

cat.net/casa_llengues/

検索

LINGUA MÓN

CASA DE LES LLENGÜES

ランゲージ・ハウス

- ・組織について
- ・活動について
- ・豊かな言語の世界を生きよう！

言語学委員会

言語の多様性

- ・世界の言語
- ・世界の言語
- ・アフリカの言語
- ・アメリカの言語
- ・アジアの言語
- ・ヨーロッパの言語

多言語主義とマネージメント

- ・Linguamónベストプラクティス
- ・ベストプラクティス・ディレクター

Llengua i economia: del *handicap* a l'oportunitat de negoci

ISIDOR MARÍ, ANTONI MIR, MARTA ROVIRA

La llengua sovint és vista com un dels factors de construcció d'això tan eteri que anomenem identitat, i que no és altra cosa que un lligam social que va més enllà de les relacions puntuals, o dels interessos econòmics o de qualsevol altra mena. Un lligam substancial que ens arrela, que ens fa sentir que tenim uns fonaments, és a dir, que compartim alguna cosa fonamental amb els altres. Tanmateix, perquè els fonaments siguin la base que sosté adequadament tot allò que es construeix a sobre, cal que siguin sòlids. En termes socials això vol dir que una llengua sòlida, forta, amb una situació còmoda, és la que permet actuar amb confiança als seus parlants, i aquesta confiança al seu torn permet plantejar projectes i horitzons ambiciosos.



L'economia necessita bases sòlides per a plantejar reptes ambiciosos i, sobretot, assegurar-ne l'èxit. En aquest sentit, la llengua i l'economia són molt semblants. I si diem que l'economia no és més que l'administració dels recursos escassos, d'una banda, i la creació de valor, de l'altra, encara veurem més clara aquesta semblança. Perquè la llengua depèn de l'administració dels recursos, és a dir, dels instruments de comunicació que la fan viable (des de l'aprenentatge fins a la seva presència a Internet, passant per diccionaris, acadèmies, mitjans de comunicació, etc.), i de la capacitat que té per a generar valor (en forma de comunicació, de continguts útils per a la societat, i de creació de lligams socials i de valors simbòlics).

Al voltant de la llengua catalana s'ha generat un debat cada vegada més intens sobre quines són les seves perspectives de futur i de plenitud en un món cada vegada més plurilingüe. Un debat en el qual sembla que els sectors econòmics no han volgut participar ni s'han sentit gaire implicats. Perquè, des del punt de vista de l'activitat empresarial, potser s'ha entès la llengua catalana com un desavantatge, com un factor d'identitat de país sense potencial econòmic i objecte de prejudicis insalvables que cal deixar de banda per no ser titllats de localistes o de folklòrics.

Del multilingüisme, se'n deriven oportunitats de negoci, i aquelles societats que tenen un concepte obert de la diversitat lingüística i que l'assumeixen com un valor positiu, estan ben posicionades per a aprofitar les oportunitats que es generen a través del multilingüisme.

El que volem defensar en aquest article és que la llengua ha de deixar de ser vista com un desavantatge (si és que alguna vegada ho va ser) per passar a ser vista com una gran oportunitat de negoci per al món econòmic, i com una eina de comunicació que, a més, és una font de creació

de valor social i econòmic. Hi ha diverses raons que permeten argumentar que la llengua és un dels factors de negoci del segle XXI. I això, que val per a totes les llengües, també afecta la llengua catalana.

Efectivament, comencem a percebre que, del multilingüisme, se'n deriven oportunitats de negoci, i que aquelles societats que tenen un concepte obert de la diversitat lingüística i que l'assumeixen com un valor positiu, estan ben posicionades per a aprofitar les oportunitats que es generen a través del multilingüisme. Intentarem explicar breument en què consisteixen aquestes oportunitats.

La societat digital multilingüe (SDM)

La progressiva mundialització de l'economia, amb els intercanvis de productes i serveis d'un país a un altre, fa més necessari que mai que les empreses treballin utilitzant diverses llengües, tant per a adaptar cada producte als seus diversos perfils de consumidors locals, com simplement per a comunicar-se amb les empreses clients d'altres països. Si una cosa ens ha ensenyat la mundialització és precisament que, malgrat l'existència d'una llengua franca com l'anglès, el factor local, associat a una llengua, una cultura i una identitat, no es pot deixar de banda. Com podem generar confiança i fer negoci en un país del qual no en comprenem la llengua ni la cultura?

Precisament d'aquestes necessitats de traducció i localització dels productes i serveis en sorgeixen, alhora, serveis i productes que són una font de negoci en el marc de la nova economia i de la globalització dels mercats. Serveis que van des de la traducció i la interpretació clàssiques entre dues llengües fins a les noves aplicacions tecnològiques que gestionen opcions multilingües i que requereixen nous plantejaments que afavoreixin la versatilitat. Per tant, hi ha tota una sèrie de productes i serveis lingüístics, molt associats a les aplicacions TIC

(Tecnologies de la Informació i la Comunicació), que cada vegada tenen un paper més rellevant en les oportunitats de negoci de les empreses en l'àmbit internacional. És tot un exemple, en aquest sentit, la iniciativa canadenca d'agrupar en una associació, **AILIA**,¹ totes les indústries de la llengua: tecnologies de la llengua, traducció i formació lingüística.

Malgrat l'existència d'una llengua franca com l'anglès, el factor local, associat a una llengua, una cultura i una identitat, no es pot deixar de banda. Com podem generar confiança i fer negoci en un país del qual no en comprenem la llengua ni la cultura?

Al costat de les tecnologies de la llengua, en efecte, hi ha el valor que adquireix la disponibilitat lingüística per si mateixa. És a dir, la possibilitat de tenir persones competents en diverses llengües a la mateixa empresa, o en l'entorn que proveeix de serveis aquesta empresa. Associats a la necessitat de conèixer llengües, hi ha una sèrie de serveis d'aprenentatge i de millora de les competències lingüístiques que no és negligible com a potencial de negoci. Aquest potencial d'aprenentatge fa, per exemple, que la Xina pugui esdevenir el país amb més parlants de l'anglès. O que els països de parla anglesa tinguin una posició d'avantatge en el procés d'internacionalització respecte dels altres pel sol fet que el propi sistema educatiu ja garanteix un nivell òptim de coneixement de la llengua franca del segle XXI.

Tanmateix, malgrat el potencial de l'anglès com a llengua dels negocis internacionals, en el context multilingüe en què progressivament ens movem *English is not enough* ('amb l'anglès no n'hi ha prou'), com diuen els mateixos anglesos.² I cal saber conèixer adequadament les llengües i les cultures que són el mitjà en el qual interactuem per a fer negocis. Els trets d'identitat de les persones i les organitzacions que estan al darrere d'un negoci o dels consumidors als quals ens adreçem per vendre els nostres productes no



▲ Al Canadà, l'associació Ailia agrupa totes les indústries de la llengua.

són un fet negligible, sinó que ens orienten sobre els gustos, les prioritats, les preferències dels consumidors; o bé les maneres de fer un tracte comercial.

I si bé no hi ha estudis globals sobre el volum de negoci que es genera a través de les llengües, sí que hi ha estudis molt clars sobre les oportunitats de negoci que es perden pel fet de no conèixer altres llengües que l'anglès. El 2007, la Comissió Europea va dur a terme un estudi per analitzar els coneixements de llengües estrangeres a les empreses anomenat ELAN.³ El resultat demostra que moltes empreses de la **Unió Europea** desaprofiten oportunitats de negoci perquè no són multilingües, i perquè tampoc no tenen coneixements culturals dels països amb els quals estableixen relacions econòmiques. Directament, un 11 % de les empreses consultades en una

enquesta d'una mostra de 2.000, van declarar haver perdut negocis per manca de competència lingüística i cultural. A aquestes cal sumar-hi les que han perdut indirectament oportunitats de negoci. Cal pensar que el 40 % de les empreses d'aquesta mostra no tenen webs amb un plantejament multilingüe. En una anàlisi sobre les necessitats de millora i aprenentatge de les llengües requerides per als negocis i el comerç internacionals, la Unió Europea ha determinat que si bé el 25 % de les empreses necessiten millorar la competència en anglès, el 18 % necessita fer-ho respecte de l'alemany i del francès. Llengües com el rus, l'espanyol, l'italià i el xinès tenen una importància creixent en els mercats. De manera que les empreses que hauran de millorar o adquirir competència en aquestes llengües estan entre el 4 i el 15 %, segons la llengua.

La Comissió Europea ha emprès una aposta molt decidida per a promoure el multilingüisme en el món empresarial, sota el lema *Languages mean business* ('Les llengües fan negoci'), que promou iniciatives com la mobilitat dels treballadors dins del marc de la Unió Europea per a facilitar la presència de parlants competents a les empreses, el finançament de la formació per a l'aprenentatge d'idiomes dels treballadors comunitaris, i la potenciació de l'aprenentatge d'almenys dues llengües a més de la llengua materna en tots els sistemes educatius.

Per això, la Comissió Europea ha emprès una aposta molt decidida per a promoure el multilingüisme en el món empresarial, sota el lema *Languages mean business* ('Les llengües fan negoci'),⁴ que promou iniciatives com la mobilitat dels treballadors dins del marc de la Unió

Europea per a facilitar la presència de parlants competents a les empreses, el finançament de la formació per a l'aprenentatge d'idiomes dels treballadors comunitaris, i la potenciació de l'aprenentatge d'almenys dues llengües a més de la llengua materna en tots els sistemes educatius.

L'estudi ELAN ha estat adaptat i realitzat a Catalunya, per iniciativa de la Càtedra de Multilingüisme *Linguamón*-UOC.⁵ Els resultats de l'estudi ELAN.cat⁶ indiquen coses tan paradoxals com que la segona llengua més utilitzada a les empreses catalanes, després de l'anglès (42,2 % de les empreses l'utilitzen), és el francès (en un 27,3 % de les empreses), una llengua que el nostre sistema educatiu ha anat relegant a opcions marginals, malgrat que França sigui el primer mercat exterior de les empreses catalanes (el 29,3 % de les empreses hi tenen relacions comercials).

Gràcies a aquest tipus d'estudis es fa progressivament visible un aspecte que les empreses només tenien en compte com a despeses en la comptabilitat, però no com a beneficis perduts per manca d'inversió. Com també es posa en evidència que la competència lingüística és, i serà cada vegada més, una part significativa del capital humà de les empreses.

La llengua com a valor de mercat

Tant l'informe europeu ELAN com les recomanacions del Fòrum Empresarial Europeu remarquen la necessitat que les empreses disposin d'una estratègia multilingüe adequada al seu model de negoci, si aspiren a ser competitives en el mercat internacional.⁷ En aquest sentit, les empreses tenen tres vies principals per a afrontar les seves necessitats d'usos i aplicacions multilingües, que, alhora, tenen la seva correspondència en solucions de negoci que ofereix el mercat: les traduccions, la competència del seu personal i les aplicacions multilingües.

De la traducció a la gestió del multilingüisme

D'una banda, hi ha les traduccions i els serveis d'interpretació que proveeixen empreses o proveïdors externs. El sector de la traducció mou al voltant de 10 bilions d'euros al món, segons el document sobre la qüestió que va elaborar el president de la **Belgian Quality Translation Association** el 2005.

De la mateixa manera que el concepte dels serveis de traducció està canviant cap a un model més integral de planificació del multilingüisme a l'empresa, també està canviant la composició empresarial del sector. Partim d'una base empresarial fonamentalment estructurada a partir dels professionals en exercici lliure, amb un total de 100.000 d'aquests professionals a Europa i 200.000 al món, per passar progressivament a estructures empresarials més grans. Així, doncs, segons Boucau, les empreses de traducció multilingüe, que el 2005 representaven el 20 % del mercat, estan creixent i incloent més i més llengües en els seus serveis, fins a arribar al 50 % de la quota de mercat. Aquest no és un fet negligible, perquè aquesta concentració i creixement de les estructures empresarials al servei de la traducció facilita enormement l'abordatge de paràmetres com la planificació i la gestió de les llengües dins de les organitzacions, la innovació estratègica i tecnològica, i la millora de l'eficiència en els recursos destinats al multilingüisme.

L'adquisició de competències lingüístiques o valoritzar la diversitat

La segona via de solució per a les necessitats de multilingüisme de les empreses és evidentment incrementar la capacitat lingüística del seu personal. Per tant, les empreses (acadèmies) d'ensenyament d'idiomes són també un focus important de negoci. Però aquest procés d'ensenyament-aprenentatge també està patint canvis importants.⁸ D'una banda, hi ha pressió perquè els sistemes educatius reglats dels estats europeus garanteixin per si mateixos un bon nivell en l'aprenentatge de llengües i, alhora,

com hem explicat, introdueixin l'aprenentatge de diverses llengües estrangeres a la vegada. En aquest sentit, el **Marc Europeu Comú de Referència per a les Llengües**⁹ ofereix una mesura de qualitat i introdueix noves fórmules d'aprenentatge basades en les competències, més que en els coneixements gramaticals.

Les empreses de traducció multilingüe, que el 2005 representaven el 20 % del mercat, estan creixent i incloent més i més llengües en els seus serveis, fins a arribar al 50 % de la quota de mercat. Aquesta concentració i creixement de les estructures empresarials al servei de la traducció facilita enormement l'abordatge de paràmetres com la planificació i la gestió de les llengües dins de les organitzacions, la innovació estratègica i tecnològica, i la millora de l'eficiència en els recursos destinats al multilingüisme.

D'altra banda, s'estan desenvolupant nous mètodes d'ensenyament-aprenentatge que, a més d'incloure les TIC, particularitzen el procés d'aprenentatge, com ara la formació en servei (*in-service training*) o el microensenyament (*micro-teaching*), una derivada de l'entrenament personal (*coaching*), que es pot aplicar tant de forma presencial com virtual.¹⁰

Un altre factor clau de futur respecte a les competències lingüístiques dels treballadors i professionals és la diversitat d'origens culturals i de llengües familiars en el context europeu, producte de la immigració. Aquest capital lingüístic no s'hauria de desapropiar, tenint en compte que les persones provinents de la immigració, o els seus descendents, poden fer de pont entre diverses llengües i cultures, ja que són membres, alhora, de la cultura d'origen i de la cultura d'acollida. Aquest és el sentit de la política australiana anomenada de «diversitat productiva», un

dels fonaments de la competitivitat internacional d'aquell país.¹¹ Una altra qüestió és com aquestes llengües maternes esdevenen llengües per a l'exercici professional, amb una base adequada de competència escrita i formal que acompanyi la competència oral i informal adquirida en l'àmbit familiar.

Les persones provinents de la immigració, o els seus descendents, poden fer de pont entre diverses llengües i cultures, ja que són membres, alhora, de la cultura d'origen i de la cultura d'acollida. Aquest és el sentit de la política australiana anomenada de «diversitat productiva», un dels fonaments de la competitivitat internacional d'aquell país.

El problema principal, però, tal com demostra l'estudi [ELAN.cat](#), és que les empreses sovint no exigeixen un bon nivell de llengües als seus treballadors, i la majoria d'empreses no tenen prou en compte les competències lingüístiques dels candidats quan han de cobrir un lloc de treball.

Des de la perspectiva del capital humà, diversos estudis demostren que el coneixement de les llengües té conseqüències en els ingressos dels treballadors. Malgrat que aquesta variable és difícil d'aïllar, perquè també es tracta dels treballadors que estan molt formats en tots els aspectes, sembla demostrat que els treballadors amb més competència lingüística també perceben més ingressos. Aquesta relació s'estudià en les investigacions pioneres fetes per Chiswick (1991) i Chiswick i Miller (1995, 1999), que cita [François Grin](#) en el seu estudi recent sobre la qüestió.¹² Segons els càlculs fets per Grin amb l'estudi LEAP, l'empleat alemany que domina el francès guanya un 10 % més de sou de mitjana que els seus col·legues de formació i experiència comparables que no dominen el francès.

En el cas específic de la llengua catalana, Di Paolo¹³ també ha estudiat la relació entre competència lingüística i ingressos. El seu estudi demostra que la competència en llengua catalana permet obtenir feines més ben remunerades, tant als nascuts a Catalunya com als que no hi han nascut. Però aquest guany relatiu només es troba entre les persones que tenen, com a mínim, un nivell formatiu equivalent a la secundària.

Igualment, alguns estudis qualitius assenyalen una relació estreta entre una trajectòria formativa llarga i exitosa, i una competència elevada en català (Rovira, 2008).

No queda clar, però, què és primer, si el coneixement del català o la trajectòria (GEI, 2010). I alguns autors més aviat pensen que són els entorns laborals qualificats els que penalitzen indirectament el fet de no saber català (Mora i Dávila, 2006). Sembla que per als treballadors poc qualificats tampoc té un retorn important el fet de tenir competència lingüística. Per això, Di Paolo recomana combinar l'adquisició de competència lingüística amb l'adquisició d'altres aspectes formatius en el cas dels immigrants recents. Nosaltres hi afegirem que per tal que la diversitat esdevingui un valor per al país, també cal que sigui reconeguda com a font d'innovació social.

Les aplicacions per al multilingüisme, una font d'innovació tecnològica

La innovació en les formes de relació social, de les quals formen part les relacions lingüístiques, acompanyen el que en aquest article anomenem la tercera via del multilingüisme a les empreses: les TIC i tot el conjunt de solucions que s'han desenvolupat a través de les TIC com a eines per al multilingüisme. La societat digital serà una societat de multilingüisme digital en què la tecnologia pot obrir portes i més portes a la diversitat.

Catalunya té una certa tradició en aquest desenvolupament d'aplicacions TIC per a la llengua. La més recent és [l'OPTIMOT](#),¹⁴ el servei en línia

de consultes lingüístiques de la Generalitat de Catalunya, que està substituint els antics diccionaris, i que integra la tasca del Termcat, de l'IEC i de l'assessorament lingüístic fet fins ara per altres vies. Però hi ha altres aplicacions, com ara els traductors automàtics per Internet,¹⁵ o les aplicacions específiques, com ara l'Universal Doctor Speaker,¹⁶ que s'està utilitzant en les consultes mèdiques amb persones nouvingudes. Aquestes noves necessitats derivades de la creixent diversitat lingüística, provoquen, doncs, noves necessitats d'innovació.

Di Paolo demostra que la competència en llengua catalana permet obtenir feines més ben remunerades, tant als nascuts a Catalunya com als que no hi han nascut. Però aquest guany relatiu només es troba entre les persones que tenen, com a mínim, un nivell formatiu equivalent a la secundària.

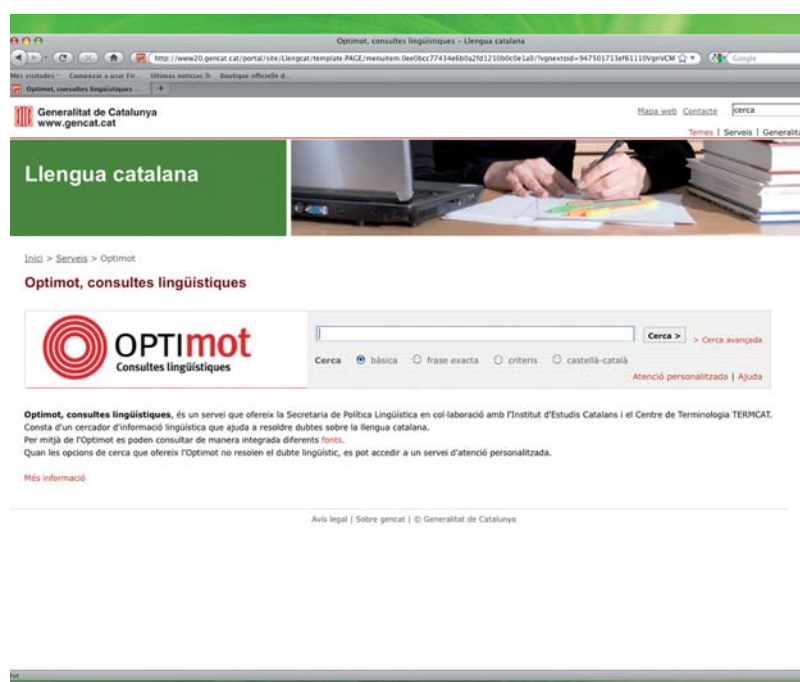
La diversitat no és un problema, sinó una oportunitat que es guanya. És el que planteja Lingüamón¹⁷ com a plataforma del multilingüisme a través de les diferents cadenes de valor que conté. D'una banda, des d'un punt de vista social, atenent les necessitats de gestió de la diversitat lingüística com un repte de futur (o de present). De l'altra, des d'un punt de vista tecnològic, aprofundint en les solucions i aplicacions multilingües gràcies a la innovació.

El futur clúster de multilingüisme del 22@ a Barcelona pretén ser un referent internacional en l'oferta i en la recerca de l'excel·lència de solucions multilingües, de manera que l'expertesa de la societat catalana en la gestió de la diversitat, fins fa uns anys sobretot bilingüe i ara cada cop més multilingüe, esdevingui un capital de primera magnitud que pot convertir Catalunya en la capital del multilingüisme.

El multilingüisme pot ser una font de negoci per a les empreses, i la diversitat lingüística també és una font de recursos molt important per a la

internacionalització de l'economia catalana. Però per a convertir aquest repte en una oportunitat, caldrà millorar les estructures de producció de les empreses de serveis lingüístics, els processos d'adquisició de competències lingüístiques, i la capacitat d'innovar en noves aplicacions i solucions tecnològiques.

El futur clúster de multilingüisme del 22@ a Barcelona pretén ser un referent internacional en l'oferta i en la recerca de l'excel·lència de solucions multilingües, de manera que l'expertesa de la societat catalana en la gestió de la diversitat, fins fa uns anys sobretot bilingüe i ara cada cop més multilingüe, esdevingui un capital de primera magnitud que pot convertir Catalunya en la capital del multilingüisme.



▲ L'OPTIMOT és el servei en línia de consultes lingüístiques de la Generalitat de Catalunya.

Bibliografia

- CHISWICK, B.R. (1991). «Speaking, Reading, and Earnings among Low-Skilled Immigrants». *Journal of Labor Economics*, University of Chicago Press, vol. 9(2), pages 149-70, Ap.
- CHISWICK, B.R. ; MILLER, P.W. (1995). «The Endogeneity between Language and Earnings: International Analyses». *Journal of Labor Economics*, University of Chicago Press, vol. 13(2), pages 246-88, April.
- CHISWICK, B.R. ; MILLER, P.W. (1999). «Language skills and earnings among legalized aliens». *Journal of Population Economics*, Springer, vol. 12(1), p. 63-89.
- GEI (2010). «Transicions lingüístiques. Del castellà al català». Grup d'Estudis de les Identitats per al Centre d'Estudis de Temes Contemporanis. Inèdit.
- MORA, M. T.; DÁVILA, A. (2006). *The decline in the limited-English-proficient earnings penalty for Hispanic men in the U.S: 1980-2000*. The University of Texas Pan American, Department of Economics and Finance, Working paper 03/2006.
- ROVIRA, M.(2008): «La llengua com a variable d'identitat». Llengua i ús, revista tècnica de política lingüística. Núm. 42.

Notes

1. <http://secure.ailia.ca/>
2. Aquesta era la primera conclusió de l'informe de la fundació britànica Nuffield *Languages: the next generation* (2000), i ha esdevingut el lema de l'estratègia multilingüe del Regne Unit.
3. *Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise* (http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/doc421_en.pdf). Hi ha versió en català del resum executiu d'aquest estudi a http://www.uoc.edu/portal/catala/catedra_multilinguisme/_resources/documents/documents_internacionals_de_refrancia_sobre_multilinguisme.pdf.
4. http://ec.europa.eu/archives/commission_2004-2009/orban/docs/companies_work_better_with_languages/davignon_en.pdf. N'hi ha versió en català a: http://catedramultilinguisme.uoc.edu/portal/catala/catedra_multilinguisme/_resources/documents/Volum_2_documents_int_referncia.pdf
5. <http://catedramultilinguisme.uoc.edu/>
6. http://catedramultilinguisme.uoc.edu/portal/catala/catedra_multilinguisme/_resources/documents/3_IDIOMES_OK.pdf
7. El Fòrum Empresarial Europeu subratlla també la manca de suport oficial al multilingüisme de les empreses: "A gran part de països les organitzacions nacionals de promoció del comerç forneixen directrius pràctiques i un suport financer a les pimes perquè millorin les seves estratègies d'exportació, però en línies generals aquests programes no inclouen estratègies lingüístiques."
8. Vegeu, per exemple, l'estudi de David GRADDOL (2006). *English Next* (<http://www.britishcouncil.org/learning-research-english-next.htm>)
9. http://www.coe.int/t/dg4/linguistic/cadre_en.asp
10. En aquest sentit, la Daili Vitamine, de l'empresa Ziggurat, és un bon exemple del que es pot arribar a fer. (http://www.ziggurat.es/es/lecciones_ingles/index.asp)
11. Vegeu per exemple: <http://www.business.qld.gov.au/dsdweb/v4/apps/web/content.cfm?id=8962>
12. GRIN, François (2010). *Rapport final. Qu'en est-il des compétences en langues étrangères dans l'entreprise?* École de Traduction et d'Interprétation, Université de Genève. Fonds National de Recherche Scientifique de Suisse.
13. DI PAOLO, A.; RAYMOND-BARA, J. Ll. (2010). *Language Knowledge and Earnings in Catalonia*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Departament d'Economia Aplicada.
14. <http://www20.gencat.cat/portal/site/Llengcat/template.PAGE/menuitem.0ee0bcc77434e6b0a2fd1210b0c0e1a0/?vgnextoid=947501713ef61110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=947501713ef61110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfm t=default>
15. Per exemple, traductor automàtic de la Generalitat (<http://traductor.gencat.cat/>) o la plataforma Opentrad (<http://www.opentrad.org/>). Una mostra del desplegament internacional de les indústries de la llengua és el portal Multilingual (<http://www.multilingual.com/>).
16. <http://www.gencat.cat/salut/servling/servling/html/ca/dir1429/doc17370.html>
17. <http://www.linguamon.cat/>

ISIDOR MARÍ

Lingüista.

Director de la Càtedra de Multilingüisme Linguamón-UOC, des de la qual ha coordinat l'estudi ELAN.cat, i professor dels Estudis d'Humanitats a la UOC.

És president de la Secció Filològica de l'Institut d'Estudis Catalans.

http://www.uoc.edu/portal/catala/estudis_arees/arts_humanitats/equip/professorat/professorat.html

**ANTONI MIR**

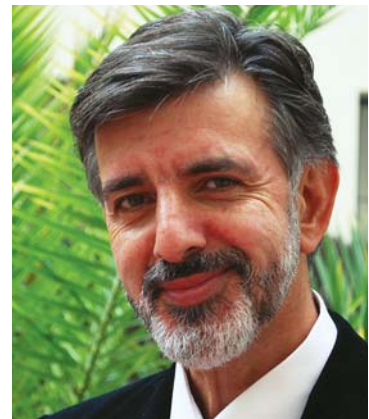
Promotor cultural.

Director de Linguamón-Casa de les Llengües.

Ha estat secretari de Política Lingüística de la Generalitat de Catalunya.

El 1997 obtingué el Premi Nacional del Centre Internacional Escarré per les Minories Ètniques i les Nacions i l'any 2003 li fou atorgada la Creu de Sant Jordi.

http://www10.gencat.net/casa_llengues/AppJava/ca/index.jsp

**MARTA ROVIRA I MARTÍNEZ**

Llicenciada en Sociologia per la UAB.

Directora d'ENVIT, consultora de sociologia de la UOC, i professora del Màster d'Assessorament i Gestió del Multilingüisme de la UB.

Dirigeix recerques per a diversos organismes públics i privats, sobre immigració, llengua, educació, sostenibilitat i memòria col·lectiva.

www.martarovira.cat

