

# El multilingüisme de les empreses en el mercat mundial: l'estratègia britànica com a exemple

Isidor Mari

## Resum

En un context mundial en què l'anglès tendeix a imposar-se com a *lingua franca* incontestable en el món dels negocis, l'estratègia multilingüe que el govern britànic promou a gran escala, en estreta relació amb les organitzacions empresarials i amb els centres de serveis lingüístics, ens ofereix motius diversos de reflexió, tant pel seu enfocament com pels models organitzatius que ha adoptat. I sobretot, potser, per la importància estratègica que els dirigents econòmics i la polítics del Regne Unit han reconegut al multilingüisme, malgrat l'hegemonia mundial de l'anglès. Aquest és un fet que contrasta amb l'escassa atenció que rep la gestió del multilingüisme per part de les empreses catalanes –que ni tan sols semblen interessar-se gaire per l'anglès— i amb l'interès encara incipient del govern de Catalunya per aquest tema<sup>1</sup>.

## Sumari

1. Les primeres aproximacions
2. El desencadenant
3. L'adopció d'una estratègia nacional multilingüe
4. Conclusions i suggeriments

### 1. Les primeres aproximacions

Tal com resumeix John Hall<sup>2</sup>, els primers treballs sobre les necessitats multilingües de les empreses britàniques es remunten a la dècada dels 70, en la perspectiva de l'entrada del Regne Unit a la Comunitat Europea. Ja aleshores es va detectar un interès escàs de les empreses per desenvolupar les seves capacitats multilingües, que contrastava amb l'evidència que les empreses més exitoses en les transaccions internacionals eren les que prestaven més atenció a una bona gestió del multilingüisme.

Poc després d'aquesta fase inicial apareixen els treballs d'un dels especialistes més constants en l'estudi del multilingüisme de les empreses britàniques, Stephen Hagen. Des de la seva primera obra, *Languages in British Business* (1988)<sup>3</sup>, fins a la més recent, *Language and Culture in British Business. Communication, Needs and Strategies*<sup>4</sup>, les seves publicacions al llarg dels anys 80 i 90 han estat en bona part les que han atret l'interès general per la importància estratègica del desenvolupament de les capacitats multilingües de l'economia del Regne Unit.

### 2. El desencadenant

Després d'aquesta fase inicial, no hi ha dubte que el toc d'alerta més efectiu va ser l'informe de la Fundació Nuffield, *Languages: the next generation*<sup>5</sup>, que venia a rebatre de manera contundent la pretensió que l'anglès, com a *lingua franca* mundial, era suficient per a qualsevol tipus de relació internacional i que, per tant, no calia aprendre idiomes. La primera afirmació del resum executiu d'aquest informe és prou clara: *amb l'anglès no n'hi ha prou*.

---

<sup>1</sup> 1. L'interès creixent per aquest tema sorgeix gairebé exclusivament de la Secretaria de Política Lingüística, que ha publicat aquest any dos textos rellevants, Usos lingüístics a les grans empreses amb vocació internacional presents a Catalunya l'any 2002 i Els usos lingüístics a les empreses amb vocació internacional. Actes del Col·loqui Internacional. Quebec, 9 i 10 de juny de 2003, a més del web El multilingüisme als webs d'empresa. Cal subratllar, però, que l'aproximació als usos lingüístics de les empreses catalanes es fa per conèixer el lloc que hi ocupa la llengua catalana i encara no presta gaire atenció a les necessitats multilingües.

<sup>2</sup> *The contribution of foreign languages to the economic development of Scotland. A review of the literature* (The Scottish Council for Research in Education, 2000). Consultable en línia: <<http://www.scre.ac.uk/scot-research/hallcont/contribution.pdf>> (accés el setembre de 2005).

<sup>3</sup> Londres: CILT. Vaig mirar d'atreure l'atenció sobre aquesta publicació a la II Trobada de Sociolingüistes Catalans (1993), amb la ponència *Integració europea i plurilingüisme: un marc per a la recerca i la planificació lingüística*, recollida a les *Actes* corresponents (Generalitat de Catalunya, 1994).

<sup>4</sup> Londres, CILT (2005).

<sup>5</sup> The Nuffield Foundation. Londres, 2000. Consultable en línia: <[http://languages.nuffieldfoundation.org/filelibrary/pdf/languages\\_finalreport.pdf](http://languages.nuffieldfoundation.org/filelibrary/pdf/languages_finalreport.pdf)> (accés el setembre de 2005).

Els arguments que donaven suport a aquesta afirmació eren molt variats, però podem subratllar-ne alguns:

Els joves britànics es troben en desavantatge respecte als d'altres països en el mercat de treball perquè no coneixen idiomes.

El govern no té un enfocament coherent del multilingüisme: cal que adopti una estratègia nacional per a desenvolupar les capacitats multilingües i un sistema de suport a aquesta estratègia, que connecti les llengües i les TIC.

Els idiomes –juntament amb la competència lingüística, matemàtica i tecnològica—són claus per a la competitivitat econòmica, la tolerància intercultural i la cohesió social.

En definitiva, l'informe es proposava respondre unes preguntes decisives:

Quines capacitats multilingües haurà de tenir el país en els propers 20 anys per a aconseguir els seus objectius econòmics, estratègics, socials i culturals i les aspiracions dels seus ciutadans?

Fins a quin punt les polítiques actuals responen a aquestes necessitats?

Quines iniciatives i quins plans estratègics caldrà adoptar en la situació actual?<sup>6</sup>

Els tres primers capítols de l'informe fan una presentació crítica del multilingüisme mundial. Subratllen, per exemple, que la mundialització va acompanyada del reforçament de les lleialtats locals i el gal·lès i el gaèlic guanyen noves identifications; al mateix temps, les grans ciutats esdevenen multiculturals i multilingües a causa de la immigració, i a mesura que augmenta l'accés a Internet disminueix el pes relatiu que hi té l'anglès respecte a les altres llengües.

És cert, afegeix l'informe, que l'anglès s'afirma com a *lingua franca* mundial, indispensable en molts de camps, però seria un greu error creure que és suficient. Hi ha altres llengües que s'estenen en àmplies regions del món (el xinès, el hindi/urdu, l'espanyol, l'àrab...). En un món multilingüe, subratlla, el monolingüisme implica inflexibilitat, insensibilitat i arrogància. La gran capacitat multilingüe d'altres països els proporciona un avantatge competitiu molt notable respecte als britànics. Les relacions internacionals del Regne Unit reclamen extenses competències multilingües.

Especialment en el camp del comerç internacional, l'informe reclama un gran esforç conjunt del món econòmic i del govern per superar les limitacions del multilingüisme de les empreses, del sector turístic i dels serveis públics. Al mateix temps, subratlla la importància de les llengües per a les respectives comunitats, valora molt positivament la recuperació de les llengües territorials –gal·lès, gaèlic, irlandès—i suggereix que el govern britànic té molt a aprendre de l'experiència bilingüe dels seus parlants. És sobre la riquesa d'aquesta diversitat històrica i de la diversitat arribada amb la immigració que cal construir l'estratègia lingüística britànica per al segle XXI.

Els dos capítols següents –quart i cinquè— tracten de l'aprenentatge dels idiomes en els diferents nivells educatius, amb propostes específiques per a cadascun. El darrer capítol, el sisè, presenta amb detall l'estratègia multilingüe nacional que es considera necessària.

### 3. L'adopció d'una estratègia nacional multilingüe

El govern britànic va assumir en les seves línies generals les propostes de l'informe Nuffield. El 2002 donava a conèixer el document *Languages for All: Languages for Life. A Strategy for England*<sup>7</sup>, que constitueix explícitament una resposta a les demandes de l'informe Nuffield, que ja hi és esmentat des de les primeres pàgines.

Aquesta estratègia multilingüe nacional se centra en l'aprenentatge dels idiomes, però posa un accent molt evident en la seva funció essencial per a la competitivitat de l'economia britànica i es proposa l'objectiu de desplegar estratègies regionals de suport al multilingüisme de les empreses, basades en enquestes regionals d'identificació de les necessitats lingüístiques del sector econòmic fetes per les respectives Agències Regionals de Desenvolupament. Aquestes enquestes posaven en evidència que el 20% de les empreses britàniques havien perdut oportunitats de negoci per manca de capacitats multilingües. Així doncs, entre el 2001 i el 2004 s'ha desplegat una Xarxa Lingüística

<sup>6</sup> No hauríem de cercar també nosaltres les respostes adients a aquestes mateixes preguntes?

<sup>7</sup> Consultable també en línia: <<http://www.dfes.gov.uk/languagesstrategy/pdf/DfESLanguagesStrategy.pdf>> (accedit el setembre de 2005).

Regional (*Regional Languages Network*) que té la finalitat primordial de desenvolupar el multilingüisme de les empreses que operen en l'àmbit internacional<sup>8</sup>.

Dins d'aquesta estructura territorial, el CILT – fins fa poc *Centre for Information on Language Teaching*—ha esdevingut *The National Centre for Languages*<sup>9</sup>, amb unes funcions molt més àmplies, com a nucli d'una extensa xarxa de suport al multilingüisme de la societat britànica i, molt especialment, del món econòmic<sup>10</sup>.

Una de les seccions del portal del CILT es dedica específicament a *Business + Employment*<sup>11</sup> i té un apartat sobre la planificació lingüística de les corporacions (*Corporate language planning*)<sup>12</sup> amb un extens repertori d'orientacions i recursos per al disseny i l'aplicació de les estratègies multilingües de les empreses.

Des del punt de vista de la sensibilització de les empreses, em sembla particularment encertat el recent prospecte *Talking World Class. The impact of language skills on the UK economy*<sup>13</sup>, un excel·lent compendi dels arguments que justifiquen una bona gestió empresarial de les capacitats multilingües.

En un sentit més pràctic, sembla de gran utilitat la guia *Improving your business communications*<sup>14</sup>, de *Trade Partners UK*, que facilita la identificació de les necessitats multilingües de l'empresa, argumenta per què convé usar la llengua dels clients, explica en què consisteix una bona estratègia internacional de comunicació, informa dels serveis lingüístics de suport que l'empresa pot utilitzar i suggereix com a primer pas la realització d'una anàlisi de necessitats multilingües (*Export Communications Review*), de la qual s'ocupen les Cambres de Comerç<sup>15</sup>. També ofereix orientacions sobre l'ús idoni dels serveis de traducció/interpretació i sobre la formació lingüística i intercultural del personal.

En conjunt, doncs, el guiatge i el suport que s'ofereix a les empreses és eficaç, complet i fàcilment accessible.

#### 4. Conclusions i suggeriments

Tot fa pensar que la mundialització de l'economia reclama l'adopció de polítiques similars en tots els contextos, i especialment en una societat com la catalana, en la qual és imprescindible organitzar una gestió satisfactòria del multilingüisme, que cal assegurar que implicarà de manera integrada i simultània la utilització normal de la llengua catalana en les comunicacions locals.

Des d'aquest punt de vista, l'experiència britànica reuneix un seguit de característiques que la fan especialment il·lustrativa –gairebé modelica:

Parteix d'un estudi macrosociològic que identifica les necessitats multilingües del conjunt de l'economia.

Estableix un marc idoni de cooperació entre els poders públics, les organitzacions empresarials i els serveis lingüístics. En aquest esquema, convé subratllar la ponderació dels subsidis públics, que respecten l'activitat professional dels serveis lingüístics i en cap cas hi entren en competència.

Organitza un sistema sectorialitzat i territorialitzat de planificació, gestió i oferta de serveis d'informació i de suport, que permet adaptar l'estratègia multilingüa a les característiques concretes de cada entorn i de cada empresa o corporació.

<sup>8</sup> En trobareu una informació detallada a l'apartat corresponent del portal del CILT: <<http://www.cilt.org.uk/rIn/index.htm>> (accedit el setembre de 2005). Hi podreu veure –i descarregar en format digital—les enquestes regionals de necessitats multilingües i els plans regionals de desenvolupament del multilingüisme, amb les xarxes de serveis de suport desplegades en cada zona.

<sup>9</sup> Visiteu, per fer-vos-en una idea, la seva pàgina principal: <<http://www.cilt.org.uk/>> (accedida el setembre de 2005).

<sup>10</sup> Hi col·laboren també xarxes de serveis més específiques, com Solvit <<http://www.solvit.org.uk/>>, Blis <<http://www.blis.org.uk/>> o Languages Work <<http://www.languageswork.org.uk/>>, tots tres accedits el setembre de 2005.

<sup>11</sup> <<http://www.cilt.org.uk/employment/index.htm>> (accés el setembre de 2005).

<sup>12</sup> <<http://www.cilt.org.uk/employment/corp.htm>> (accés el setembre de 2005).

<sup>13</sup> També consultable en línia: <<http://www.cilt.org.uk/publications/pdf/TWC.pdf>> (accedit el setembre de 2005).

<sup>14</sup> Consultable en línia: <[http://www.cilt.org.uk/employment/improving\\_your\\_business\\_communications.rtf](http://www.cilt.org.uk/employment/improving_your_business_communications.rtf)> o <<https://www.uktradeinvest.gov.uk/ukti/fileDownload/guide.pdf?cid=359933>> (accés el setembre de 2005).

<sup>15</sup> Vegeu les condicions d'aquest servei a l'adreça <<http://www.chamberonline.co.uk/YcOkikNo2c5pNA.html>> (accés el setembre de 2005). Una xarxa territorial de consultors lingüístics s'encarrega d'efectuar aquestes anàlisis: <<http://www.chamberonline.co.uk/YX70P6I.html>> (accés el setembre de 2005).

Estableix una estreta relació entre els grans objectius de l'economia i la política lingüística i educativa, que posa en evidència l'enorme importància de les llengües en la nova economia mundial, tant per a les persones, com per a les organitzacions o per al conjunt de cada comunitat.

En la meua opinió, la societat catalana disposa de bona part dels recursos i les infraestructures necessaris per emprendre una política d'aquest tipus, no tan sols com a part d'una política de normalització lingüística, sinó com a línia principal d'una acció de govern que impliqui pràcticament tots els departaments: es tracta d'una estratègia d'interès nacional que –per més que en aquestes notes ens hem fixat en la transcendència econòmica que té— compromet la política educativa, cultural, econòmica, social, territorial, etc. Tant de bo l'exemple britànic ens impulsi a promoure la nostra pròpia estratègia nacional multilingüe. Tots hi sortirem guanyant.

**Isidor Marí**

<imari@uoc.edu>

Universitat Oberta de Catalunya