

IDIOMES, EMPRESA I TREBALL:
ESCENARIS LINGÜÍSTICS A CATALUNYA
DAVANT DEL PROCÉS D'INTEGRACIÓ ECONÒMICA A EUROPA¹

Amado ALARCÓN ALARCÓN
Universitat Rovira i Virgili

PARAULES CLAU: empreses, integració econòmica, Europa, producció, desigualtat, valor econòmic de les llengües.

RESUM

Aquest article exposa els principals resultats d'una recerca portada a terme en empreses situades a Catalunya en què s'analitzen les conseqüències lingüístiques de la nova situació creada a partir del procés d'integració econòmica europea. Es detallen quines són les raons que fan que els idiomes esdevinguin un factor central en els processos de producció i de desigualtat en aquest nou escenari.

PARAULES CLAU: integració econòmica, capitals lingüístics, llengua, economia.

1. INTRODUCCIÓ

La mobilitat dels factors de producció (capital, mercaderies i treball) que està associada als processos d'integració econòmica comporta que les empreses es converteixin en un punt de reunió —físic o virtual— de diferents grups lingüís-

1. Aquest article desenvolupa els resultats d'una recerca dirigida per la professora Carlota Solé (UAB) i finançada per l'Institut d'Estudis Catalans. La recerca té per títol «L'euro, activitat econòmica i llengua als països catalans: L'intercanvi econòmic com a font dels canvis lingüístics».

tics. És per aquest motiu que les organitzacions, d'acord amb Dhir i Savage (2002), han de triar entre idiomes alternatius, un idioma de treball que ofereixi les taxes més eficients de creació de coneixement i gestió en un context competitiu. La internacionalització de l'activitat i la incorporació de treballadors d'arreu del món a les empreses implica l'elecció d'idiomes de comunicació interns i externs, i implica que uns idiomes perdin funcions comunicatives i d'altres en guanyin. És a dir, s'observen grups lingüístics guanyadors i grups lingüístics perdedors o menystinguts tant com a consumidors com com a força de treball. A partir d'aquesta consideració les preguntes generals de la nostra recerca són: en quina mesura augmenta o disminueix l'ús social del català amb motiu de les relacions socials de producció que es donen a Catalunya? I, quines conseqüències se'n deriven per als grups socials que posseeixen diferents capitals lingüístics? Per donar resposta a aquestes preguntes partim d'un tractament teòric centrat en el valor instrumental dels idiomes. El nostre treball de camp, tal com es desenvolupa en l'apartat metodològic, el situem en les pràctiques i decisions lingüístiques d'un conjunt d'empreses ubicades a Catalunya i que estan desigualment afectades per la mobilitat dels factors de producció.

2. CAPITALS LINGÜÍSTICS I ACTIVITAT ECONÒMICA

Des d'una perspectiva instrumental els idiomes poden ser considerats com una forma de capital humà i com a manifestació de capital social. Com a capital humà,² les inversions lingüístiques (realitzades per treballadors i empresaris) són rendibles en el temps a través de l'agregació de valor que implica el procés de producció dels béns i serveis. L'absència d'un capital lingüístic adient comporta, des d'aquesta perspectiva, l'existència de barreres lingüístiques a les transaccions econòmiques (Breton i Mieszkowski, 1979). Aquestes barreres són el fruit de la desigual distribució mundial dels repertoris lingüístics i de les majors necessitats de portar a terme intercanvis entre actors que pertanyen a diferents comunitats lingüístiques. Així, un problema comú de les empreses és gestionar la diversitat lingüística en aspectes com la penetració en nous mercats, la gestió internacional de la producció i la comercialització dels seus productes. Respecte d'això, la solució és l'adquisició de capital lingüístic per part de les empreses, ja sigui via reclutament d'una força de treball formada lingüísticament, ja sigui invertint en formació lingüística. Per tant, aquests actors corporatius adopten solucions privades en forma d'estratègies i pràctiques lingüístiques que tenen per fita la consecució de l'eficà-

2. Bourdieu (1985: 13) considera una economia dels intercanvis lingüístics i indica que el mercat lingüístic crea les condicions per a una competició objectiva on la competència lingüística legítima és un capital lingüístic que produeix, amb ocasió de l'intercanvi social, un benefici de distinció, així com uns costos en termes de sancions i censures específiques (1985: 13).

cia i l'eficiència econòmica en un marc d'operacions econòmiques que sobrepassa les comunitats lingüístiques i les competències lingüístiques dels estats nació.

Com a capital social, els idiomes contribueixen a la generació de connexions, valors, normes compartides i confiança entre els membres d'una organització social (Putnam, 1995). D'acord amb Coleman (1990), el capital social, quant a *capital*, constitueix un recurs productiu per als actors en la producció i, en tant que *social*, es refereix a aspectes de l'organització social, relacions informals quotidianes, establertes sense propòsits econòmics, però amb conseqüències econòmiques. Respecte a les conseqüències econòmiques, el capital social es troba desigualment distribuït en les empreses i en la societat. No tothom disposa de la mateixa xarxa relacional dins de la companyia, ni gaudeix de la confiança dels membres clau (directors, gerents...). No tothom s'ha socialitzat en les normes i valors (o cultura de l'empresa). No tothom comparteix de la mateixa manera l'idioma socialment acceptat com a idioma corporatiu (pot ser que no es tracti de la llengua materna, pot ser que el coneixement d'aquest sigui insuficient). De fet, les polítiques lingüístiques no només poden entendre's com a mecanisme per a la generació de capital humà orientat a la superació dels obstacles lingüístics al comerç internacional, sinó com a institució per a la generació de capital social, en termes de cohesió i mobilització dels recursos humans d'un determinat territori.

Com a conseqüència de les transformacions estructurals dels intercanvis econòmics i del major contacte entre comunitats lingüístiques (dintre i fora de la corporació) es produeix una segmentació respecte a la distribució del capital social. En una mateixa empresa conviuen diferents grups nacionals amb denses xarxes de relació entre ells però amb escassa relació amb altres grups nacionals. Les normes i valors no són necessàriament compartits i, en conseqüència, hi ha problemes lingüístics en la comunicació: decidir quin és l'idioma socialment acceptable per a cada situació pot convertir-se en una negociació que expressa el conflicte entre diferents grups nacionals. D'altra banda, la generació de capital lingüístic en les empreses no és suficient per participar del capital social. Els coneixements lingüístics són una condició necessària però no suficient per a la promoció o la competitivitat.

La negociació de l'ús dels idiomes entre els diferents agents implicats en les empreses es fa especialment evident per les transformacions internes i externes que emanen del procés de globalització i de la Unió Econòmica i Monetària. Es pressuposa de les empreses una elevada racionalitat orientada a fins econòmics i que la capacitat d'adaptació estratègica és una variable clau per a la consecució dels fins econòmics en un entorn canviant i competitiu. En aquest context, els canvis en les relacions d'intercanvi induïts per la globalització i la Unió Econòmica i Monetària mostren efectes observables en les pràctiques i estratègies lingüístiques que esdevenen en les diferents maneres d'organització social de la producció. Així, l'increment de la mobilitat de les mercaderies, del capital i del treball incentiva les empreses perquè cerquin solucions lingüístiques, en especial, davant

la internacionalització de l'activitat. Tanmateix, l'augment de la importància de la variable lingüística en l'activitat empresarial no es concentra de manera exclusiva en aquelles empreses internacionalitzades. Fins i tot, en petites i mitjanes empreses orientades cap al mercat local és possible detectar estratègies lingüístiques vinculades als processos d'unificació dels mercats, per exemple, per la presència d'un major nombre de clients comunitaris i d'altres d'estrangers a Catalunya.

3. METODOLOGIA

El treball de camp d'aquesta recerca es basa en l'estudi de casos exemplars per mitjà d'una combinació de grups focals i entrevistes en profunditat a informants privilegiats. Els participants dels grups focals són treballadors i directius, estrangers i catalans, de sectors i empreses particularment afectats per la nova situació socioeconòmica causada per l'ampliació i aprofundiment de la UE i per la globalització econòmica. Concretament, els criteris que hem utilitzat per seleccionar els individus de la mostra han estat els següents: 1) hem seleccionat empreses que pertanyen a contextos territorials específics i a maneres diverses d'organització de la producció, per tal de detectar quins són els efectes lingüístics de cadascun dels models productius. Tots els models estudiats estan experimentant canvis com a conseqüència de l'inici del procés d'ampliació i aprofundiment de la UE. Així, hem seleccionat quatre perfils d'empreses en diferents contextos geogràfics: *a)* empreses transnacionals vinculades a les noves tecnologies integrants del que s'ha anomenat *nova economia*, ubicades a la ciutat de Barcelona; *b)* empreses multinacionals del sector industrial establertes a Catalunya però amb capital europeu, situades a la perifèria industrial de Barcelona; *c)* petites empreses integrades en una aglomeració industrial, concretament a la comarca del Montsià; *d)* petites empreses del sector dels serveis sanitaris al litoral turístic català. 2) El segon criteri ha estat seleccionar empreses amb una important presència de treballadors europeus a les plantilles, ja sigui en tasques directives o entre els operaris. Aquesta estratègia ens ha permès observar com es desenvolupen les dinàmiques lingüístiques en una empresa amb una plantilla multilingüe. Partint d'aquest disseny, s'han realitzat un total de deu grups focals (en total, quaranta-vuit treballadors hi han participat) i nou entrevistes a informants privilegiats.

4. RESULTATS

4.1. Diferenciació lingüística dels escenaris empresarials

En el següent quadre, a partir del treball de camp realitzat, es pot observar una descripció dels principals trets lingüístics de les empreses estudiades. Com

es pot observar, el valor instrumental dels idiomes posseeix connotacions força diferents en els diferents models d'empreses analitzades. La generalització d'aquests resultats, sense perdre de vista les restriccions metodològiques derivades de l'estudi de casos exemplars, ens conduiria a afirmar que Catalunya no és un escenari en el qual es produeix unívocament un determinat efecte o conjunt d'efectes lingüístics com a conseqüència de la globalització. La mobilitat dels factors implica una proliferació d'escenaris lingüístics localment diferenciats i empreses i treballadors afectats de manera molt desigual pel creixement de fluxos laborals, de capitals i de mercaderies. Les transformacions lingüístiques que observem en àmbits geogràfics com el litoral turístic, les zones quasi rurals del sud de Catalunya, la Regió Metropolitana de Barcelona i la mateixa ciutat de Barcelona mostren, parafrasejant Appadurai (1990), paisatges lingüístics molt diferents que són l'efecte de la contraposició de la globalització amb escenaris locals fortament diferenciats per les característiques demogràfiques i tecnològic-productives. Augmenta, per tant, la complexitat lingüística de la geografia catalana. D'acord amb Robertson (1995), es tracta del desigual efecte local de la dinàmica global.

Característiques lingüístiques dels escenaris analitzats

	<i>Empreses multinacionals etnocèntriques</i>	<i>Empreses multinacionals geocèntriques</i>	<i>Clúster industrial</i>	<i>Petites i mitjanes empreses del sector sanitari</i>
Descripció	Grans empreses industrials d'origen alemany del sector de l'automoció	Grans empreses dels Estats Units orientades a serveis de logística i noves tecnologies	Pimes del sector industrial del moble de capital català	PIME de capital europeu i català
Localització	Regió Metropolitana de Barcelona	Barcelona	El Montsià	Litoral català i Illes Balears
Grups lingüístics	Alemany Català i castellà	Francès, anglès, portuguès... Català i castellà	Romanès Català i castellà	Anglès, francès... Català i castellà
Principals idiomes de les organitzacions	Idioma corporatiu Idiomes dels mercats locals de treball	Idioma corporatiu Idiomes dels mercats locals de treball Idioma dels mercats de destí	Idioma de la comunitat local Idioma(es) de la mà d'obra immigrada	Idioma de la comunitat local o de la comunitat immigrada

	<i>Empreses multinacionals etnocèntriques</i>	<i>Empreses multinacionals geocèntriques</i>	<i>Clúster industrial</i>	<i>Petites i mitjanes empreses del sector sanitari</i>
Origen del valor de canvi dels idiomes	La nacionalitat del capital La necessitat de coordinació de les plantilles locals	El mercat de destí L'entorn global en què opera l'empresa	La comunitat i l'entorn productiu local	L'entorn local i la diversitat lingüística
Origen del valor d'ús dels idiomes	— Promoció individual — Pertinença al grup lingüístic	Accés a l'empresa — Satisfacció dels clients (avantatge competitiu) — Coordinació global	Accés i promoció laboral — Pertinença al grup lingüístic	Accés a clients locals lingüísticament diversos
Plantilles	Bilingües: Subgrup de directius i tècnics relacionats amb la matriu Monolingües: Subgrup d'operaris locals	Trilingües: Treballadors globals Monolingües: Treballadors locals no deslocalitzables	Monolingües: Direcció i treballadors locals Bilingües: Treballadors immigrants	Bilingües Subgrup d'empreses <i>catch all</i> enfocades a clients procedents de l'estranger i autòctons Monolingües: Subgrup d'empreses enfocades a clients del seu grup nacional
Extensió de les funcions lingüístiques específiques (traducció, atenció al client...)	Departamental Empobriment lingüístic del treball Un departament específic desenvolupa les funcions lingüístiques orientades als mercats	Transversal Enriquiment lingüístic del treball Tota la plantilla treballa amb informació i, per tant, desenvolupa funcions lingüístiques	Absència de funcions lingüístiques específiques o no visibles Externalització de la funció davant eventuais necessitats lingüístiques	Transversals Enriquiment lingüístic del treball Tota la plantilla treballa amb clients internacionals i, per tant, desenvolupa funcions lingüístiques

	<i>Empreses multinacionals etnocèntriques</i>	<i>Empreses multinacionals geocèntriques</i>	<i>Clúster industrial</i>	<i>Petites i mitjanes empreses del sector sanitari</i>
Llengua de poder / identitat	Alemany (llengua corporativa)	Explicitament cap Implicitament, l'anglès	Llengua local	La mateixa de la comunitat
Contractació de personal	Alta entre el personal directiu Baixa per a la resta	Molt alta en tots els casos	Molt baixa	Alta
Coordinació interna	Alta	Alta	Baixa	Baixa
Confiança	Baixa	Alta	Baixa	Alta
Producció	Baixa	Alta	Baixa	Alta
Polítiques lingüístiques d'empresa	Implícites Formalitzades	Explícites Formalitzades	Implícites Informals	Explícites Formals
Presència del català	Baixa	Molt baixa	Alta	Baixa

FONT: Elaboració pròpia.

Des d'aquesta vessant, l'efecte de la globalització i de la construcció europea, en essència, és de fragmentació dels paisatges lingüístics de la societat catalana. Així, en cadascun dels escenaris que hem analitzat hem trobat un context territorial i unes estructures productives particulars en què es relacionen grups lingüístics específics. Tanmateix, no podem parlar només de les creixents desigualtats territorials de la composició dels grups lingüístics. En cadascun dels paisatges lingüístics trobem que els individus, en funció de la posició social, de la situació laboral, desenvolupen estratègies lingüístiques altament diferenciades. Els joves del centre i del nord d'Europa desplaçats a Barcelona o els treballadors procedents de Romania al Montsià desenvolupen estratègies lingüístiques vers els idiomes locals molt diferenciades respecte dels jubilats dels seus mateixos països al litoral català. Aquesta observació és igualment pertinent per als treballadors autòctons vers els idiomes estrangers en els diferents escenaris observats, en tant que l'estructura d'incentius de la capitalització lingüística és altament variable en funció de la posició davant la internacionalització dels factors de producció.

Les transformacions en les relacions d'intercanvi que afecten les estratègies i pràctiques lingüístiques poden resumir-se de la següent manera. En primer lloc, l'alt grau d'obertura internacional de l'economia catalana, amb unes relacions

comercials particularment intenses amb Europa, propicia un desenvolupament de les competències lingüístiques en idiomes estrangers entre la plantilla i en les comunicacions. Des del punt de vista del comerç internacional, l'establiment dels intercanvis es dona en condicions d'absència de jerarquies preestablertes. Els idiomes es negocien en cada intercanvi i són condicionats pel poder de negociació de cada empresa, les normatives nacionals i les característiques dels mercats de consum als quals s'adrecen els productes. Com hem observat, especialment les petites i mitjanes empreses teixeixen les xarxes de relacions en una contínua negociació quant als idiomes d'intercanvi.

En segon lloc, un altre fenomen que condiciona el conjunt de les relacions econòmiques és l'elevada presència d'empreses multinacionals, en particular, de capital europeu. La presència d'aquestes empreses, que necessiten un alt grau de cooperació directa i, per tant, establir amb èxit la comunicació intercentres, afavoreix estratègies de racionalització lingüística. Es tracta de la tendència, per l'eficiència que presenta, al monolingüisme intern i extern en les organitzacions. Però, en un context d'elevada diversitat lingüística com és l'europeu, el monolingüisme en les empreses multinacionals resulta inviable. Les estratègies lingüístiques d'aquestes companyies corresponen a decisions centralitzades que imposen una jerarquia lingüística que emana de les matrius i que s'expliquen en termes de control sobre les filials. En el cas de les empreses multinacionals etnocèntriques, els idiomes de coordinació són els oficials del país d'origen, en tant que la pertinença ètnica i lingüística dintre d'aquestes empreses és una característica essencial per definir les posicions de control sobre el conjunt de l'estructura productiva. Les relacions s'estableixen d'acord amb la pertinença lingüística i/o nacional, que determina les relacions de confiança i legitima la jerarquia interna entre els diferents grups lingüístics. En el cas de les empreses geocèntriques, es produeix un major pragmatisme orientat a la producció de (i compartir el) coneixement disseminat en l'organització com a font de productivitat, que deriva en l'ús de l'anglès.

Hem de destacar que l'augment del poder de negociació d'aquests actors multinacionals és un element clau per determinar les pràctiques lingüístiques internes i externes d'aquestes corporacions, pel volum de recursos que gestionen i per la capacitat de deslocalització de les capacitats productives. En l'àmbit intern, per la disminució de la capacitat de resistència dels treballadors i l'adhesió d'aquests a l'empresa. En l'àmbit extern, per la capacitat d'aquestes empreses per determinar en una situació quasi monopòlica les característiques dels productes i les condicions de prestació dels serveis.

En tercer lloc, la consolidació de Catalunya com a destinació de fluxos migratoris per raons econòmiques, procedents tant d'Europa com d'altres indrets, ha modificat la composició del mercat de treball català. En aquest mercat es combina una demanda de treball procedent de sectors més intensius en mà d'obra (des del turisme fins a algunes activitats industrials afectades pels processos de deslocalització) i una altra de procedent de sectors avançats de l'economia, amb una

gran dependència de capital estranger. Ambdós tipus de demanda afavoreixen la presència de nous grups lingüístics a Catalunya. De fet, la participació d'Espanya en la Unió Europea ha propiciat un creixement de les inversions estrangeres i una dinamització de l'economia que són causa de la presència dels nous migrants.

En quart lloc, la tendència vers un capitalisme informacional, en què cobren major pes les noves tecnologies de la informació i la comunicació, comporta que la producció de valor se centra en el coneixement. L'organització dels processos de creació de valor es produeix en el marc del capitalisme informacional i en la gestió en xarxa dels processos productius, i dona lloc a l'anomenada *empresa xarxa*. El cas de Catalunya, com a economia desenvolupada, la situa entre les primeres del món en l'accés a les noves tecnologies de la informació i la comunicació. Això implica, d'una banda, la inversió en formació vinculada a les noves tecnologies i a l'accés a documents científicoprofessionals, principalment redactats en llengües franques internacionals. Tanmateix, les formes d'organització del capitalisme informacional posen en contacte àrees llunyanes i lingüísticament heterogènies que han d'establir noves pautes o patrons comunicatius.

Hem de considerar que, en els països informacionalment avançats, la producció de coneixement és una font bàsica de competitivitat. Catalunya pugna per convertir-se en una regió productora de coneixement, és a dir, centrar l'activitat de l'economia en la producció de símbols, particularment lingüístics (documents, programes, dissenys, imatges). Això situa els idiomes en el centre dels processos de producció perquè els símbols esdevenen la matèria primera, l'eina de tractament —sovint per mitjà d'eines informàtiques—, necessària per a la cooperació amb empreses i treballadors especialitzats en àrees concretes de coneixement d'arreu del món. En darrera instància, la interacció entre les solucions lingüístiques de caràcter privat d'empreses i treballadors defineix el nou escenari lingüístic en el qual el control sobre el futur de les llengües resta allunyat dels estats, si bé no hem d'oblidar, tal com hem deixat palès en els capítols precedents, que aquests són una peça clau en l'orientació dels processos lingüístics.

4.2. Factors tecnicoproductius i ús dels idiomes

Hem observat que la creació de la Unió Econòmica i Monetària altera les formes de valoració dels idiomes i les estratègies lingüístiques dels treballadors autòctons i estrangers. Per fer-ho, hem analitzat la situació en escenaris d'inserció i promoció laboral. Hem comprovat, així, que en cadascun dels escenaris analitzats es donaven diferents situacions lingüístiques. Allò remarcable és que les estratègies lingüístiques dels diferents actors estan determinades per les estructures economicoempresarials en les quals es troben immersos, de manera que produeixen efectes divergents entre, per exemple, un treballador d'una empresa multinacional i un treballador de serveis per al mercat local.

Les pràctiques i estratègies lingüístiques que hem observat en les empreses estudiades depenen de les transformacions específiques de cada sector d'activitat en el context de la globalització econòmica, amb unes característiques específiques de competència amb altres empreses, grau d'internacionalització, grau de concentració empresarial, deslocalització, existència o no d'economies d'aglomeració, intensitat tecnològica, de capital o de mà d'obra. De manera abreujada, les transformacions lingüístiques en cada sector d'activitat i àmbit local estan afectades pels següents trets:

1) La intensitat de la informació i la generació de coneixement en el procés productiu, que situa en un paper clau els idiomes com a instruments de creació de valor. El valor, en empreses amb forta implicació tecnològica i cada cop en més empreses industrials, es genera intercanviant informació i produint coneixement per mitjà de l'idioma. Aquesta font de generació de valor augmenta el seu paper en les grans corporacions, que es reestructuren entorn de processos de valor afegit i externalitzen les activitats intensives en mà d'obra o aquelles on no poden assolir l'excel·lència empresarial en un context de creixent competència. El grau de centralitat de la informació i el coneixement determina el valor d'ús atorgat als idiomes en les empreses estudiades.

2) Respecte a la localització (urbana/rural) hem observat importants diferències entre les empreses situades en la Regió Metropolitana de Barcelona i les situades en àmbits quasi rurals, com la comarca del Montsià. Mentre que les empreses estudiades a la Regió Metropolitana de Barcelona estan fortament *connectades* amb altres nodes urbans de la xarxa europea i mundial d'aglomeracions urbanes, l'àrea quasi rural estudiada està fortament *desconnectada*. D'aquesta manera, hem constatat que aquest grau de *connexió/desconnexió* entre els membres de les ciutats globals influeix substancialment en la valoració dels idiomes com a instrument per a la participació en una societat més àmplia.

3) En referència a la grandària de les empreses, les grans corporacions denoten processos de formalització elevada en les pràctiques lingüístiques per les necessitats de control sobre l'organització i que, històricament, han donat lloc a la burocràcia. Les noves formes d'organització del treball, que impliquen organitzacions més planes, amb menys comandaments intermedis, el pas de l'organització per funcions a l'organització per processos i la deslocalització productiva de les grans empreses impliquen un augment de les necessitats de comunicació entre un major nombre dels treballadors. En primer lloc, perquè la comunicació ja no és unidireccional, sinó que s'estableix un *feedback* entre tots aquells que han de contribuir a la gestió d'un procés. En segon lloc, perquè s'exigeix a tota la plantilla que participi de la creació i no només de l'execució dels productes. En tercer lloc, perquè la deslocalització implica gestionar treballadors que poden pertànyer a diferents grups lingüístics. La reducció de la grandària mitjana de les empreses (en termes del nombre d'empleats) no necessàriament implica una menor atenció a les variables lingüístiques, sinó que en el context de les transfor-

macions del treball és més necessari que la plantilla tingui una valoració més instrumental de la diversitat lingüística i interioritzi les necessitats de flexibilitat i pragmatisme lingüístic.

4) Quant a l'origen nacional del capital, aquesta és una variable clau per comprendre les relacions de forces entre els diferents grups lingüístics. Les posicions de superordinació i subordinació d'uns idiomes respecte a uns altres s'expliquen, com hem comprovat, per l'origen fortament nacional de la cultura d'empresa. La desigual distribució de l'idioma corporatiu entre la plantilla comporta que els idiomes dintre de les grans empreses multinacionals operin com un excel·lent instrument de control en l'accés als recursos (posicions laborals) dintre de l'empresa. No tots els treballadors poden adquirir en igualtat de condicions aquesta cultura, de manera que la multinacionalització de les empreses implica una nova forma de distribució dels recursos per a aquells que desenvolupen la trajectòria laboral en el marc d'empreses connacionals i aquells que desenvolupen aquesta trajectòria en empreses foranes.

5) El grau d'internacionalització de l'activitat productiva i, concretament, la deslocalització productiva han implicat, en les empreses estudiades, un augment dels fluxos de comunicació internacionals i, per tant, una creixent percepció del valor de mercat dels idiomes de transacció internacional. Per aquest motiu, s'han establert solucions lingüístiques per a la coordinació de l'activitat sobre la premissa del pragmatisme lingüístic en l'establiment d'un idioma de coordinació (fonamentalment, l'anglès). L'absència de capitals lingüístics adients entre tota la plantilla ha comportat també una segmentació de la plantilla segons la capacitat d'agregar valor al procés productiu. No tots els treballadors poden participar de la coordinació global i els que ho poden fer constitueixen l'elit corporativa.

6) Per acabar, destaquem la distribució lingüística dels mercats de consum. Els moviments migratoris comunitaris i extracomunitaris, i l'increment de les exportacions han posat de manifest una major consciència sobre el valor dels idiomes amb valor de màrqueting. Moltes petites empreses han convertit els estrangers establerts a Catalunya en el seu principal client. A Catalunya s'observa, doncs, que cada idioma té un valor que depèn de la capacitat econòmica de cada grup lingüístic. Tanmateix, per a les empreses exportadores el valor de cada idioma manté una relació estricta amb aquells mercats, concebuts estatalment, en els quals opera.

A partir dels escenaris analitzats, observem que els impactes de la Unió Econòmica i Monetària tenen efectes diferenciats en funció dels diferents segments del mercat de treball definits, sobretot, per la formació i l'orientació local/europea dels treballadors. Així, observem perfils com els següents: *a)* treballadors molt formats professionalment i molt mòbils que tenen molt clar que les llengües són el principal recurs en la competència en un mercat de treball que per a ells té caràcter europeu; *b)* treballadors que conceben la mobilitat dins el mercat intern d'una estructura empresarial (el valor dels idiomes, el defineix la mateixa

estructura de l'empresa); *c*) treballadors d'un segment baix del mercat de treball, amb poca formació, per als quals la llengua no té cap valor de canvi en el seu entorn; *d*) treballadors amb molta mobilitat i domini dels idiomes, obligats a inserir-se en un segment baix del mercat de treball per la condició d'immigrants extracomunitaris, segment on els idiomes no tenen valor de canvi, tot i que sí que són element d'integració sociocultural, i *e*) treballadors amb una perspectiva local del mercat de treball, per als quals l'idioma és una barrera (tot i que no l'única) per a la mobilitat social i geogràfica.

Aquestes diferències evidencien que els efectes de la construcció i aprofundiment de la Unió Europea i la lliure circulació impliquen una font de desigualtat entre treballadors. Els efectes positius de la mobilitat espacial en la Unió Europea (possibilitats de realitzar mobilitat social ascendent, etc.) són patrimoni d'un segment de treballadors molt formats, amb predisposició a la mobilitat, gran domini d'idiomes i pertanyents a unes activitats professionals concretes. Constitueix una elit de treballadors per als quals el mercat de treball és realment europeu. Per a aquest grup els idiomes són clarament un capital econòmic amb el qual poden executar estratègies d'inversió lingüística. Per a gran part de la resta, els mercats de treball continuen tenint una connotació local. L'idioma, per a aquests grups, actua com a barrera per a la mobilitat, de manera que les oportunitats de la lliure circulació no els són accessibles. En canvi, sovint són sectors que reben l'impacte de la deslocalització empresarial. El fet és que l'economia globalitzada no crea automàticament una mà d'obra global.

La globalització no suposa la desaparició de totes les formes de control dels treballadors, sinó el canvi cap a unes formes de control que desafien els conceptes tradicionals d'espai i temps, ja que l'economia global permet l'intercanvi d'informació gairebé instantani arreu del planeta. De fet, sorgeix una creixent desigualtat entre la capacitat de mobilitat i de control del capital financer respecte del factor treball. L'amenaça de la deslocalització productiva plana sobre el factor treball i en disminueix la capacitat de negociació. Aquest punt és important perquè les desiguals possibilitats de mobilitat per part d'empresaris i treballadors provoquen un augment de les desigualtats socials i les oportunitats vitals de cada grup. Per als treballadors, la impossibilitat de practicar mobilitat territorial en una època en què aquesta es converteix en un requisit per realitzar mobilitat social implica la gestació d'una nova divisòria social entre *mòbils* i *immòbils*. Juntament amb la dicotomia *mòbil/immòbil*, la capacitat de rebre i processar informació és clau per produir coneixement. Això fa que competències com les habilitats comunicatives o l'expressió oral i escrita siguin més valorades pels ocupadors. Per tant, la possessió de capital lingüístic té un paper cada vegada més important en l'estructuració social de la societat de la informació.

5. CONCLUSIONS

Hem analitzat l'efecte que suposa la mobilitat dels factors de producció en una comunitat econòmica més àmplia —la Unió Econòmica i Monetària— per a la distribució social dels recursos lingüístics i, en conseqüència, quin efecte té aquesta distribució lingüística sobre la mobilitat i l'estratificació social. Així, hem analitzat la distribució desigual dels capitals lingüístics a Catalunya entre diferents agrupacions d'individus i hem constatat que contribueix a la producció de desigualtats en el sistema de relacions socials. El diferent ús dels idiomes en el sistema d'organització social de la producció en l'àmbit europeu i internacional incideix en la configuració d'un sistema d'estratificació lingüística més complex que el propi dels estats nació. Aquesta complexitat es manifesta en la major presència i visibilitat en espais locals de grups lingüístics heterogenis formats per ciutadans europeus i extracomunitaris, per les pràctiques lingüístiques de les companyies multinacionals i pel paper d'altres idiomes diferents del català i el castellà en les noves tecnologies de la informació i la comunicació.

La recerca ens ha permès constatar l'emergència d'uns col·lectius caracteritzats pel fet que els seus capitals lingüístics són clau per a la inserció professional i esdevenen la clau de la nova *clivella lingüística* a Europa. La divisió entre aquells que poden parlar diverses llengües i realitzar la mobilitat geogràfica i social associada a aquesta capacitat i aquells que es veuen limitats per parlar tan sols la llengua «nacional». La novetat rau a indicar que no es tracta només d'una elit transnacional (funcionaris europeus, gerents o directius d'alt nivell, acadèmics...) sinó de membres de les classes socials mitjanes i fins i tot mitjanes-baixes que provenen de pràcticament tots els països de la Unió Europea i que troben, a Catalunya o en altres països on la capitalització lingüística és relativament baixa, una oferta de treball satisfactòria. Tanmateix, pel que fa a altres grups de treballadors, especialment els que provenen de l'Europa de l'Est, els seus capitals lingüístics són menystinguts en el mercat de treball de Catalunya. Hem constatat, per tant, que la capacitat per a l'extracció de valor dels capitals lingüístics depèn de quina sigui la distribució del capital social que generen les diferents xarxes socials en el si de les quals es troben inserides les relacions de producció.

BIBLIOGRAFIA DE REFERÈNCIA

- APPADURAI, A. (1990). «Globalization scapes». A: FEATHERSTONE, M. *Global culture: Nationalism, globalization and modernity*. Londres: Sage, p. 31-40.
- BOURDIEU, P. (1985). *¿Qué significa hablar?: Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal.

- BRETON, A.; MIESZKOWSKI, P. (1979). «The economics of bilingualism»: A: OATS, W. [ed.]. *The political economy of fiscal federalism*. Lexington: Lexington Books, p. 261-273.
- COLEMAN, J. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- DHIR, K. S.; SAVAGE, T. (2002). «The value of a working language». *International Journal of the Sociology of Language*, vol. 158, p. 1-35.
- PUTNAM, R. (1995). «Bowling alone: America's declining social capital». *Journal of Democracy*, vol. 6, núm. 1, p. 65-78.
- ROBERTSON, R. (1995). «Globalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity». A: FEATHERSTONE, M.; LASH, S.; ROBERTSON, R. [ed.]. *Global modernities*. Londres: Sage, p. 45-67.