiques d'allò més quotidianes que queden restringides al castellà. El conflicte lingüístic (i sociopolític), pretesament suavitzat amb la fal·làcia del bilingüisme social, amaga una situació diglòssica que restringeix no sols els usos lingüístics sinó també els drets dels valencians i valencianes i l'adscripció a un estatus social inferior.

La vitalitat etnolingüística del valencià varia al llarg de la història i és heterogènia i desigual al territori valencià. Aquests canvis i diferències són conseqüència de múltiples processos sociohistòrics, sociopolítics i culturals que han conformat la realitat sociolingüística com ara la coneguem. En aquesta línia, pel que fa a la vitalitat etnolingüística del valencià, caldria emfatitzar l'impacte devastador del franquisme, principalment, en el primer període de la dictadura. El paper de les polítiques lingüístiques (des de l'inici de la democràcia fins a l'actualitat) ha sigut fonamental per detindre i, fins i tot, revertir el procés de substitució lingüística del valencià pel castellà. Des del govern preautonòmic (1978) fins a avui han passat més de quatre dècades amb successions de poder entre la dreta i l'esquerra valenciana, cosa que ha suposat una seqüència de llums i foscors en matèria lingüística amb correspondència amb governs d'esquerres i de dretes respectivament. Possiblement, una de les grans fites de les polítiques lingüístiques progressistes desenvolupades al territori valencià fins ara és la redacció, desplegament i implementació de la *Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià* (LUEV). Aquesta llei té l'objecte d'iniciar el camí cap a la normalització del valencià amb la incorporació progressiva del valencià a l'àmbit educatiu per garantir l'assoliment de competències lingüístiques en dita llengua per part de tota la població valenciana que passe pel sistema educatiu en la zona de predomini lingüístic valencià.

Una altra mesura dissenyada i implementada amb l'objectiu d'aconseguir la normalització lingüística (recollida en l'article 6 de l'Estatut d'Autonomia) ha estat orientada a garantir els drets lingüístics de les persones valencianoparlants, amb la

incorporació gradual del valencià a l'Administració Pública, tant a la local com a l'autonòmica. I, ja de la mà de Govern del Botànic, s'han d'apuntar els impactes positius de la creació del Consell Social de les Llengües (primer òrgan autonòmic de participació vinculat a la llengua), la Xarxa de Normalització lingüística o l'Oficina dels Drets lingüístics. En definitiva, les polítiques públiques en matèria lingüística han pretès institucionalitzar, instrumentalitzar i promocionar l'ús del valencià per a aconseguir la normalització lingüística i social del valencià. Contràriament, el llarg període que governa el Partit Popular (de 1995 a 2015) es caracteritza per la minva de les accions normalitzadores i la banalització d'aquestes accions, tot i que cal assenyalar que part dels resultats de la gestió de l'esquerra (entre els anys 1982 i 1995) vegeren la llum en períodes de govern de la dreta.

Malgrat els èxits de les polítiques lingüístiques implementades, cal dir que aquestes han sigut deficitàries, ja que solament s'han centrat en impulsar la normalització lingüística en l'àmbit educatiu i en l'administració, però s'han oblidat d'intervindre en altres àmbits, com ara el socioeconòmic. La LUEV incorpora de forma abstracta la promoció del valencià a tots els àmbits de la vida per garantir la convivència social (article 1), el dret a emprar el valencià en l'àmbit públic i privat (article 2), el dret a expressar-se en valencià en reunions de tot tipus (article 17), i la promoció de l'ús del valencià a les activitats professionals, mercantils, laborals, sindicals, polítiques, recreatives, artístiques i associatives (article 33). No obstant això, aquests drets no duen deures correlatius associats, per la qual cosa queden simplement enunciats i reconeguts però no garantits (aspiracions de tall ètic). Molts autors critiquen els buits de la normativa sobre la regulació de l'àmbit socioeconòmic i demanden la superació d'aquesta deficiència amb normativa i planificació lingüística com es recull en el *Llibre blanc de l'ús del valencià II, iniciatives per al foment del Valencià*. Però no hi ha hagut, ni hi ha, una política lingüística per a l'àmbit socioeconòmic, més enllà d'accions puntuals a voluntat dels governs, en matèria de subvenció a la valencianització de comerços, elaboració de vocabularis del comerç o limitades assessoreries lingüístiques en aquest camp. El sector socioeconòmic és un àmbit "on tot està per fer i tot és possible", com deia Gisbert (2020).

Aquesta manca d'intervenció en matèria de política lingüística en l'àmbit comercial ha deixat avançar el procés de substitució lingüística del valencià, pràcticament, sense

control. Els resultats d'aquesta tesi pel que fa a la presència i ús del valencià en l'àmbit comercial són veritablement descoratjadors. Una conseqüència esperable de la manca de regulació normativa, inexistència de política, planificació lingüística i pràcticament absència d'estudis diagnòstics que reporten la realitat sociolingüística comercial.

La introducció al debat sobre l'ús del valencià en l'àmbit comercial als grups de discussió ha sigut molt silenciosa i, fins i tot, ha creat un espai de relativa incomoditat. Pot ser aquesta situació estiga provocada per la manca de reflexió prèvia sobre aquesta qüestió i, en conseqüència, l'absència d'opinió sobre aquesta temàtica. Podríem dir que aquest tema no està present a les converses quotidianes, i en els grups de discussió no es tracta de forma directa sinó que es recorre a l'ús general del valencià en la societat. Aquests silencis a l'inici del grup i quan se'ls redirigeix a l'àmbit comercial s'encontra amb moments d'agitació i alta intensitat al parlar de la llengua, tant des de les postures que critiquen la subordinació del valencià com aquelles que cataloguen la promoció del valencià com una imposició política.

Per a l'anàlisi dels discursos es pren com a model el ventall discursiu desenvolupat per Aparici i Castelló (2011), però adaptat a l'àmbit comercial, amb vuit posicions discursives: discurs unitarista-excloent; discurs regionalista-localista; discurs liberal-darwinista; discurs monolingüe-resistent; discurs bilingüista-ingenu; discurs pragmàtic-resignat; discurs pragmàtic-positiu; i discurs valencià-resistent. La configuració de les postures es fa segons el posicionament en dos eixos: la polaritat normatiu-positiu i la polaritat normalització-substitució lingüística. Per un costat, trobem discursos contraris a la normalització del valencià: discurs unitarista excloent (espanyolista i obertament contrari a la normalització), discurs regionalista localista (el valencià és la llengua del passat, no és útil), discurs liberal darwinista (joc d'oferta i demanda lingüística, el més fort ha de perdurar, la promoció del valencià s'entén com una imposició), discurs monolingüe-resistent (garantia dels drets dels valencianoparlants, sempre que no siga en detriment dels drets dels castellanoparlants) i discurs bilingüista-ingenu (pots triar la llengua desitjada, no hi ha que posar mesures de promoció perquè generarien conflicte). Per l'altre costat, trobem discursos a favor de la normalització del valencià: el discurs pragmàtic positiu (normalitzar la llengua per garantir els drets de les persones valencianoparlants), el discurs pragmàtic resignat (normalitzar la llengua per evitar el

seu maltracte i trencar amb la situació de dominació, i manté una posició a favor de la normalització però baixes expectatives) i el discurs valencià resistent (el valencià és un tret identitari del poble valencià, està totalment a favor de la normalització).

Als grups de discussió realitzats observem una major presència dels discursos liberal darwinista, bilingüista ingenu, monolingüe resistent i regionalista localista. Aquestes narratives (amb diferents intensitats) estan orientades a mantindre l'estatu quo lingüístic, és a dir, preservar la situació privilegiada del castellà i avançar en el procés de substitució lingüística del valencià. En aquest sentit, s'oposen a la normalització lingüística i la perceben com una imposició política. La posició més polaritzada d'aquest grup, el discurs unitarista excloent, té una presència molt minoritària i desitja l'extinció lingüística. Aquestes posicions discursives posen de relleu els límits de la intervenció política en matèria lingüística al sector econòmic privat. Per a legitimar la seua negativa a la intervenció lingüística, al·ludeixen i defensen la llibertat de l'empresariat a triar la llengua a emprar en el seu negoci.

Els discursos a favor de la promoció del valencià i la normalització de la llengua (pragmàtic positiu, pragmàtic resistent i valencià resistent) apareixen de forma minoritària als grups de discussió i sols als grups realitzats a Alcoi, Gandia, Castelló i València (no apareixen a Alacant o Elx). Des d'aquestes posicions no s'interposa cap tipus de límit a la intervenció pública en l'àmbit privat per a fomentar la normalització lingüística. La presència d'aquestes narratives és desigual als diferents grups i s'expliquen principalment amb la variable territorial (i el context sociolingüístic) i la variable ideològica (amb conjunció amb la classe social), tot i que influeixen també altres variables com ara el nivell educatiu o, fins i tot, l'edat. Els discursos predominants en els grups de discussió evidencien i reflexen una posició hegemònica del castellà a la societat valenciana, en general, i en l'àmbit comercial, en particular.

De forma complementària a l'anàlisi de les narratives, s'ha fet observació participant per aproximar-nos a la realitat lingüística comercial. Amb aquest objectiu, hem estudiat el paisatge lingüístic comercial, prestant atenció a l'escenari però també a les interaccions socials que allí es donen. Per tal d'estudiar el paisatge lingüístic comercial de manera més completa i holística, hem establert dues categories d'anàlisi complementàries: el paisatge visual (valencià escrit) i el paisatge sonor (valencià parlat). Per una banda, ens

hem centrat en l'anàlisi de la llegua escrita en l'àmbit comercial (rètols, cartelleria de les seccions, prestatgeries, fulls publicitaris en la botiga, fulls institucionals, etcètera). I, per altra banda, hem recollit i analitzat la llengua que parla el comerç amb la clientela per tal de fer una reconstrucció de la presència oral del valencià en aquest àmbit.

El resultat de l'observació participant és inequívoc i contundent: el paisatge lingüístic comercial està castellanitzat amb un avançat procés de substitució lingüística del valencià pel castellà. Com ja hem apuntat, la variable territorial té un gran protagonisme en l'estudi de la nostra realitat sociolingüística, i en aquest cas la tipologia de comerç és clau per a l'anàlisi de la presència de la llengua en l'àmbit comercial (xicotet comerç, franquícia, mercat i centre comercial).

La presència escrita del valencià és molt baixa en l'esfera comercial (entre el 1,2% i el 12% dels comerços tenen rètol o cartelleria externa en valencià) i la presència oral del valencià és mitjana, baixa o molt baixa segons el punt del territori en el que ens trobem (entre el 4,3% i el 54,1% dels treballadors i treballadores responen en valencià si se'ls pregunta en valencià). Les ciutats on el paisatge lingüístic sonor està més castellanitzat són: Alacant, Elx i València. Per contra, les ciutats on el paisatge lingüístic sonor està més valencianitzat són: Alcoi, Castelló i Gandia. Per tipus d'establiment, trobem diferències significatives en la presència i l'ús del valencià. Els resultats del treball de camp mostrem una escassa presència del valencià en el paisatge lingüístic visual als diferents tipus d'establiment en general. El paisatge lingüístic visual del mercat, el xicotet comerç i els centres comercials són principalment castellans. La segona llengua predominant al mercat és el valencià, mentre que al xicotet comerç i als centres comercials la segona llengua seria l'anglès. La presència de franquícies comercials augmenta la presència de l'anglès de forma exponencial, i aquestes botigues es troben principalment al centre comercial i als eixos comercials cèntrics de les ciutats. Pel que fa al paisatge lingüístic sonor, cal destacar dues realitats, una presència oral baixa del valencià al mercat i al xicotet comerç (26 i 23% respectivament) i una presència molt baixa als centres comercials (7,6%).

Al paisatge lingüístic visual està menys present el valencià que al paisatge lingüístic sonor. Trobem un paisatge lingüístic visual castellanitzat (o fins i tot, anglosaxó) però amb certa vitalitat etnolingüística del valencià, que ens permet sentenciar que "el

valencià no es veu, però s'escolta a l'àmbit comercial". Com hem vist, no podem parlar d'un sol paisatge lingüístic comercial sinó que cal parlar de múltiples paisatges lingüístics comercials arreu del territori i, fins i tot, diversos paisatges dins del propi municipi. L'heterogeneïtat de paisatges ve condicionada per la conjunció de diferents factors territorials, socials, culturals, històrics, polítics i econòmics. En aquest sentit, destaquem, de nou, la ubicació territorial i el seu context sociolingüístic, el tipus de botiga (xicotet comerç, parada de venda o franquícia) i l'espai en el que es troba (carrer perifèric o cèntric, centre comercial o mercat), les mesures locals de promoció del valencià o l'absència d'aquestes, entre altres.

Els diferents paisatges formen un mosaic divers de paisatges lingüístics comercials amb diferències molt visibles com a conseqüència del valor social i simbòlic assignat a la llengua en cada racó del territori. Aquesta diversitat de paisatges no és casual, sinó més bé és el resultat de conflictes i dinàmiques històriques, político-econòmiques i socioculturals on la llengua com a marcador identitari ha estat fortament emprada per a la diferenciació social, econòmica i cultural al territori valencià. El valencià ha sigut i és una llengua minoritzada en la societat valenciana i ho és també en l'àmbit comercial. Cal afegir que la castellanització visual i sonora dels escenaris comercials es converteix en un veritable risc cultural que va més enllà de la llengua. La presència cada vegada major de franquícies homogeneïta els carrers comercials de les ciutats valencianes i alhora les globalitza, perdent en part la identitat, la idiosincràsia i la presència de la llengua valenciana envers del castellà o l'anglès.

Pel que fa als resultats obtinguts en l'enquesta, cal destacar la percepció generalitzada de la castellanització dels paisatges lingüístics. Les persones enquestades consideren que la presència del valencià està més present a l'oralitat que a l'escriptura, o, el que és el mateix, està més present al paisatge sonor que al paisatge visual. Per tant, pensen que hi ha una alta adaptació lingüística de la clientela a la llengua emprada pel personal de la botiga. Observem, a més, una gran distància entre l'ús actual del valencià en l'àmbit comercial i l'ús desitjat. La majoria de les persones enquestades està d'acord en implementar mesures de promoció lingüística (cursos en línia gratuïts, assessoria lingüística, subvencions, etc.). i sostenen que s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial. Els principals motius a favor de la promoció són la garantia dels drets

lingüístics dels valencians i valencianes, el reconeixement i estatus de llengua oficial, i el caràcter identitari i el sentiment de pertinença a la comunitat lingüística. Els que estan en contra de la promoció del valencià al·leguen la llibertat de l'empresariat a triar la llengua, la falta de garantia dels drets dels castellanoparlants, l'hegemonia del castellà i la comprensió de tota la població d'aquesta llengua. A més a més, les expectatives de futur en l'àmbit comercial són negatives: la meitat pensa que es mantindrà la situació com ara o empitjorarà, i únicament una minoria apunta que la situació del valencià millorarà. En canvi, pel que fa als desitjos, cal dir que la majoria de les persones que responen la pregunta desitgen que augmente la presència del valencià al conjunt de la societat (56%), sols el 2% desitja que es reduïxca la seua presència, i el 12% desitja que es mantinga com està.

En una anàlisi integrada dels resultats observem convergències i divergències entre els discursos, l'observació i les opinions. Entre les convergències destacar l'existència de comportaments diglòssics, amb la relegació del valencià a l'esfera privada (família, amistats i veïnat) i l'hegemonia del castellà als àmbits públics (socioeconòmic i sanitari). També es constata que l'àmbit comercial és un espai castellanitzat –un paisatge lingüístic comercial castellanitzat, especialment en el cas de les franquícies comercials i els centres comercials. La presència del valencià és més evident al paisatge sonor que visual: el valencià no es veu però s'escolta als escenaris comercials. I, finalment, les expectatives sobre l'augment de la presència del valencià en l'àmbit comercial són negatives, tant en les dades qualitatives com en les dades quantitatives. Així doncs, la percepció majoritària és que el valencià perdrà presència en l'àmbit comercial en favor del castellà.

Ara bé, també observem divergències en les dades. Les persones participants en els grups de discussió i en l'enquesta consideren que al xicotet comerç i als mercats predomina el valencià, però en l'observació s'evidencia que, tot i que hi ha una major presència del valencià en aquests dos espais, aquesta és molt inferior al castellà. En definitiva, la vitalitat etnolingüística percebuda del valencià en aquests espais comercials és superior a la vitalitat etnolingüística observada. Una altra divergència la trobem en la presència de l'anglès en l'àmbit comercial. Mentre que la presència de l'anglès als discursos i l'enquesta queda invisibilitzada, en l'observació dels paisatges

visuals és un tret destacable (i en augment) en els centres comercials i en les franquícies comercials. A més a més, les persones enquestades consideren que hi ha una alta adaptació lingüística de la clientela a la llengua emprada pel personal de la botiga, i les participants dels grups de discussió perceben que hi ha alta adaptació lingüística tant de la clientela com dels treballadors i treballadores en comerços. Però, per contra, en la pràctica de l'observació, aquesta adaptació lingüística sembla ser una situació, clarament, minoritària. Els enquestats i les enquestades tenen una posició més favorable a la promoció lingüística a l'àmbit comercial que les persones participants als grups de discussió. Aquesta divergència pot estar condicionada per les característiques de la mostra de l'enquesta i els possibles biaixos incorporats (feminització de la mostra, alt nivell educatiu de les persones participants i sobrerrepresentació de la província de valència). Per últim, i en consonància amb el que s'ha mencionat anteriorment, cal assenyalar que mentre que els discursos més presents al grups de discussió eren posicions més a favor de la substitució lingüística del valencià (discurs liberal darwinista, bilingüisme ingenu, monolingüe resistent i regionalista localista), als resultats de l'enquesta trobem posicionaments més favorables amb la normalització lingüística (pragmàtic positiu, pragmàtic resignat i valencià resistent).

Una de les principals conclusions d'aquesta tesi és que la castellanització dels paisatges lingüístics comercials (visual i sonor), així com l'estat avançat de substitució lingüística en aquest àmbit, està condicionat per l'absència de polítiques lingüístiques efectives en l'esfera socioeconòmica (manca de regulació normativa específica de l'àmbit socioeconòmic o del dret lingüístic dels consumidors, acords amb empresaris, estratègies de promoció lingüística comercial, etc.). La vitalitat etnolingüística oral del valencià, tot i la castellanització dels paisatges lingüístics visuals, evidencia la potencialitat i oportunitat d'intervindre amb polítiques lingüístiques en l'àmbit comercial amb el repte d'encaminar-nos cap a la normalització lingüística.

La nostra hipòtesi de partida era que "l'ús del valencià està mediat i mediatitzat per la situació de la interacció, per les relacions personals entre els interlocutors i les interlocutores i pel context on es produeix, quedant al marge uns altres possibles factors", i aquesta pareix haver-se confirmat. És a dir, aquells contextos quotidians o de proximitat on l'ús del valencià s'ha mantingut i on existeixen relacions socials establides,

el valencià serà la llengua triada per a la interacció (mercats municipals i xicotet comerç). Així mateix, l'acte comunicatiu vindrà determinat per les percepcions i expectatives sobre el lloc. En aquells espais privats que són interpretats o entesos com a llocs públics (els centres comercials entre ells), l'ús del castellà prevaldrà sobre el valencià i, per contra, els espais viscuts com a 'privats' afavoriran l'ús del valencià (mercats municipals i xicotets comerços).

La presència i ús del valencià en l'àmbit comercial és baixa, de vegades quasi inexistent. L'àmbit comercial ha patit un alt impacte dels processos de substitució lingüística¹⁰³. Els nous ritmes de vida vertiginosos i la minva del xicotet comerç tradicional i dels mercats en favor de supermercats i grans superfícies fa que cada vegada els llocs de compra siguen llocs més impersonals, on és més difícil establir relacions de sociabilitat amb el personal de les botigues, i a més, són espais amb predomini del castellà. En moltes ocasions, l'atenció es dona en un espai visiblement castellanitzat i la tendència és parlar en castellà.

Després de l'anàlisi del treball de camp realitzat en aquesta tesi, i un cop diagnosticada la situació sociolingüística del valencià en l'àmbit comercial i detectats els diferents problemes als que ens enfrontem, proposem una intervenció transformadora per evitar que la substitució lingüística del valencià a l'àmbit comercial siga absoluta i irreversible. Com diu Mira, "a l'Europa de la segona meitat del segle XX ja no poden subsistir llengües només populars. Ni llengües només formalment oficials. Només hi poden subsistir llengües de cultura total, activament i plenament presents en tots els camps de la comunicació social. Ho sap tothom que hi pensa, això. Però calia recordar-ho" (2005: 178). En suma, la normalització lingüística del valencià passa per la incorporació activa de la llengua en tots els àmbits de la vida, entre ells el comercial.

El camí cap a la normalització lingüística no té sols un sentit, no és unidireccional ni directe, més bé incorpora diversos trajectes i entre ells, alguns d'anada i tornada. El dibuix resultant del camí cap a la normalització està fortament condicionat pels interessos polítics, socials, econòmics i culturals dels diferents contextos històrics. El trajecte és un viatge ple d'èxits i enderrocs. Però un camí que s'ha de recórrer. No

¹⁰³ Bé per ser un espai públic de titularitat privada, bé perquè no s'ha implementat una política lingüística, o bé com a conseqüència de l'autodi dels valencians.

oblidem que la nostra llengua modela el nostre món i el nostre territori, i, per tant, és necessari contribuir a desbancar polítiques hegemòniques lingüístiques per a recuperar els nostres llocs i memòries.

8.3 PER UNA SOCIOLOGIA PÚBLICA COMPROMESA AMB LA NORMALITZACIÓ DE LA LLENGUA

A la introducció d'aquesta tesi, afirmàvem que ens posicionàvem des d'una Sociologia de l'Orientació Pública. El nostre objectiu amb aquest treball és diagnosticar la situació sociolingüística comercial al País Valencià des d'una visió problematitzadora de la sociologia amb la intenció de contribuir a la discussió pública i de participar activament en les transformacions socials. Per tant, posem sobre la taula una recerca acadèmica amb intenció de donar respostes i nous plantejaments a antics problemes i impulsar la transformació social. Com podem fer des de la Sociologia de l'Orientació Pública l'estudi de l'ús del valencià en el comerç? I, què fer amb el coneixement resultant de l'estudi? La resposta és tan complicada com senzilla: adoptar una perspectiva crítica i compromesa. Això implica el compromís d'arribar al públic i d'aconseguir, amb el nostre treball, transformar les realitats. Per això, hem volgut acabar la nostra tesi amb propostes factibles per canviar la realitat de l'ús del valencià, no només en l'àmbit del comerç sinó en tota la societat valenciana.

Les nostres propostes es circumscriuen en el marc de la intervenció pública, concretament, des de les polítiques lingüístiques. Què es pot fer des de l'Administració Pública per fomentar la presència i ús del valencià en l'àmbit comercial? Com hem observat als resultats de l'estudi, la situació del valencià en l'àmbit comercial és descoratjadora, tant pel que fa a la presència escrita del valencià com a l'ús del valencià com a llengua de comunicació en aquest àmbit. Per tal de revertir la tendència avançada cap a la substitució lingüística s'hauria de dissenyar una política lingüística que pose en el focus de la intervenció en l'àmbit comercial. Per què és tant important aquest sector? Perquè aquest àmbit és un espai d'interacció quotidiana, en el marc d'una pràctica essencial, i s'ha de fomentar l'ús de la llengua en els diferents espais de relació per aconseguir una llengua de cultura total. La manera de revertir la situació lingüística, i de trencar la subordinació del valencià, és convertir-la en la llengua de relació, una llengua

en situació d'igualtat real amb el castellà i amb prestigi social, en definitiva, una llengua normalitzada.

A continuació, es detallen sis propostes encaminades al disseny d'una política lingüística normalitzadora en l'àmbit comercial i adaptada a les diferents realitats presents al País Valencià. A més, s'incorporen alguns models d'actuacions que s'han dut en altres Comunitats Autònomes amb llengua cooficial i han sigut efectives per a normalitzar la llengua en aquest àmbit. Hem optat per exemples presents en l'Estat espanyol per la proximitat normativa, cultural i social. Per tant, la tria d'exemples d'altres contextos com el canadenc, el suís, o el belga, entre altres, pot ser siguen poc aplicables al context valencià.

Abans d'endinsar-nos en les propostes, cal matisar els elements necessaris per crear una política lingüística comercial orientada a la normalització de la llengua subordinada. Per començar, cal una regulació preceptiva dels usos lingüístics al sector socioeconòmic, que reconega els drets i explicita els seus respectius deures. De forma paral·lela, convé articular institucional i socialment les polítiques i la planificació lingüística; per un costat, dins de l'administració i, per l'altre, amb actors i agents socials externs com ara l'empresariat i les persones consumidores. En aquest context, cal fomentar la coordinació dels serveis de normalització locals i integrar el comerç com a camp d'estudi i d'intervenció. Per guanyar en l'eficàcia de les polítiques, és necessari fer diagnòstics sociolingüístics del sector socioeconòmic i comercial actualitzats i territorialitzats, per tal de dissenyar estratègies de promoció de la presència i ús del valencià adaptades a la vitalitat de la llengua en eixe espai. No seria imprescindible però sí molt recomanable disposar d'un pla estratègic de promoció del valencià en l'àmbit comercial autonòmic que siga l'exemple a seguir a nivell local. Per acabar, s'ha d'impulsar campanyes específiques en valencià (rebaixes, nadal, temporada, etc.) i campanyes institucionals de promoció del comerç. Per a posar en marxa totes aquestes accions és necessari comptar amb un ferm compromís polític amb la llengua (arribar a un consens) i disposar de recursos econòmics i personals que impulsen aquesta política lingüística.

Regulació dels usos lingüístics	Legislació per a la normalització lingüística: general o específica de l'àmbit socioeconòmic.
	Òrgan polític-tècnic de política lingüística autonòmic. Serveis de Normalització Lingüística.

Articulació institucional i social	Òrgans de participació lingüística. Acords amb empresariat, associacions comercials i cadenes d'establiments per a la promoció de la llengua
Diagnòstics de la situació	Estudis institucionals sobre usos lingüístics en l'àmbit comercial a nivell autonòmic, comarcal i/local. Avaluació de les polítiques lingüístiques comercials.
Planificació lingüística comercial	Plans/estratègies locals per a la normalització lingüística: general i/o específics de l'àmbit comercial. Política de subvencions de promoció del valencià en l'àmbit comercial. Campanyes institucionals de promoció de la llengua en l'àmbit comercial. Campanyes comercials en valencià: cartells de rebaixes i descomptes, senyalística dels llocs, etc. Guia de bones pràctiques i models d'implementació de la llengua en l'àmbit comercial.

Taula. Estratègies per a la normalització lingüística. Elaboració pròpia.

La política lingüística comercial desenvolupada (o l'absència d'ella) s'ha centrat en el *laisser faire*, i els resultats obtinguts fins ara no han sigut gens positius. Per tant, provem a dissenyar una nova política lingüística i planificar la intervenció.

1. Elaborar una llei per a fomentar el valencià en l'àmbit comercial, amb la intenció de garantir els drets lingüístics de la ciutadania en aquest sector i promoure la normalització lingüística.

La llei pot ser específicament de promoció i ús del valencià al sector socioeconòmic o bé es pot recórrer a incloure els drets lingüístics de les persones consumidores en aquelles lleis orientades a la regulació del sector socioeconòmic. Aquesta darrera opció és la que s'ha triat a Catalunya. Concretament, la Llei 22/2010, de 20 de juliol, del Codi de consum de Catalunya, regula els drets lingüístics de les persones consumidores i inclou normes relatives a la llengua de l'etiquetatge de productes.

2. Crear un servei públic d'estudis de la realitat sociolingüística en l'àmbit comercial i desplegar-lo a nivell local amb la Xarxa Pública de Serveis lingüístics Valencians.

Per a dissenyar polítiques lingüístiques efectives, com hem vist al llarg de la tesi, cal conèixer la situació de partida. La proposta seria crear un servei autonòmic que impulse l'elaboració d'estudis lingüístics comercials a nivell local. Entre les seues funcions estarien coordinar-se amb la Xarxa Pública de Serveis lingüístics Valencians i dotar-la de recursos i instruments per al desenvolupament autònom dels estudis locals. Igualment, s'hauria de fer un disseny de recerca aplicable als diferents contextos municipals i

assessorar al personal de la xarxa per a la seua implementació. D'aquesta manera, es podria fer un dipòsit de diagnòstics locals i d'estudis d'avaluació de les polítiques comercials implementades. Aquest servei es convertiria, en si mateix, en un centre d'estudis sociolingüístics comercials i podria ser una forma de sistematitzar dades sobre la realitat i poder prendre decisions polítiques sustentades amb l'evidència empírica.

Aquesta proposta està inspirada en OFERCAT, un servei que des de 2001 es dedica a fer estudis locals sobre la presència i ús del català en l'entramat comercial.

- 3. Crear un Pla estratègic per a la normalització lingüística en l'àmbit comercial, de forma participada i consensuada.**

La proposta concreta seria fer una prova pilot de la política i planificació lingüística a nivell municipal en una mostra xicoteta des municipis del territori valencià, amb la intenció d'avaluar l'impacte dels plans de normalització lingüística comercial creats *ad hoc* amb l'objectiu de crear un model de Pla de normalització lingüístic comercial adaptable a qualsevol municipi valencià.

Aquest tipus de projecte pilot podria realitzar-se a nivell de ciutat com una estratègia per a la normalització lingüística en l'àmbit comercial, incorporant els agents que intervenen i els diferents tipus de comerç presents a la ciutat. La prova pilot caldria realitzar-la en sis municipis (2 per província i amb diferent grandària). En primer lloc, es dissenyaria i s'implementaria l'estudi diagnòstic participat sobre els paisatges lingüístics (visual i sonor) i els motius percebuts de la situació lingüística des de la mirada dels diferents agents (representació política, personal tècnic municipal, empresaris i empresàries, treballadors i treballadores i consumidors i consumidoras). En segon lloc, un cop finalitzat el diagnòstic qualitatiu, s'elaboraria, de forma participada amb els diferents agents, una estratègia consensuada que fomenta la presència i l'ús del valencià en l'àmbit comercial intentant pal·liar els elements que obstaculitzen la normalització de la llengua. En tercer lloc, una vegada implementat l'estudi qualitatiu i l'estratègia en diferents municipis, es proposaria realitzar un estudi quantitatiu per conèixer el grau d'acceptació social de les propostes realitzades o proposades als diferents municipis al conjunt del País Valencià. La realització de l'enquesta permetria analitzar la viabilitat

d'implementar diferents estratègies normalitzadores en l'àmbit comercial en diferents zones del territori valencià.

En quart i últim lloc, després de l'estudi qualitatiu, el disseny de l'estratègia i l'estudi quantitatiu es proposaria realitzar una ferramenta comuna que marque les directrius a nivell autonòmic per a fomentar la presència i l'ús del valencià en l'àmbit comercial amb un Pla estratègic per a la normalització lingüística. Aquest pla ha de ser participat i consensuat, com ja hem assenyalat, amb els actors implicats¹⁰⁴. El Consell Social de les Llengües hauria de ser un dels agents protagonistes en l'elaboració de la l'Estratègia Lingüística Comercial Autonòmica.

4. Elaborar una Guia per a l'elaboració d'estratègies de normalització lingüística en l'àmbit comercial aplicable des de l'entorn local.

Després de les proves pilot municipals i ja avaluat el seu impacte, es proposaria fer una guia sobre com dissenyar una estratègia participada per fomentar la normalització lingüística en l'àmbit comercial des de l'entorn municipal i exemples pràctics desenvolupats a les ciutats en les quals s'ha realitzat. Aquesta guia podria servir per facilitar la implementació de les estratègies a nivell local.

5. Recolzar la implementació d'estratègies participades per fomentar la normalització lingüística en l'àmbit comercial des de l'entorn municipal.

Per a aconseguir tot el que s'ha esmentat es necessita, sens dubte, suport material, econòmic i humà per al desenvolupament de les estratègies locals dissenyades de forma participada, que són les següents:

- Produir i difondre materials en valencià d'utilitat per a l'àmbit comercial i de fàcil aplicació.
- Confeccionar plantilles dels documents habituals a les botigues en valencià i fer la seua distribució: horaris, fulls de reclamacions, fulls de canvis i devolucions, etc.
- Fer llibrets de vocabulari valencià per a fer la compra.

¹⁰⁴ Aquest marc és una oportunitat per integrar i motivar al sector socioeconòmic en la planificació i implementació de les polítiques lingüístiques.

- Elaborar i difondre fullets d'encomanda en valencià.
- Dissenyar i difondre campanyes atractives i impactants de l'ús de valencià al comerç.
- Fomentar els identificatius de "comerç en valencià, comerç de qualitat" a nivell municipal. Molts ajuntaments han creat segells municipals de comerç en valencià (Elx, Alcoi, etc.).
- Crear i mantindre una línia de subvencions per a campanyes de foment del comerç en valencià, impressió de cartells d'horari, segells comercials, etc.
- Incrementar les ajudes econòmiques per a aquells comerços que posen retolació interna, externa i etiquetatge de productes en valencià.
- Oferir cursos de formació per a treballadors i treballadores dels comerços (presencial i virtual).
- Promocionar i enfortir el servei d'acompanyament lingüístic per a la implementació de l'estratègia a les botigues des de l'administració.
- Difondre els recursos elaborats per al foment del valencià, per exemple cartelleria, senyalística, fullets, vocabularis, etcètera¹⁰⁵.

6. Fomentar la creació de campanyes comercials en valencià i dissenyar campanyes institucionals de promoció del valencià en l'àmbit comercial.

Ací plantegem quatre línies de treball recuperant les iniciatives ja realitzades:

- a) Fer una campanya autonòmica per fomentar el comerç en valencià. Semblant a la campanya institucional "Sempre teua, la teua llengua" però adaptada a l'àmbit comercial.

"Construiré mil ponts mil vegades,
sols per estar amb tu.
Sé que visc en els teus pensaments quan rius,
quan mires, quan abrades...
Hi ha moments que em parles poc,
o em calles.
En ocasions les paraules són escasses,

¹⁰⁵ Al web de Diputació de València hi ha un recull de materials dissenyats en valencià per a poder imprimir-los i incorporar-los directament a les botigues o comerços. Disponible a <https://www.dival.es/va/normalitzacio/content/campanyes>.

o penses que no em necessites.
 Encara que no m'escoltes, o que fins i tot
 arribes a oblidar-me, no m'importa.
 Perquè el que realment importa, el més poderós,
 és que, des de la primera paraula fins a l'última,
 sempre estaré al teu costat.

SEMPRE TEUA. LA TEUA LLENGUA”

(Campanya institucional de promoció del valencià. Generalitat Valenciana)¹⁰⁶.

- b) Desenvolupar campanyes institucionals de foment del comerç en valencià per incrementar el paisatge lingüístic visual dels nostres pobles des de l'àmbit municipal. A nivell local, nombrosos ajuntaments han incorporat dues àrees de treball als consistoris valencians, àrea de promoció comercial i àrea de promoció lingüística, i des d'ambdues es podria treballar per la promoció lingüística en l'àmbit comercial. A continuació s'exposen fotografies d'una campanya de promoció dels comerços locals en valencià elaborada pel Ajuntament de Carcaixent l'any 2020.



Imatge 22: Campanya de foment del comerç municipal, en valencià. Font: Web municipal de Ajuntament de Carcaixent¹⁰⁷.

¹⁰⁶ Informació de la campanya disponible a <https://sempreteua.gva.es/va/>

¹⁰⁷ Disponible a <https://comerccarcaixent.es/>.

**Saps què fem molt,
però que molt bé
a Carcaixent?
La compra.**

Imatge 23: Campanya de foment del comerç municipal, en valencià. Carcaixent, 2020. Fotografia: autora.



Imatge 24: Campanya de foment del comerç municipal, en valencià. Carcaixent, 2020. Fotografia: autora.

- c) Impulsar la presència del valencià al comerç des dels ajuntaments amb subvencions a associacions o entitats comercials per fer campanyes en valencià de productes de temporada o d'esdeveniments comercials de calat.

- d) Reconèixer la tasca normalitzadora dels establiments i comerços amb la creació d'ajudes i de premis a aquelles empreses que fomenten la presència i ús del valencià en l'àmbit comercial. En aquesta línia ja es treballa: per exemple, l'Ajuntament de València té una línia d'ajudes a les associacions de comerciants per a la realització d'actuacions de promoció comercial i foment de

l'associacionisme 2021¹⁰⁸. I la Plataforma per la Llengua dona tots els anys un guardó (Premi Martí Gasull) a l'empresa o entitat que més fomenti i impulse l'ús del català. En 2016 es va reconèixer amb aquest premi la implicació en el foment de la llengua a la cadena d'establiments alimentaris "Bon Preu".

8.4 OBRINT PAS

Aquesta tesi és una primera aproximació a la realitat sociolingüística comercial que s'ha fet des d'una perspectiva socioantropològica. Els resultats i l'anàlisi evidencien la necessitat d'aprofundir en l'estudi iniciat en aquest treball amb la mirada i les veus dels responsables de les polítiques lingüístiques (vessant política i tècnica), les treballadores i els treballadors de les botigues i l'empresariat. Cal fomentar la realització d'estudis sociolingüístics per conèixer el panorama i poder intervindre amb un coneixement de la realitat que es pretén transformar. L'elaboració d'aquest tipus d'investigació permet fer una mirada més completa i complexa de la realitat i, per tant, dissenyar polítiques públiques que donen resposta a les problemàtiques detectades. Diagnosticar, dissenyar polítiques lingüístiques i avaluar els resultats d'aquestes és l'itinerari a seguir per aconseguir una llengua normalitzada, de ple dret i amb l'estatus sociocultural que li correspon.

¹⁰⁸ Disponible a <https://www.valencia.es/val/campanyes-municipals/-/content/ajudes-destinades-a-les-associacions-de-comerciants-per-a-promoci%C3%B3-comercial-i-foment-de-l-associacionisme-2021>.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- Aguilera Martín, Juan Antonio (2003). Política y planificación lingüísticas: conceptos, objetivos y campos de aplicación. *Interlingüística*, (14), 91-96.
- Aguiló Lúcia, Lluís (2005). Balanç del desplegament de la Llei d'Ús i Ensenyament del Valencià. En Manuel Alcaraz, Ferran Isabel i Josep Ochoa (Eds.), *Vint anys de la Llei d'Ús i Ensenyament del Valencià*. (pp.113-138). Alzira: Edicions Bromera.
- Agulló Calatayud, Víctor (2011). Análisis de la realidad sociolingüística del valenciano. *Papers*, (96/2), 501-514. Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Aiestaran, Jokin; Cenoz, Miren Jasone i Gorter, Durk (2013). Perspectivas del País Vasco: el paisaje lingüístico en Donostia-San Sebastián. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 11(1/21), 23-38.
- Aikawa, Noriko (2001). UNESCO's Programme on Languages. Conference Handbook on Endangered Languages of the Pacific Rim, 13-24. Osaka: Endangered Languages of the Pacific Rim Project.
- Alcaraz Ramos, Manuel (1999). *El régimen jurídico de las lenguas en la Comunidad Valenciana*. Alacant: Universitat d'Alacant.
- Alcaraz, Ramos, Manuel (2005). Ara que té vint anys. En Manuel Alcaraz Ramos, Ferran Isabel i Josep Ochoa (Eds.), *Vint anys de la Llei d'Ús i Ensenyament del Valencià*. (pp. 5-12) Alzira: Edicions Bromera.
- Alcaraz, Manuel; Ochoa, Josep i Isabel, Ferran (2004). La Llei d'ús i ensenyament del valencià, en via morta. *Revista de Llengua i Dret*, (41), 105-139.
- Alonso, Luis Enrique (1994). Sujeto y discurso: el lugar de la entrevista abierta en las prácticas de la sociología cualitativa. En José Manuel Delgado i Juan Gutiérrez (Eds.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales* (pp. 225-255). Madrid: Síntesis.
- Anderson, Benedict (1983). *Imagined communities: reflections on the origins and spread of nationalism*. Londres: Verso.

- Aparisi-Miralles, Ángela (2009). Ideología de género: de la naturaleza a la cultura. (2009). *Persona y Derecho*, 61, 169-193.
- Aparici, Artur i Castelló, Rafael (Eds.) (2011). *Els usos lingüístics a les universitats públiques valencianes*. València: Publicacions de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua.
- Archilés, Ferran i Martí, Manuel (2004). La construcció de la regió com a mecanisme nacionalitzador i la tesi de la dèbil nacionalització espanyola. *Afers: Fulls de recerca i pensament*, 19(48), 265-308.
- Archilés, Ferran i Segarra, Josep Ramón (2005). Renaixença i Identitat Regional: Constantí Llombart i La Construcció De L'imaginari Regional Valencià. En Vicent Josep Escartí i Rafael Roca (Eds.), *Constantí Llombart I El Seu Temps* (pp. 55-77). València: Acadèmia Valenciana de la Llengua.
- Archilés, Ferran (2006): Acords i desacords. Valencianisme polític i identitat valenciana contemporània. *Afers: fulls de recerca i pensament*, vol 21, (55), 481-510.
- Archilés, Ferran (2011). *La regió de l'Exposició. La societat valenciana de 1909*. València: PUV.
- Archilés, Ferran (2012). *Una singularitat amarga. Joan Fuster i el relat de la identitat valenciana*. València: Afers.
- Augé, Marc (2000). *Los no lugares. Espacios del Anonimato*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Aymà Aubeyzon, Josep Maria (2010). *El català, al carrer*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz (2013). *Plan general de promoción del euskera. Vitoria-Gasteiz 2013-2017*. Disponible a <https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/07/37/60737.pdf>.
- Backhaus, Peter (2006). Multilingualism in Tokyo - A look into the linguistic landscape. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 52-66.

-
- Backhaus, Peter (2007). *Linguistic landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Bamgbose, Ayo. (1989). *Issues for a model of language planning*. *Language problems and language planning*, 13, (1), 24-34.
- Bauçà i Sastre, Andreu (2001). Planificació lingüística i ideologia política: una comparació entre Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears. *Noves SL. Revista de Sociolingüística*, (1) (hivern-primavera), 1-2.
- Bauman, Zygmunt (2001). *Community: Seeking Safety in an Insecure World*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Zygmunt (2004). *Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Zygmunt (2013). *Modernidad líquida*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ben Rafael, Eliezer; Shohamy, Elana; Amara, Muhammad Hasan i Trumper-Hecht, Nira (2006). Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel, *International Journal of Multilingualism*, (3), 7-30. <https://doi.org/10.21832/9781853599170-002>.
- Benito Del Valle Eskauriaza, Amelia (2020). Paseos lingüísticos. Competencia sociolingüística en euskera y territorio comercial: rotulación y textos escritos en los comercios y negocios de las calles Bidebarrieta y Posta kalea del Casco Viejo de Bilbao. *Zainak. Cuadernos de Antropología-Etnografía*, (38), 41-57.
- Berger, Peter i Luckmann, Thomas (2003). *La construcción social de la realidad* (18.a reimpressió). Buenos Aires: Amorrortu.
- Bhatia, Tej K. i Ritchie, William C. (Eds.) (2013). *The handbook of bilingualism and multilingualism*. Oxford, England: Wiley Blackwell.
- Bodoque Arribas, Anselm (2001). Sociopolítiques al voltant de la identitat lingüística. Aproximació a la dimensió contemporània del conflicte lingüístic valencià. *Revista de Llengua i Dret*, (36), 157-205.

- Bodoque Arribas, Anselm (2008). La política lingüística en l'àmbit del govern i de l'administració. En *Llibre blanc de l'ús del valencià II. Iniciatives per al foment del valencià*. València: Publicacions de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua.
- Bodoque Arribas, Anselm (2009). *La política lingüística dels governs valencians (1983–2008): Un estudi de polítiques públiques*. València: Publicacions de la Universitat de València.
- Bodoque Arribas, Anselm (2011). El model valencià de política lingüística. *Revista de Llengua i Dret*, vol 56, 143-171.
- Boix-Fuster, Emili; Vila i Moreno, F. Xavier (1998). *Sociolingüística de la llengua catalana*. Barcelona: Ariel.
- Bourdieu, Pierre (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, Pierre (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Branchadell, Albert (2005). *La moralitat de la política lingüística. Un estudi comparat de la legitimitat liberaldemocràtica de les polítiques lingüístiques de Quebec i Catalunya*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.
- Briz, Antonio (2004). El castellano en la Comunidad Valenciana. *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, 2(4), 119-129.
- Burawoy, Michael (2005). Por una sociología pública, *Política y Sociedad*, 42(1), 197-225.
- Burawoy, Michael (2006). A public sociology for human rights. En Judith Blau i Keri E. Iyall-Smith (Eds.), *Public Sociologies Reader*, (pp. 23–50). Lanham: Rowman and Littlefield.
- Burawoy, Michael (2009). The Public Sociology Wars. En Vicent Jeffries (Ed.), *Handbook of Public Sociology*, (pp. 449-473). Lanham (Maryland): Rowman i Littlefield.

- Cabrerizo, Casilda; Sequera, Jorge, i Bachiller, Pablo G. (2016). Entre la turistificación y los espacios de resistencia en el centro de Madrid: Algunas claves para (re) pensar la ciudad turística. *Ecología política*, (52), 78-82.
- Calvet, Louis-Jean (1996). *Las políticas lingüísticas*. France: Presses Universitaires de France.
- Calvet, Louis-Jean (2017). *Les langues: quel avenir? Les effets linguistiques de lamondialisation*. París: Editions CNRS.
- Cantero, Pedro A.; Escalera, Javier; García del Villar, Reyes i Hernández, Macarena (1999). *La ciudad silenciada. Vida social y Plan urbano en los barrios del Casco Antiguo de Sevilla*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla- Área de participación ciudadana.
- Cano Sánchez, Victoria. (2018). *Estudio sociolingüístico sobre la situación actual del valenciano en Alicante. Primera aproximación a los usos y actitudes lingüísticas en Mutxamel*. Trabajo de Final de Grado. Universidad de Málaga.
- Casado Velarde, Manuel (2010). *Lenguaje, valores y manipulación*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA).
- Casesnoves, Raquel (2012). El valencià en 25 anys (I): com són els seus parlants? *Revista de Llengua i Dret*, (58), 111-136.
- Castañeda Morfín, Armando i Chávez Mendez, M^a. Guadalupe (2016). Los grupos de discusión como estrategia metodológica para conocer las representaciones sociales acerca de la investigación en el contexto de la formación profesional de los comunicadores. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, (44) (Invierno), (127-177).
- Castelló, Rafael (2000). Algunes hipòtesis sobre els nacionalismes dels valencians. *Diàlegs: Revista d'estudis polítics i socials*, 3(8), 57-90.
- Castelló, Rafael (2001). Nacionalismes i actituds lingüístiques al País Valencià: una aproximació. En Toni Mollà (Ed.), *Ideologia i conflicte lingüístic*, (pp. 145-199). Alzira: Bromera.
- Castelló, Rafael (2006). *Els estudis sobre la situació sociolingüística al País Valencià*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.

- Castelló, Rafael (2013). La definició nacional a la realitat al País Valencià en Vicent Flor (Eds.), *Nació i Identitats. Pensar el País Valencià* (45-71). Catarroja: Edicions Afers.
- Català Oltra, Lluís (2014). Lengua e ideologia nacionalista en el conflicte centro-periferia. Apuntes sobre el caso español. *Estructura Social de España*. Disponible a https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/36555/2/LENGUA_E_IDEOLOGIA_NACIONALISTA_EN_EL_CONFLICTO_CENTRO-PERIFERIA_RUA.pdf.
- Cazo, Montserrat i Romaní, Joan M. (2004). Estudis sobre retolació d'establiments. *Llengua i Ús: Revista tècnica de política lingüística*, (29), 70-75. Disponible a <https://raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/view/128181/177586>.
- Cea d'Ancona, M^a Ángeles (2012). *Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Cenoz, Miren Jasone; i Gorter, Durk (2006). Linguistic landscape and minority languages. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 67-80.
- Cenoz, Miren Jasone i Gorter, Durk (2008). *El estudio del paisaje lingüístico [en línea]*. Disponible a https://www.euskara.euskadi.eus/r59-bpeduki/es/contenidos/informacion/artik22_1_cenoz_08_03/es_cenoz/artik22_1_cenoz_08_03.html.
- Cenoz, Miren Jasone i Gorter, Durk (2013). Language economy and linguistic landscape. En Elana Shohamy i Durk Gorter (Eds.), *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*, (pp. 55-69). London: Routledge.
- CIS (2012). *Estudio 2.956. Barómetro autonómico (III) de la Comunidad Valenciana [En línea]*. Disponible a http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2940_2959/2956/COM_VALENCIANA_10/Es2956CVal.pdf.
- Clawson, Dan; Zussman, Robert; Misra, Joya; Stokes, Randall; Gerstel, Noemi i Anderton, Douglas L. (Eds.) (2007). *Public sociology: Fifteen eminent sociologists debate politics and the profession in the twenty-first century*. Berkeley: University of California Press.

- Climent-Ferrando, Vicent (2005). *L'origen i l'evolució argumentativa del secessionisme lingüístic valencià. Una anàlisi des de la transició fins a l'actualitat*. Barcelona: Ciemen.
- Colomines, Agustí (2005). La deconstrucció de la memòria: el argumente perverso sobre la repressió franquista. En Joan Roman Resina i Ulrich Winter (Eds.), *Casa encantada: llocs de memòria en la Espanya constitucional* (pp. 207-221). Frankfurt: Iberoamericana Editorial Vervuert.
- Comajoan Colomé, Llorenç; i Long, Ethan (2012). The linguistic landscape of three streets in Barcelona: patterns of language visibility in public space. En Durk Gorter, Heiko F. Marten i Luk Van Mensel (Eds.), *Minority languages in the linguistic landscape* (pp. 183-203). Basingstoke, Palgrave Macmillan. DOI:[10.1057/9780230360235_11](https://doi.org/10.1057/9780230360235_11).
- Comajoan Colomé, Llorenç C. (2013). El paisatge lingüístic en Catalunya: caracterització i percepcions del paisatge visual i auditiu en una avinguda comercial de Barcelona. *Revista internacional de lingüística Iberoamericana*, (21), 63-88.
- Comaroff, Jean i Comaroff, Jhon (1991). *Of Revelation and Revolution*. Chicago: University of Chicago Press.
- Comissió Jurídica (2009). *Informe sobre l'ús del valencià a la funció pública*. València: Consell Valencià de Cultura, Generalitat Valenciana.
- Comité de Seguimiento de la Declaración Universal de los Derechos Lingüísticos (1998). *Declaración Universal de los Derechos Lingüísticos*. Barcelona: Institut d'Edicions de la Diputació de Barcelona. Disponible a <https://www.pencatala.cat/wp-content/uploads/2016/02/declaraciouniversaldretslinguistics.pdf>.
- Cotano i Gasco, Àngela (2000). *Les llengües minoritzades d'Europa*. València: Edicions Tres i quatre.
- Crespi Vallbona, Montserrat i Domínguez Pérez, Marta (2016). Los mercados de abastos y las ciudades turísticas. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 401-416.
- Crystal, David (2003). *Language death*. University Press: Cambridge.

- Cucó, Alfons (1977). Actituds polítiques i lingüístiques al País Valencià contemporani. *Treballs de sociolingüística catalana, [en línia]*, 67-80. Disponible a <https://84.88.27.11/index.php/TSC/article/view/224022>.
- Cucó, Alfons (1989). *País i estat: la qüestió valenciana*. València: Edicions Tres i quatre.
- Cucó, Alfons (1999). *El valencianisme polític (1874-1939)*. Catarroja: Afers.
- Cucó, Alfons (2002). *Roig i blau. La transició democràtica valenciana*. València: Tàndem.
- Cucó, Alfons; Lapiedra, Ramón; Mayor, Pere; Mollà, Pasqual I Soler, Vicent (2001). *Quin espai nacional, quin espai polític?* Quaderns d'Orientació Valencianista. València: Universitat de València. Disponible a https://puv.uv.es/quin-espai-nacional-quin-espai-politic.html?store=espanyol&from_store=valencia.
- Cucó, Josepa (1998). La insoportable levedad del País Valenciano. En Miguel Alberto Bartolomé i Alicia Barabas (Eds.), *Autonomías étnicas y Estados nacionales* (pp. 105-122). México: Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).
- Daniels, Stephen (1993). *Fields of Vision: Landscape Imaginary and National Identity in England and the United States*. Princeton: Princeton University Press.
- De la Calle Vaquero, Manuel (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *BAGE: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, [en línia] (83). <https://doi.org/10.21138/bage.2829>. Disponible a <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/2829>.
- Del Màrmol, Camila i Santamarina, Beatriz (2019). Seeking Authenticity: Heritage and Value within the Intangible Economy. *Journal of Mediterranean Studies*, 28 (2), 117–132.
- Delgado, José Miguel (2000). La prensa: fuente historiográfica. En Carlos Navajas, *Investigación humanística y científica en La Rioja: homenaje a Julio Luis Fernández Sevilla y Mayela Balmaseda Aróspide*, (pp. 17-28). Logroño: Instituto de Estudios Riojano. Disponible a <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=570752>.

- De Pablo, Santiago (2009). *Lengua e identidad nacional en el País Vasco: Del franquismo a la democracia. Le discours sur les "langues d'Espagne*. Perpignan: Presses universitaires de Perpignan.
- Díaz, Hugo A. (2018). *Le bilinguisme anglais-français hors Québec: un portrait économique des bilingues au Canada*. Ottawa: Conference Board of Canada. Disponible a <https://acufo.ca/wp-content/uploads/2019/01/Etude-Bilinguisme-Conference-Board-2018.11.pdf>.
- Díaz de Rada, Ángel (2011). *El taller del etnógrafo. Materiales y herramientas de investigación en etnografía*. Madrid: UNED.
- Domínguez Pérez, Marta i Crespi Vallbona, Montserrat (2019). La sostenibilidad turística de los centros urbanos. Los mercados de Abastos. En Antonio Álvarez Sousa, Alejandro Mantecón Terán i Inmaculada Puertas Cañaverl (Eds.), *Sociología del turismo* (pp. 239-270). Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Elorriaga Illera, Angeriñe; Goirizelaia Altuna, Maialen i García-Azpuru, Amaia (2019). La comunicación digital empresarial de las empresas privadas del País Vasco: uso y evolución del euskera entre 2013 y 2017. *Revista de Llengua i Dret*, (72), 107-126. Disponible a <http://revistes.eapc.gencat.cat/index.php/rld/article/view/10.2436-rld.i72.2019.3259>.
- Escobar, Arturo i Restrepo, Eduardo (2010). *Territorios de diferencia: Lugar, movimientos, vida, redes*. Colombia: Envión Editores.
- Esteve i Gómez, Alfons (2004). La política lingüística del PP al País Valencià: anàlisi de la legislació de 1995 a 2003. *Revista de Llengua i Dret*, (41). Disponible a <https://intersindical.org/stepv/polival/articulosval.htm>.
- Esteve i Gómez, Alfons; i Esteve i Gómez, Francesc (2006). *Guia pràctica de drets lingüístics al País Valencià*. València: Acció Cultural del País Valencià.
- Esteve i Gómez, Alfons; Esteve i Gómez, Francesc i Teodoro i Peris, Mercè (2005). *El nom, la unitat i la normalitat: informe sobre el reconeixement del català com a llengua oficial i pròpia del País Valencià*. Barcelona: Observatori de la Llengua Catalana.

- Esteve i Gómez, Francesc; i Esteve i Gómez, Alfons (2007). *Drets cap a la normalitat. Propostes per a una política lingüística eficaç i factible al País Valencià*. València: Tres i quatre.
- Fabà, Albert i Llaberia, Mireia (2008). Ofercat 2001-2006: oferta lingüística en quinze ciutats de Catalunya. *Llengua i Ús: revista tècnica de política lingüística, [en línia]*, (41), 98-105. Disponible a <https://raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/view/128321/177150>.
- Fernández Esquinas, Manuel (2006). El resurgimiento de la 'sociología pública'. *RES. Revista Española de Sociología*, (6), 7-33. Disponible a <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2369937>.
- Ferguson, Charles A. (1959). "Diglossia". *Word-Journal of the International Linguistic Association*, 15(2), 325–340.
- Fishman, Joshua A. (1967). Bilingualism With and Without Diglossia; Diglossia With and Without Bilingualism. *Journal of Social Issues*, 23(2), 29-38. doi:10.1111/j.1540-4560.1967.tb00573.x
- Fishman, Joshua A. (1972). *The Sociology of Language. An Interdisciplinary Social Science Approach to Language in Society*. Rowley, Massachusetts: Newbury House Publishers.
- Fishman, Joshua A. (1991) *Reversing language shift: Theoretical and empirical foundations of assistance to threatened languages*, (Vol 76). Clevedon: Multilingual matters.
- Flor i Moreno, Vicent (2010). La instrumentalització mediàtica de la identitat valenciana: el discurs anticatalanista de Las Provincias (1978–1999). *Arxius. Arxius de Ciències Socials*, (23). València: Facultat de Ciències Socials, Universitat de València-Estudi General.
- Flor i Moreno, Vicent. (2011a). *Noves glòries a Espanya. Anticatalanisme i identitat valenciana*. Catarroja: Editorial Afers.
- Flor i Moreno, Vicent. (2011b). El regionalisme anticatalanista i la construcció de la identitat valenciana autònoma. *Quaderns de Ciències Socials* (19), 5-50.

-
- Flor i Moreno, Vicent. (2012). Llengua valenciana, mai català. Sécessionisme linguistique et revitalisation linguistique au Pays valencien (Espagne). *Revue Sociolinguistique*, (72), 131-151. <https://doi.org/10.4000/lengas.119>.
- Flor i Moreno, Vicent. (Ed.) (2013). *Nació i identitats. Pensar el País Valencià*. Catarroja: Editorial Afers.
- Flor i Moreno, Vicent. (2014). De país a comunitat. Valencianisme polític i regionalisme. *Afers: fulls de recerca i pensament*, 29(79), 613-618.
- Flor i Moreno, Vicent. (2015). *De país a comunitat*. Catarroja: Editorial Afers.
- Flor i Moreno, Vicent. (2021). La Batalla de València... i el que vingué després. *Eines per a l'esquerra nacional*, [en línia] (40), 105-112. Disponible a <https://raco.cat/index.php/Eines/article/view/387121/480557>.
- Foucault, Michael (1970). *The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences*. Londres: Tavistock.
- Foucault, Michel (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1972-1977*. Nueva York: Pantheon Books.
- Foucault, Michael (1994). *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión*. Madrid: SXXI.
- Fraser, Nancy ;i Butler, Judith (2017). *Redistribución o reconocimiento: un debate entre marxismo y feminismo*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Fuster, Joan (1962). *Nosaltres, els valencians*. Barcelona: Edicions 62.
- Fuster, Joan (1981). *Ara o mai*. València: Tres i Quatre.
- Fuster, Joan (1998). *Escrips sobre la llengua*. Joies de paper. València: Tandem Edicions.
- Gadamer, Hans-Georg (2017). *Verdad y método*. Salamanca: Ediciones Sígueme.

- García Ferrando, Manuel; Alvira, Francisco; Alonso, Luis Enrique i Escobar (Eds.) (2015). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- García Ferrando, Manuel i Llopis Goig, Ramón (2015). La encuesta. En Manuel García Ferrando; Francisco Alvira; Luis Enrique Alonso i Escobar (Eds.) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*, (pp. 331-362). Madrid: Alianza Editorial.
- García Henche, Blanca (2017). Los mercados de abastos y su comercialización como producto de turismo de experiencias. El caso de Madrid. *Cuadernos de Turismo*, (39), 167–189. <https://doi.org/10.6018/turismo.39.290491>.
- García Jorba, Juan M. (2000). Diarios de Campo. *Cuadernos metodológicos* (31). Madrid: CIS.
- Geertz, Clifford (1983). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Generalitat de Catalunya (2015). *Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013*. Consultat? Disponible a <https://www.idescat.cat/serveis/biblioteca/docs/cat/eulp2013.pdf>.
- Generalitat Valenciana. Conselleria D'Educació, Investigació, Cultura i Esport (1989). *Coneixement i ús del valencià. Enquesta 1989*. Consultat el 5 de setembre de 2019 a [Conocimiento y uso del valenciano 1989 - Generalitat Valenciana \(gva.es\)](http://www.gva.es/conocimiento-y-uso-del-valenciano-1989).
- Generalitat Valenciana. Conselleria D'Educació, Investigació, Cultura i Esport (1992). *Coneixement i ús del valencià. Enquesta 1992*. Consultat el 5 de setembre de 2019 a [Coneixement i ús del valencià 1992 - Generalitat Valenciana \(gva.es\)](http://www.gva.es/coneixement-i-us-del-valencia-1992).
- Generalitat Valenciana. Conselleria D'Educació, Investigació, Cultura i Esport (1995). *Coneixement i ús del valencià. Enquesta 1995*. Consultat el 5 de setembre de 2019 a [Coneixement i ús del valencià 1995 - Generalitat Valenciana \(gva.es\)](http://www.gva.es/coneixement-i-us-del-valencia-1995).
- Generalitat Valenciana. Conselleria D'Educació, Investigació, Cultura i Esport (2004). *Coneixement i ús del valencià. Enquesta 2004*. Consultat el 6 de setembre de 2019 a <https://ceice.gva.es/va/web/fondo-estadistico-documental/fondo-datos-numericos>.

- Generalitat Valenciana. Conselleria D'Educació, Investigació, Cultura i Esport (2010). *Coneixement i ús del valencià. Enquesta 2010*. Consultat el 6 de setembre de 2019 a [Fons dades numèriques - Generalitat Valenciana \(gva.es\)](https://gva.es).
- Generalitat Valenciana. Conselleria D'Educació, Investigació, Cultura i Esport (2015). *Coneixement i ús del valencià. Enquesta 2015*. Síntesis de resultats. Consultat el 6 de setembre de 2019 a <https://ceice.gva.es/va/web/fondo-estadistico-documental/fondo-datos-numericos>.
- Generalitat Valenciana, Generalitat de Catalunya, Gobierno Vasco, Gobierno de Navarra, Xunta de Galicia i GOIB (2019). Declaración de Bilbao. Protocol de col·laboració en matèria de política lingüística. Disponible a <https://ceice.gva.es/documents/161863132/163456035/Declaraci%C3%B3%20de+Bilbao.jpg/ece1f37b-1429-455e-b21a-ab83e55ea3ca>.
- Geismar, Haidy. (2015). Anthropology and heritage regimes. *Annual Review of Anthropology*, 44, 71-85. <https://www.annualreviews.org/doi/10.1146/annurev-anthro-102214-014217>.
- Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura (2001). *La Carta Europea de les llengües regionals o minoritàries*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Generalitat de Catalunya (2014). *Els usos lingüístics de la població de Catalunya: principals resultats de l'enquesta d'usos lingüístics de la població 2013*. Disponible a https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/publicacions/altres/arxiu/eulp2_013_fullet.pdf.
- Generalitat de Catalunya, Consell Departamental dels Pirineus Orientals. Institut Franco-català Transfronterer de la Universitat de Perpinyà (2015). *Coneixements i usos lingüístics a la Catalunya del Nord 2015. Principals resultats de l'Enquesta d'usos lingüístics a la Catalunya del Nord (EULCN) 2015*. Disponible a https://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/dadesestudis/altres/arxiu/EULCN_2015_principals_resultats.pdf.
- Gisbert i Sempere, Antoni (2020). *El valencià en l'àmbit socioeconòmic: on tot està per fer i tot és possible*. València: Càtedra dels Drets Lingüístics. Universitat de València. Disponible a <https://www.uv.es/cadrelin/novellibre.pdf>.
- Gobierno Vasco. Consejo Asesor del Euskera, Departamento de Cultura y Viceconsejería de Política Lingüística (2012). *Plan de Acción para la Promoción del Euskera*. Vitoria-Gasteiz, Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.

- Disponible a https://www.euskara.euskadi.eus/contenidos/informacion/7041/es_2447/adjuntos/Plan%20ESEP_cast.pdf.
- Gobierno Vasco. Viceconsejería de Política Lingüística (2016). *VI Encuesta Sociolingüística*. Disponible a https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ikerketa_soziolinguistikoak/es_def/adjuntos/VI%20INK_SOZLG_EAE_Presentacion_publica_20161014.pdf.
- Gobierno Vasco. Departamento de Cultura y Política Lingüística (2018). *Criterios generales y plan general de normalización del uso del euskera en el gobierno vasco*. Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. Disponible a <Plan uso euskera GV 2018-2022.pdf>.
- Gold, Raymond L. (1958). Roles in Sociological Field Observations. *Social Forces*, 36(3), 217-223.
- González, Sara (2018). La gourmetización de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales. *Boletín Ecos*, (43), 1-8.
- Gorter, Durk (2007). The linguistic landscape in Rome: Aspects of Multilingualism and Diversity. *The ISME Journal*. Roma: IPRS.
- Gorter, Durk i Cenoz, Miren Jasone (2007). Knowledge about language and Linguistic Landscape. En Jasone Cenoz i Nancy H. Hornberger (Eds.) *Encyclopedia of Language and Education* (Vol 6, 343-355). Berlín: Springer.
- Grayeb Munayer, Jorge Alberto (2006). *Violencia contra cultura: dos expresiones nacionalistas, los nacionalismos vasco y catalán bajo del franquismo (1938-1975)* (Tesi de Llicenciatura). Centro de Investigación y Docencia Económicas, 2006. Disponible a <http://hdl.handle.net/11651/321>.
- Greenwood, Davydd J. (2000). De la observación a la investigación-acción participativa: una visión crítica de las prácticas antropológicas. *Revista de Antropología Social*, (9), 27-49.
- Guasch, Oscar (1997). Observación Participante. *Cuadernos metodológicos* (20). Madrid: CIS.

-
- Guber, Rosana (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Bogotá: Grupo Editorial, Norma.
- Guia PLC. *Aplicació del programa d'educació plurilingüe i intercultural a Secundària i Batxillerat. Guia de planificació, seguiment i millora* (actualització: 13/01/2020). València: Escola Valenciana pel Plurilingüisme.
- Gutiérrez Brito, Jesús (2008). Dinámica del grupo de discusión. *Cuadernos Metodológicos* (41). Madrid: CIS.
- Gutiérrez Brito, Jesús (2011). Grupo de Discusión: ¿Prolongación, variación o ruptura con el focus group? *Cinta moebio*, (41), 105-122.
- Hall, Stuart (2003). Who Needs 'Identity'? En Hall Stuart i Paul Du Gay (Eds.), *Questions of Cultural Identity* (pp. 1-17). London: Sage Publication.
- Hall, Stuart (2010). Identidad cultural y diáspora. En Eduardo Restrepo, Catherine Walsh i Víctor Vich (Eds.), *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales* (pp. 349-361). Popoyán; Envió editores.
- Haraway, Donna J. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.
- Harnafi, Amina (2016). *El uso del valenciano, la actitud hacia la lengua y la destreza escrita Un estudio sociolingüístico sobre el dominio del valenciano de jóvenes alicantinos*. Trabajo Final de Máster. Stockholms Universitet. Disponible a <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:938382/FULLTEXT02.pdf>.
- Hernández Cordero, Adrián (2017). Los mercados públicos: espacios urbanos en disputa. *Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades*, 38(83), 165-186.
- Hobsbawm, Eric i Ranger, Terence (2002). *La invención de la tradición*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Hornberger, Nancy H. (2006). Frameworks and models in language policy and planning. En Thomas Ricentho (Ed.), *An introduction to language policy: Theory and method*, (pp. 24-41). Oxford: Blackwell.

- Huebner, Thom (2006). Bangkok's Linguistic Landscapes: Environmental Print, Code Mixing, and Language Change, *International Journal of Multilingualism* 3(1), 31-51. DOI:[10.1080/14790710608668384](https://doi.org/10.1080/14790710608668384).
- Jociles, María Isabel (2018). La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales. *Revista Colombiana de Antropología*, 54(1), 121-150. DOI:10.22380/2539472X.386.
- Junker, Buford (1960). *Field Work: An Introduction of Social Sciences*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kloss, Heinz (1969). *Research possibilities on group bilingualism: a report*. Quebec: International Center for Research on Bilingualism.
- Krauss, Michael (1992). The world's languages in crisis. *Language*, 68(1), 4-10.
- Kreslins, Janis (2003). Linguistic landscapes in the Baltic. *Scandinavian Journal of History*, 28(3-4), 165-174. <https://doi.org/10.1080/03468750310003659>.
- Kymlicka, Will (2001). *Politics in the vernacular. Nationalism, multiculturalism, and citizen*. Nova York: Oxford University Press. DOI: 10.1093/0199240981.001.0001
- Labov, William (1976). *Sociolingüística*. París: Minuit.
- Lafont, Robert (1979). La diglossie en pays occitan, ou le réel occulté. En Rolf Kloepfer, Arnold Rothe, Henning Krauss i Thomas Kotschi, *Bildung und Ausbildung in der Romania* (vol 2, pp. 504-512). Múnic: Fink.
- Lagarde, Marcela (1994). Perspectiva de género. *Diakonia*, (71), 23-29. Disponible a <http://repositorio.uca.edu.ni/3967/>.
- Lagarde, Marcela (2016). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. México: Siglo XXI.
- Lagarde, Marcela (2018). *Género y feminismo: desarrollo humano y democracia*. México: Siglo XXI.

- Lahire, Bernard (2008). Un sociólogo en el aula: objetos en juego y modalidades. En María Isabel Jociles Rubio i Adela Franzé Mudanó (Eds.), *¿Es la escuela el problema? Perspectivas socioantropológicas de etnografía y educación* (pp. 49-60). Madrid: Trotta.
- Latorre García, Lidia i García Montes, Andrea (2020). El paisatge lingüístic del centre històric de València: sobre la presència del català. *Revista d'estudis filològics i de traducció*, (1), 187-206. Disponible a <https://ojs.uv.es/index.php/EFIT/article/view/16438/15326>.
- Latour, Bruno (1993). *Nunca hemos sido modernos. Ensayo de antropología simétrica*. Madrid: Debate.
- Landry, Rodrigue; Bourhis, Richard Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: an empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49. <https://doi.org/10.1177/0261927X970161002>.
- Leprêtre, Marc (1996). El País Valencià. La situació sociolingüística als territoris de llengua catalana (IV). *Llengua i ús: revista tècnica de política lingüística*, (7), 62-67. Disponible a <https://raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/view/129386>.
- Leprêtre, Marc (1997). La construcció de l'estat i les perspectives actuals del nacionalisme rus. *El contemporani: revista d'història*, (13), 33-37.
- Lewis, Paul M. i Simons, Gary F. (2013). The World's Languages in Crisis. En Elena Mihás, Bernard Perley, Gabriel Rei-Doval i Kathleen Wheatley (Eds.), *In Responses to Language Endangerment in Honor of Mickey Noonan. New Directions in Language Documentation and Language Revitalization*. Studies in Language Companion Series (vol 142, pp. 3-20). Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Lipovsky, C. (2019). The linguistic landscapes of Girona and Perpignan: A contrastive study of the display of the Catalan language in top-down signage. *Journal of Catalan Studies*, 2 (21), 150-194. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7237217>.
- Llopis Goig, Ramón (2004). *Grupos de Discusión. Manual de aplicación a la investigación social, comercial y comunicativa*. Madrid: Editorial CSIC.
- Lowenthal, David (1998). *El pasado es un país extraño*. Barcelona: Akal.

-
- Maffesoli, Michel (1993). *El conocimiento ordinario. Compendio de sociología*. México: FCE.
- Maffesoli, Michel (1997). *Elogio de la razón sensible. Una visión intuitiva del mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.
- Malinowski, Bronislaw (1973). *Los argonautas del Pacífico occidental I-II*. Barcelona: Planeta- Agostini.
- Marshall, Catherine i Rossman, Gretchen (1989). *Designing Qualitative Research*. California: SAGE Publications, Inc.
- Martín Casares, Aurelia (2006). *Antropología del género: culturas, mitos y estereotipos sexuales*. Madrid: Catedra.
- Martínez de Marigorta Varela, Leire (2016). *Dinámica de las lenguas en contacto. El paisaje lingüístico del casco viejo de Vitoria-Gasteiz*, Trabajo de Fin de Grado. Universidad del País Vasco. Disponible a <https://addi.ehu.es/handle/10810/21238>.
- Marqués, Josep Vicent (2000). *País Perplex*. València: Edicions tres i quatre.
- Marqués, Josep Vicent (2001). *Amors impossibles*. València: Edicions Tres i Quatre.
- May, Stephen (2013). *Language and minority rights: Ethnicity, nationalism and the politics of language*. Routledge: Londres.
- Melero Aguilar, Noelia (2010). Reivindicar la igualdad de mujeres y hombres en la sociedad: una aproximación al concepto de género. *Barataria: revista castellano-manchega de ciencias sociales*, (11), 73-84. DOI: <http://dx.doi.org/10.20932/>.
- Mignolo, Walter D. (1995). La razón postcolonial: herencias coloniales y teorías postcoloniales. *Revista chilena de literatura*, (47), 91-114. Disponible a <https://revistaestudiosarabes.uchile.cl/index.php/RCL/article/view/39564/41158>.
- Mignolo Walter D. (2012). *Local histories/global designs: Coloniality, subaltern knowledges, and border thinking*. Princeton: Princeton University.

- Mignolo, Walter D. (2013). Geopolítica de la sensibilidad y del conocimiento. Sobre (de) colonialidad, pensamiento fronterizo y desobediencia epistémica. *Revista de filosofía*, 30(74), 7-24.
- Medina, F. Xavier i Álvarez, Marcelo (2007). El lloc per on passa la vida... Els mercats i les demandes urbanes contemporànies (Barcelona-Buenos Aires), *Revista d'etnologia de Catalunya*, [en línia], (31), 59-69. Disponible a <https://raco.cat/index.php/RevistaEtnologia/article/view/74322>.
- Mesa per l'Ensenyament en Valencià (2008). *Un diagnòstic de la Llei d'ús: 25 anys d'aplicació, un informe d'explicació i 10 mesures d'implicació*. València.
- Mieles Barrera, María Dilivia; Tonon, Graciela i Alvarado Salgado, Sara Victoria (2012). Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas Humanística*, (74), 195-225. a <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/3648/3187>.
- Mira, Joan Francesc (2005). *Crítica de la nació pura*. Valencia: Edicions tres i quatre.
- Mira, Joan Francesc (2014). *La condició valenciana*. Alzira: Bromera.
- Mira, Joan Francesc (2015) *La nació dels valencians*. Barcelona: Pòrtic.
- Mollà, Toni (2002). *Manual de sociolingüística*. Alzira: Edicions Bromera.
- Mollà, Toni (2007). *Quina política lingüística?* Alzira: Edicions Bromera.
- Mollà, Toni (2017). *La llengua de la plaça*. Alzira: Edicions Bromera.
- Montoya Abad, Brauli (2008). La transmissió familiar del valencià. En *Llibre blanc de l'ús del valencià II. Iniciatives per al foment del valencià*. València: Publicacions de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua.
- Montoya Abad, Brauli (2009). Legitimació possible al País Valencià. *Treballs de sociolingüística catalana*, (20), 211-227.

- Montoya Abad, Brauli i Mas Miralles, Antoni (2011). *La transmissió familiar del valencià*. Col·lecció Recerca 16. València: Acadèmia Valenciana de la Llengua.
- Morrow, Raymond A. (2009). Rethinking Burawoy's Public Sociology: A Post-Empirical Reconstruction. En Vicent Jeffries (Ed.), *Handbook of Public Sociology*, (pp. 47-70). Lanham (Maryland): Rowman i Littlefield.
- Muñoz Carrobles, Diego (2010) Breve itinerario por el paisaje lingüístico de Madrid. Ángulo Recto. *Revista de estudios sobre la ciudad como espacio plural* [en línea], 2(2), (103-109). Disponible a <http://www.ucm.es/info/angulo/volumen/Volumen02-2/varia04.htm>.
- Naciones Unidas. Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (1992). *Drets de les persones pertanyents a minories nacionals o ètniques, religioses i lingüístiques*. Disponible a https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Minorities/Booklet_Minorities_Spanish.pdf
- Naciones Unidas. Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (1996). *Pacto Internacional de los derechos económicos, sociales y culturales*. Disponible a <https://www.ohchr.org/sp/professionalinterest/pages/cescr.aspx>.
- Netle, Daniel I Romaine, Suzanne (2000). *Vanishing voices: The extinction of the world's languages*. Oxford University Press: Londres.
- Nicolàs Amorós, Miquel (2005). De la identitat del poder al poder de la identitat: algunes consideracions sobre la situació de la llengua catalana al País Valencià. *Revista Catalana de Sociologia*, [en línea] (20), 63-83. <https://raco.cat/index.php/RevistaSociologia/article/view/222404>.
- Ninyoles Monllor, Rafael Lluís (1972). *Idioma y poder social*. Madrid: Tecnos.
- Ninyoles Monllor, Rafael Lluís (1975). *Estructura social y política lingüística*. València: Edicions Bromera.
- Ninyoles Monllor, Rafael Lluís (1976). *Bases per a una política lingüística democràtica a l'Estat espanyol*. València: Eliseu Climent.
- Ninyoles Monllor, Rafael Lluís (1977). *Cuatro idiomas para un Estado*. Madrid: Cambio 16.

- Ninyoles Monllor, Rafael Lluís (1979). *Madre España*. València: Prometeo.
- Ninyoles Monllor, Rafael Lluís (1997). *Idioma i Perjudici*. València: Eliseu Climent.
- Ninyoles Monllor, Rafael Lluís (2008). Els reptes de la normalització: societat, economia i llengua. En *Llibre blanc de l'ús del valencià II. Iniciatives per al foment del valencià*. València: Publicacions de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua.
- Ninyoles Monllor, Rafael Lluís (2017). *Conflicte lingüístic valencià. El País Valencià a l'eix Mediterrani*. Alacant: Servei de Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- Nogueira López, Alba (2020). Socioeconomía y lengua: entre la protección pública y la autonomía privada. *Revista de Llengua i Dret*, (72), 44-63 Disponible a <http://revistes.eapc.gencat.cat/index.php/rld/article/view/10.2436-rld.i72.2019.3372>.
- Núñez Seixas, Xosé M. (2005). De la región a la nacionalidad. Los neo-regionalismos en la España de la transición y consolidación democrática. En Carlos H. Waisman, Raanan Rein, i Ander Gurrutxaga (Eds.), *Transiciones de la dictadura a la democracia: los casos de España y América Latina*, (pp. 101-140). Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Osborne, Raquel (1993). *La construcción sexual de la realidad*. Madrid: Cátedra.
- Pardines, Susanna i Torres, Nathalie. (2011). *La política lingüística al País Valencià. Del conflicte a la gestió responsable*. Fundació Nexè. Disponible a <https://www.fundacionexe.org/documents/demos001.pdf>.
- Parlamento Europeo. (2018). *Informe sobre la igualdad lingüística en la era digital*. Disponible a https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2018-0228_ES.html.
- Parés, Josep; Pons, Eva; Pla, Anna i Lobo, Clara (2004). *Els drets lingüístics com a drets humans. El cas català*. Barcelona: CIEMEN.
- Pérez, Yaiza; Gielen, Eric; Pérez, Raquel i Pérez, Jèssica (2019). Potencialidades de Google Maps en la investigación social aplicada. *Arxius de Ciències Socials*, (40), 91-98.

- Pitarch, Vicent (1996). *Control lingüístic o caos*. Alzira: Bromera.
- Pitarch, Vicent (2005). Vint anys de la Llei d'Alacant. Un balanç d'urgència. En Manuel Alcaraz, Ferran Isabel i Josep Ochoa (Eds.) *Vint anys de la Llei d'Ús i Ensenyament del valencià* (pp. 25-50). Alzira: Bromera.
- Plataforma per la llengua – Fundació vincle (2012). *A l'empresa, en català. Un mercat d'oportunitats. Manual per a unes bones pràctiques lingüístiques a l'empresa*. Disponible a https://www.plataformallengua.cat/media/assets/2620/plataforma_manual_Financiacio.pdf.
- Pons Rodríguez, Lola (2012). *El paisaje lingüístico de Sevilla*. España: Diputación de Sevilla.
- Pradilla Cardona, Miguel Àngel (2002). La política lingüística contemporània al País Valencià. *Treballs de sociolingüística catalana*, (16), 101-119. Disponible a <https://raco.cat/index.php/TSC/article/view/48170/305234>.
- Pradilla Cardona, Miguel Àngel (2005). La deriva estandarditzadora valenciana. Del secessionisme rupturista a l'aïllacionisme particularista. *Zeitschrift für Katalanistik*, (18). Friburg de Brisgòvia: Albert-Ludwigs-Universität.
- Pradilla Cardona, Miguel Àngel (2006). Poder i societat. Els horitzons múltiples (i canviants) de la normalitat lingüística. *Estudis Romànics*, vol XXVIII.
- Puig i Moreno, Gentil (2011). Homenatge al nostre mestre Robert Lafont. La seua contribució a la sociolingüística. *Treballs de Sociolingüística Catalana*, (21). Disponible a <http://revistes.iec.cat/revistes224/index.php/TSC/article/view/53863>.
- Pujolar Cos, Joan (2012). La sociolingüística crítica. En Maite Puigdevall, Raquel Casesnoves, Josep Conill, Eva Codó, i Joan Pujolar Cos (Eds.), *Sociolingüística*, (pp. 169-201). Barcelona: Editorial UOC. Universitat Oberta de Catalunya.
- Quijano, Aníbal i Wallerstein, Immanuel (1992). Elementos del desarrollo, la Americanidad como concepto o América en el moderno sistema mundial. *Rics*, (134), 583-591.

- Quijano, Aníbal (2000). Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En Edgardo Lander (Ed.), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas* (pp.201-246). Buenos Aires: CLACSO.
- Querol, Ernest; Chessa, Enrico.; Sorolla, Natxo; Torres, Joaquim i Villaverde, Joan Albert (2007). *Llengua i societat als territoris de parla catalana a l'inici del segle XXI. L'Alguer, Andorra, Catalunya, Catalunya Nord, la Franja, Illes Balears i Comunitat Valenciana*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Ribeiro, Gustavo Lins i Escobar, Arturo (2008). *Antropologías del mundo Transformaciones disciplinarias dentro de sistemas de poder*. Popayán: CIESAS.
- Riera Gil, Elvira (2008). *Ètica política i diversitat lingüística. Per una política lingüística responsable*. Barcelona: Escola d'Administració Pública de Catalunya, Generalitat de Catalunya.
- Riera Gil, Elvira (2008). Per una política lingüística responsable: una visió des de l'ètica política. *Llengua i Ús. Revista tècnica de Política Lingüística*, (41), 16-31. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Ritzer, George (2006). *La McDonalització de la societat*. Madrid: Popular.
- Roca Ricart, Rafael (2011). La pàtria somniada dels poetes de la renaixença valenciana. *Caplletra: Revista internacional de Filologia*, (50), (primavera 2011), 209-236. Disponible a <https://ojs.uv.es/index.php/caplletra/article/view/4724/4580>.
- Romeo, Maria Cruz i Saz, Ismael (2004). Construir Espanya al segle XIX . *Afers: Fulls de recerca i pensament*, 19(48), 261-263.
- Ros Pardo, Honorat (Ed.) (2005). *Llibre blanc de l'ús del valencià I. Enquesta sobre la situació social del valencià*. València: Publicacions de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua.
- Ros Pardo, Honorat (2008) *Llibre blanc de l'ús del valencià II. Iniciatives per al foment del valencià*. València: Publicacions de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua.
- Sanjuan i Merino, Xavier F. (2008). L'evolució social del valencià (1983–2005). En Honorat Ros i Pardo (Ed.), *Llibre blanc de l'ús del valencià II. Iniciatives per al*

foment del valencià (119-142). València: Publicacions de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua.

Sanchis Guarner, Manuel (1972). *La llengua dels valencians*. València: Tres i Quatre.

Sanchis Carbonell, Josep i Gironés Micó, David (2001). L'ús del valencià als rètols de comerços, empreses i serveis del Nucli Urbà d'Ontinyent. *Almaig, estudis i documents* (17), 47-50.. Disponible a <http://lanostraterra.es/wp-content/uploads/2020/11/ALMAIG XVII 2001.pdf>.

Saiz, María Dolores (1996). Nuevas fuentes historiográficas. *Historia y comunicación social*, (1), 131-144. Disponible a <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS9696110131A/20020>.

Santamarina Campos, Beatriz (2005). Cazando lo invisible: una mirada antropològica en el laboratorio. *Quaderns de Ciències Socials*, (3), 5-50.

Santamarina Campos, Beatriz (2006). *Ecología y poder*. Madrid: Catarata.

Sciriha, Lydia i Vassallo, Mario (2001). *Malta: A Linguistic Landscape*. Malta: University of Malta.

Servei d'Investigació i Estudis Sociolingüístics (2005). *Enquesta 2005 sobre coneixement i ús social del valencià (síntesi de resultats)*. València: Conselleria d'Educació. Generalitat Valenciana.

Simón, Serena (2019). *La Frontera Lingüística entre Alicante y Murcia: El Contacto del Valenciano y el Castellano en la Comarca de La Vega Baja del Segura (Alicante)* Tesis Doctoral. Universidad de Murcia. Disponible a <https://digitum.um.es/digitum/handle/10201/84921>.

Solé Camardons, Joan i Romaní, Joan Maria (1997). El usos lingüístics en la retolació a Barcelona. *Llengua i Ús: revista tècnica de política lingüística, [en línia]*, (10), 58-67. Disponible a <https://raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/view/129481>.

Solé i Camardons, Joan (1998). La llengua de la publicitat exterior a Barcelona. *Llengua i Ús: revista tècnica de política lingüística, [en línia]*, (12), 49-53.

- Sorolla Vidal, Natxo (2005). El català a la Franja. Any 2003. *Ripacurtia*, (3), 239-253.
- Sorolla Vidal, Natxo (2014). Els catalanoparlants, els diglòssics i els monolingües. Grups sociolingüístics a La Franja. *Revista de Llengua i Dret*, (61), 87-122.
- Spradley, James P. (1980). *Participant Observation*. Nueva York: Holt, Rinehart and Winston.
- Streicher-Arseneault, Valèrie (2007). Las políticas lingüísticas y la enseñanza de las lenguas nacionales en Quebec y Cataluña. *TINKUY: Boletín de investigación y debate*, (5), 25-40. Disponible a <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3303474>.
- Tasa Fuster, Vicenta (2016). *Drets lingüístics i ordenament constitucional. Seguretat lingüística vs jerarquia lingüística. Un estudi comparat Suïssa i Espanya*. València: Universitat de València. Disponible a <http://roderic.uv.es/handle/10550/54972>.
- Tasa Fuster, Vicenta (2017). Las alternativas políticas en torno al reconocimiento de la diversidad lingüística pròpia y los derechos lingüísticos, y sus consecuencias en la interpretación o reforma de la constitución Española. *Iuris Tantum Revista Boliviana de Derecho*, (25), 680-705. Disponible a: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2070-81572018000100027.
- Tasa Fuster, Vicenta i Bodoque Arribas, Anselm (2016). *Poder i llengua. Les llengües de l'ensenyament al País Valencià*. València: Fundació Nexa.
- Tasa Fuster, Vicenta i Bodoque Arribas, Anselm (2017). Permet la Constitució espanyola una llei de llengües igualitària? Dins de Joaquín Martín Cubas (coord), *Constitución: política y administración: España 2017, reflexiones para el debate*. València: Tirant Lo Blanc.
- Tasa Fuster, Vicenta i Bodoque Arribas, Anselm (2019). *La igualtat de les llengües en l'Administració: un problema per resoldre*. Col·lecció Rafael Lluís Ninyoles. València: Generalitat Valenciana.
- Taylor, Steve I Bogdan, Robert (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.

- Teodoro i Peris, Mercè (2008). La llengua a l'Estatut valencià. Comentaris a les disposicions lingüístiques del nou Estatut valencià. *Revista de Llengua i Dret*, (49).
- Torró i Ferrero, Tudi (2012). El valencià a l'escola del País Valencià: dades i reflexions. *La Rella*, (25), 213-226.
- Touraine, Alain (2007). Public Sociology and the End of Society. En Dan Clawson (Ed.) *Public Sociology. Fifteen Eminent Sociologists Debate Politics and the Profession in the Twenty-First Century*, (pp. 67-78). Berkeley: University of California Press.
- Tuñón de Lara, Manuel (1974). *Metodología de la historia social de España*. Madrid: Siglo XXI.
- Unamuno, Miguel (1908). Su Majestad la Lengua Española, *Faro*, (37), 481-482. Disponible a <https://www.filosofia.org/hem/190/9081101a.htm>.
- UNESCO. Conferencia General (2001). Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural. Adoptada por la 31ª reunión de la Conferencia General de la UNESCO París, 2 de noviembre de 2001. Disponible a https://www.congreso.es/docu/docum/ddocum/dosieres/sleg/legislatura_10/spl_70/pdfs/30.pdf.
- UNESCO (2003). Vitalidad y peligro de desaparición de las lenguas. Documento adoptado por la Reunión Internacional de Expertos sobre el programa de la UNESCO "Salvaguardia de las Lenguas en Peligro". París: Unesco. Disponible a http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/LVE_Spanish_EDITED%20FOR%20PUBLICATION.pdf.
- Uría González, Jorge. (1985). Ideología y lengua durante el franquismo: el caso asturiano. *Lletres asturianas: Boletín Oficial de l'Academia de la Llingua Asturiana*, (18), 25-40.
- Urteaga, Eguzki (2019). La nueva política lingüística en el País Vasco Norte. *R.V.A.P.*, (115), 403-460. Disponible a https://www.academia.edu/44831598/La_nueva_pol%C3%ADtica_ling%C3%BC%C3%ADstica_en_el_Pa%C3%ADs_Vasco_Norte.
- Vallès Sanchis, Ismael (2003). Aproximació a la imatge lingüística de la ciutat de València. *Cuadernos de Geografía*, (73-74), 391-400.

- Vallverdú i Canes, Francesc (1982). Hi ha o no hi ha diglòssia a Catalunya? Anàlisi d'un problema conceptual. *Treballs de Sociolingüística Catalana*, (5). Disponible a <http://revistes.iec.cat/index.php/TSC/article/view/5818/10916>.
- Vallverdú i Canes, Francesc (2013). *Apunts i contrapunts sociolingüístics: en el centenari de les Normes ortogràfiques*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans. Disponible a <https://publicacions.iec.cat/PopulaFitxa.do?moduleName=cataleg&%20subModuleName=&idCatalogacio=18608>.
- Viadel, Francesc (2006). *No mos fareu catalans. Història inacabada del blaverisme*. Barcelona: La Esfera Libros.
- Viadel, Francesc (2009). *No mos fareu catalans. Història inacabada del blaverisme*. València: Publicacions de la Universitat de València.
- Viadel, Francesc (2010). Premsa, poder i anticatalanisme: la vigència de Las Provincias. *Arxius de Ciències Socials*, (23). València: Facultat de Ciències Socials, Universitat de València-Estudi General.
- Viceconsejería de política lingüística (1999). *Plan general de promoción del uso del euskera*. Victoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco. Disponible a http://www.izenpe.com/s15-4812/es/contenidos/informacion/941/es_2383/adjuntos/ebpn14gatz.pdf.
- Viciano, Pau (2000). La batalla imaginada. Una relectura ideològica del passat. *L'Espill*, (5), 5-24. Disponible a <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2241919>.
- Vila i Moreno, Francesc Xavier (2004). Entre ponts i fractures. Apunts sobre les aportacions de les ciències socials a la sociolingüística catalana. *Revista Caplletra*, (37), 89-152.
- Vizcaíno Estevan, Antonio (2015). *Iberos, públicos y cultura de masas. El pasado ibérico en el imaginario colectivo valenciano*. Tesi Doctoral Universitat de València. Disponible a <https://roderic.uv.es/handle/10550/42798>.
- Yujing Ma (2017). El paisaje lingüístico chino-español de la ciudad de Valencia: una aproximación a su estudio. *Lengua y migración / Language and Migration*, 9 (1), 63-84. Disponible a

<https://www.researchgate.net/publication/347826962> El paisaje linguistico c hino-espanol de la ciudad de Valencia una aproximacion a su estudio.

Williams, Raymond (1980). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Península.

Woest, Philip (2015). *El uso del valenciano*. Tesina doctoral. Universidad de Utrech. Disponible a <file:///C:/Users/traba/Downloads/El%20Uso%20del%20Valenciano%20Philip%20Woest%20DV%20final.pdf>.

Fonts de Premsa digital

Aliaga, Xavier (2009). Monument a l'autoestima., *El País*, Quadern (València), (468), 12 de març de 2009. Disponible a https://projectetraces.uab.cat/tracesbd/elpais/pais090312_07.pdf.

Ateneo de Madrid (2008). Manifiesto por una lengua común. *El País*. 23 de juny de 2008. Disponible a https://elpais.com/elpais/2008/06/23/actualidad/1214209045_850215.html.

Branchadell Gallo, Albert (2008). Un manifiesto contra España, *El País*, 7 de juliol de 2008. Disponible en https://elpais.com/diario/2008/07/07/opinion/1215381612_850215.html.

De Ramón, Juan Carlos (2013). Por una ley de lenguas (de una maldita vez), *El País*, 7 de maig de 2013. Disponible a https://elpais.com/elpais/2013/04/19/opinion/1366392862_518367.html.

De Ramón, Juan Carlos (2014). Blindar la convivencia, no las lenguas, *El País*, 5 de setembre de 2014. Disponible a https://elpais.com/elpais/2014/09/04/opinion/1409839697_093366.html.

De Ramón, Juan Carlos (2014). Todas las lenguas de España, *El País*, 1 de desembre de 2014. Disponible a https://elpais.com/elpais/2014/11/26/opinion/1417024274_514424.html.

Escribano, Daniel (2014). Els orígens dels conflictes lingüístics al Regne d'Espanya, *EspaiFàbrica*, 22 d' abril de 2014. Disponible a

<http://espaifabrica.cat/index.php/cultura-i-llengua/item/773-els-or%C3%ADgens-delsconflictes-ling%C3%BC%C3%ADstics-al-regne-despanya>.

Guerola, Joan (2013). De l'ús i ensenyament, a la normalització lingüística. *Diari La Veu*, 22 de novembre de 2013. Disponible a <https://www.diarilaveu.com/editorial/6094/de-lus-i-ensenyament-a-la-normalitzacio-linguistica>.

Lacreu, Josep (2019). Diglòssia. *Levante*, 15 de novembre de 2019. Disponible a <https://red.levante-emv.com/joseplacreu/2019/11/15/diglossia/>.

Mollà, Toni (2019) Conflicte Lingüístic Valencià, 50 anys després. *La Vanguardia*. 14 de març de 2019. Disponible a <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20190314/461026160741/lilibre-conflicte-linguistic-valencia-rafael-lluis-ninyoles-toni-molla.html>.

Mora, Rosa (2004). Una lengua no muere porque no se escriba, muere si no se habla. *El País*, 19 de novembre de 2004. Disponible a https://elpais.com/diario/2004/11/19/cultura/1100818808_850215.html.

Puigpelat, Francesc (2015). Per què el castellà ha de ser oficial, *Nació Digital*, 5 de febrer de 2015. Disponible a <https://www.naciodigital.cat/opinio/10078/castella-ser-oficial>.

Vicente, Pilar (2018). Valenciano: vuelta al debate de la normalización, *Valencia Plaza*, 23 de marzo de 2018. Disponible a <https://valenciaplaza.com/valenciano-vuelta-al-debate-de-la-normalizacion>.

Vilarrubias, Mercè (2015). El Estado frente al conflicto lingüístico (I). *Crónica Global, El Español*, 22 de gener de 2015. Disponible a https://cronicaglobal.elespanol.com/pensamiento/el-estado-frente-al-conflicto-linguistico_15388_102.html.

Vilarrubias, Mercè (2015). El Estado frente al conflicto lingüístico (y II). *Crónica Global, El Español*, 8 de febrer de 2015. Disponible a https://cronicaglobal.elespanol.com/pensamiento/estado-frente-conflicto-linguistico_15972_102.html.

Fonts normatives

Estatal

Constitución Española de 1978. *Boletín Oficial del Estado*, 311, de 29 de diciembre de 1978. [1978-31229](https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/(1)/con). Disponible a [https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/(1)/con).

Instrumento de ratificación de la Carta Europea de las Lenguas Regionales o Minoritarias, hecha en Estrasburgo el 5 de noviembre de 1992. *Boletín Oficial del Estado*, 222, de 15 de septiembre de 2001. 2001-17500. Disponible a <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2001-17500>.

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de educación. *Boletín Oficial del Estado*, 106, de 4 de mayo de 2006. 2006-7899. Disponible a <https://www.boe.es/eli/es/lo/2006/05/03/2/con>.

Declaració de Bilbao dels membres del Protocol de col·laboració en matèria de política lingüística (2019). Disponible a: <https://govern.cat/govern/docs/2019/11/20/17/17/d3573992-6da9-407d-a1f6-bcb85ab45f91.pdf>

Catalunya

Llei 7/1983, de 18 d'abril, de normalització lingüística a Catalunya. *Diari Oficial de la Generalitat Catalana*, 322, del 22 d'abril del 1983. 1253-83. Disponible a <https://dogc.gencat.cat/ca/document-del-dogc/?documentId=12299>.

Ley 22/2010, de 20 de julio, del Código de consumo de Cataluña. *Boletín Oficial del Estado*, 196, del 13 d' agosto de 2010. 2010-13115. Disponible a <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2010-13115>.

Llei 7/1983, de 18 d'abril, de normalització lingüística a Catalunya. *Diari Oficial de la Generalitat Catalana*, 322, del 22 d'abril de 1983. Disponible a https://llengua.gencat.cat/ca/serveis/legislacio_i_drets_linguistics/llei_de_politica_linguistica/taula_comparativa_entre_la_llei_1_1998_i_la_llei_7_1983/llei_7_1983_de_1_8_d_abril_de_normalitzacio_linguistica/.

Decret 75/1992, de 9 de març, pel qual s'estableix l'ordenació general dels ensenyaments de l'educació infantil, l'educació primària i l'educació secundària obligatòria a Catalunya. *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 1578, del 3 de abril de 1992. Disponible a <https://dogc.gencat.cat/ca/document-del-dogc/?documentId=61724>.

Llei 1/1998, de 7 de gener, de política lingüística. *Diari Oficial de la Generalitat Catalana*, 2553, de 9 de gener de 1998. Disponible a <https://dogc.gencat.cat/ca/document-del-dogc/?documentId=171269>.

País Basc

Llei 10/1982, de 24 de novembre, básica de normalización del uso del euskera. *Boletín Oficial del País Vasco*, 100, de 26 de abril de 2012. [2012-5539](https://www.boe.es/eli/es-pv/l/1982/11/24/10/con). Disponible a <https://www.boe.es/eli/es-pv/l/1982/11/24/10/con>.

Ley 10/1982, de 24 de noviembre, básica de normalización del uso del Euskera. *Boletín Oficial de País Vasco*, 160, del 16 de diciembre de 1982. 2012-5539. Disponible a <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2012-5539>.

País Valencià

Ley Orgánica [1/2006](https://www.boe.es/eli/es/lo/2006/04/10/1), de 10 de abril, de Reforma de Ley Orgánica [5/1982](https://www.boe.es/eli/es/lo/1982/07/01/5), de 1 de julio, de *Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana*, 86, de 11 de abril de 2006. 2006-6472. Disponible a <https://www.boe.es/eli/es/lo/2006/04/10/1>.

Llei orgànica 5/1982, de 1 de juliol, de Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana. *Boletín Oficial del Estado*, 164, del 10 de juliol de 1982. 1982-17235. Disponible a <https://www.boe.es/eli/es/lo/1982/07/01/5>.

Ley 4/1983 de 23 de noviembre, de uso y enseñanza del valenciano, aprobada por las Cortes Valencianas. *Diari Oficial de la Comunitat Valenciana*, 133, de 1 de diciembre de 1983. 1984-1851. Disponible a <https://www.boe.es/buscar/pdf/1984/BOE-A-1984-1851-consolidado.pdf>.

Decreto 87/2015, de 5 de junio, del Consell, por el que establece el currículo y desarrolla la ordenación general de la Educación Secundaria Obligatoria y del Bachillerato en la Comunitat Valenciana. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 7544, de 10 de juny de 2015. 005254-2015. Disponible a https://dogv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=005254/2015&L=1.

Decret 61/2017, de 12 de maig, del Consell, pel qual es regulen els usos institucionals i administratius de les llengües oficials de l'Administració de la Generalitat. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 8046, de 23 de maig de 2017. 2017/4338. Disponible a https://dogv.gva.es/datos/2017/05/23/pdf/2017_4338.pdf.

Decret 187/2017, de 24 de novembre, del Consell, pel qual es regula el funcionament de l'Oficina de Drets Lingüístics. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 8192, de 18

de desembre de 2017. 2017/11479. Disponible a https://dogv.gva.es/datos/2017/12/18/pdf/2017_11479.pdf.

Ley 4/2018, de 21 de febrero, por la que se regula y promueve el plurilingüismo en el sistema educativo valenciano. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 8240, de 22 de febrero de 2018. 2018-3441. Disponible a <https://www.boe.es/buscar/pdf/2018/BOE-A-2018-3441-consolidado.pdf>.

Decret 73/2018, de 8 de juny, del Consell, de creació del Consell Social de les Llengües *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 8316, del 13 de juny de 2018. 2018/005837. Disponible a https://dogv.gva.es/auto/dogv/docvpub/rlgv/2018/D_2018_073_va_D_2019_013.pdf.

Decret 13/2019, de 8 de febrer, del Consell, de creació de la Xarxa Pública de Serveis Lingüístics Valencians. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 8486, del 14 de febrer de 2019. 2019/1435. Disponible a https://dogv.gva.es/datos/2019/02/14/pdf/2019_1435.pdf

Resolució de 16 de novembre de 2018, del president del Consell Social de les Llengües, per la qual es nomenen els vocals que el componen. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 8430, del 23 de novembre de 2018. 2018/10769. Disponible a https://dogv.gva.es/datos/2018/11/23/pdf/2018_10769.pdf.

Ordre 4/2021, de 4 de febrer, del Conseller d'Educació, Cultura i Esport, per la qual es modifica l'ordre 3/2020, de 6 de febrer, de la Conselleria d'Educació, Cultura i Esport, per la qual es determina la competència lingüística necessària per a l'accés i l'exercici de la funció docent en el sistema educatiu valencià. *Diari Oficial de la Generalitat Valenciana*, 9015, del 8 de febrer de 2021. 2021/1083. Disponible a https://dogv.gva.es/datos/2021/02/08/pdf/2021_1083.pdf.

Illes Balears

Decreto 13/2019, de 7 de marzo, por el que se regula el régimen jurídico de las garantías y de los depósitos custodiados por la Depositaria de la Comunidad Autónoma de las Illes Balears. *Butlletí Oficial de les Illes Balears*, 32, de 11 de marzo de 2019. Disponible a http://www.caib.es/sites/M170613081930629/es/n/anteproyecto_de_decreto_por_el_cual_se_regula_el_ragimen_juradico_de_las_garantaas_y_los_depositos_custodiados_por_la_depositaraa_de_la_comunidad_autanoma_de_las_illes_balears/.

Fonts estadístiques

Institut Valencià d'Estadística (2021). Dades sociodemogràfiques. Lloc web: <https://pegv.gva.es/es>.

Instituto Nacional de Estadística. Dades sociodemogràfiques. Lloc web: <https://www.ine.es/>.

EUSTAT. Instituto Vasco de Estadística (2021). Uso de la lengua de la población de Euskal Herria. Lloc web: https://es.eustat.eus/estadisticas/tema_280/opt_0/ti_euskera/temas.html.

Webgrafia

Acadèmia Valenciana de la Llengua. Generalitat Valenciana. Consultat el 5 d'octubre de 2018 a [Inici - AVL \(gva.es\)](https://www.gva.es/avll).

Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz. *Estudios y estadísticas - Presentación*. Consultat a https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&uid=1a046073_11ae202f5e6_7ff1.

Conselleria d'Educació, Cultura i Esport. Fonts de dades numèriques. Consultat 3 de setembre de 2020 a <https://ceice.gva.es/va/web/fondo-estadistico-documental/fondo-datos-numericos>.

Consorci de Normalització Lingüística. Generalitat de Catalunya. Consultat el 7 de gener de 2020 a <https://www.cpln.cat/>.

Direcció General de Política lingüística de les Illes Balears. Govern Illes Balears. Consultat el 7 de gener de 2020 a <https://www.caib.es/govern/organigrama/area.do?lang=es&coduo=2390443>.

Conselleria d'Educació, Esports i Cultura de la Generalitat Valenciana. Direcció General del Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme. Consultat el 5 d'octubre de 2018 a <https://ceice.gva.es/va/web/dgplgm>.

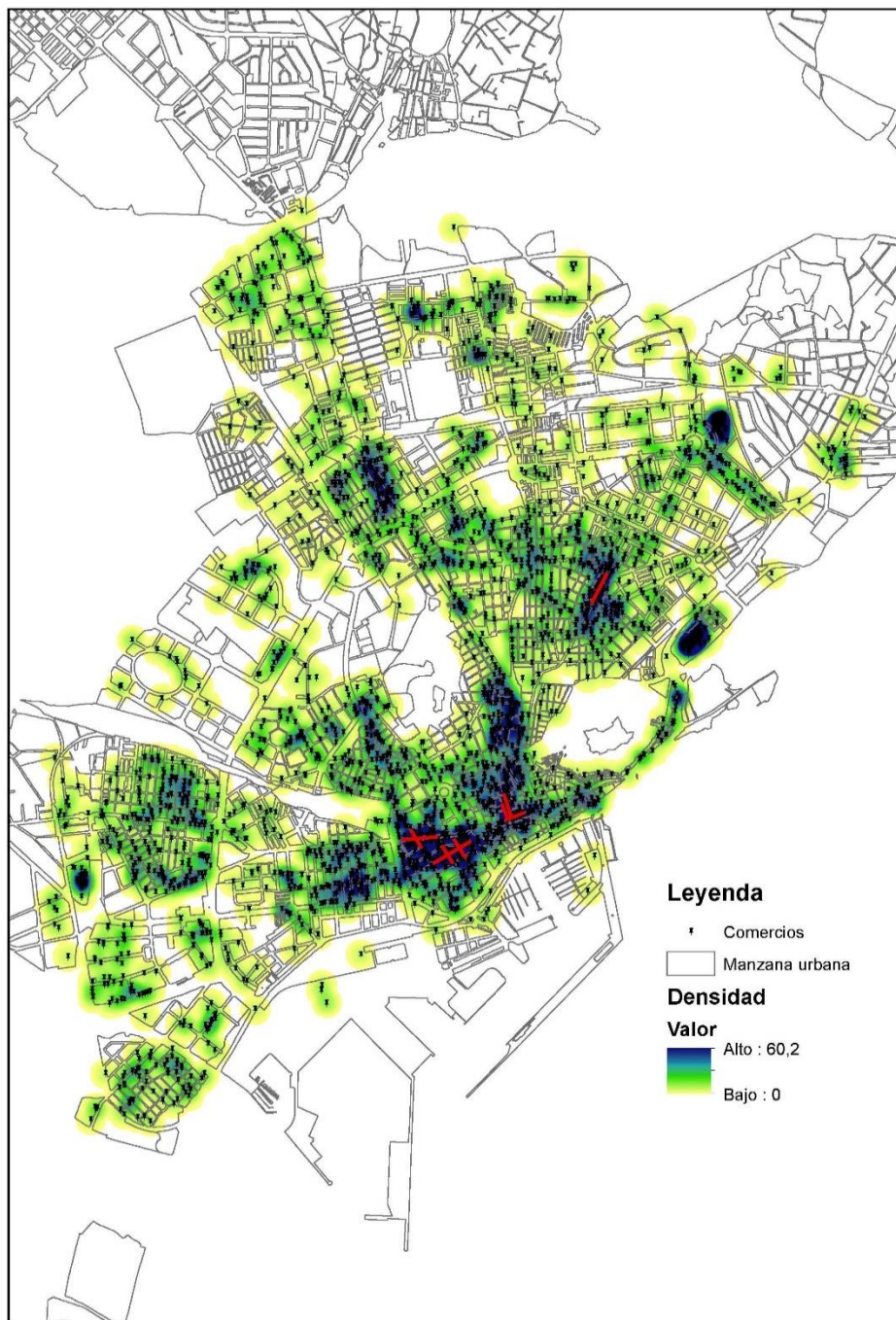
Fundació enciclopèdia. Gran enciclopèdia catalana. *Normalització lingüística*. Consultat el 3 de setembre de 2020 a <https://www.enciclopedia.cat/ec-gec-0196727.xml>.

Plataforma Valenciana per la Llengua. ONG. Consultat el 8 d'abril de 2020 a [País Valencià | Plataforma per la Llengua \(plataforma-llengua.cat\)](https://www.plataforma-llengua.cat/).

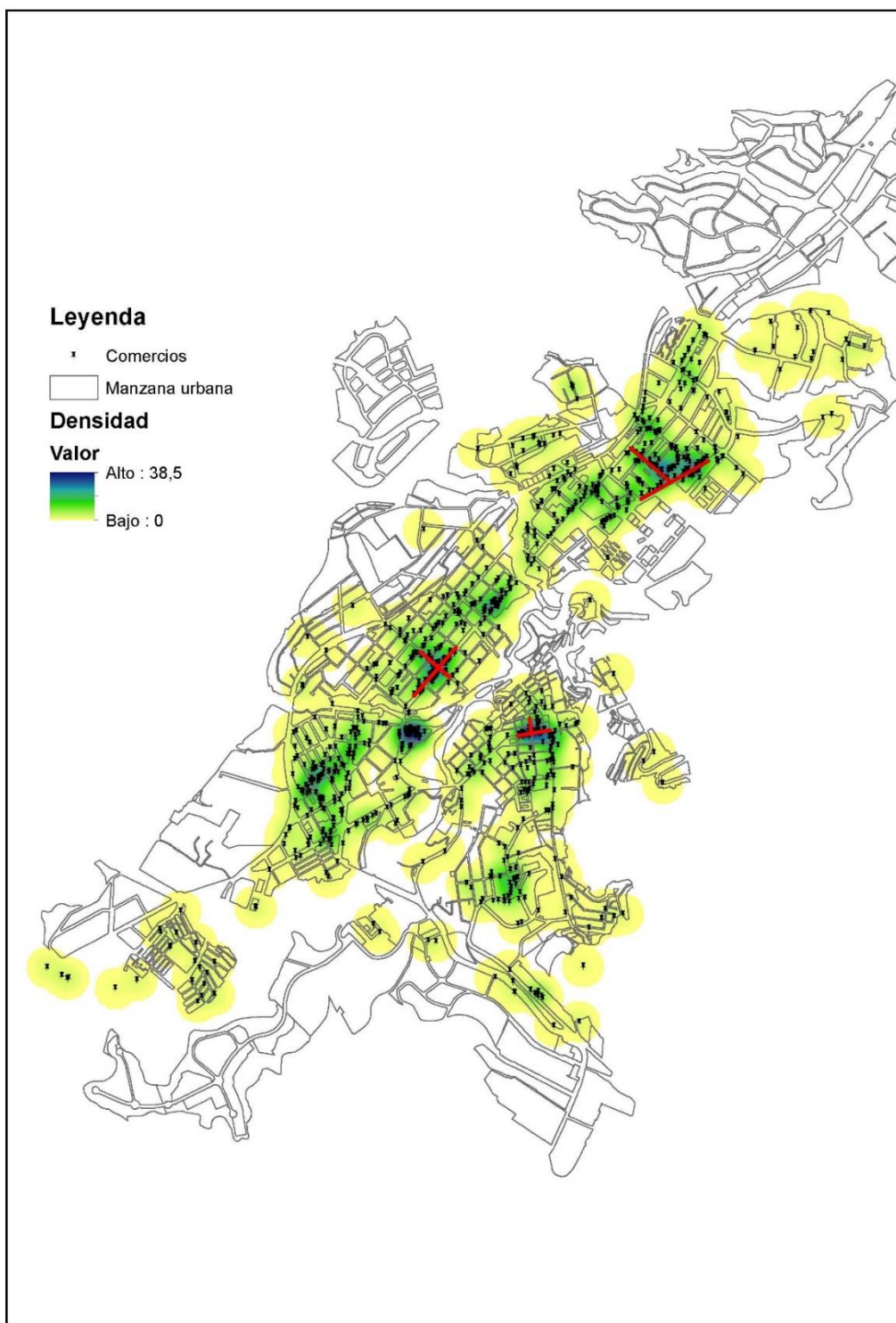
Secretaria de Política Lingüística. Generalitat de Catalunya. Consultat el 7 de gener de 2020 a https://llengua.gencat.cat/ca/direccio_general_politica_linguistica/.

ANNEXOS

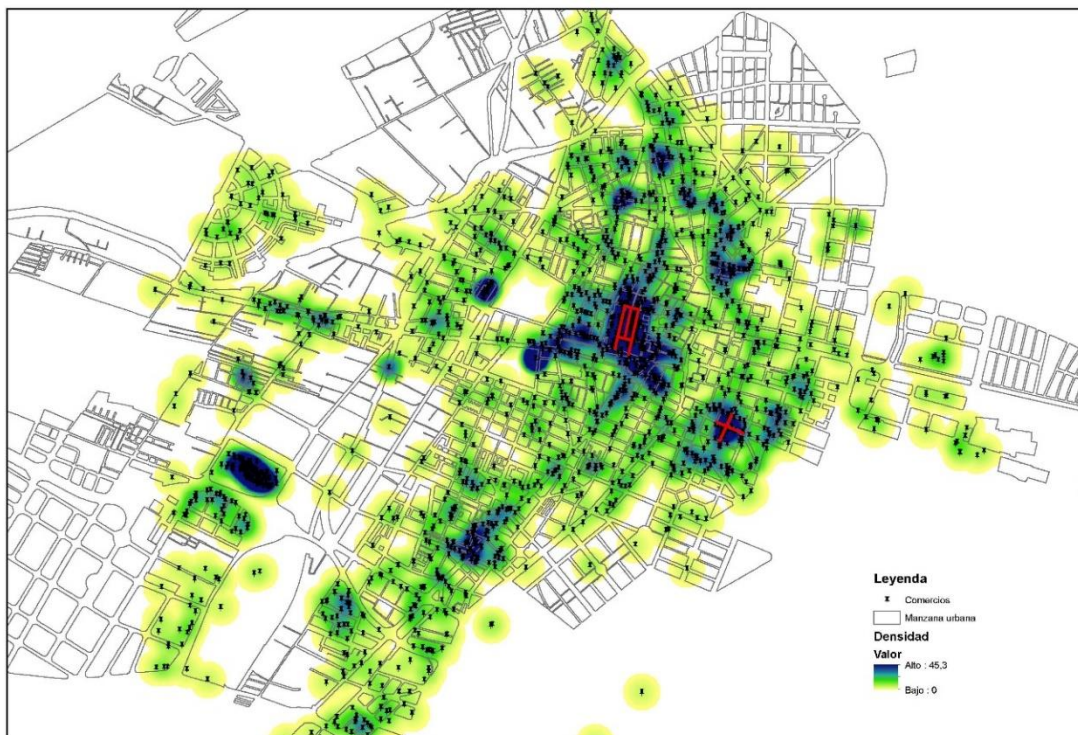
ANNEX 1: MAPES DE DENSITAT COMERCIAL



Mapa 3. Mapa de densitat comercial d'Alacant, elaborat a partir de la informació de Google. Font: Elaboració pròpia.



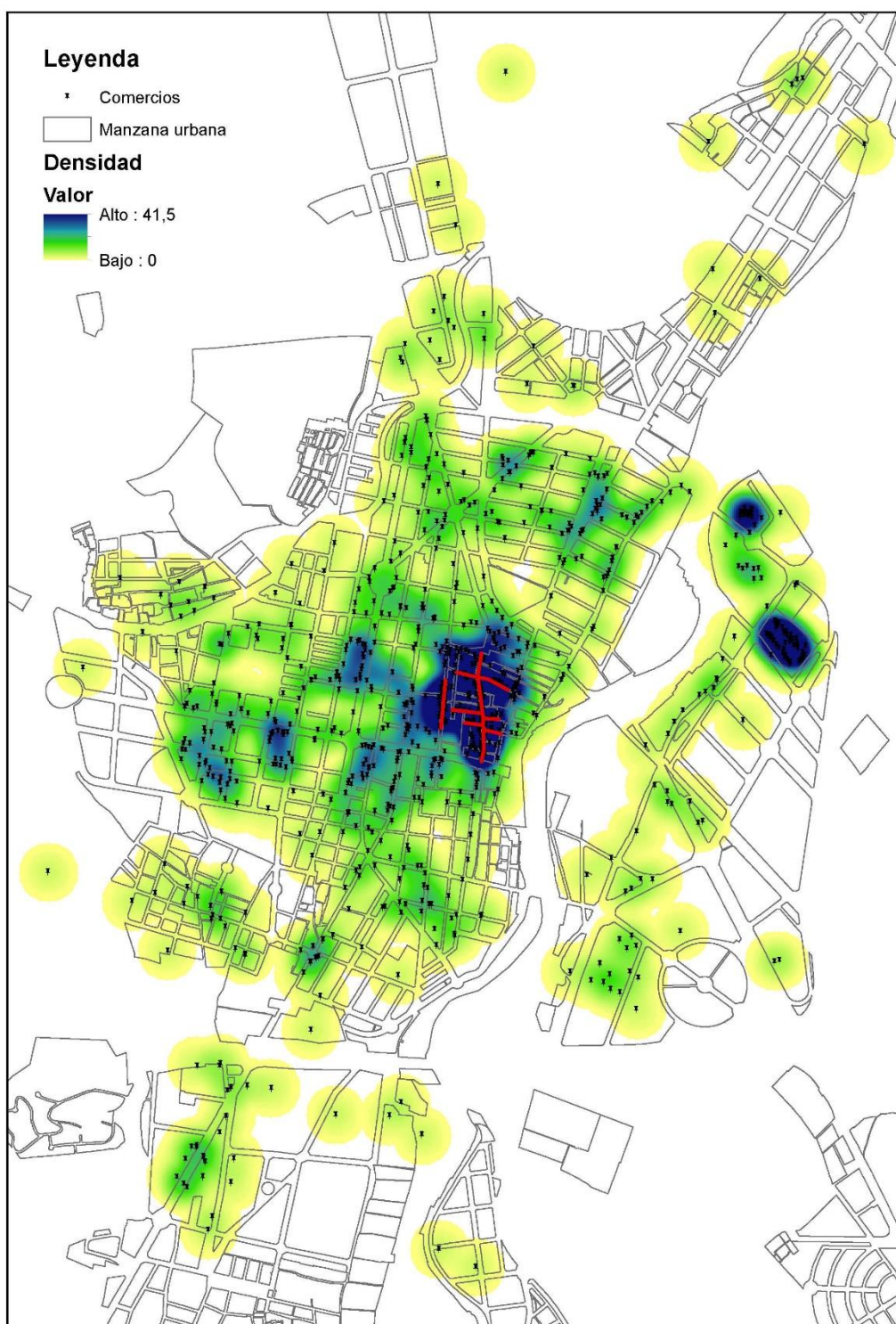
Mapa 4. Mapa de densitat comercial d'Alcoi, elaborat a partir de la informació de Google. Font: Elaboració pròpia.



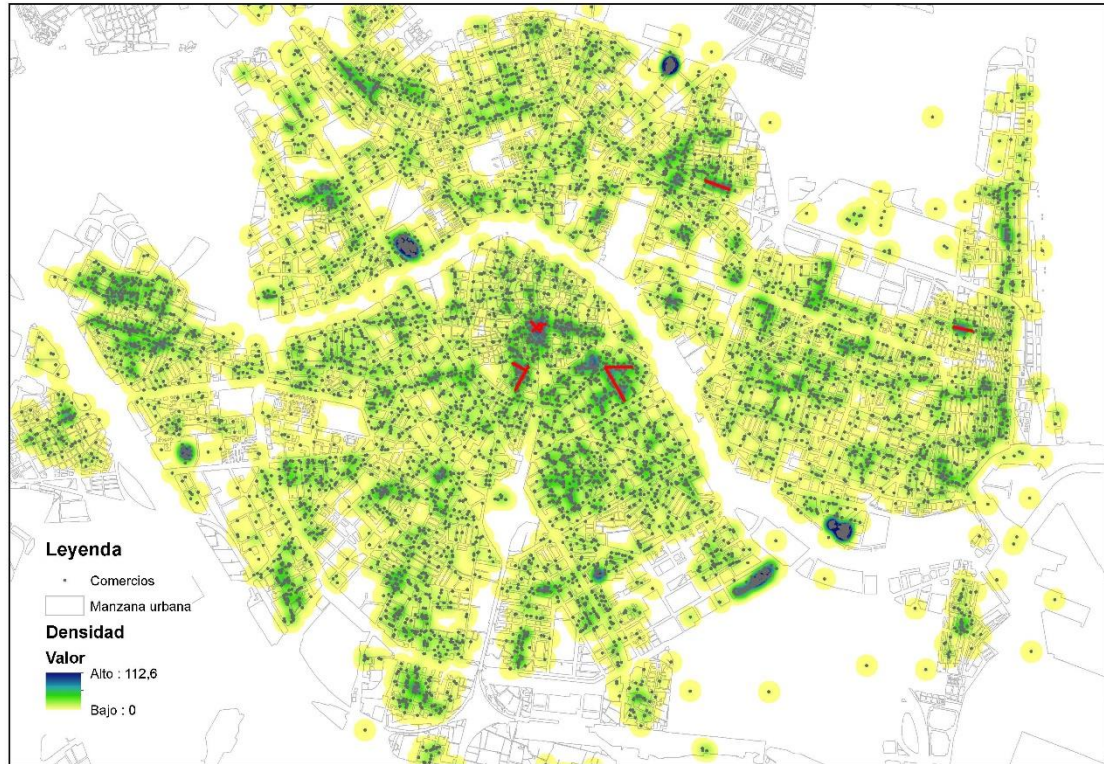
Mapa 5. Mapa de densitat comercial de Castelló, elaborat a partir de la informació de Google. Font: Elaboració pròpia.



Mapa 6. Mapa de densitat comercial d'Elx, elaborat a partir de la informació de Google. Font: Elaboració pròpia.



Mapa 7. Mapa de densitat comercial de Gandia, elaborat a partir de la informació de Google. Font: Elaboració pròpia.



Mapa 8. Mapa de densitat comercial de València, elaborat a partir de la informació de Google. Font: Elaboració pròpia.

ANNEX 2: QÜESTIONARI

Nombre de qüestionari: _____ Llengua emprada per fer el qüestionari: Valencià 1 /Castellà 2

Bloc 1: Sociodemogràfic

- P1. Any de naixement: _____
- P2. Sexe: Home Dona Prefereix no respondre
- P3. Nacionalitat: Espanyola o altra. En cas de ser altra especificar: _____
- P4.1 Municipi on va nàixer: _____
- P4.2 Municipi de residència actual: _____
- P5.1 Nivell d'estudis assolit:
- 1 Sense estudis
 - 2 Estudis Primaris
 - 3 Estudis Secundaris Obligatoris
 - 4 Estudis Secundaris Post obligatoris
 - 5 Cicle Formatiu grau Mitjà
 - 6 Cicle Formatiu grau Superior
 - 7 Estudis Universitaris
 - 8 Màster universitari
 - 9 Doctorat
 - 10 Altres. P6.1 Indica quin: _____
- P5.2 La seua activitat actual és:
1. Treballe
 2. Treballe i estudie
 3. Aturat/da
 4. Estudiant
 5. Jubilat/a o pensionista
 6. Altra. Especificar: _____
- P6. A nivell identitari em sent:
1. Espanyol/a
 2. Més espanyol/a que valencià/na
 3. Igual d'espanyol/a i valencià/na
 4. Més valencià/na que espanyol/a
 5. Valencià/na

Bloc 2: Sociolingüístic

- P7.1 Quina és la seua llengua materna?
- P7.2 Amb quina llengua s'identifica?
- P7.3 Quina és la seua llengua habitual?

	P7.1	P7.2	P7.3
Valencià			
Castellà			
Altra. (indique quina)			

P8. A continuació se li pregunta sobre el seu grau de coneixement del valencià.

P8.1 Entén vostè el valencià?

P8.2 Sap parlar en valencià?

P8.3 Sap llegir en valencià?

P8.4 Sap escriure en valencià?

	P8.1	P8.2	P8.3	P8.4
Gens	1	1	1	1
Un poc	2	2	2	2
Bastant bé	3	3	3	3
Perfectament	4	4	4	4
Preferixc no contestar	9	9	9	9

P9. Vostè ha après o està aprenent a parlar en valencià? Si P8.2=2, 3 o 4 Multiresposta

	P9
A casa, amb la família	1
Amb els seus amics	2
Amb el veïnat	3
A l'escola	4
En cursets	5
Pel seu compte	6
A la feina	7
EOI	8
Altres	11
Ns/c	9

P10. Vostè ha après o està aprenent a escriure en valencià? Si P8.4=2, 3 o 4 Multiresposta

	P9
A casa, amb la família	1
Amb els seus amics	2
Amb el veïnat	3
A l'escola	4
En cursets	5
Pel seu compte	6
A la feina	7
EOI	8
Altres	11
Ns/c	9

P11.1 Té acreditacions o certificats oficials de competència lingüística en valencià?

Sí	1
No	2
Preferixc no contestar	9

P11.2 En cas afirmatiu, quin: _____ (oral, elemental, mitjà, superior, etc.)

P12. 1 En el seu dia a dia, en quin grau diria que fa ús del valencià?

	P12.1
Molt	5
Bastant	4
Mitjanament	3
Poc	2
Gens	1

P13. En quina llengua parla vostè:

- A) A casa?
- B) Amb els amics i amigues?
- C) Amb els companys i companyes de feina?
- D) Amb el veïnat?
- E) Amb una persona que no coneixeu en una situació lingüística espontània?

	A	B	C	D	E
Sempre en valencià	1	1	1	1	1
Generalment en valencià	2	2	2	2	2
Més en valencià que en castellà	3	3	3	3	3
Indistintament	4	4	4	4	4
Més en castellà que en valencià	5	5	5	5	5
Generalment en castellà	6	6	6	6	6
Sempre en castellà	7	7	7	7	7
En una altra llengua	8	8	8	8	8
No ho sé	9	9	9	9	9
Preferixc no contestar	10	10	10	10	10

P14. En quina llengua s'adreça vostè:

- A. A la Generalitat Valenciana (conselleries)
- B. A l'Administració Local
- C. Al banc/ Caixes d'estalvi
- D. Personal mèdic
- E. A les botigues Zara, Mango..., és a dir, franquícies.
- F. Al xicotet comerç
- G. Al mercat municipal
- H. Als supermercats
- I. A les botigues del Centre Comercial.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Sempre en valencià	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Generalment en valencià	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Més en valencià que en castellà	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Indistintament	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Més en castellà que en valencià	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Generalment en castellà	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Sempre en castellà	7	7	7	7	7	7	7	7	7
En una altra llengua	8	8	8	8	8	8	8	8	8
No vaig a aquest lloc	11	11	11	11	11	11	11	11	11
No ho sé	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Preferixc no contestar	10	10	10	10	10	10	10	10	10

Bloc 3: Percepció i valoració del valencià en l'àmbit comercial

P15. En quina llengua creu que ha d'atendre el venedor/a o botiguer/a?

En castellà	1
En valencià	2
Indiferent	3
En la llengua que jo li parle	4
No ho sé	9
Preferisc no contestar	10

P16.1 Si vostè escolta parlar en castellà al venedor/a o botiguer/a, com inicia la conversa?

Castellà	1
Valencià	2
Indistintament	3

P16.2 Si vostè escolta parlar en valencià al venedor o botiguer, com inicia la conversa?

Castellà	1
Valencià	2
Indistintament	3

P17.1 Té preferència per aquells establiments que li ofereixen una atenció en valencià?

P17.2 Té preferència per aquells establiments que li ofereixen una atenció en castellà?

	P17.1	P17.2
Sí	1	1
Indiferent	2	2
No	3	3
No ho sé	9	9
Preferisc no contestar	10	10

P19.1 Pensa que és necessari que els venedors/es i botiguers/es compreguen el valencià?

P19.2 Pensa que és necessari que els venedors/es i botiguers/es parlen el valencià?

P19.3 Pensa que és necessari que els venedors/es i botiguers/es compreguen el castellà?

P19.4 Pensa que és necessari que els venedors/es i botiguers/es parlen el castellà?

P19.5 Pensa que és necessari que els venedors/es i botiguers/es compreguen l'anglès?

P19.6 Pensa que és necessari que els venedors/es i botiguers/es parlen l'anglès?

	P19.1	P19.2	P19.3	P19.4	P19.5	P19.6
Molt	5	5	5	5	5	5
Bastant	4	4	4	4	4	4
Mitjanament	3	3	3	3	3	3
Poc	2	2	2	2	2	2
Gens	1	1	1	1	1	1

P20. En els comerços als que vostè va amb quina llengua està la següent informació:

- Rètol principal de la botiga
- Rètols externs de la botiga
- Cartells interns amb informació institucional (fulles de reclamacions, devolucions, prohibicions, etc.)
- Cartells que assenyaless les zones de l'establiment (xarcuteria, forn, etc.)
- Nom del producte a les prestatgeries
- Etiquetatge dels productes

- G. Butlletins comercials
- H. Publicitat del comerç
- I. Publicitat de productes i marques
- J. Atenció del personal

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Sempre en valencià	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Generalment en valencià	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Més en valencià que en castellà	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Indistintament	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Més en castellà que en valencià	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Generalment en castellà	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Sempre en castellà	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
En una altra llengua (anglès, italià, àrab, etc.)	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
No sap	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Preferixc no contestar	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

P21. Independentment de la llengua en la que estan actualment, com penses que hauria d'estar la següent informació comercial:

- A. Rètol principal de la botiga
- B. Rètols externs de la botiga
- C. Cartells interns amb informació institucional (fulles de reclamacions, devolucions, prohibicions, etc.)
- D. Cartells que assenyaless les zones de l'establiment (xarcuteria, forn, etc.)
- E. Nom del producte a les prestatgeries
- F. Etiquetatge dels productes
- G. Butlletins comercials
- H. Publicitat del comerç
- I. Publicitat de productes i marques
- J. Atenció del personal

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Només en valencià	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
En castellà i valencià	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Només en castellà	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Castellà i anglès	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Valencià i anglès	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Castellà, valencià i anglès	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
Altres llengües	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
En qualsevol llengua	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
No ho sé	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Preferixc no contestar	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

P22. Pel que fa a la llengua del etiquetatge dels productes, quina és la seua preferència?

Valencià	1
Castellà	2
Anglès	3
Altra llengua	4
Indistintament castellà, valencià o anglès	5
Valencià i castellà	6
Valencià i anglès	7
Castellà i anglès	8
No ho sé	9
Preferixc no contestar	10

P23. Creus que la llengua de l'etiquetatge t'influeix a l'hora de comprar un producte?

Sí	1
Indiferent	2
No	3
No ho sé	9
Preferixc no contestar	10

P24. En cas afirmatiu, quina llengua t'influeix més positivament a l'hora de triar un producte?

Etiquetatge en castellà	1
Etiquetatge en valencià	2
Etiquetatge en anglès	3
Etiquetatge en castella i valencià	4
Etiquetatge en valencià o castellà i en anglès	5
No ho sé	9
Preferixc no contestar	10

P25. Des del seu punt de vista, quina presència té el valencià en la publicitat de productes i marques actualment?

Molt alta	5
Alta	4
Mitjana	3
Baixa	2
Molt Baixa	1
No ho sé	9
Preferixc no contestar	10

P26.1 El fet de que la publicitat d'un producte estiga en valencià t'influeix positivament per a comprar-lo?

P26.2 El fet de que la publicitat d'un producte estiga en castellà t'influeix positivament per comprar-lo?

	P26.1	P26.2
Sí	1	1
Indiferent	2	2
No	3	3
No ho sé	9	9
Preferixc no contestar	10	10

P27. Assenyala el grau de presència del valencià als anuncis sobre els següents productes:

- A. Caixes d'Estalvi
- B. Bancs
- C. Alimentació i begudes
- D. Roba, moda i calçat
- E. Perfumeria i cosmètica
- F. Productes de neteja

	A	B	C	D	E	F
Molt alta	5	5	5	5	5	5
Alta	4	4	4	4	4	4
Mitjana	3	3	3	3	3	3
Baixa	2	2	2	2	2	2
Molt Baixa	1	1	1	1	1	1
No ho sap	9	9	9	9	9	9
Preferixc no contestar	10	10	10	10	10	10

P29. Creus que s'hauria de potenciar el valencià en l'àmbit publicitari?

Sí	1
Indiferent	2
No	3
No ho sé	9
Preferixc no contestar	10

P30. Considera que s'ha de fomentar l'ús del valencià en l'àmbit comercial?

Sí	1
Indiferent	2
No	3
No ho sé	9
Preferixc no contestar	10

P30.1 [sols 30. Sí] En cas afirmatiu, assenya el principal motiu per el qual pensa que s'ha de fomentar l'ús del valencià en l'àmbit comercial.

- 1 Per garantir els drets lingüístics dels valencianoparlants
- 2 Perquè el valencià és una llengua oficial i ha d'estar present
- 3 Perquè és la nostra llengua.
- 4 Per atendre en la llengua en què parle la clientela.
- 5 Per facilitar la comunicació entre parlants de llengua valenciana.
- 6 Altres. Indica quin: _____

P30.2 [sols 30. No] En cas negatiu, assenyalen el principal motiu per el que pensa que no s'ha de fomentar la presència i l'ús del valencià a l'àmbit comercial.

- 1 Les empreses han de tindre llibertat per a triar els criteris lingüístics al seu establiment.
- 2 Seria imposar el valencià a les empreses i a la ciutadania
- 3 Problemes en la comprensió dels castellanoparlants
- 4 Augmentaria la discriminació entre els treballadors amb competència lingüística en valencià, castellana o bilingüe.
- 5 No és necessari, tots entenen el castellà.
6. El valencià té menys prestigi que el castellà.
- 7 Altres. Indica quin: _____

P31. En quin grau estaria vostè d'acord amb les següents enunciacions:

- A. "Impulsar el valencià en l'àmbit comercial és una imposició del valencià"
- B. "La retolació de les botigues ha d'estar en castellà per a que tots i totes l'entenguen"
- C. "M'agrada que em parlen en valencià als comerços"
- D. "Pense que no se li ha de dir a les empreses i comerços quina llengua han de fer servir als seus establiments (castellà o valencià)"
- E. "El fet que el personal del comerç s'adeqüe a la mateixa llengua que li he parlat ho considere qualitat de servei"
- F. [Sols valencianoparlants]"No m'agrada que si jo parle en valencià en la botiga el personal em conteste en castellà"
- G. [Sols castellanoparlants]"No m'agrada que si jo parle en castellà en la botiga el personal em conteste en valencià"
- H. "La gent valencianoparlant parla castellà en les botigues de les ciutats per no parèixer de poble"
- I. "Parlar valencià té més estatus social i prestigi en l'àmbit comercial que parlar en castellà"
- J. "És important que l'etiquetatge dels productes estiga en valencià "
- K. "La gent que parla valencià als comerços és perquè té un alt coneixement del valencià"

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	k
Totalment d'acord	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Bastant d'acord	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Indiferent	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
En desacord	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Totalment en desacord	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
No sap	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Preferisc no contestar	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

P28.1 Creus que si hi haguera més publicitat de productes en valencià augmentaria, es mantindria igual o disminuiria la presència del valencià en l'àmbit comercial?

	P28.1
Augmentaria	3
Es mantindria igual	2
Es reduiria	1
No ho sé	9

Bloc 4: El futur del valencià en l'àmbit comercial

P32. Creu que en un futur, d'ací 5 anys, el valencià estarà més, igual o menys present en l'àmbit comercial que hui en dia?

- 1 Més
- 2 Igual
- 3 Menys
- 9 No ho sé
- 10 Preferixc no contestar

P33. A vostè en un futur, d'ací 5 anys, li agradaria que el valencià estiguera més, igual o menys present que en l'actualitat?

- 1 Més
- 2 Igual
- 3 Menys
- 9 No ho sé
- 10 Preferixc no contestar

P34. En quin grau estaria d'acord en implementar les següents mesures per impulsar el valencià en l'àmbit comercial (xicotet comerç, botigues, mercat, supermercat i centres comercials)?

- A. Donar subvencions a aquells comerços que posen el rètol principal en valencià
- B. Donar subvencions a aquells establiments que incorporen el valencià de forma integral (rètols interiors, factures, informació administrativa, etc).
- C. Fer cursos de valencià online gratuïts per als treballadors/es de comerços
- D. Fer vocabularis específics amb paraules del comerç en valencià.
- E. Assessoria lingüística gratuïta a aquells comerços que incorporen el valencià de forma integral.
- F. Fomentar que les campanyes comercials es facen en valencià.
- G. Impulsar campanyes de foment del comerç local en valencià des dels ajuntaments.

	A	B	C	D	E	F	G
Totalment d'acord	1	1	1	1	1	1	1
Bastant d'acord	2	2	2	2	2	2	2
Indiferent	3	3	3	3	3	3	3
En desacord	4	4	4	4	4	4	4
Totalment en desacord	5	5	5	5	5	5	5
No sap	9	9	9	9	9	9	9
Preferixc no contestar	10	10	10	10	10	10	10

P35. Quin pensa que és el principal motiu per el qual s'utilitza i està més present el castellà que el valencià en l'àmbit comercial?

- 1 Perquè pertany a l'àmbit privat (empreses i comerços) i ells trien la llengua del seu negoci.
- 2 Manca de competència lingüística del personal de les botigues.
- 3 Perquè és una elecció personal i la gent tria més el castellà.
- 4 Per una qüestió de prestigi i estatus del castellà enfront del valencià.
- 5 Perquè hi ha més gent que parla castellà que valencià en la societat valenciana

- 6 Perquè amb gent desconeguda es parla principalment en castellà per si no entén el valencià.
- 7 Perquè amb gent desconeguda es parla principalment en castellà per educació.
- 8 Altres. Indica quina: _____

36. (voluntari) Per últim, a quin partit va votar en les últimes eleccions?

37. Observacions:

ANNEX 3: DADES SOCIODEMOGRÀFIQUES

Població per edat Alacant	Ambdós sexes	Homes		Dones	
	Valor absolut	Valor absolut	%	Valor absolut	%
TOTAL	337.482	163.385	48,41	174.097	51,59
0-4 anys	13.888	7.105	4,35	6.783	3,90
5-9 anys	16.530	8.550	5,23	7.980	4,58
10-14 anys	18.848	9.744	5,96	9.104	5,23
15-19 anys	17.643	9.219	5,64	8.424	4,84
20-24 anys	17.170	8.782	5,38	8.388	4,82
25-29 anys	18.401	9.312	5,70	9.089	5,22
30-34 anys	19.957	9.901	6,06	10.056	5,78
35-39 anys	23.807	11.791	7,22	12.016	6,90
40-44 anys	28.105	14.015	8,58	14.090	8,09
45-49 anys	28.284	14.311	8,76	13.973	8,03
50-54 anys	26.170	12.876	7,88	13.294	7,64
55-59 anys	23.858	11.327	6,93	12.531	7,20
60-64 anys	20.602	9.580	5,86	11.022	6,33
65-69 anys	17.607	8.001	4,90	9.606	5,52
70-74 anys	15.981	7.086	4,34	8.895	5,11
75-79 anys	12.382	5.255	3,22	7.127	4,09
80-84 anys	8.538	3.380	2,07	5.158	2,96
85 anys i més	9.711	3.150	1,93	6.561	3,77

Taula del Gràfic 5. Piràmide de la ciutat d'Alacant. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

Població per edat Alcoi	Ambdós sexes	Homes		Dones	
	Valor absolut	Valor absolut	%	Valor absolut	%
TOTAL	59.354	29.107	49,04	30.247	50,96
0-4 anys	2.247	1.174	4,03	1.073	3,55
5-9 anys	2.754	1.420	4,88	1.334	4,41
10-14 anys	3.141	1.600	5,50	1.541	5,09
15-19 anys	3.133	1.614	5,55	1.519	5,02
20-24 anys	3.083	1.589	5,46	1.494	4,94
25-29 anys	3.034	1.554	5,34	1.480	4,89
30-34 anys	3.208	1.668	5,73	1.540	5,09
35-39 anys	3.854	2.013	6,92	1.841	6,09
40-44 anys	4.597	2.362	8,11	2.235	7,39
45-49 anys	4.646	2.344	8,05	2.302	7,61
50-54 anys	4.590	2.326	7,99	2.264	7,49
55-59 anys	4.563	2.269	7,80	2.294	7,58
60-64 anys	3.948	1.882	6,47	2.066	6,83
65-69 anys	3.247	1.515	5,20	1.732	5,73
70-74 anys	2.871	1.335	4,59	1.536	5,08
75-79 anys	2.562	1.090	3,74	1.472	4,87
80-84 anys	1.787	696	2,39	1.091	3,61
85 anys i més	2.089	656	2,25	1.433	4,74

Taula del Gràfic 6. Piràmide poblacional del municipi d'Alcoi. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

Població per edat Castelló	Ambdós sexes	Homes		Dones	
	Valor absolut	Valor absolut	%	Valor absolut	%
TOTAL	174.264	84.319	48,39	89.945	51,61
0-4 anys	7.373	3.774	4,48	3.599	4,00
5-9 anys	8.683	4.510	5,35	4.173	4,64
10-14 anys	9.719	4.990	5,92	4.729	5,26
15-19 anys	9.218	4.735	5,62	4.483	4,98
20-24 anys	8.839	4.541	5,39	4.298	4,78
25-29 anys	9.163	4.570	5,42	4.593	5,11
30-34 anys	9.979	4.939	5,86	5.040	5,60
35-39 anys	12.062	5.833	6,92	6.229	6,93
40-44 anys	15.325	7.624	9,04	7.701	8,56
45-49 anys	14.855	7.414	8,79	7.441	8,27
50-54 anys	14.038	6.866	8,14	7.172	7,97
55-59 anys	12.035	5.807	6,89	6.228	6,92
60-64 anys	10.524	4.957	5,88	5.567	6,19
65-69 anys	8.939	4.068	4,82	4.871	5,42
70-74 anys	8.122	3.672	4,35	4.450	4,95
75-79 anys	6.107	2.601	3,08	3.506	3,90
80-84 anys	4.335	1.778	2,11	2.557	2,84
85 anys i més	4.948	1.640	1,94	3.308	3,68

Taula del Gràfic 7. Piràmide poblacional de la ciutat de Castelló. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

Població per edat Elx	Ambdós sexes	Homes		Dones	
	Valor absolut	Valor absolut	%	Valor absolut	%
TOTAL	234.765	116.386	49,58	118.379	50,42
0-4 anys	10.135	5.258	4,52	4.877	4,12
5-9 anys	12.605	6.372	5,47	6.233	5,27
10-14 anys	13.650	6.980	6,00	6.670	5,63
15-19 anys	12.495	6.417	5,51	6.078	5,13
20-24 anys	11.856	6.096	5,24	5.760	4,87
25-29 anys	12.891	6.648	5,71	6.243	5,27
30-34 anys	14.643	7.398	6,36	7.245	6,12
35-39 anys	17.723	8.952	7,69	8.771	7,41
40-44 anys	21.191	10.929	9,39	10.262	8,67
45-49 anys	19.618	9.956	8,55	9.662	8,16
50-54 anys	17.527	8.848	7,60	8.679	7,33
55-59 anys	16.139	7.909	6,80	8.230	6,95
60-64 anys	14.285	6.934	5,96	7.351	6,21
65-69 anys	11.807	5.654	4,86	6.153	5,20
70-74 anys	9.851	4.525	3,89	5.326	4,50
75-79 anys	7.599	3.366	2,89	4.233	3,58
80-84 anys	5.197	2.155	1,85	3.042	2,57
85 anys i més	5.553	1.989	1,71	3.564	3,01

Taula del Gràfic 8. Piràmide poblacional de la ciutat d'Elx. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020.
Elaboració pròpia.

Població per edat Gandia	Ambdós sexes	Homes		Dones	
	Valor absolut	Valor absolut	%	Valor absolut	%
TOTAL	75.798	37.242	49,13	38.556	50,87
0-4 anys	3.100	1.599	4,29	1.501	3,89
5-9 anys	3.728	1.919	5,15	1.809	4,69
10-14 anys	4.289	2.200	5,91	2.089	5,42
15-19 anys	4.171	2.120	5,69	2.051	5,32
20-24 anys	4.066	2.083	5,59	1.983	5,14
25-29 anys	4.129	2.104	5,65	2.025	5,25
30-34 anys	4.376	2.241	6,02	2.135	5,54
35-39 anys	5.348	2.754	7,39	2.594	6,73
40-44 anys	6.501	3.383	9,08	3.118	8,09
45-49 anys	6.407	3.308	8,88	3.099	8,04
50-54 anys	6.139	3.074	8,25	3.065	7,95
55-59 anys	5.324	2.559	6,87	2.765	7,17
60-64 anys	4.605	2.195	5,89	2.410	6,25
65-69 anys	3.732	1.739	4,67	1.993	5,17
70-74 anys	3.298	1.480	3,97	1.818	4,72
75-79 anys	2.761	1.175	3,16	1.586	4,11
80-84 anys	1.866	679	1,82	1.187	3,08
85 anys i més	1.958	630	1,69	1.328	3,44

Taula del Gràfic 9. Piràmide poblacional del municipi de Gandia. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

Població per edat València	Ambdós sexes	Homes		Dones	
	Valor absolut	Valor absolut	%	Valor absolut	%
TOTAL	800.215	380.293	47,52	419.922	52,48
0-4 anys	31.006	15.895	4,18	15.111	3,60
5-9 anys	35.480	18.189	4,78	17.291	4,12
10-14 anys	39.576	20.384	5,36	19.192	4,57
15-19 anys	39.013	19.945	5,24	19.068	4,54
20-24 anys	41.181	20.801	5,47	20.380	4,85
25-29 anys	45.856	22.858	6,01	22.998	5,48
30-34 anys	47.350	23.391	6,15	23.959	5,71
35-39 anys	54.873	27.090	7,12	27.783	6,62
40-44 anys	64.377	32.270	8,49	32.107	7,65
45-49 anys	63.877	31.640	8,32	32.237	7,68
50-54 anys	62.094	29.983	7,88	32.111	7,65
55-59 anys	57.113	26.811	7,05	30.302	7,22
60-64 anys	50.246	23.096	6,07	27.150	6,47
65-69 anys	43.913	19.229	5,06	24.684	5,88
70-74 anys	41.234	17.863	4,70	23.371	5,57
75-79 anys	33.207	13.755	3,62	19.452	4,63
80-84 anys	23.306	8.857	2,33	14.449	3,44
85 anys i més	26.513	8.236	2,17	18.277	4,35

Taula del Gràfic 10. Piràmide poblacional de la ciutat de València. Font: Dades del Padró a 1 de gener de 2020. Elaboració pròpia.

ANNEX 4: TAULES DELS GRÀFICS DE L'OBSERVACIÓ PARTICIPANT

	Absolut	%
Xicotet comerç	937	50,27
Mercat	404	21,67
Centre comercial	523	28,06
Total	1864	100,00

Taula vinculada Gràfic 11 Distribució percentual dels establiments observats segons la seua tipologia.

Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Xicotet comerç	% Xicotet comerç	Mercat	% Mercat	Centre comercial	% Centre Comercial	Total
Alacant	141	48,96	58	20,14	89	30,90	288
Alcoi	141	75,40	19	10,16	27	14,44	187
Castelló	100	49,50	56	27,72	46	22,77	202
Elx	194	65,76	32	10,85	69	23,39	295
Gandia	160	77,67	0	0,00	46	22,33	206
València	201	29,30	239	34,84	246	35,86	686
Total	937	50,27	404	21,67	523	28,06	1864

Taula vinculada Gràfic 12 Distribució percentual dels establiments observats per ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Absolut	%
Valencià	118	6,37
Castellà	1140	61,56
Anglès	518	27,97
Castellà i anglès	27	1,46
Valencià i anglès	1	0,05
Italià	30	1,62
Altres	18	0,97
Total	1852	100,00

Taula vinculada Gràfic 13 Distribució percentual de les botigues segons l'idioma del rètol. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

		Valencià	Castellà	Anglès	Castellà i anglès	Valencià i anglès	Italià	Altres	Total
Alacant	Absolut	6	192	70	7	0	7	5	287
	%	2,09	66,90	24,39	2,44	0,00	2,44	1,74	100,00
Alcoi	Absolut	18	114	45	4	0	3	2	186
	%	9,68	61,29	24,19	2,15	0,00	1,61	1,08	100,00
Castelló	Absolut	14	123	47	6	0	5	2	197
	%	7,11	62,44	23,86	3,05	0,00	2,54	1,02	100,00
Elx	Absolut	6	204	75	6	0	3	0	294
	%	2,04	69,39	25,51	2,04	0,00	1,02	0,00	100,00
Gandia	Absolut	23	112	65	1	0	5	0	206
	%	11,17	54,37	31,55	0,49	0,00	2,43	0,00	100,00
València	Absolut	51	395	216	3	1	7	9	682
	%	7,48	57,92	31,67	0,44	0,15	1,03	1,32	100,00
Total		150,08	1454,38	647,51	37,16	1,00	40,04	21,83	2352,00

Taula vinculada Gràfic 14 Distribució percentual de les botigues segons l'idioma del rètol i la ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Xicotet comerç		Mercat		Centre comercial		Total
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%	Total
Valencià	58	6,26	56	13,90	4	0,76	118
Castellà	591	63,82	341	84,62	208	39,77	1140
Anglès	232	25,05	4	0,99	282	53,92	518
Italià	13	1,40	0	0,00	17	3,25	30
Portuguès	3	0,32	0	0,00	1	0,19	4
Castellà i anglès	20	2,16	2	0,50	5	0,96	27
Altres	9	0,97	0	0,00	6	1,15	15
Total	926	100,00	403	100,00	523	100,00	1852

Taula vinculada Gràfic 15 Distribució percentual de les botigues segons l'idioma del rètol i tipus d'establiment. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Absolut	%
Valencià	19	1,53
Castellà	1092	87,99
Anglès	21	1,69
Castellà i anglès	75	6,04
Castellà i valencià	30	2,42
Altres	4	0,32
Total	1241	100,00

Taula vinculada Gràfic 16 Distribució percentual de les botigues segons la llengua que s'empra en l'aparador extern. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

		Valencià	Castellà	Anglès	Castellà i anglès	Castellà i valencià	Altres	Total
Alacant	Absolut	0	165	6	18	4	1	194
	%	0	85,05	3,09	9,28	2,06	0,52	100,00
Alcoi	Absolut	7	104	5	9	9	2	136
	%	5,15	76,47	3,68	6,62	6,62	1,47	100,00
Castelló	Absolut	0	129	4	11	2	0	146
	%	0,00	88,36	2,74	7,53	1,37	0,00	100,00
Elx	Absolut	1	229	3	10	2	0	245
	%	0,41	93,47	1,22	4,08	0,82	0,00	100,00
Gandia	Absolut	7	154	1	6	3	1	172
	%	4,07	89,53	0,58	3,49	1,74	0,58	100,00
València	Absolut	4	311	2	21	10	0	348
	%	1,15	89,37	0,57	6,03	2,87	0,00	100,00
Total		28,62	1524,88	32,31	106	42,60	6,56	1741

Taula vinculada Gràfic 17 Distribució percentual de les botigues segons la llengua que s'empra en l'aparador extern i ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Xicotet comerç		Mercat		Centre comercial		Total
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%	
Valencià	18	2,41	1	0,86	0	0,00	22,27
Castellà	651	87,15	111	95,69	330	87,30	1274,84
Anglès	10	1,34	0	0,00	11	2,91	22,34
Castellà i anglès	48	6,43	0	0,00	27	7,14	81,43
Castellà i valencià	16	2,14	4	3,45	10	2,65	35,59
Altres	4	0,54	0	0,00	0	0,00	4,54
Total	747	100,00	116	100,00	378	100,00	1441,00

Taula vinculada Gràfic 18 Distribució percentual de les botigues segons la llengua que s'empra en l'aparador extern i tipus d'establiment. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Absolut	%
Valencià	11	1,30
Castellà	830	97,88
Anglès	2	0,24
Castellà i anglès	1	0,12
castellà i valencià	4	0,47
Total	848	100,00

Taula vinculada Gràfic 19 Distribució percentual de les botigues segons la llengua emprada en “l’horari comercial”. Font: Dades recollides en l’observació participant. Elaboració pròpia.

	Absolut	%
Valencià	11	0,75
Castellà	1159	79,27
Anglès	14	0,96
Castellà i anglès	239	16,35
Castellà i valencià	30	2,05
Castellà, valencià i anglès	4	0,27
Altres	5	0,34
Total	1462	100,00

Taula vinculada Gràfic 20 Distribució percentual de les botigues segons la llengua de la carteleria interna. Font: Dades recollides en l’observació participant. Elaboració pròpia.

	Xicotet comerç		Mercat		Centre comercial		Total
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%	
Valencià	8	1,13	3	1,11	0	0	11
Castellà	605	85,09	250	92,25	304	63,73	1159
Anglès	6	0,84	18	6,64	8	1,68	32
Castellà i anglès	82	11,53	0	0,00	154	32,29	236
Castellà i valencià	7	0,98	0	0,00	5	1,05	12
Castellà, valencià i anglès	1	0,14	0	0,00	3	0,63	4
Altres	2	0,28	0	0,00	3	0,63	5
Total	711	100,00	271	100,00	477	100,00	1459

Taula vinculada Gràfic 21 Distribució percentual de les botigues segons la llengua de la carteleria interna i el tipus de comerç. Font: Dades recollides en l’observació participant. Elaboració pròpia.

	Absolut	%
Valencià	1	0,22
Castellà	15	3,37
Castellà i anglès	8	1,80
Valencià i anglès	1	0,22
Castellà i valencià	401	90,11
Castellà, valencià i anglès	17	3,82
Altres llengües	2	0,45
Total	445	100,00

Taula vinculada Gràfic 22 Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el full de reclamacions. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Absolut	%
Castellà	43	89,58
Castellà i anglès	5	10,42
Total	48	100,00

Taula vinculada Gràfic 23 Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el full de "canvis i devolucions". Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

		Valencià	Castellà	Total
Alacant	Absolut	0	111	111
	%	0	100	100
Alcoi	Absolut	15	28	43
	%	34,88	65,12	100,00
Castelló	Absolut	9	61	70
	%	12,86	87,14	100,00
Elx	Absolut	5	109	114
	%	4,39	95,61	100,00
Gandia	Absolut	18	58	76
	%	23,68	76,32	100,00
València	Absolut	14	197	211
	%	6,64	93,36	100,00
Total		136,81	988,19	1125,00

Taula vinculada Gràfic 24 Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla entre els treballadors/es i la ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

		Valencià	Castellà	Total
Xicotet comerç	Absolut	35	226	261
	%	13,41	86,59	100,00
Mercat	Absolut	22	98	120
	%	18,33	81,67	100,00
Centre comercial	Absolut	4	240	244
	%	1,64	98,36	100,00
Total		92,74	732,26	825,00

Taula vinculada Gràfic 25 Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla entre els treballadors/es i tipus de comerç. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Absolut	%
Valencià	78	9,06
Castellà	701	81,42
Castellà i valencià	81	9,41
Anglès	1	0,12
Total	861	100,00

Taula vinculada Gràfic 26 Distribució percentual dels treballadors i treballadores segons la llengua emprada en el tracte amb els clients. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

		Valencià	Castellà	Castellà i valencià	Anglès	Total
Xicotet comerç	Absolut	40	277	44	1	362
	%	11,05	76,52	12,15	0,28	100,00
Mercat	Absolut	32	154	21	0	207
	%	15,46	74,40	10,14	0,00	100,00
Centre comercial	Absolut	6	270	16	0	292
	%	2,05	92,47	5,48	0,00	100,00
Total		78	701	81	1	861

Taula vinculada Gràfic 27 Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la llengua que es parla en el tracte amb la clientela i tipus de comerç. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Absolut	%
Valencià	304	17,60
Castellà	1423	82,40
Total	1727	100,00

Taula vinculada Gràfic 28 Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el primer contacte "intencionat". Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

		Valencià	Castellà	Total
Alacant	Absolut	28	232	260
	%	10,77	89,23	100,00
Alcoi	Absolut	98	83	181
	%	54,14	45,86	100,00
Castelló	Absolut	76	93	169
	%	44,97	55,03	100,00
Elx	Absolut	12	253	265
	%	4,53	95,47	100,00
Gandia	Absolut	42	158	200
	%	21	79	100
València	Absolut	48	604	652
	%	7,36	92,64	100,00
Total		439,41	1787,59	2227,00

Taula vinculada Gràfic 29 Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el primer contacte "intencionat" i la ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Xicotet comerç		Mercat		Centre comercial		total
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%	
Valencià	165	19,88	83	21,84	56	10,83	345,72
Castellà	665	80,12	297	78,16	461	89,17	1581,28
Total	830	100,00	380	100,00	517	100,00	1927,00

Taula vinculada Gràfic 30 Distribució percentual de les botigues segons la o les llengües emprades en el primer contacte "intencionat" i el tipus de comerç. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

		Sí	No	Total
Alacant	Absolut	221	40	261
	%	84,67	15,33	100,00
Alcoi	Absolut	173	7	180
	%	96,11	3,89	100,00
Castelló	Absolut	153	14	167
	%	91,62	8,38	100,00
Elx	Absolut	212	44	256
	%	82,81	17,19	100,00
Gandia	Absolut	151	8	159
	%	94,97	5,03	100,00
València	Absolut	556	52	608
	%	91,45	8,55	100,00
Total		1916,18	214,82	2131,00

Taula vinculada Gràfic 31 Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la seua competència en valencià i la ciutat. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

	Xicotet comerç		Mercat		Centre comercial		Total
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%	
Sí	679	86,72	315	92,65	472	92,91	1645,36
No	104	13,28	25	7,35	36	7,09	185,64
Total	783	100,00	340	100,00	508	100,00	1831,00

Taula vinculada Gràfic 32 Distribució percentual dels treballadors i treballadores observats segons la seua competència en valencià i tipus de comerç. Font: Dades recollides en l'observació participant. Elaboració pròpia.

ANNEX 5: TAULES GRÀFICS QÜESTIONARI

	Absolut	%
Dona	676	60,7%
Home	416	37,3%
No respon	14	1,3%
Altra	8	0,7%
Total	1114	100,00%

Taula Gràfic 35: Distribució percentual de la mostra segons sexe. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Entre 10 i 20	85	7,63%
Entre 20 i 30	227	20,38%
Entre 30 i 40	160	14,36%
Entre 50 i 60	201	18,04%
Entre 60 i 70	200	17,95%
Entre 70 i 80	182	16,34%
Més de 80	5	0,45%
No vol donar resposta	54	4,85%
Total	1114	100%

Taula Gràfic 36: Distribució percentual de la mostra segons grup d'edat. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Edat	Absolut	%
Espanyola	1042	93,5%
No respon	10	0,9%
Altra	62	5,6%
Total	1114	100,0%

Taula Gràfic 37: Distribució percentual de la mostra segons nacionalitat. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	Percentatge
Sense estudis	2	0,18%
Estudis primaris	114	10,23%
Estudis Secundaris Obligatoris (ESO)	69	6,19%
Estudis Secundaris Post obligatoris	69	6,19%
Cicle Formatiu grau Mitjà	88	7,90%
Cicle Formatiu grau Superior	121	10,86%
Estudis Universitaris	386	34,65%
Màster universitari	162	14,54%
Doctorat	53	4,76%
Altres (específiques)	33	2,96%
No respon	17	1,53%
Total	1114	100,00%

Taula Gràfic 38: Distribució percentual de la mostra segons nivell educatiu assolit. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Estudiant	124	11,13%
Treballa	571	51,26%
Treballa i estudie	123	11,04%
Aturat/aturada	84	7,54%
Jubilat/da o pensionista	179	16,07%
Altra	26	2,33%
No respon	7	0,63%
Total	1114	100,00%

Taula Gràfic 39: Distribució percentual de la mostra segons la situació laboral. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Espanyol/a	136	12,21%
Més espanyol/a que valencià/na	31	2,78%
Igual d'espanyol/a i valencià/na	439	39,41%
Més valencià/na que espanyol/a	198	17,77%
Valencià/na	235	21,10%
No ho sé	36	3,23%
Preferisc no contestar	39	3,50%
Total	1114	100,00%

Distribució de la mostra segons la situació laboral. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

Taula Gràfic 40: Distribució percentual de la mostra segons sentiment identitari. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Castellà	381	34,2%
Valencià	644	57,8%
Altra	50	4,5%
No respon	39	3,5%
Total	1114	100,0%

Taula Gràfic 41: Distribució percentual de la mostra segons la llengua habitual. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Castellà	%	Valencià	%	Total
Entre 10 i 20	30	36,59%	15	63,41%	52
Entre 20 i 30	101	47,64%	51	52,36%	111
Entre 30 i 40	58	40,28%	44	59,72%	86
Entre 50 i 60	69	37,91%	54	62,09%	113
Entre 60 i 70	58	31,87%	38	68,13%	124
Entre 70 i 80	41	24,40%	44	75,60%	127
Més de 80	3	60,00%		40,00%	2
No vol donar resposta	21	42,00%	11	58,00%	29

Taula Gràfic 42: Distribució percentual de la mostra segons la llengua habitual i l'edat. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Castellà	%	Valencià	%	Total
Espanyol/a	99	76,74%	30	23,26%	129
Més espanyol/a que valencià/na	24	82,76%	5	17,24%	29
Igual d'espanyol/a i valencià/na	175	43,53%	227	56,47%	402
Més valencià/na que espanyol/a	35	19,13%	148	80,87%	183
Valencià/na	17	7,46%	211	92,54%	228
No ho sé	19	70,37%	8	29,63%	27

Taula Gràfic 43: Distribució percentual de la mostra segons llengua habitual i identificació. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

		Absolut	%
Entén vostè el valencià?	Perfectament	922	86,33
	Bastant bé	112	10,49
	Un poc	31	2,90
	Gens	3	0,28
	Total	1068	100,00
Sap parlar en valencià?	Perfectament	710	66,17
	Bastant bé	226	21,06
	Un poc	107	9,97
	Gens	30	2,80
	Total	1073	100,00
Sap llegir en valencià?	Perfectament	801	74,58
	Bastant bé	190	17,69
	Un poc	71	6,61
	Gens	12	1,12
	Total	1074	100,00
Sap escriure en valencià?	Perfectament	462	43,18
	Bastant bé	383	35,79
	Un poc	158	14,77
	Gens	67	6,26
	Total	1070	100,00

Taula Gràfic 44: Distribució percentual segons el grau de competència lingüística en valencià. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Sí	546	49,0%
No	511	45,9%
No respon	57	5,1%
Total	1114	100%

Taula Gràfic 45: Distribució percentual de la mostra de les persones enquestades amb possessió de certificat oficial de competència lingüística. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	A casa		Amistats		Feina		Veïnat		Amb algú que no coneix	
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%
Sempre en castellà	216	19,39	162	14,54	162	14,54	199	17,86	225	20,20
Generalment en castellà	79	7,09	94	8,44	86	7,72	90	8,08	135	12,12
Més en castellà que en valencià	67	6,01	85	7,63	107	9,61	90	8,08	145	13,02
Indistintament	76	6,82	139	12,48	164	14,72	134	12,03	168	15,08
Més en valencià que en castellà	49	4,40	80	7,18	70	6,28	73	6,55	65	5,83
Generalment en valencià	96	8,62	242	21,72	198	17,77	184	16,52	210	18,85
Sempre en valencià	484	43,45	265	23,79	244	21,90	295	26,48	119	10,68
Altra llengua	9	0,81	1	0,09	7	0,63	2	0,18	1	0,09
No respon	38	3,41	46	4,13	76	6,82	47	4,22	46	4,13
Total	1114	100,00	1114	100,00	1114	100,00	1114	100,00	1114	100,00

Taula Gràfic 46: Distribució percentual de la llengua que parla a casa, amb les amistats, a la feina, amb el veïnat i amb un desconegut. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	A la Generalitat Valenciana		Administració local		Personal mèdic	
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%
Sempre en castellà	182	16,34	182	16,34	225	20,20
Generalment en castellà	86	7,72	69	6,19	127	11,40
Més en castellà que en valencià	73	6,55	51	4,58	122	10,95
Indistintament	96	8,62	90	8,08	155	13,91
Més en valencià que en castellà	51	4,58	58	5,21	49	4,40
Generalment en valencià	177	15,89	184	16,52	190	17,06
Sempre en valencià	399	35,82	426	38,24	197	17,68
Altra llengua	1	0,09	0	0,00	1	0,09
No respon	49	4,40	54	4,85	48	4,31
Total	1114	100,00	1114	100,00	1114	100,00

Taula Gràfic 47: Distribució percentual de la llengua que parla a l'Administració l'àmbit sanitari. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Fanquícies		Xicotet comerç		Mercat Municipal		Supermercats		Centre comercial	
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%
Sempre en castellà	285	25,58	187	16,79	185	16,61	221	19,84	248	22,26
Generalment en castellà	147	13,20	79	7,09	72	6,46	111	9,96	135	12,12
Més en castellà que en valencià	143	12,84	61	5,48	51	4,58	92	8,26	136	12,21
Indistintament	119	10,68	137	12,30	133	11,94	131	11,76	141	12,66
Més en valencià que en castellà	42	3,77	87	7,81	74	6,64	61	5,48	43	3,86
Generalment en valencià	156	14,00	189	16,97	182	16,34	182	16,34	179	16,07
Sempre en valencià	164	14,72	321	28,82	353	31,69	266	23,88	179	16,07
Altra llengua	1	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	2	0,18
No respon	57	5,12	52	4,67	63	5,66	49	4,40	51	4,58
Total	1114	100,00	1114	100,00	1114	100,00	1114	100,00	1114	100,00

Taula Gràfic 48: Distribució percentual de la llengua que parla en l'àmbit socioeconòmic. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Rètol principal	Aparadors externs	Informació institucional interna	Cartells zonificació	Noms a les prestatgeries	Etiquetatge dels productes	Bulletins comercials	Publicitat del comerç	Publicitat de productes i marques	Atenció del personal
Sempre en castellà	55	58	58	40	86	139	105	99	129	61
Generalment en castellà	147	157	144	140	205	274	228	232	259	176
Més en castellà que en valencià	231	238	221	220	251	233	206	226	227	181
Indistintament	196	197	201	210	159	112	155	146	124	194
Més en valencià que en castellà	63	61	57	61	36	17	26	37	17	67
Generalment en valencià	89	78	54	84	43	24	33	38	24	101
Sempre en valencià	24	18	18	17	11	10	15	15	12	25
En castellà i en valencià	29	24	69	70	49	35	43	41	34	32
Altra llengua	2	1	3	1	2	2	3	2	3	2
No sap	18	20	30	12	14	9	41	20	23	11
No respon	260	262	259	259	258	259	259	258	262	264
Total	1723	1724	1666	1676	1746	1811	1727	1761	1782	1725

Taula Gràfic 49 i 51: Distribució percentual segons la llengua que l'enquestat observa als comerços habituals. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Rètol principal	Aparadors externs	Informació institucional interna	Cartells zonificació	Noms a les prestatgeries	Etiquetatge dels productes	Bulletins comercials	Publicitat del comerç	Publicitat de productes i marques	Atenció del personal
Sempre en castellà	39	39	35	36	37	47	38	39	43	31
Generalment en castellà	36	36	29	33	41	40	35	36	38	28
Més en castellà que en valencià	25	24	24	22	27	40	27	26	35	22
Indistintament	226	215	215	198	205	216	220	222	217	225
Més en valencià que en castellà	84	84	75	82	72	69	73	80	79	82
Generalment en valencià	110	112	91	97	100	88	90	94	87	116
Sempre en valencià	182	181	141	168	151	134	140	147	145	152
En castellà i en valencià	137	150	235	206	205	201	214	196	196	186
Altra llengua	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2
No sap	10	7	7	7	10	11	12	8	8	6
No respon	262	263	260	262	264	265	263	264	264	264
Total	1114	1114	1114	1114	1114	1114	1114	1114	1114	1114

Taula Gràfic 50 i 52: Distribució percentual segons la llengua que li agradaria a l'enquestat observar als comerços habituals. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
En castellà	77	6,9%
Indiferent	359	32,2%
En valencià	255	22,9%
En la llengua que jo li parle	369	33,1%
No respon	48	4,3%
No sap	6	0,5%
Total	1114	100%

Taula Gràfic 53: Distribució percentual de la mostra segons la llengua amb la qual pensen les persones enquestades que ha de comunicar-se el personal de la botiga. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Castellà	771	69,2%
Indistintament	87	7,8%
Valencià	212	19,0%
No sap	1	0,1%
No respon	43	3,9%
Total	1114	100%

Taula Gràfic 54: Distribució percentual de la mostra de la llengua parlada si escolta parlar en castellà al personal de la botiga. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Castellà	163	14,6%
Indistintament	48	4,3%
Valencià	855	76,8%
No respon	42	3,8%
No sap	6	0,5%
Total	1114	100,0%

Taula Gràfic 55: Distribució percentual de la mostra de la llengua parlada si escolta parlar en valencià al personal de la botiga. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Totalment en desacord	11	1,0%
En desacord	18	1,6%
Indiferent	80	7,2%
D'acord	244	21,9%
Totalment d'acord	474	42,5%
No respon	272	24,4%
No sap	15	1,3%
Total	1114	100,0%

Taula Gràfic 56: Distribució percentual de la mostra segons el grau d'acord amb que "el fet que el personal del comerç s'adeqüe a la mateixa llengua que li he parlat ho considere qualitat de servei". Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Necessitat percebuda botiguers compreguen valencià		Necessitat percebuda botiguers compreguen castellà		Necessitat percebuda botiguers compreguen anglès	
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%
Molt	412	36,98	403	36,18	68	6,10
Bastant	251	22,53	270	24,24	228	20,47
Mitjanament	124	11,13	111	9,96	279	25,04
Poc	33	2,96	24	2,15	165	14,81
Gens	16	1,44	19	1,71	79	7,09
No sap	12	1,08	16	1,44	29	2,60
No respon	266	23,88	271	24,33	266	23,88
Total	1114	100,00	1114	100,00	1114	100,00

Taula Gràfic 57: Distribució percentual segons la necessitat percebuda que el personal de les botigues comprega el valencià, castellà i/o anglès. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Necessitat percebuda botiguers compreguen valencià		Necessitat percebuda botiguers compreguen castellà		Necessitat percebuda botiguers compreguen anglès	
	Absolut	%	Absolut	%	Absolut	%
Molt	412	36,98	403	36,18	68	6,10
Bastant	251	22,53	270	24,24	228	20,47
Mitjanament	124	11,13	111	9,96	279	25,04
Poc	33	2,96	24	2,15	165	14,81
Gens	16	1,44	19	1,71	79	7,09
No sap	12	1,08	16	1,44	29	2,60
No respon	266	23,88	271	24,33	266	23,88
Total	1114	100,00	1114	100,00	1114	100,00

Gràfic 58: Distribució percentual segons la necessitat percebuda que el personal de les botigues parle el valencià, castellà i/o anglès. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Preferència per aquells establiments amb atenció en castellà		Preferència per aquells establiments amb atenció en valencià	
	Absolut	%	Absolut	%
Sí	37	3,32	355	31,87
Indiferent	423	37,97	358	32,14
No	600	53,86	354	31,78

No sap/No respon	54	4,85	47	4,22
Total	1114	100,00	1114	100,00

Taula Gràfic 59: Distribució percentual segons la preferència per establiments en castellà i/o en valencià. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Manca de competència lingüística del personal de les botigues	72	6,46%
Per una qüestió de prestigi i estatus del castellà enfront del valencià	137	12,30%
Perquè amb gent desconeguda es parla principalment en castellà per educació	45	4,04%
Perquè amb gent desconeguda es parla principalment en castellà per si no entén el valencià	156	14,00%
Perquè és una elecció personal i la gent tria més el castellà	81	7,27%
Perquè hi ha més gent que parla castellà que valencià en la societat valenciana	141	12,66%
Perquè pertany a l'àmbit privat (empreses i comerços) i ells trien la llengua del seu negoci	138	12,39%
Altres (especifiqueu)	51	4,58%
No respon	293	26,30%
Total	1114	100,00%

Taula Gràfic 60: Distribució percentual de la mostra segons quin pensa que és el principal motiu de la major presència del castellà en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Molt alta	11	0,99%
Alta	42	3,77%
Mitjana	130	11,67%
Baixa	282	25,31%
Molt baixa	357	32,05%
No respon	269	24,15%
No sap	23	2,06%
Total	1114	100,00%

Taula Gràfic 61: Distribució percentual de la mostra segons el grau de la presència del valencià en la publicitat de marques i productes. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Augmentaria la presència del valencià	592	53,1%
Es mantindria igual	164	14,7%
Es reduiria la presència del valencià	3	0,3%
No respon	274	24,6%
No sap	81	7,3%
Total	1114	100,0%

Taula Gràfic 62: Distribució percentual de la mostra segons la seua percepció del impacte del valencià a la publicitat dels productes (augment, manteniment i disminució de la presència del valencià). Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Sí	665	59,7%
Indiferent	114	10,2%
No	60	5,4%
No respon	262	23,5%
No sap	13	1,2%
Total	1114	100,0%

Taula Gràfic 63: Distribució percentual de la mostra segons la percepció que s'hauria de potenciar el valencià en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Per atendre en la llengua en què parle la clientela	50	6,69
Per facilitar la comunicació entre parlants de llengua valenciana	46	6,16
Per garantir els drets lingüístics dels valencianoparlants	285	38,15
Perquè el valencià és una llengua oficial i ha d'estar present	216	28,92
Perquè és la nostra llengua	125	16,73
Altres (especifiqueu)	25	3,35
Total	747	100,00

Taula Gràfic 64: Distribució percentual de la mostra segons els motius pels què pensa que s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Augmentaria la discriminació entre els treballadors amb competència lingüística en valencià, castellana o bilingüe.	17	6,18
El valencià té menys prestigi que el castellà.	10	3,64
Les empreses han de tindre llibertat per a triar els criteris lingüístics al seu establiment.	112	40,73
No és necessari, tots entenen el castellà.	39	14,18
Problemes en la comprensió dels castellanoparlants	61	22,18
Seria imposar el valencià a les empreses i a la ciutadania	22	8,00
Altres (especifiqueu)	14	5,09
Total	275	100,00

Taula Gràfic 65: Distribució percentual de la mostra segons els motius pels que pensa que no s'ha de fomentar el valencià en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Subvenció: Rètol valencià	Subvenció: Incorporació integral del valencià	Cursos en línia gratuïts als comerços	Vocabularis específics del comerç	Assessoria lingüística gratuïta	Fomentar campanyes en valencià	Impulsar campanyes de foment del comerç des dels ajuntaments
Totalment d'acord	275	306	441	344	396	414	428
D'acord	217	215	265	264	257	226	231
Indiferent	113	103	71	125	88	106	90
En desacord	120	104	18	34	32	30	30
Totalment en desacord	66	69	15	20	25	29	24
No sap	23	18	10	28	17	10	13
No respon	300	299	294	299	299	299	298
Total	1114	1114	1114	1114	1114	1114	1114

Taula Gràfic 66: Distribució percentual segons el grau d'acord amb les mesures de promoció del valencià en l'àmbit comercial. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Més	619	55,6%
Igual	134	12,0%
Menys	27	2,4%
No respon	296	26,6%
No sap	38	3,4%
Total	1114	100,0%

Taula Gràfic 67: Distribució percentual de la mostra segons la percepció de la millora, manteniment o empitjorament de la presència del valencià en l'àmbit comercial d'ací 5 anys. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

	Absolut	%
Més	619	55,6%
Igual	134	12,0%
Menys	27	2,4%
No respon	296	26,6%
No sap	38	3,4%
Total	1114	100,0%

Taula Gràfic 68: Distribució percentual de la mostra segons la presència desitjada del valencià en la societat valenciana d'ací 5 anys. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'enquesta.

