

DUCHÊNE, Alexandre; HELLER, Monica (ed.) (2012).

*Language in late capitalism: Pride and profit.*

Nova York; Londres: Routledge. 269 p.

És probable que al lector d'aquesta revista —avesat a l'escrutini del seu entorn a través d'un «prisma» sociolingüístic— no li haja passat inadvertit, per exemple, l'èmfasi creixent de la Direcció General de Política Lingüística catalana en l'àmbit empresarial, amb l'impuls de campanyes com la que es mostra en la il·lustració 1. Potser tampoc no li ha passat per alt l'èxit comercial de marques que *autentifiquen* el seu producte —etiquetant-lo en català, decorant-lo amb senyeres o mapes, etc.—, com ara Llet Nostra (noteu-hi el possessiu!) (il·lustració 2). O que, com més va, més les campanyes d'activisme pel català combinen la defensa de *drets lingüístics* amb iniciatives orientades al món socioeconòmic —quan s'escrivia aquesta ressenya, la Plataforma per la Llengua tenia dues campanyes actives: l'una pels drets dels catalanoparlants de la Franja, l'altra per a promoure una pràctica lingüística «responsable» en el comerç (il·lustració 3).

Si no ho havia fet fins ara, segur que el lector parará esment en aquests i altres fenòmens similars després de llegir aquest llibre editat per Alexandre Duchêne i Monica Heller, que tracta la imbricació entre canvis lingüístics i econòmics en el món contemporani i s'insereix en el creixent interès de la sociolingüística i la lingüística aplicada per l'*economia política* (Block, 2014: 24-26). És a dir, per l'anàlisi de les transformacions socioeconòmiques provocades per la transició al capitalisme tardà, la globalització i la prevalença del paradigma neoliberal, a què també podem adscriure acadèmics com David Block (2014; Block, Gray i Holborow, 2012) o Thomas Ricento (ed., 2015).<sup>1</sup> Els editors han tret partit d'aquesta sintonia entre inquietuds acadèmiques i canvis sobre el terreny per aplegar alguns dels principals «practicants» d'una sociolingüística de caràcter etnogràfic i crític en aquest volum.

#### DE L'ORGULL AL BENEFICI: CANVIS SOCIOLINGÜÍSTICS EN LA TRANSICIÓ AL CAPITALISME TARDÀ

En el capítol introductori, Heller i Duchêne (p. 1-21) ens conviden a aproximar-nos a les complexes —i sovint contradictòries— dinàmiques sociolingüístiques de la globalització mitjançant l'anàlisi de la interacció entre dos tipus de discursos: el de l'*or-*

---

1. Des d'una altra perspectiva, cal no perdre de vista la recerca en *economia lingüística* —cf. Grin (2003) per a un resum dels plantejaments clau de la disciplina.

*gull* (etnolingüístic, identitari) i el del *benefici* (que tracta les llengües com a recursos orientats a l'obtenció de rèdits econòmics). Els autors estructuren, al voltant d'aquests *mots clau*, una síntesi brillant de les implicacions sociolingüístiques de la transició a la nova economia globalitzada.

La narrativa arranca en els segles XIX i XX amb la construcció dels estats nació com a espais politicoeconòmics ajustats a les necessitats del capitalisme industrial. Concebut com a *mercats nacionals*, aquest espai s'han legitimat tradicionalment mitjançant l'orgull de pertinença i la comunió dels ciutadans amb el conjunt de valors que formen la identitat nacional, amb les *llengües nacionals* com a element preminent. En aquests paràmetres, la llengua actua no només com a font d'orgull sinó sobretot com a mecanisme d'inclusió i exclusió: defineix els límits de pertinença i alhora legitima les desigualtats socials sobre la base del domini desigual de l'única *llengua legítima* en el mercat. És en aquest sentit que, tot i la preeminència de l'orgull, en aquest marc intervé també la lògica del benefici, en la mesura que la (in)competència en la llengua legítima impedeix o facilita l'accés a recursos materials o simbòlics, com apunten Gal (p. 22-42) o Blackledge i Creese (p. 116-141).<sup>2</sup>

## IL·LUSTRACIÓ 1

Portada de l'opuscle «8 raons perquè l'empresa parli català»<sup>3</sup>



## IL·LUSTRACIÓ 2

«El nostre projecte», web de Llet Nostra<sup>4</sup>



La transició cap al capitalisme tardà està marcada per cinc transformacions en l'economia: a) la *saturació* dels mercats, per la qual el producte «needs to be cheaper, more distinctive or just for you» (p. 8); b) l'*expansió*, la «caça» de nous mercats i/o la

2. En la sociolingüística catalana, Xavier Lamuela (1994) presenta una aproximació similar al que defineix com a *establiment* de les llengües, i bateja com a *capacitat discriminant* el poder de què disposa la llengua legítima —o *establerta*— per a regular l'accés als recursos en la societat.

3. Accessible a: <http://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/empreses/arxius/8raons.pdf> (última consulta: 24 març 2015).

4. Accessible a: <http://www.lletnostra.cat/el-nostre-projecte/> (última consulta: 24 març 2015).

## IL·LUSTRACIÓ 3

«Campanyes en curs», web de la Plataforma per la Llengua. Captura: 24 març 2015

deslocalització cap a fonts de mà d'obra o matèries primeres més barates; c) la *distinció* (*valor afegit*), via l'addició de valor material o simbòlic al producte i la consolidació de nous «nínxols de mercat»; d) la *terciarització*, l'aparició d'un sector centrat en la informació i els serveis, en què les llengües tenen un paper clau, i e) la *flexibilització* d'empreses i treballadors per a adaptar-se a un context econòmic que canvia a gran velocitat.

Aquests canvis socioeconòmics erosionen el poder regulador dels estats, i n'afebleixen les possibilitats de legitimar la seua funció politicoeconòmica estrictament basant-se en l'orgull en la llengua nacional. A més, situen la llengua en una posició central en l'economia, i possibiliten així l'aparició de nous discursos i ideologies que n'emfasitzen el valor econòmic i que obrin espais de legitimitat i ús per a varietats no estàndard, llengües minoritzades, etc. en funció de la distinció que aporten en el mercat. Aquest reposicionament pren cos en dos processos diferents, que reflecteixen tensions entre variació —o diversificació— i homogeneïtzació: a) en primer lloc, *l'apropiació de l'orgull pel benefici* en forma de mercantilització de les llengües i les cultures, emprats com a elements autenticadors que aporten valor afegit als productes —o als parlants— i els situen avantatjosament en diferents nínxols de mercat; b) en segon lloc, la tendència a l'estandardització i la divisió del treball lingüístic —seguint les regles del taylorisme— i la concepció de les llengües com a habilitats tècniques per a la provisió de serveis i la gestió de xarxes globals, que creen, de retruc, les condicions per al sorgiment de les «indústries de la llengua» (centres de trucada, traducció, ensenyament de llengües, reconeixement i síntesi de veu...), en les quals esdevé *producte* i ja no només part del procés productiu. Els autors conclouen que, si bé el discurs del benefici qüestionaria en alguns punts el de l'orgull, en bona mesura en continua depenent: en el canvi (inacabat) de règim es perceben més continuïtats que no pas ruptures.

En el segon capítol, Gal (p. 22-42) ofereix algunes claus sobre el perquè d'aquesta

continuitat-malgrat-el-canvi: aquest eix de diferenciació *orgull-benefici* —i altres oposicions similars, com ara *universal-particular* o *autenticitat-anonimat*<sup>5</sup> es troba darrere de processos similars d'avaluació i regulació dels fenòmens lingüístics (registres, dialectes, llengües) en diferents *règims lingüístics*. L'autora mostra com, en el règim lingüístic de l'estat nació, l'estàndard nacional indicia la universalitat i equival al benefici, mentre que la resta de varietats lingüístiques concurrents indicien llocs, moments o identitats concretes. Tanmateix, situats en una altra *escala* —supraestatal— en el règim multilingüe de la Unió Europea (UE), els estàndards nacionals s'associen a formes particulars i indicien autenticitat, i és l'anglès qui pren el paper de *veu d'enlloc* (*post-nacional, global*) i s'associa al benefici. Gal crida l'atenció sobre el rol d'aquests eixos de diferenciació en la definició d'identitats i en la creació de desigualtats: en la UE d'avui dia, l'impuls al multilingüisme individual —a partir d'un ideal trilingüe— porta a una redefinició dels eixos de l'orgull (basat ara en la «llengua materna» i una «llengua d'afinitat») i el benefici (associat a l'anglès); sense perdre de vista que l'assoliment (o no) d'aquest ideal assenta les bases de noves formes de desigualtat social.

Els capítols que continuen es basen majoritàriament en estudis de cas etnogràfics que exploren la intersecció entre els discursos de l'orgull i el benefici en diferents contextos. L'exigència de brevetat em limita a tractar només alguna de les aportacions clau de cada capítol, i acabe fent-los poca justícia: recomane al lector la immersió directa en els textos si alguna de les idees consignades ací li arriba a captar l'atenció.

### L'IMPACTE SOBRE LES COMUNITATS DE LLENGUA MINORITZADA I LES NOVES MIGRACIONS

Alguns dels autors destaquen les oportunitats, limitacions i resistències que generen els processos de mercantilització de les llengües i les identitats. Obri aquesta línia l'anàlisi, a càrrec de Duchêne i Del Percio (p. 43-72), de les pràctiques lingüístiques dels aficionats de l'FC Basel (Suïssa), que escenifiquen les tensions entre l'orgull de pertinença al club —construït (entre d'altres) mitjançant l'ús del dialecte local de l'alemany (*Basel-dütsch*) en l'animació a l'estadi— i el benefici que els propietaris aspiren a obtenir de la comercialització d'aquests elements autèntics, que aporten distinció en el mercat professionalitzat i internacionalitzat del futbol. Uns processos simbiòtics, que s'impliquen i es deriven els uns dels altres, i que condueixen a «endless struggles between the commodification of pride and resistance to profit» (p. 68).

Aquestes tensions tornen a tenir un paper central en el treball de Pujolar i Jones (p. 93-115) sobre el desenvolupament del «turisme literari» a Catalunya, en què concorren actors que hi veuen una oportunitat de continuar disseminant representacions sobre la llengua, la cultura i la nació, i altres que conceben la literatura com un «reclam» més per al mercat turístic global. En aquest marc cal arribar a solucions de compromís en aspectes com les tries lingüístiques, condicionades per la necessitat

5. Proposada per Kathryn A. Woolard i ben coneguda del públic català arran del seu article aparegut a la *Revista de Llengua i Dret* (Woolard, 2008).

de garantir l'accés a un públic global, el rebuig a la invisibilització del català i la idiosincràsia de la literatura —un producte eminentment lingüístic i que deu la seua posició en l'imaginari nacional *precisament* a l'ús del català.

Canviant el focus, Urla (p. 73-92) analitza l'apropriació tàctica de discursos i tècniques de gestió empresarial per part del moviment de revitalització del basc amb un doble objectiu: d'una banda, desconflictitzar la promoció lingüística —associada a tensions entre «famílies» del nacionalisme basc— i revestir-la d'una retòrica no etnicista i unes pràctiques àmpliament legitimades; de l'altra, aprofitar-ne els mecanismes d'avaluació i millora permanent que aplica el treballador mateix en el procés de producció, i que es volen estendre a les seues pròpies pràctiques lingüístiques per a superar el desajust detectat entre les actituds favorables generalitzades i la dificultat d'una transformació efectiva dels usos.

El volum recull també dos capítols sobre el Canadà, el primer dels quals, a càrrec de Daveluy (p. 142-160), explora des d'un terreny poc transitat per la sociolingüística —les forces armades— el fràgil equilibri entre l'adopció d'una ideologia de «bilingüisme oficial» i unes pràctiques que fan emergir l'anglès com a llengua dominant en el funcionament ordinari del col·lectiu. Així doncs, malgrat que el bilingüisme es considera un capital valuós per al reclutament o la promoció i que es fa ús del francès en determinades activitats rutinàries, la necessitat d'una comunicació eficient —especialment en situacions de risc— acaba fent de l'anglès l'únic capital realment rellevant.

Heller i Bell (p. 161-182), per la seua banda, assenyalen com les noves condicions econòmiques amenacen els fonaments del nacionalisme d'estat canadenc, bastit sobre la creació de dos mercats etnolingüístics semiautònoms —anglòfon i francòfon. El capítol ens situa en la colonització (encara en marxa) dels territoris del nord-oest i desgrana els canvis econòmics i en la mobilitat que qüestionen la legitimitat i la continuïtat de les institucions dissenyades per a protegir-hi (i *crear-hi*, si més no en part) la comunitat francòfona: entre d'altres, l'ús de les escoles francòfones per a la capitalització lingüística dels infants anglòfons; la creixent dependència de l'arribada de nous francòfons des del sud per a sostenir un nínxol de mercat propi, i el declivi de la participació dels francòfons en les institucions adreçades a la reproducció cultural.

Finalment, Blackledge i Creese (p. 116-141) canvien de registre i se centren en l'anàlisi d'un context migratori (els bengalís del Regne Unit) per mostrar com l'addició de la «llengua nacional» (bengalí) als repertoris multilingües dels infants, mitjançant l'aprenentatge en escoles complementàries, actua no només com a element clau en la reproducció del *patrimoni cultural* i de l'orgull de pertinença a Bangla Desh, sinó també com a *capital de distinció* que aporta un benefici als parlants en els intercanvis al si del mercat lingüístic i simbòlic de la seua comunitat.

## NOUS DISCURSOS I PRÀCTIQUES EN L'ÀMBIT ECONÒMIC I DEL TREBALL

Els últims capítols del volum tracten del paper de la llengua en el mercat de treball, com a producte i mitjà de producció. Lorente (p. 183-206) analitza les noves estratè-

gies de legitimació de la política econòmica de l'Estat filipí, orientada a l'exportació massiva d'uns treballadors que es representen en el discurs com a font de benefici —les remeses són el principal intercanvi comercial del país— i alhora d'orgull nacional. L'Estat reorienta la seua funció a la provisió d'habilitats per a garantir-ne la competitivitat: amb relació a les llengües, això es concreta en el domini de l'anglès —que els fa mercantilitzables globalment— i en coneixements bàsics de les llengües dels països de destinació —que els posicionen avantatjosament en aquests nínxols de mercat. En aquest context emergeixen noves *autenticitats* que es basen en el reemmarcament d'unes habilitats globals —coneixement de llengües, flexibilitat— com a indicatiu d'autenticitat local —ser un treballador «autènticament filipí».

Boutet (p. 207-229) construeix una suggeridora narració dels canvis en la *part lingüística del treball* —és a dir, les competències lingüístiques necessàries per a dur a terme les tasques— en diferents modes de producció. Així, si durant la revolució industrial la llengua es veu com un obstacle per al procés productiu, més endavant es produeix la seua entrada en determinats processos de producció —com en el cas de les desaparegudes «telefonistes»— i, actualment, emergeixen els «treballadors lingüístics» en el sector terciari. La llengua es constitueix ara com a *producte* i s'arriba al paroxisme de l'estandardització en els *call centers* a través de l'entrenament de les veus, l'homogeneïtzació dels discursos i la restricció de la variació.

Clou el volum l'aportació de McElhinny (p. 230-260), que analitza com ha circulat la noció de *comunitat de pràctica* en la literatura empresarial: l'autora afirma que ha privilegiat una concepció de la llengua com a element a gestionar per a incrementar la productivitat, mitjançant la potenciació de la conversa, que s'orienta a la rendibilització del capital intel·lectual i el *coneixement tàcit* generat en l'experiència acumulada. El capítol està travessat per la reflexió sobre la influència d'aquest model organitzatiu en les nostres idees de personalitat i comunitat, i sobre el paper que té la sociolingüística en aquest diàleg: «we are elaborating, and perhaps promoting, ideologies about the desirability of 'flexible' people in a 'flexible' economy that can have progressive but also conservative political impacts» (p. 251).

## REMARQUES

Com he tractat de mostrar, *Language in late capitalism. Pride and profit* representa una aportació àmplia i diversa quant a temàtiques i contextos. El llibre pot resultar profitós i interessant per a lectors de perfils diversos: faran bé d'acostar-s'hi no només sociolingüistes, sinó també economistes o sociòlegs amb sensibilitat pels fenòmens lingüístics, i encara hi afegiria activistes de moviments de revitalització, que de ben segur hi trobaran elements de reflexió —i qui sap si inspiració i estímul— per a l'acció.

Finalment, no per manca dels autors sinó com a resultat inevitable de l'estudi d'una transformació en marxa, la lectura deixa un cert regust d'incompletesa: voldríem conèixer *ara* el final d'una història que *encara* s'està escrivint. Ja ens advertien els editors que el llibre era sobretot «an attempt to raise questions» (p. 15). Per exemple,

ens obliga a qüestionar-nos sobre quines bases es podria fonamentar un programa de relegitimació i impuls de les llengües minoritzades si l'afebliment de les ideologies lingüístiques de la modernitat acaba soscavant els fonaments en què fins ara s'havien sustentat. Com assenyalava Urla amb relació al basc, «the nexus between language and national identity was not gone, but it was no longer felt to be enough» (p. 78). A l'altra cara de l'argument, però, tampoc no sembla que els discursos sobre el benefici puguin constituir *per se* un fonament suficient. Al remat, la utilització de l'orgull en la creació de benefici sembla condicionada al fet que els parlants d'una llengua estiguen disposats a concebre's com a «nínxol de mercat» i a actuar en conseqüència —dit ràpidament i malament, que estiguen disposats a «comprar» un producte *precisament* perquè és «autèntic»; amb dificultats afegides pel mínim de massa crítica que cal per a la constitució d'un mercat viable o per les dificultats per a «vendre» aquesta autenticitat a un públic global —com apunten en el seu capítol Pujolar i Jones. Siga com siga, i com ens recorda Urla, les iniciatives de revitalització s'hauran d'acomodar a mitjà —i probablement a llarg— termini a «the logics of the marketplace as the inexorable context in which the preservation of language, identity and heritage must operate» (p. 78).

Aquestes i les desenes d'altres preguntes pertinents que suscita el volum, al meu parer, en converteixen la lectura en un magnífic estímul per a la recerca sociolingüística del món d'avui.

#### BIBLIOGRAFIA DE REFERÈNCIA

- BLOCK, David (2014). *Social class in applied linguistics*. Londres; Nova York: Routledge.
- BLOCK, David; GRAY, John; HOLBOROW, Marnie (2012). *Neoliberalism and applied linguistics*. Londres; Nova York: Routledge.
- GRIN, François (2003). «Language planning and economics». *Current Issues in Language Planning*, vol. 4, núm. 1, p. 1-67.
- IRVINE, Judith T.; GAL, Susan (2000). «Language ideology and linguistic differentiation». A: KROSKRITY, Paul V. (ed.). *Regimes of language. Ideologies, politics and identities*. Santa Fe: School of American Research Press, p. 35-84.
- LAMUELA, Xavier (1994). *Estandardització i establiment de les llengües*. Barcelona: Edicions 62.
- RICENTO, Thomas (ed.) (2015). *Language policy and political economy. English in a global context*. Oxford: Oxford University Press.
- WOOLARD, Kathryn A. (2008). «Les ideologies lingüístiques: una visió general d'un camp des de l'antropologia lingüística». *Revista de Llengua i Dret*, núm. 49, p. 179-199. Disponible en línia a: <<http://revistes.eapc.gencat.cat/index.php/rld/article/view/892/826>>.

Avel·lí FLORS MAS  
Universitat Oberta de Catalunya  
Centre Universitari de Sociolingüística i Comunicació. Universitat de Barcelona