

El multilingüisme, un valor emergent

per Marta Rovira i Martínez

Resum

El multilingüisme no és una promesa, sinó que és una realitat. La coexistència de diverses llengües és un tret característic l'empresa internacionalitzada. Cal preveure, a més, que els canvis educatius, la mobilitat humana, la mateixa recerca i les noves tecnologies afavoriran el canvi social cap a una consciència de la diversitat lingüística i de la necessitat d'actuar assumint un entorn multilingüe. La UE ha presentat un document sobre com pensa gestionar el multilingüisme en el si de la Unió, i això representa un pas institucional de gran calat en l'assumpció d'aquest nou context. De la mateixa manera que els comportaments lingüístics de les empreses tenen a veure amb les canvis governamentals, també tenen a veure amb els canvis socials.

Sumari

1. El multilingüisme en la perspectiva europea
2. Factors facilitadors del multilingüisme
3. Context i agents de promoció del multilingüisme a l'empresa
4. La gestió del multilingüisme des de l'empresa
5. Bibliografia

1. El multilingüisme en la perspectiva europea

Per primera vegada un document oficial de la Comissió Europea fa referència al multilingüisme com un valor a promoure a tots els efectes. El comissari Jan Figel ha estat el responsable del document que es va presentar el novembre del 2005 al Parlament Europeu, al Comitè Econòmic i Social i al Comitè de les Regions amb el títol "Un nou marc estratègic per al multilingüisme".

La filosofia del document es basa en la idea que la diversitat lingüística és un fet intrínsec a la Unió Europea, i que cal fer polítiques europees que vagin més enllà de les 20 llengües oficials. Així, la UE es compromet a promoure l'ús de les aproximadament 60 llengües autòctones a Europa (a més de les 20 oficials), a més de les que són parlades per les comunitats d'immigrants.

Segons el document presentat per Jan Figel, el multilingüisme designa alhora la capacitat d'una persona d'utilitzar diverses llengües i la coexistència de diverses comunitats lingüístiques en una mateixa zona geogràfica. En aquest marc, el document vol orientar la Comissió Europea en un nou àmbit d'actuació que comportarà la promoció de l'ús de totes les llengües. L'estratègia principal d'aquest nou àmbit d'acció que es proposa és l'aprenentatge de diverses llengües per part dels ciutadans europeus.

En aquesta perspectiva, la política de multilingüisme de la Comissió ha de perseguir tres objectius:

- Encoratjar l'aprenentatge de les llengües i promoure la diversitat lingüística a la societat.
- Afavorir una economia multilingüe competitiva.
- Donar als ciutadans un accés a la legislació, als tràmits i a les informacions de la Unió Europea en la seva pròpia llengua.

Pel que fa al primer punt, l'informe deixa ben clar que l'aprenentatge de les llengües ha d'anar més enllà de l'anglès. El primer objectiu que es defineix en aquest apartat és que tots els ciutadans europeus han de conèixer i ser competents en diverses llengües. Això implica promoure l'aprenentatge de més d'una llengua estrangera a les escoles, per tal d'afavorir la mobilitat dels treballadors i dels estudiants entre els estats.

Pel que fa al suport a les llengües dites "regionals", "locals" o "minoritàries", el document proposa la creació d'una xarxa de centres sobre diversitat lingüística, que continui la tasca duta a terme per projectes com el Lingua o el Mercator. Tot i així, el document no aclareix la relació que hi haurà entre les polítiques destinades a la promoció del coneixement de les llengües nacionals/estrangeres i les que es destinin a la promoció de les llengües regionals en els sistemes educatius europeus.

El segon punt del document és el més interessant, puix que representa una novetat en el panorama lingüístic el fet que oficialment una institució com la UE focalitzi la qüestió lingüística

sobre el món empresarial. Tanmateix, s'ha de considerar aquest fet com un reflex de la importància creixent d'aquesta relació entre multilingüisme i empresa des de finals del segle XX, i que s'ha fet del tot evident en els últims anys.

Malgrat que el document fa referència a la necessitat de respectar els drets lingüístics dels consumidors en l'etiquetatge i la comunicació dels serveis, l'objectiu d'aquest apartat és indicar la importància de millorar les competències lingüístiques dels treballadors. Al mateix temps, es posa l'èmfasi en la necessitat de promoure i millorar els serveis de traducció i d'interpretació que treballen per a les empreses. Les accions que es proposen amb aquesta finalitat consisteixen en un seguit d'estudis per tal d'analitzar la situació del mercat de la traducció i de les necessitats i competències lingüístiques de les empreses europees. Així com el desenvolupament d'eines multimèdia i les diverses tecnologies del llenguatge, de la traducció automàtica i de la creació de diccionaris i thesaurus en format electrònic.

L'últim punt del document fa referència a promoure el multilingüisme en les mateixes institucions europees, per tal que els ciutadans puguin disposar d'una comunicació en la seva llengua. S'entén que es fa referència a les 20 llengües oficials, i no pas a les altres. Tanmateix, podem considerar que existeix una via oberta cap a aquestes altres llengües, si tenim en compte que la mesa del Parlament Europeu ha aprovat la sol·licitud del Govern espanyol sobre l'ús del català, del galleg i de l'euscar en les comunicacions escrites dels ciutadans amb la cambra i també en la traducció dels textos legals.

2. Factors facilitadors del multilingüisme

El segle XX passarà a la història com el segle de l'expansió i consolidació de les llengües nacionals, com l'efecte més palpable de la modernització de l'Estat. Tal com ha explicat Miquel Pueyo a *Tres escoles per als catalans* (1995), la segona meitat del segle XX és el moment en què culmina el desenvolupament de l'escola de masses com un dels factors principals de facilitació de la llengua nacional enfront de les llengües autòctones sense estat. El resultat d'aquest procés, però, no representa pas l'eliminació total de les llengües no estatals, sinó simplement la seva regressió i/o la seva desaparició dels àmbits més formals o públics. En alguns casos més que en d'altres.

El segle XXI, en canvi, està marcat pel renaixement de les llengües no estatals gràcies al desenvolupament de l'estat de dret i dels drets universals a finals del segle XX. La racionalització de l'estat modern ha esdevingut finalment també un punt de recolzament per a la defensa de la diversitat lingüística. No pas per recuperar espai a la llengua dominant, sinó per buscar la manera de compartir espais.

Hi ha altres factors que, en coincidència amb els factors polítics, faciliten la visibilitat de la diversitat lingüística i reforcen la posició de les llengües minoritzades, com ara les noves tecnologies, però també la capacitat d'aprenentatge de les noves generacions. I tanmateix, aquests factors no aturaran pas la desaparició d'una gran quantitat de llengües al món en els pròxims anys. La Unesco ha previst que de les sis mil llengües que es parlen al planeta, en desapareixerà el 90% pel fet que els seus parlants pertanyen a cultures i entorns naturals amenaçats o seran assimilats completament per una altra llengua dominant. Tampoc no és clar que l'assimilació lingüística no provoqui noves variants, noves modalitats lingüístiques, com és el cas de la barreja de l'espanyol i l'anglès al sud dels Estats Units.

D'altra banda, les llengües estatals han de competir amb una *lingua franca* del tot consolidada, l'anglès. Especialment els països amb menys nombre d'habitants (i per tant de parlants), com és el cas dels nòrdics, han d'assumir l'anglès com una segona llengua per actuar en el món, i ja l'han incorporat de manera normal en el sistema educatiu. Aquesta és també una estratègia de competitivitat que afecta les empreses amb voluntat de projecció cap als mercats internacionals.

El multilingüisme és producte de la convergència del bilingüisme (llengua nacional/llengua local), del plurilingüisme estatal (Suïssa, Bèlgica, etc.) i de la mundialització de l'ús de l'anglès com a llengua de comunicació internacional. A aquests factors, cal afegir-hi el de la mobilitat humana, que ha comportat la presència notable d'altres llengües en territori europeu: l'àrab, l'armeni, l'amazigh, l'urdú, el turc, el xinès... Tot i que aquest no és un aspecte internalitzat en els sistemes educatius europeus, sí que es fa notar en alguns sectors empresarials, com ara el de bancs i caixes, per l'efecte del creixent mercat de les remeses. I també per part del sector públic, que incorpora algunes de les llengües dels immigrants en les comunicacions amb els ciutadans

(especialment a les grans ciutats com Londres o Barcelona) i en els documents informatius adreçats específicament a aquests ciutadans.

3. Context i agents de promoció del multilingüisme a l'empresa

Per tant, el context en què es desenvolupa el multilingüisme a l'empresa és el resultat de la intervenció de diferents factors i agents socials. D'una banda, la legislació als estats europeus després de la Segona Guerra Mundial va desenvolupant progressivament la legalització i la promoció de l'ús de les llengües minoritàries o de les diverses nacions incloses en un mateix estat, malgrat que algunes no han pogut superar una situació molt residual, i malgrat la resistència d'alguns dels "grans" estats (sobretot França).

En qualsevol cas, a Europa hi ha arguments que avalen la promoció de la diversitat lingüística més enllà de les llengües estatals, que queden reflectits en la Carta europea de les llengües, i en l'existència de cada vegada més organismes, centres de recerca i xarxes temàtiques dedicats a l'estudi, la planificació i la gestió de la coexistència de les llengües estatals i regionals.

En el context empresarial, existeixen normatives que obliguen a determinats usos lingüístics, especialment en els aspectes que tenen a veure amb la informació al consumidor o client. Aquesta normativa afecta principalment les llengües oficials dels estats, però també ha estat desenvolupada en alguns aspectes en el cas de les llengües no estatals, com és el cas del català. Per tant, les empreses estan obligades en molts casos a utilitzar més d'una llengua per comunicar-se amb els clients/consumidors. No cal dir que la internacionalització dels mercats afegeix més complexitat a aquests usos lingüístics.

En aquest sentit, cal tenir en compte com la planificació lingüística intervé en la dinàmica de la diversitat lingüística. Qualsevol política lingüística està destinada al segle XXI a fomentar el multilingüisme, si tenim en compte que les llengües minoritàries a Europa tenen més recursos que mai per fer front a la seva debilitat (recerca, planificació, mitjans de comunicació, noves tecnologies...). Al seu torn, és difícil pensar en un escenari en què la recuperació d'espai per part de les llengües regionals esdevingui un fre a l'expansió de les llengües estatals. La conclusió és que la coexistència de més d'una llengua en un mateix territori no pot passar desapercebuda per a les empreses un cop han entrat en la dinàmica d'utilitzar diverses llengües a escala internacional.

Al seu torn, els espais que fins ara han estat monolingües viuen dos factors d'introducció de diversitat d'usos lingüístics (tot i que no pas necessàriament per als mateixos tipus i nivell d'ús): la introducció d'una llengua o llengües diferents per a les relacions internacionals (majoritàriament l'anglès, però no únicament) i la presència significativa de parlants d'altres llengües, especialment quan es donen comunitats molt localitzades de parlants d'una llengua estrangera (europea o no). Aquest fet provoca que l'ús d'aquesta llengua s'arribi a estendre en alguns àmbits públics, per exemple, en el cas dels mediadors culturals, o comunicacions específiques de les administracions públiques als col·lectius d'immigrants. També en l'àmbit empresarial, s'incorporen en casos específics algunes llengües estrangeres, quan els treballadors o el càrrecs directius són estrangers.

Evidentment, en tots els terrenys, l'educació ha tingut un paper important en la capacitació de les persones per afrontar l'aprenentatge i l'ús de les llengües no maternes. Així mateix, la recerca en matèria lingüística ha possibilitat la comprensió i de la normalització del fenomen de la diversitat lingüística, així com estratègies per a la gestió del multilingüisme, que s'apliquen en diversos àmbits de la societat.

Finalment, podem considerar que ha estat determinant per a la consolidació del multilingüisme com a horitzó econòmic, social i polític, l'existència d'unes eines cada vegada més sofisticades i àgils de suport a la traducció. La traducció escrita ha sofert un canvi radical en els últims anys, tal com constata la Unió Europea d'Associacions d'Empreses de Traducció (EUATC). Segons una enquesta realitzada el novembre del 2005 per aquesta associació, darrere de la qualitat de les traduccions, el que es valora més per part dels clients és la rapidesa en els serveis.¹ És clar que les noves tecnologies de la informació (TIC) han revolucionat les metodologies de treball en el sector de la traducció, guanyant agilitat i rapidesa.

¹ Podeu consultar els resultats de l'enquesta a <http://www.euatc.org>.

El desenvolupament de les TIC i de la capacitat d'emmagatzemament d'informació fan que en un mateix producte puguem disposar de diverses versions lingüístiques al mateix temps. Aquesta flexibilitat també està arribant als programes informàtics, a les aplicacions de traducció simultània, i de gestió de la informació. Empreses com Microsoft, Sun Microsystems, Philips, etc. estan treballant amb aplicacions que poden funcionar simultàniament amb desenes de llengües, entre elles el català. Aquest tipus d'empreses funcionen amb la lògica de la *globalització* i *localització* dels productes. És a dir, creen productes globals, programaris estàndards que vendran arreu del món, i en cadascun dels mercats, i hi afegeixen les dades de *localització*. Aquest és el concepte pel qual es defineix el procés d'adaptació d'un producte a les necessitats locals (normalment lingüístiques). De manera que el producte final esdevé multilingüe o potencialment multilingüe.

Per tal de trobar aplicacions cada vegada més automàtiques i flexibles, hi ha empreses que desenvolupen traductors automàtics, interfícies de tria de la llengua (com ara les dels caixers automàtics) i diverses fórmules de preselecció i negociació lingüística. Un exemple de l'aplicació d'aquestes fórmules multilingües és la manera de treballar dels serveis meteorològics de Televisió de Catalunya, que produeixen informació per a molts països d'Europa i de fora d'Europa. A través d'un sistema de pretraducció i aplicació de les frases segons les dades de cada variable, la informació sobre el temps es tradueix (s'aboca a les pàgines corresponents) en frases i comentaris simultàniament a diversos idiomes.

El que és clar és que s'està produint una revolució en els sistemes de traducció. Aquests sistemes permeten oferir serveis simultàniament en diverses llengües, especialment en els sectors que tenen com a interfície internet, i també hi ha empreses que ofereixen serveis amb un suport tecnològic d'alt nivell. Internet ha fet molt per canviar i accelerar els processos de traducció, fins al punt que ja existeixen un bon nombre d'iniciatives lucratives i no lucratives que aprofiten la capacitat de la xarxa per implicar moltes persones en un mateix projecte i generar traduccions ràpides d'un producte. Softcatalà és un cas emblemàtic en la traducció de programes informàtics a una llengua que no sempre troba versions pròpies en el mercat com el català. Però podríem parlar de com la xarxa facilita que determinades persones es coordinin per traduir la seva sèrie favorita en 24 hores. O com les persones que s'han desplaçat del seu país d'origen continuen formant part d'un mateix univers comunicatiu gràcies als nous formats digitals de la televisió, la ràdio i la premsa escrita. De manera que les persones que conviuen en un mateix territori tenen accés a fonts d'informació de tot el món, en una gran diversitat de llengües. Sens dubte, el mitjà Internet és el que més ha revolucionat aquest canvi tecnològic en l'àmbit del multilingüisme. Segons Ola Persson, fundador del WordFinder Software, en el futur, també els diccionaris seran aplicacions Pocket PC o Palm, i funcionaran per mitjà de subscripcions a Internet.

Però el multilingüisme no és exclusiu dels programes informàtics i de l'àmbit digital, sinó que s'estén a altres mercats. La internacionalització de les empreses provoca noves necessitats lingüístiques, tant en la comunicació amb el client com en l'estructura interna, que esdevé més plurilingüe per la incorporació de personal, càrrecs directius, o simplement per la fusió d'empreses de diferents països. Hi ha pocs sectors que, en un àmbit o un altre, puguin deixar d'utilitzar diverses llengües.

En aquest sentit és important remarcar que les noves tecnologies han canviat alhora la metodologia i el concepte de treball. És a dir, les empreses de traducció no han canviat només pel fet d'haver incorporat metodologies de treball (traducció automàtica, thesaurus, serveis per Internet, etc.), sinó pel fet d'haver canviat la relació entre llengües. En el sector de la traducció, algunes empreses ja no es limiten a oferir serveis de traducció d'una llengua a una altra, sinó que ofereixen serveis de gestió lingüística, que inclou una visió integral de les diverses necessitats de l'empresa en aquest terreny.

4. Gestionar el multilingüisme des de l'empresa

Estem davant d'una nova tendència en què la planificació i la gestió lingüística estan entrant també a les empreses, i ja no són exclusius de la gestió pública. Aquest pas de la traducció a la gestió lingüística està afavorit per diversos factors, alguns dels quals ja hem esmentat: especialment, un nou context d'internacionalització accelerada, i la introducció de les TIC en els serveis de traducció. Però també hi ha canvis de les mateixes empreses que poden afavorir un major sensibilitat cap al multilingüisme. Especialment les multinacionals, que han adoptat en els últims anys criteris de responsabilitat social, que inclouen també l'atenció per les llengües locals i la diversitat cultural. Malgrat que és molt difícil passar de les bones paraules a les pràctiques reals, el fet és que hi ha un canvi de discurs que avala una nova manera de plantejar els usos lingüístics de les empreses. Els

factors que poden facilitar convertir aquest discurs en pràctiques lingüístiques concretes hi són, però caldrà veure com els actors promouen aquest canvi (administracions, empreses més dinàmiques, consumidors).

De moment, cal dir que en el món empresarial la gestió lingüística encara no és un fet del tot professionalitzat, de la mateixa manera que l'assumpció del multilingüisme més aviat és percebut en general com una necessitat sobrevinguda i no pas com una estratègia per actuar sobre el client. Les empreses acostumen a actuar sovint per inèrcia. I aquesta inèrcia les porta a complir estrictament amb la legislació (de vegades ni tan sols això), i amb les necessitats "percebudes" de la distribució.

Així doncs, si un producte va adreçat a diversos mercats "nacionals" al mateix temps, és usual trobar-lo etiquetat en múltiples llengües, que poden arribar fins a una vintena. Alhora, la centralització de determinats serveis, com l'atenció al client, redueix el nombre de llengües disponibles. Internament, les empreses també tendeixen a reduir tant com poden la diversitat lingüística com a estratègia per agilitzar els tràmits i les reunions internes. El problema és quan aquesta necessitat de reduir la complexitat de l'organització empresarial es converteix en la visió dominant sobre què cal fer amb les llengües.

En el futur, les empreses hauran de començar a distingir de forma molt clara els usos lingüístics interns (als quals s'hauran d'adaptar cada vegada més els treballadors) dels usos lingüístics externs (on caldrà adaptar-se al client). És a dir, distingir entre usos instrumentals i usos expressius de les llengües. És a dir, distingir els usos funcionals interns a l'empresa, dels usos que són vehiculats utilitzant fórmules de seducció i de representació en què es busca que el client/consumidor s'hi senti reflectit. Mentre que per als usos instrumentals la política de l'empresa pot consistir a reduir la diversitat lingüística, per als usos expressius caldrà trobar en cada llengua de les múltiples utilitzades una oportunitat per comunicar-se amb el client/consumidor.

5. Bibliografia

- Activitat econòmica i normalització lingüística*. Debats de l'Aula Provença, núm. 28. Barcelona: Fundació Jaume Bofill, 1997.
- Eurobaròmetre. *Europeans and Languages*. Comissió Europea, setembre 2005 (http://www.europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/ebs/ebs_237.en.pdf).
- European Union of Associations of Translation Companies. *European survey of translation purchasers*. Novembre 2005 (<http://www.euatc.org/>)
- Eurostat. *Non-national populations in the EU Member States*. Comissió Europea, 2006. (http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-NK-06-008/EN/KS-NK-06-008-EN.PDF).
- Figel, Jan. "Communication de la Commission au Conseil, au Parlement Européen, au Comité Économique et Social Européen et au Comité des Régions: *Un nouveau cadre stratégique pour le multilinguisme*". (<http://www.europa.eu/languages/servlets/Doc?id=914>). Comissió Europea, 22/11/2005.
- Lozano, J.M. *La empresa ciudadana*. ESADE, 2000. (format electrònic www.esade.es).
- Marí, Isidor: *Plurilingüisme europeu i llengua catalana*. València, Universitat de València, 1996.
- Pueyo, Miquel. *Tres escoles per als catalans*. Pagès editors, 1995.
- Rovira, Marta; Saurí, Enric; Gasull, Bernat. *La llengua a les empreses. Context, pràctiques i discursos*. Proa, 2006.

Marta Rovira i Martínez
Sociòleg
E-mail: mrovira@identitats.org