
El paisatge lingüístic comercial valencià en perill: avançat procés de substitució lingüística i invisibilitat del conflicte lingüístic

YAIZA PÉREZ ALONSO

Universitat de València

yaiza.perez@uv.es

RESUM

La situació sociolingüística valenciana està caracteritzada pel conflicte lingüístic i la diglòssia, amb una posició hegemònica del castellà i una subordinació del valencià que provoca una diversificació de les funcions i dels àmbits d'ús, i l'adscripció de cada varietat a un estatus sociocultural específic. La finalitat de l'article és conèixer la situació del valencià en l'àmbit comercial i descriure els paisatges lingüístics comercials. L'aproximació es fa amb la combinació de metodologia quantitativa i qualitativa, concretament, d'una enquesta sobre la percepció social de la presència i de l'ús del valencià i d'observació participant en espais comercials (xicotet comerç, mercat i centres comercials) en sis ciutats valencianes. Entre els resultats destaca una castellanització profunda del paisatge lingüístic comercial i l'existència de múltiples paisatges lingüístics arreu del territori. A més, s'analitzen les convergències i divergències entre els resultats de la percepció social de la presència i de l'ús del valencià i l'observació participant en els espais comercials.

1. Introducció

El context sociolingüístic al País Valencià està definit per una situació de conflicte tal com Rafael Ninyoles va diagnosticar fa més de mig segle (Ninyoles, 2017). Aquest conflicte va més enllà de la llengua i travessa els àmbits polítics, econòmics, socials i culturals. La llengua és simultàniament un instrument per a la comunicació dins d'una comunitat, un instrument de poder que defineix la realitat en línia amb el règim de la veritat instaurat (Foucault, 1980), un element de definició política de caire nacional i identitari, un patrimoni col·lectiu arrelat al territori i indisociable de la(es) identitat(s) i també és una construcció sociocultural dinàmica amb espais de transformacions successives en el seu ús i valoració social. Aleshores, quan es parla de la presència i de l'ús d'una llengua en un determinat àmbit d'ús, en aquest cas el comercial, cal tindre en compte que es parla de llengua, però també de política, economia, societat i cultura.

En el cas valencià, la realitat sociolingüística es defineix per una relació asimètrica i jeràrquica entre el castellà i el valencià, una situació de diglòssia. En altres paraules, una posició hegemònica del castellà i una subordinació del valencià. Aquesta situació lingüística, la diglòssia, afavoreix (i restringeix) l'ús de la llengua hegemònica en els àmbits d'ús formals i públics (àmbits socioeconòmics, professionals o comercials, entre altres) i l'ús de la llengua subordinada en els àmbits d'ús no formals i privats (família, veïnat i amistats, entre altres). 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]» (1997: 80). Aquesta jerarquitització i desequilibri de les llengües es materialitza en la desigualtat lingüística, social, econòmica i política dels parlants.

La finalitat del present article és apropar-nos a la situació del valencià en l'àmbit comercial, per una banda, des de la percepció social de la presència i de l'ús del valencià en aquest àmbit d'interacció quotidiana, i, per l'altra, des de l'observació participant en espais comercials (xicotet comerç, mercats i centres comercials). En definitiva, fer un estudi del paisatge lingüístic comercial valencià des de la perspectiva èmic i ètic per conèixer la presència de diverses llengües en un mateix territori (Sciriha i Vassallo, 2001; Kreslins, 2003) i «per mesurar la vitalitat de la llengua i la seua coordinació amb la política lingüística» (Pons, 2012: 57).

Els objectius d'aquest article són conèixer la percepció social de la presència i de l'ús del valencià en l'àmbit comercial; analitzar el paisatge lingüístic comercial en el territori valencià, i identificar les convergències i divergències entre les percepcions socials i l'observació científica.

En l'àmbit metodològic i per tal de donar resposta als objectius plantejats cal especificar que s'ha realitzat un estudi amb una articulació metodològica quantitativa i qualitativa, concretament, una enquesta al públic en general i l'observació participant als espais comercials. Per una banda, en l'enquesta han participat 1.114 persones que resideixen en territori de predomini lin-

güístic valencià; el marge d'error assumit és de $\pm 3\%$, per a un nivell de confiança del 95,5%. La modalitat d'administració ha sigut en línia i autoemplenada. Per l'altra, s'ha fet observació participant en un total de 1.856 botigues. L'observació s'ha dut a terme en tres escenaris distints segons el tipus d'establiment (xicotet comerç, mercat municipal i centre comercial) i en sis ciutats classificades dins de la zona de predomini lingüístic valencià (Alacant, Alcoi, Castelló, Elx, Gandia i València). En cadascuna de les botigues s'ha fet una observació sistemàtica del paisatge lingüístic visual (la llengua emprada en la retolació, en la cartelleria interna i en els cartells amb informació institucional) i del paisatge lingüístic sonor (llengua emprada entre els treballadors i llengua emprada pel personal de la botiga en una conversa provocada en valencià).

Aquest article s'estructura en sis punts. En el primer s'exposa la finalitat i els objectius de l'article, així com les notes metodològiques de les dades que es recullen al llarg del text. El segon se centra en l'anàlisi del reconeixement dels drets lingüístics i les polítiques lingüístiques en l'àmbit comercial valencià. En el tercer s'exposa la percepció social de la presència i de l'ús del valencià. En el quart s'esbossa el paisatge lingüístic comercial valencià, per tipus d'establiment i per territori. En el cinquè s'analitzen les convergències i divergències entre la percepció social i els paisatges comercials observats. I, finalment, en el sisè punt s'exposen les conclusions del present article.

2. conflicte, diglòssia, drets i polítiques lingüístiques en l'àmbit comercial

La situació de diglòssia al País Valencià està legitimada en un determinat ordre social i polític instaurat al si de la societat. El sotmetiment del valencià té el suport del règim hegemònic instaurat i regulat sota el paraigua 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, de manera que s'atorga a les llengües diferents significats i prestigi social. En el següent fragment, Joan Francesc Mira reflexiona sobre la realitat de 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 estrangera, 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)

Si es trasllada aquesta reflexió a l'àmbit valencià, la llengua autòctona és el valencià, mentre que el castellà és la llengua que disposa d'una posició de superioritat (com a resultat d'una imposició). Com argumenta Mira, la població valenciana no és bilingüe ni d'origen ni en la pràctica (no totes les persones residents al territori valencià coneixen i fan ús d'ambdues llengües), sols són bilingües els valencianoparlants. Una persona castellanoparlant pot desenvolupar la seua vida plenament en castellà sense haver de canviar de llengua, però un valencianoparlant avui no disposa d'eixa situació privilegiada.

No sols Mira, sinó també altres sociolingüistes catalans, com Boix-Fuster i Vila Moreno (1998), rebutgen l'ús del concepte de bilingüisme per considerar-lo un aforisme que intenta soterrar o emascarar una situació política i estructural molt més complexa, des d'una visió naïf, acrítica i aproblemàtica que se centra en el consens com a paraigua de l'estabilitat però es converteix clarament en una situació 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, 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, 1998: 94)

La diglòssia comporta una subordinació lingüística i social del valencià i es veu materialitzada en el conflicte lingüístic valencià, que esdevé un conflicte sociopolític de llarga duració. A més, com hem vist, la diglòssia reposa en la fal·làcia del bilingüisme social (Ninyoles, 2017), quan el fet de ser bilingüe és un tret que només té una part dels valencians, els valencianoparlants. 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». Per a Ninyoles, «el conflicte —més enllà de les inquietuds personals— és d'interès públic» (2017: 30) i, per tant, un problema col·lectiu. El conflicte lingüístic, com ja s'ha dit, supera el camp lingüístic i es converteix en un conflicte sociopolític vinculat a la llengua. Una llengua instrumentalitzada políticament tant per la dreta (blaverisme) com per l'esquerra valenciana (valencianitat fusteriana), ambdues posicions amb fins de definició identitària del poble valencià (Flor, 2013). La normalització del conflicte sociopolític vinculat a la llengua fa que el conflicte lingüístic esdevingui habitual i alhora invisibiliza el valencià i la resolució del conflicte. Part de l'èxit de la normalització del conflicte sociopolític per part de la dreta ha estat en la política secessionista, que confrontava primer la defensa de la supremacia del castellà enfront del valencià i que evolucionà amb l'oposició entre el valencià i el català com a llengües diferents.

La resolució del conflicte, segons Ninyoles, sols té dues vies: la normalització del valencià o la substitució lingüística pel 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).

Els paisatges lingüístics comercials presenten un procés de substitució lingüística avançat (Pérez, 2021). Però enfront d'aquest panorama descoratjador, es pot aspirar a un bilingüisme diglòssic estable amb la situació en la qual es troba l'àmbit comercial valencià? Malgrat la castellanització del paisatge lingüístic comercial, la situació del valencià podria revertir-se amb la garantia i el compliment dels drets lingüístics que ja hi són reconeguts i amb una política lingüística eficaç orientada a fomentar l'ús del valencià en l'àmbit comercial.

2.1. Reconeixement internacional dels drets lingüístics

En la Declaració Universal dels Drets Humans, en 1948, s'enceta el camí cap al reconeixement dels drets lingüístics de les persones i de les seues comunitats lingüístiques. Però fins l'última dècada del segle XX no agafen protagonisme en l'agenda política internacional els assumptes lingüístics. En 1992 es va fer la Declaració sobre els Drets de les Persones Pertanyents a Minories Nacionals o Ètniques, Religioses i Lingüístiques per l'Organització de les Nacions Unides, i ja en 1996 va veure la llum la Declaració Universal dels Drets Lingüístics de la UNESCO, que és el document de referència que funciona encara hui com a marc d'actuació en matèria lingüística.

La Declaració Universal dels Drets Lingüístics no deixa de ser un ambiciós paraigua 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, la dita 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 avui dia. 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 declaració es detallen els drets col·lectius 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 en la llengua pròpia. Però a més s'inclouen cinc articles específics sobre l'àmbit socioeconòmic (de l'article 47 al 52), en els quals es reconeixen els drets per a desenvolupar qualsevol activitat socioeconòmica en la llengua pròpia

en establiments comercials i entitats privades, així com informar-se, disposar de documents necessaris, tramitar qualsevol documentació, disposar d'espais amb senyalització en la llengua pròpia, entre altres. Tot i estar reconeguts aquests drets, en la pràctica no trobem manera de garantir-los i s'observa una vulneració constant en l'àmbit comercial.

TAULA 1
Selecció d'articles de la Declaració Universal dels Drets Lingüístics (ONU,1996)

Drets col·lectius	• El dret a ser atesos en els organismes oficials i en les relacions socioeconòmiques.
Article 47	• Dret a establir l'ús de la llengua pròpia en totes les activitats socioeconòmiques dins del seu territori. • Dret a disposar en la pròpia llengua de tots els recursos que es necessita per a desenvolupar l'activitat professional (documents i llibres de consulta, instruccions, formularis, programes informàtics, entre altres).
Article 48	• Dret a utilitzar la llengua pròpia en les transaccions econòmiques de tot tipus amb garantia jurídica i disposar dels documents necessaris en aquesta mateixa llengua (rebuts, xecs, factures, etc.).
Article 50	• Dret a una presència predominant de la llengua en la publicitat, retolació, senyalització i en el conjunt d'imatges del país.
Article 51	• Dret a utilitzar la llengua pròpia en les relacions amb empreses, establiments comercials i entitats privades i ser atès en aquesta llengua.
Article 52	• Dret a exercir les activitats laborals o professionals en la llengua pròpia.

FONT: Elaboració pròpia, a partir d'https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals389.pdf.

El mateix problema que hem destacat en la Declaració Universal dels Drets Lingüístics podem observar-lo en la Carta Europea de les Llengües Regionals o Minoritàries (aprovada en 1992, però ratificada a Espanya en 2001). Hi ha un reconeixement dels drets lingüístics, però no s'activen mecanismes vinculants per als estats membres que impliquen la regulació i la legislació de les llengües. En la part III de la carta es desenvolupa una llista de mesures a favor de l'ús de les «llengües regionals o minoritàries» en la vida pública, que han d'adoptar els estats que ratifiquen la carta segons els compromisos adquirits. Les mesures se centren a garantir els següents punts: l'ensenyament; l'accés en la seua llengua als òrgans de l'administració (justícia i als serveis públics); l'impuls de la llengua regional o minoritària en els mitjans de comunicació (amb autonomia i independència d'aquests mitjans); 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 acabar, l'afavoriment dels intercanvis transfronterers. Pel que fa a l'àmbit comercial destaca l'article 13.2, on es descriuen les mesures vinculades a l'activitat eco-

nòmica i social. Les mesures orientades a l'àmbit socioeconòmic estan limitades a crear documentació en la «llengua minoritària» que permeta tant la sol·licitud, el tràmit i la informació relativa a les accions econòmiques com la promoció de l'ús de la llengua en aquest sector. Tot i que aquesta carta assenta 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, i es deixa 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.

A l'Estat espanyol, concretament a la Constitució de 1978, es reconeix la diversitat lingüística, però es tracta les llengües amb desigualtat, així com els seus parlants. Part de la desigualtat radica en la territorialitat de les llengües, com 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.

La carta magna deixa en mans de cada autonomia el reconeixement i la definició de les funcions de la llengua cooficial. En el cas del País Valencià, la regulació es fa mitjançant l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana¹ (Llei orgànica 5/1982, d'1 de juliol).² En aquest marc legal es reconeix al valencià la condició de llengua oficial i l'obligatorietat de l'Administració valenciana de garantir l'ús normal i oficial d'ambdues llengües, adoptar les mesures necessàries per assegurar-ne el coneixement, atorgar protecció i respecte especial a la recuperació del valencià i evitar la discriminació per raó de la llengua.

2.2. Sense una política lingüística comercial

L'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana posa els fonaments de la política lingüística per a la normalització lingüística, encara que és la Llei 4/1983, de 23 de novembre, d'ús i ensenyament del valencià (LUEV)³ la que suposa un veritable punt d'inflexió de la política lingüística del País Valencià. L'aprovació i la implementació d'aquesta llei 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, en la pràctica el desplegament i la implementació de la llei es focalitza exclusivament en l'àmbit educatiu i en l'Administració. L'àmbit socioeconòmic queda completament desemparat, ja que

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

2. Reformada, més tard, per la Llei orgànica 1/2006, de 10 d'abril, de reforma de llei orgànica 5/1982. <<https://www.boe.es/boe/dias/2006/04/11/pdfs/A13934-13954.pdf>>.

3. <https://dogv.gva.es/datos/1983/12/01/pdf/1983_802514.pdf>.

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». En paraules d'Antoni Gisbert, l'àmbit socioeconòmic és «allò que la LUEV no va preveure. No es 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 llei no té possibilitat o potencialitat de cap desplegament normatiu en l'esfera econòmica.

La política lingüística valenciana, com descriu Bodoque (2009 i 2011), ha passat per períodes de llum i foscor per a la normalització de la llengua. Aquesta itinerància entre els clars i els obscurs ha estat fortament marcada pel color del partit polític que governava en cada moment. Però la política lingüística en l'àmbit socioeconòmic ha sigut una illa oblidada o no prioritzada per cap dels governs, ni pels que treballen per la normalització lingüística i menys encara per aquells que perseguien la substitució lingüística.

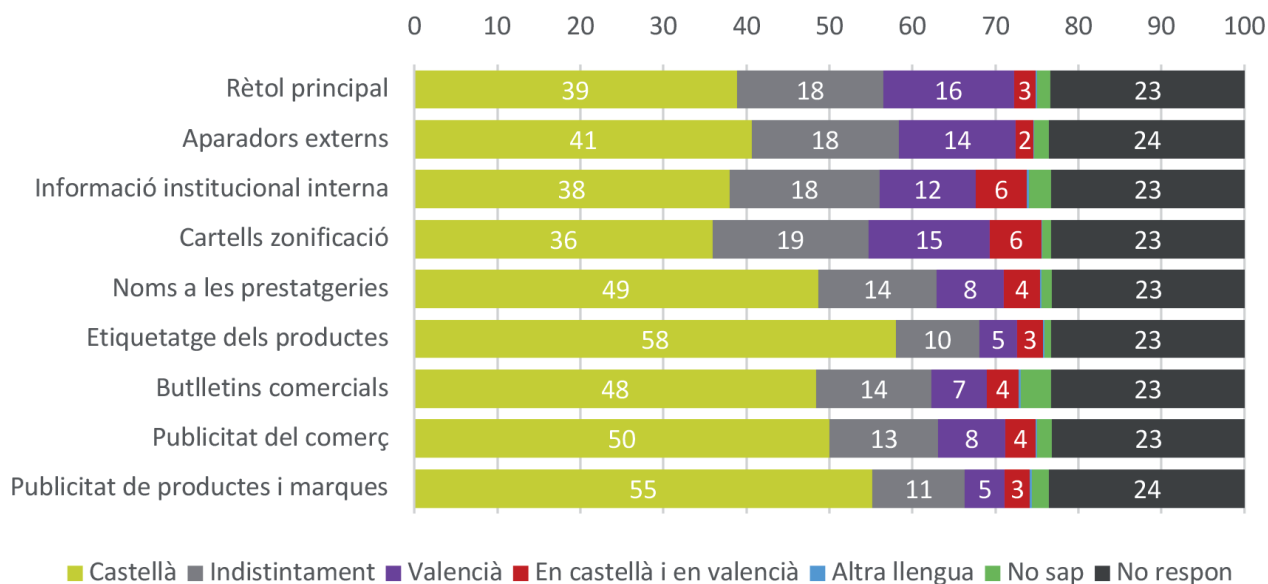
El *laissez faire* en l'àmbit socioeconòmic ens duu a la situació actual, caracteritzada per un avançat procés de substitució lingüística en l'àmbit comercial, encara que amb certa vitalitat etnolingüística oral, és a dir, el valencià no es veu o es veu poc als espais comercials, però sí que se'l sent parlar (Pérez, 2021).

3. Percepció de la presència i de l'ús del valencià en l'àmbit comercial

En aquest punt es presenta una aproximació a la percepció social dels paisatges lingüístics comercials des de la mirada de les persones enquestades. Primer s'exposen els resultats sobre el paisatge lingüístic visual (llengua o llengües amb presència escrita en els espais comercials) i després els resultats sobre el paisatge lingüístic sonor (llengua o llengües amb presència oral en els espais comercials).

Segons les persones enquestades, 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 el 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 sobresurt l'alta presència del castellà percebuda en l'etiquetatge de productes (58%), la publicitat de les marques i dels productes i del 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.

FIGURA 1

Distribució percentual segons la llengua que les persones enquestades observen als comerços habituals


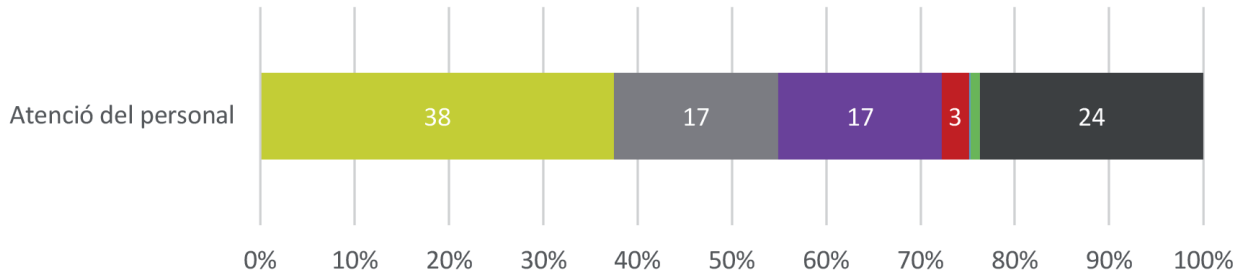
FONT: Elaboració pròpia a partir de l'enquesta realitzada en la tesi «Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial».

Pel que fa al paisatge lingüístic sonor, se'ls preguntava per la llengua d'atenció al públic emprada pel personal de les botigues. El 38% de les persones enquestades afirma que als comerços l'atenció del botiguer és en «castellà», el 17% considera que és 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 a la figura 1, però, en aquest cas, en l'oralitat hi ha una major presència del valencià que en la llengua escrita.

Un altre resultat interessant és que el 33% 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 personal de la botiga 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.

FIGURA 2

Distribució percentual segons la llengua amb què s'atén les persones enquestades als comerços habituals

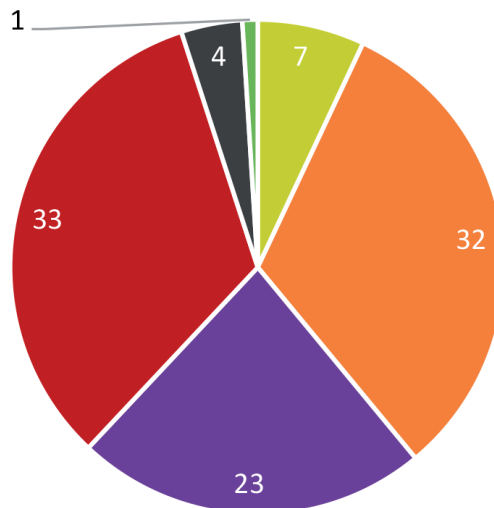


■ Castellà ■ Indistintament ■ Valencià ■ En castellà i en valencià ■ Altra llengua ■ No sap ■ No respon

FONT: Elaboració pròpia a partir de l'enquesta realitzada en la tesi «Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial».

FIGURA 3

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



■ En castellà ■ Indiferent ■ En valencià ■ En la llengua que jo li parle ■ No respon ■ No sap

FONT: Elaboració pròpia a partir de l'enquesta realitzada en la tesi «Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial».

Pel que fa a l'adaptació lingüística de la clientela de les botigues, el 69 % de les persones enquestades afirmen que responen en castellà si en la botiga s'inicia la conversa en castellà i el 77 % afirma que responen en valencià si en la botiga s'inicia la conversa en valencià. Aquestes dades mostren una alta adaptació lingüística de la clientela a la llengua emprada pel personal de la botiga.

TAULA 2

Distribució percentual de la mostra segons l'adaptació lingüística a la llengua amb la qual inicia la conversa el personal de la botiga

	El personal de la botiga inicia la conversa en castellà	El personal de la botiga inicia la conversa en valencià
Castellà	69 %	15 %
Valencià	19 %	77 %
Indistintament	8 %	4 %
No respon	4 %	4 %

FONT: Elaboració pròpia a partir de l'enquesta realitzada en la tesi «Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial».

En síntesi, les persones enquestades consideren que el paisatge lingüístic comercial està castellanitzat, encara que ho és en major mesura el paisatge visual que el sonor, ja que es percep que la presència i l'ús oral del valencià són lleugerament superiors als escrits. L'actitud de les persones enquestades és molt procliu a l'adaptació lingüística, la qual cosa genera certa valoració positiva pel que fa a la presència i a l'ús oral del valencià en l'espai comercial.

Cal ressaltar que mentre el paisatge lingüístic visual té un caràcter més estàtic en el temps, el paisatge lingüístic sonor sol ser més dinàmic. És a dir, l'estètica, la retolació i la informació escrita està fixa en l'espai durant un determinat temps, però la llengua parlada pot variar segons la capacitat i voluntat d'adaptació lingüística dels botiguers i dels membres que coincideixen en l'espai comercial. Aleshores, els espais solen estar visualment castellanitzats, però l'ús del valencià en eixos escenaris pot incrementar-se amb la presència oral del valencià.

4. El paisatge lingüístic comercial valencià observat

En aquest apartat es presenta una descripció dels principals resultats de l'observació participant en 1.856 botigues ubicades en sis ciutats de la zona de predomini lingüístic valencià. Aquestes dades permeten aproximar-nos a la realitat lingüística de l'àmbit comercial valencià a partir d'una immersió en el comerç valencià. Per facilitar la caracterització del paisatge lingüístic comercial d'una manera més completa i complexa es presenten els resultats de la presència i de l'ús del valencià per tipus d'establiment (xicotet comerç, mercat i centre comercial) i per territori (Alacant, Alcoi, Castelló, Elx, Gandia i València).

Per a dur a terme una anàlisi comparada de la presència i de l'ús del valencià per tipus d'establiment i territori i poder esbrinar així els llocs en què és 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. La dita escala 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 %).

Per tipus d'establiment s'observen diferències notables en la presència i l'ús del valencià en el paisatge lingüístic comercial visual i sonor. Comparativament, els mercats són els establiments amb major presència del valencià (oral i escrita), encara que la presència escrita és molt baixa (sols el 13,9 % dels rètols està en valencià) i la presència oral és baixa (el 25,7 % de les converses entre el personal de la parada i la clientela són en valencià). El xicotet comerç ocupa el segon lloc en aquesta classificació, la presència escrita és molt baixa (sols el 6,3 % dels rètols està en valencià) i la presència oral és baixa (el 23,3 % de les converses entre el personal de la botiga i la clientela són en valencià). Finalment, se situen els centres comercials, són els espais altament castellanitzats, tant la presència visual com sonora són molt baixes (el 0,8 % dels rètols està en valencià i el 7,6 % de les converses entre el personal de la botiga i la clientela són en valencià).

En resum, el que ofereixen les dades analitzades és l'evidència de la poca presència del valencià en l'àmbit comercial en general, amb una presència escrita molt 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 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.

TAULA 3

Síntesi dels resultats de la presència del valencià per tipus d'establiment

	Presència escrita			Presència oral	
	Nom botiga i rètol	Cartells externs	Cartells interns	Llengua entre treballadors	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%	Nulla	Molt baixa 1,6%	Molt baixa 7,6%

FONT: Elaboració pròpia. Dades recollides en l'observació participant de la tesi la tesi «Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial».

Per altra banda, l'anàlisi del paisatge lingüístic de les diferents ciutats estudiades evidencia que hi ha grans 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, 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 l'11 i el 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).

L'anàlisi de la presència oral del valencià en l'àmbit comercial permet establir la següent classificació: ciutats amb baixa o mitjana presència del valencià, i ciutats amb molt baixa presència del valencià. 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 en l'àmbit comercial, ja que el 34,9 % de les converses entre el personal de la botiga registrades han estat en valencià, i el 54,1 % dels treballadors de les botigues respon 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. Finalment, 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).

En el segon grup, conformat per les ciutats amb menor 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; 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 %. Sorpren que el percentatge de resposta en valencià a Alacant siga superior al de València.

TAULA 4

Síntesi dels resultats de la presència del valencià per territori

	Presència escrita		Presència oral	
	Nom i retolació	Cartells externs ¹	Llengua entre treballadors	Reacció pregunta en valencià
Alacant	Molt baixa 2,1%	Molt baixa 2,1%	Nulla	Molt 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%

FONT: Elaboració pròpia. Dades recollides en l'observació participant de la tesi la tesi «Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial».

1. Els valors dels cartells externs és el resultat de la suma de cartells en valencià i cartells en valencià i castellà.

En l'observació participant es va enregistrar també l'adaptació lingüística del personal de la botiga a una conversa en valencià. Sols en el 20% de les converses en què el personal de la botiga parlava prèviament en castellà amb altres clients o amb els companys o companyes canviava al valencià per adaptar-se a la conversa que s'iniciava en valencià. Aquesta dada és molt negativa: un de cada cinc treballadors o treballadores en l'àmbit comercial s'adapta lingüísticament a una conversa en valencià quan el client parla en valencià. Les reaccions del personal de la botiga en aquestos diàlegs intencionats s'ha classificat segons l'actitud que presenten quan demanen un canvi lingüístic: reacció respectuosa (el personal de la botiga no entén el valencià, s'excusa i demana el canvi lingüístic amb amabilitat), reacció funcional (el personal de la botiga no entén el valencià i demana el canvi lingüístic per mantindre una comunicació eficaç) i, finalment, la reacció inflexible (el personal de la botiga no entén el valencià o l'entén però el nega com a llengua vehicular, i exigeix un canvi lingüístic en el marc d'una situació de conflicte).

5. Convergències i divergències entre la percepció social i l'observació científica

En aquest cinquè punt s'exposen les convergències i divergències observades en relació amb la presència i l'ús del valencià en l'àmbit comercial entre el que perceben les persones enquestades i els resultats de l'observació participant en les botigues.

Les convergències trobades entre la percepció social i el paisatge lingüístic observat són, per una banda, l'existència d'un paisatge lingüístic comercial valencià (visual i sonor) castellanitzat. I, per l'altra banda, una major presència del valencià oral que escrit, és a dir, una major vitalitat etnolingüística sonora que visual. Dit d'una altra manera, l'espai comercial està castellanitzat i «el valencià se sent més que no pas es veu».

Per contra, també trobem divergències entre la informació extreta de l'enquesta i les dades recollides de l'observació participant. La primera i més cridanera de les incongruències és la quantitat de valencià percebut i observat en el paisatge comercial. La presència oral i escrita del valencià que perceben les persones enquestades és molt superior a la presència i l'ús del valencià observats als espais comercials. Entre les possibles causes que explicarien aquesta divergència cal destacar l'impacte de la normalització social de la diglòssia i del conflicte lingüístic que distorsiona les imatges socials, alhora que desproblematitza la situació sociolingüística i configura una imatge més naïf de la realitat (els resultats de l'enquesta s'apropen més als desitjos de les persones enquestades que a la realitat sociolingüística). L'alt percentatge de manca de resposta en les preguntes mostra part del problema: el conflicte lingüístic normalitza la diglòssia i la fa invisible.

Una segona divergència observable és la invisibilitat de l'anglès en les respostes de les persones enquestades davant del protagonisme d'aquesta llengua en el paisatge lingüístic comercial observat. En l'enquesta, l'opció «altra llengua» pràcticament és inexistent (percentatges inferiors a l'1%), mentre que en els paisatges visuals observats l'anglès adquireix major protagonisme en la retolació de les botigues que el valencià. Aquesta divergència pot estar condicionada pels establiments habituals de compra de les persones enquestades (xicotet comerç i mercat o franquícies i centre comercial); pels llocs on es mouen per anar a comprar, espais més o menys turístics, o pel possible efecte del qüestionari en crear certa dicotomia «castellà o valencià» i invisibilitzar altres opcions.

I la tercera i última divergència està relacionada amb l'adaptació lingüística del personal a la clientela i de la clientela al personal. En ambdues situacions, les persones enquestades pensen que l'adaptació lingüística al valencià és una reacció habitual; per contra, en l'observació participant s'ha evidenciat que és una pràctica minoritària. Els resultats de l'enquesta mostren que quasi 3 de cada 4 persones canvien a la llengua parlada pel treballador de la botiga (69% en el cas del castellà i 77% en el cas del valencià), mentre que en l'observació sols 1 de cada 4 empleats s'adaptava a la llengua de la clienta fictícia en valencià (25%).

Cal afegir que el fet que no es done una adaptació lingüística no significa obligatòriament que la manca d'adaptació obligue al canvi lingüístic del valencianoparlant, ja que, si es dona la situació que la persona que parla castellà té competència lingüística en valencià i una actitud positiva cap a la llengua minoritzada, la conversa es pot mantindre en dues llengües simultàniament de manera interactiva (castellà i valencià). Aquest és un símptoma més del conflicte lingüístic valencià i la seua normalització en la societat valenciana, un símptoma ambivalent de bona i mala salut lingüística del valencià (no cal que la persona valencianoparlant canvie de llengua obligatòriament, encara que la tendència és canviar de llengua i adaptar-se a la llengua que tots dos saben parlar, en aquest cas el castellà, com a llengua hegemònica que és).

6. Conclusions

Malgrat disposar del reconeixement dels drets lingüístics, en la pràctica no es garanteixen els drets dels valencianoparlants. Aquesta desigualtat lingüística es materialitza en una desigualtat social, econòmica, política i cultural dels parlants de la llengua minoritzada. Les polítiques lingüístiques implementades s'han centrat en l'àmbit educatiu i en l'Administració, però han oblidat intervindre en el sector socioeconòmic. El conflicte lingüístic valencià, la situació de diglòssia i la manca de política lingüística comercial, entre altres factors precipitants, ens han dut a una situació d'emergència en què perilla la pervivència del valencià en aquest àmbit.

El paisatge lingüístic comercial valencià es troba en un procés de substitució lingüística avançat, on hi ha una hegemonia del castellà (i, fins i tot, de l'anglès en determinats espais comercials) i una subordinació del valencià, tant en el paisatge visual (llengua o llengües escrites) com en el paisatge sonor (llengua o llengües parlades). Tant en els resultats de l'enquesta com en els de l'observació es conclou que la presència sonora del valencià és major a la presència visual, és a dir, «el valencià no es veu (o es veu poc), però se sent en els comerços». Aquest fet ens du a una situació prou normalitzada en el País Valencià, un major ús oral i una menor (o inexistent) presència escrita del valencià. Aquesta situació és una conseqüència de la diglòssia i una materialització pràctica del conflicte lingüístic valencià. Però també es presenta com una oportunitat per a la recuperació i normalització lingüística, ja que si la gent parla el valencià denota que és una llengua que gaudeix de certa vitalitat etnolingüística.

Al territori valencià no es pot parlar d'un únic «paisatge lingüístic comercial» com una qüestió homogènia, sinó de «múltiples» paisatges lingüístics arreu del territori i, fins i tot, l'heterogeneïtat d'escenaris lingüístics es pot donar en un mateix municipi segons zones i tipus d'establiments. De les ciutats observades, on més presència i ús del valencià hi ha és a Alcoi, Castelló i Gandia. I, per contra, les ciutats amb els paisatges comercials més castellanitzats són Alacant, Elx i València. Aquesta diversitat de paisatges no és casual, sinó que més aviat és el resultat de conflictes i dinàmiques històriques, politicoeconòmiques i socioculturals on la llengua com a

marcador identitari ha estat fortament emprada per a la diferenciació social, econòmica i cultural al territori valencià.

Finalment, cal destacar que la percepció social de la realitat sociolingüística comercial és més positiva que el paisatge lingüístic comercial observat. Aquesta diferència entre el que pensen les persones enquestades i el que s'ha observat científicament és una evidència de la interiorització del conflicte lingüístic i de la seua normalització, que invisibilitza el conflicte i les possibilitats de resolució.

7. Referències

- BODOQUE, A. (2009). *La política lingüística dels governs valencians (1983–2008): Un estudi de polítiques públiques*. València: Publicacions de la Universitat de València.
- (2011). «El model valencià de política lingüística». *Revista de Llengua i Dret*, 56, p. 143-171.
- BOIX-FUSTER, E.; VILA, F. X. (1998). *Sociolingüística de la llengua catalana*. Barcelona: Ariel.
- CUCÓ, J. (1998). «La insoportable levedad del País Valenciano». A: BARTOLOMÉ, M. A.; BARABAS, A. (eds.). *Autonomías étnicas y Estados nacionales*. Mèxic D. F.: Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), p. 105-122.
- 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. <<https://www.pencatala.cat/wp-content/uploads/2016/02/declaraciouniversaldretslinguistics.pdf>>.
- FLOR, V. (ed.) (2013). *Nació i identitats. Pensar el País Valencià*. Catarroja: Afers.
- FOUCAULT, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977*. Nova York: Pantheon Books.
- GENERALITAT DE CATALUNYA. DEPARTAMENT DE CULTURA (2001). *Carta Europea de les llengües regionals o minoritàries*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- GISBERT, A. (2020). *El valencià en l'àmbit socioeconòmic: on tot està per fer i tot és possible*. València: Universitat de València. Càtedra dels Drets Lingüístics. <<https://www.uv.es/cadrelin/novellibre.pdf>>.
- KRESLINS, J. (2003). «Linguistic Landscapes in the Baltic». *Scandinavian Journal of History*, 28 (3-4), p. 165-174. <<https://doi.org/10.1080/03468750310003659>>.
- MIRA, J. F. (2005). *Crítica de la nació pura*. València: Tres i Quatre.
- NINYOLES, R. L. (1975). *Estructura social y política lingüística*. València: Bromera.
- (1997). *Idioma i Prejudici*. València: Eliseu Climent.
- (2017). *Conflicte lingüístic valencià. El País Valencià a l'eix mediterrani*. Alacant: Servei de Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- PARDINES, S.; TORRES, N. (2011). *La política lingüística al País Valencià. Del conflicte a la gestió responsable*. Barcelona: Fundació Nexa. <<https://www.fundacionexe.org/documents/demos001.pdf>>.
- PÉREZ, Y. (2021). *Presència i ús del valencià en l'àmbit comercial*. Tesi doctoral. Universitat de València. <<https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/80685/Yaiza.pdf?sequence=1>>.
- PONS, L. (2012). *El paisaje lingüístico de Sevilla*. Sevilla: Diputación de Sevilla.
- SCIRIHA, L.; VASSALLO, M. (2001). *Malta: A Linguistic Landscape*. Malta: Universitat de Malta.
- VALLVERDÚ, F. (1982). «Hi ha o no hi ha diglòssia a Catalunya? Anàlisi d'un problema conceptual». *Treballs de Sociolingüística Catalana*, 5, p. 17-24. <<http://revistes.iec.cat/index.php/TSC/article/view/5818/10916>>.

VALLVERDÚ, F. (2013). *Apunts i contrapunts sociolingüístics: en el centenari de les Normes ortogràfiques*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans. <<https://publicacions.iec.cat/PopulaFitxa.do?moduleName=cataleg&%20subModuleName=&idCatalogacio=18608>>.

8. Fonts normatives

Constitución Española de 1978. *Boletín Oficial del Estado*, 311, de 29 de desembre de 1978. 1978-31229. <[https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/(1)/con)>.

Llei orgànica 5/1982, d'1 de juliol, d'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana. *Boletín Oficial del Estado*, 164, del 10 de juliol de 1982. 1982-17235. <<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, d'1 de desembre de 1983. 1984-1851. <<https://www.boe.es/buscar/pdf/1984/BOE-A-1984-1851-consolidado.pdf>>.