

Aplicació a Catalunya de l'estudi ELAN sobre el multilingüisme de les empreses europees

El multilingüisme de les empreses a Catalunya: una doble oportunitat.

Fa tan sols cinc anys, dos especialistes en economia internacional (Feely & Harzing, 2002)¹ encara es referien al multilingüisme de les empreses com un tema d'estudi *orfe, oblidat i negligit*. Avui podem dir que ha passat a formar part de les estratègies europees de primer nivell, com a factor determinant de la competitivitat d'Europa en el mercat mundial, però hem de reconèixer que entre nosaltres encara són poques les empreses que han aconseguit implantar una gestió eficient de les comunicacions multilingües.

Fins i tot perduren encara en el nostre entorn immediat alguns punts de vista anacrònics, que entenen la diversitat lingüística com una barrera incòmoda, o que només saben veure costos sobreafegits en l'adaptació de les empreses al multilingüisme creixent dels mercats. En efecte, aquesta manca de visió encara és més sorprenent si tenim en compte que avui la diversitat lingüística no sols caracteritza el mercat internacional, sinó que és una realitat emergent en els mateixos mercats locals: tant els consumidors com els treballadors són pertot cada vegada més multilingües, i aquesta evidència reclama una atenció immediata i específica del món econòmic.

Aquesta va ser precisament la proposta de la Comissió Europea en el seu document *Una nova estratègia marc per al multilingüisme*, de novembre de 2005². L'apartat III d'aquesta estratègia apunta en concret l'objectiu de construir una economia multilingüe i, fent una referència significativa a l'informe britànic *Talking world class*³, subratlla la necessitat imperiosa de desenvolupar les capacitats multilingües de les empreses europees que vulguin fer-se un lloc en el mercat mundial, de tenir molt present el multilingüisme dels consumidors i de desenvolupar els recursos tecnològics, lingüístics i humans indispensables per a la comunicació multilingüe.

L'experiència britànica: els costos del monolingüisme

És significatiu, com dèiem, que l'estratègia europea en aquest camp es refereixi de manera explícita a la recent política britànica de multilingüisme, perquè aquesta parteix precisament de la constatació dels costos gravíssims que

¹ Alan J. Feely i Anne-Wil Harzing (Universitat de Melbourne): *Forgotten and neglected. Language: the orphan of international business research* (2002). Consultable en línia: <http://www.harzing.com/download/orphan.pdf>.

² http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/com596_es.pdf.

³ <http://www.cilt.org.uk/key/talkingworldclass.pdf>.

implica el monolingüisme per a les empreses i per al conjunt de l'economia del Regne Unit⁴. Una llarga sèrie d'estudis i informes han posat en evidència que l'excés de confiança de les empreses britàniques en l'anglès com a llengua pretesament autosuficient en el mercat mundial comporta una pèrdua important de beneficis i oportunitats.

English is not enough (amb l'anglès no n'hi ha prou), denunciava ja l'any 2000 de forma contundent un informe de la Fundació Nuffield: les oportunitats de negoci i la competitivitat en el mercat depenen de la capacitat de les empreses d'adaptar-se a les llengües diverses dels clients, dels proveïdors i de l'entorn en què actuen. Val la pena que en prenguin nota aquells que confien en una sola llengua suposadament universal i identifiquen ingènuament multilingüisme amb la simple adopció de l'anglès.

L'experiència britànica demostra que, per més que els costos del multilingüisme siguin molt aparents, els costos del monolingüisme i d'una mala gestió del multilingüisme són incomparablement més elevats i tenen conseqüències més greus a llarg termini, tant per a l'empresa com per a l'economia del país.

No és estrany, doncs, que l'investigador principal de l'informe *ELAN*⁵, que ha encarregat la Comissió Europea per analitzar els efectes de les limitades capacitats multilingües de les empreses sobre l'economia, sigui precisament el professor Stephen Hagen, que ha estat pioner al Regne Unit en aquest camp: ja l'any 1988 havia identificat en un estudi —*Languages in British Business*— la importància de desenvolupar el multilingüisme de les empreses britàniques en funció de les relacions econòmiques internacionals que estaven desplegant.

El professor Hagen va ser un dels ponents de la Jornada *Languages mean business* (els idiomes representen negoci), que va organitzar la Comissió Europea a Brussel·les el dia 21 de setembre de 2007⁶, com a llançament a gran escala d'aquesta política de multilingüisme empresarial. I per invitació de la Càtedra de Multilingüisme Linguamón-UOC va participar el 30 de novembre en les jornades "Multilingüisme i llengua pròpia: reptes i oportunitats per a l'economia catalana", que tingueren lloc a Barcelona com a iniciativa conjunta de la Generalitat de Catalunya, Linguamón i la Càtedra.

Arran d'aquestes jornades es va confirmar la disponibilitat del professor Hagen per a dirigir l'aplicació de l'estudi *ELAN* a Catalunya i l'interès del govern de Catalunya per la realització d'un estudi d'aquestes característiques.

⁴ Article d'Isidor Marí. Noves SL (tardor-hivern 2006), *El multilingüisme de les empreses en el mercat mundial: l'estratègia britànica com a exemple*.

<http://www6.gencat.net/llengcat/noves/hm06tardor-hivern/docs/mari.pdf>.

⁵ *Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise* (Comissió Europea, desembre de 2006).

http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan_en.pdf.

⁶ En trobareu informació a

http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/businesslanguages/index_es.html.

Una aproximació pròpia a les necessitats multilingües de les empreses: els estudis regionals britànics com a referent, al costat de l'estudi ELAN

Evidentment, el desplegament de les capacitats multilingües de les nostres empreses i professionals no serà un procés ràpid ni senzill. Encara que l'impuls de la Comissió Europea pot ser decisiu per difondre a tots els nivells el convenciment que val la pena emprendre aquest esforç, serà imprescindible una amplíssima cooperació entre tots els agents econòmics i les diverses àrees de l'administració pública, perquè una transformació d'aquesta envergadura avanci a bon ritme i aconseguixi els efectes desitjats.

I sobretot, caldrà afinar bé a l'hora d'identificar i orientar la nostra pròpia estratègia multilingüe, la que respongui més ajustadament a les característiques i als objectius de la nostra societat i a les relacions econòmiques que manté amb el seu entorn. També en aquest sentit l'estratègia britànica ens pot resultar indicativa, ja que es basa en detallats estudis regionals i sectorials de les necessitats lingüístiques de les empreses i ha organitzat a gran escala una xarxa de centres regionals de suport al multilingüisme, en els quals conflueixen les cambres de comerç i organitzacions econòmiques, els organismes administratius, les universitats i els serveis i professionals lingüístics de cada zona.

La societat catalana haurà de saber traçar el seu propi camí cap al multilingüisme, per exemple, mirant de treure el millor partit de la diversitat cultural creixent de la nostra població, com ha sabut fer l'economia australiana, per a la qual la immigració és altament valorada com un recurs que pot facilitar les relacions econòmiques internacionals. La formació ocupacional i la inserció laboral poden reorientar-se també en el nostre cas per tal d'identificar i integrar les capacitats multilingües i interculturals d'un mercat de treball cada vegada més divers.

I especialment, cal veure la doble oportunitat que representa la coincidència d'aquesta política europea de multilingüisme amb el procés previst pel nou Estatut d'Autonomia d'impulsar la disponibilitat lingüística i garantir l'ús normal del català en el món econòmic. Concretament, el nou Estatut d'Autonomia de Catalunya preveu (art. 34) que *"Totes les persones tenen dret a ésser ateses oralment i per escrit en la llengua oficial que elegeixin en llur condició d'usuàries o consumidores de béns, productes i serveis. Les entitats, les empreses i els establiments oberts al públic a Catalunya estan subjectes al deure de disponibilitat lingüística en els termes que estableixen les lleis."*

El multilingüisme i la llengua pròpia són doncs elements inseparables en les noves estratègies lingüístiques que estan començant a dissenyar les empreses i corporacions catalanes més innovadores.

D'altra banda, des de l'accés a l'Europa comunitària, l'economia catalana ha seguit un clar procés d'internacionalització⁷, i paral·lelament el nostre sistema

⁷ L'economia catalana s'ha inserit plenament a Europa -les exportacions europees han crescut una mitjana anual del 12,2 % entre 1988 i 2005 (v. *Nota d'economia*, 88:

educatiu ha preparat tot un seguit de generacions joves que ja són capaces de treballar en català. Integrar el multilingüisme de les empreses en la projecció internacional i l'ús normal del català entre nosaltres en el treball i en les relacions amb els clients és la doble oportunitat que tots hem de saber identificar i aprofitar, per tal que el sistema econòmic català en els propers anys arribi a gestionar amb eficiència la diversitat lingüística com a factor de competitivitat i de qualitat de servei.

És en funció de totes aquestes consideracions que entenem que l'aplicació de l'estudi ELAN a l'àmbit de Catalunya hauria d'incorporar la valoració del català com a llengua de treball i comunicació de les empreses que actuen en l'espai lingüístic català.

Amb aquesta finalitat, pensem que cal analitzar la metodologia de l'informe ELAN i veure en quina mesura podem mantenir-la per facilitar les comparacions amb el conjunt de la UE i en quina mesura l'hem d'ampliar o ajustar, per tal de conèixer millor la realitat dels usos lingüístics (i no sols la representació que ens en donin els enquestats) i també per assegurar la inclusió del català en el mix de llengües que fan servir les empreses que actuen a Catalunya.

En aquest sentit, creiem que una bona referència seria l'estudi de necessitats multilingües fet al País de Gal·les⁸. Aquest estudi no sols té en compte la presència del gal·lès en l'activitat econòmica, sinó que també fa, complementàriament, una ponderació dels serveis que donen suport a les necessitats lingüístiques del teixit empresarial.

Objectius

Els objectius principals d'aquest estudi són:

1. Conèixer l'impacte econòmic de les barreres lingüístiques i culturals sobre el comerç i la relació que s'hi presenta amb la dimensió i el sector d'activitat de les empreses.
2. Conèixer en quina mesura la disponibilitat de personal competent en les diverses llengües influeix en el desenvolupament de les relacions comercials.
3. Conèixer la rellevància de les diferents llengües en el context de les relacions i comunicacions de l'àmbit econòmic.
4. Valorar la incidència de les competències lingüístiques en els beneficis econòmics de les empreses i del país en conjunt.

<http://www.gencat.cat/economia/departament/publicacions/nota/88/index.html>)– i compleix plenament amb els objectius de l'Agenda de Lisboa.

⁸ El podeu trobar a http://www.cilt.org.uk/pdf/pubs/audits/full_audit_wales_english.pdf. Es pot trobar més informació sobre la política i els estudis regionals britànics de multilingüisme i empresa a <http://www.cilt.org.uk/rln/audits.htm>.

5. Identificar quins són els factors lingüístics i culturals que més influeixen en el desenvolupament de les relacions comercials de les empreses en els diferents mercats en què actuen.
6. Identificar quines estratègies de comunicació són les més efectives entre les PIME instal·lades a Catalunya i la seva especificitat respecte a les grans companyies en la gestió del multilingüisme. S'entén per estratègia lingüística l'adopció de les directrius i tècniques que facilitin una comunicació eficaç amb clients i proveïdors.
7. Identificar quines mesures faciliten la comunicació i la mobilitat de professionals, béns i serveis en el mercat local, estatal, europeu i global, i quines són les implicacions econòmiques a llarg termini de no emprendre cap acció.
8. Identificar les pràctiques i les principals necessitats quant a l'ús de traductors i intèrprets.
9. Identificar les correlacions existents entre l'ús del català com a llengua de comunicació i de treball i altres factors com la gestió generalitzada del multilingüisme per les empreses, l'obtenció de resultats satisfactoris, la ubicació de la seva seu principal o la procedència del seu accionariat o propietat.

Quant als usos lingüístics, es tracta de conèixer els usos professionals orals i escrits; interns i externs de les empreses. No es tracta per tant, de conèixer els usos particulars interpersonals o de caràcter informal entre els empleats de l'empresa.