



## La gestió de la diversitat lingüística des de la perspectiva de la Responsibilitat Social Empresarial

Josep Maria Canyelles

4th EUNoM Symposium "Multilingualism in the Knowledge Economy: Labour Markets Revisited, and Corporate Social Responsibility". Belfast, Northern Ireland, 14-15 November 2011

### Abstract

Aquesta ponència explica què vol dir la RSE i què significa en la Societat del Coneixement, i explora la manca de cohesió que implica la incorporació només limitada d'aspectes lingüístics en aquest estil de gestió i les seves actuals pràctiques.

No s'entén la RSE simplement com una procés d'anar més enllà del que mana la llei, sinó com una manera d'integrar aquesta creixent complexitat que envolta les organitzacions i el món. A continuació, hom proposa un enfocament que combini els vectors legals, de màrqueting i de RSE. També es crida els "stakeholders" a ajudar a desenvolupar noves maneres d'avançar.

La gestió dels conflictes lingüístics o el multilingüisme a través de la RSE sembla que és una manera innovadora de crear valor per a tots els concernits. Una estratègia basada en la RSE permetria nous enfocaments i noves solucions, a partir de la idea que la RSE genera confiança. La ponència aporta alguns exemples de conductes individuals i corporatives, com ara "*I defend your language, not mine*".

### 1. Introducció

Des de fa uns anys, algunes empreses han anat desenvolupant polítiques de Responsabilitat Social (RS) per mitjà de les quals integren inquietuds o sensibilitats de la societat en llur gestió i en la seva conducta corporativa. Malgrat que, sobre el paper, aquest pugui semblar un marc excepcional on encabir-hi el comportament corporatiu en referència a la llengua, la realitat ens mostra que, ara per ara, no s'ha produït sinó de manera molt esporàdica. Al llarg de l'article exposem com aquest enfocament de gestió innovador pot suposar una oportunitat per a la normalització de la llengua i específicament el seu ús en el context socioeconòmic.

Pel que fa al concepte de Responsabilitat Social, cal fer notar que totes les definicions engloben en un sentit ampli les inquietuds presents a la societat, les quals s'han d'interpretar amb el concurs dels grups d'interès, fet que atorga a aquest enfocament de gestió un caràcter marcadament basat en el diàleg, la rendició de comptes, la transparència i la generació de confiança amb les comunitats on s'és present.

#### Diàleg, millora i rendició de comptes

With the support of the Lifelong Learning Programme of the European Union





Per a comprendre com funciona l'RS des d'un punt de vista metodològic, cal fer referència als processos d'identificació dels stakeholders, d'identificació de quins són els temes (materialitat), i de rendició de comptes (transparència). Hem volgut destacar aquestes tres idees perquè són clau per a comprendre què és l'RS, alhora que al seu voltant trobem les confusions més habituals.

Expressat de manera sintètica, es tractaria que els compromisos i processos de millora d'una organització que vulgui gestionar la seva RS han de partir d'una correcta determinació de quins són els aspectes més rellevants als quals caldria fer front. A banda del coneixement del qual disposa la mateixa empresa, els seus grups d'interès poden aportar punts de vista complementaris sobre quins són els impactes de l'activitat empresarial, alhora que poden ajudar a determinar les millors pràctiques per a desenvolupar processos de millora.

Fixem-nos que no ens limitem a una ètica empresarial definida segons els valors de la propietat, sinó d'uns processos de diàleg amb els grups d'interès, *és a dir* 'aquells grups, persones o organitzacions que tenen alguna mena d'interès al voltant de les operacions o l'existència d'una determinada organització, especialment quan aquesta reconeix que té una obligació moral envers aquella'.

Una altra característica rellevant és que l'RS comporta comunicar les polítiques i realitzacions, ja que la transparència n'és un dels principis més rellevants. Les *memòries d'RS* solen contemplar cinc camps per a reportar l'acompliment: bon govern, econòmic, ambiental, laboral, i social, altrament coneguts com a *quíntuple compte de resultats*, on els impactes de caràcter social inclouen la relació amb la comunitat.

### Els aspectes lingüístics

Per a una empresa o organització en particular, la determinació de quines són les matèries rellevants per a gestionar l'RS ve condicionada pels punts de vista dels grups d'interès expressades en el marc dels processos de diàleg. Així, els elements a considerar poden variar en funció del sector, la dimensió, els impactes causats, les pressions rebudes, etc.

L'RS és una pràctica de caràcter voluntari i, a més, no hi ha d'entrada una relació estricta de punts que s'hagin de complir. Malgrat aquesta flexibilitat, si una empresa pretén gestionar l'RS, en rigor no ho podria fer al marge de la presa en consideració d'aquells aspectes que hom ha convingut que formen part dels seus impactes, ja sigui perquè són consubstancials al sector industrial, perquè es consideren una àrea de risc en un país, o perquè són aspectes de rellevància creixent que afecten qualsevol mena empresa. Així, una companyia que operi en un sector com el tèxtil no pot deixar de considerar que, per exemple, les condicions laborals a les empreses proveïdores o subcontractistes en països en desenvolupament formen part de la seva responsabilitat social, tot i que no legal.

De manera equivalent, hauríem d'avançar en la consideració que, al marge de les especificitats de cada empresa, el fet d'operar en territoris que disposen de llengües diferents de les que els estats estableixen com a pròpies requereix una sensibilitat als interessos i inquietuds de cada comunitat, i més quan s'han produït històricament processos intencionats de minorització per



part de governs sovint mancats de condicions democràtiques. Així, en territoris com el català la llengua pren totes les característiques per a ser considerada un aspecte rellevant i per tant *material* en termes metodològics, amb el valor afegit que la recuperació de la llengua pròpia disposa de l'aval social i governamental.

## 2. El sostre de vidre

Tanmateix, existeix un sostre de vidre que fa que els aspectes lingüístics, en contra dels preceptes de la pròpia metodologia i dels indicis més bàsics d'existència de materialitat, no emergeixin a la superfície de l'RS.

Si observem què gestionen les empreses en el marc de la seva RS o què comuniquen per mitjà de les memòries, sorprèn la manca de referències als aspectes lingüístics, tant des del punt de vista de respecte a la comunitat on s'opera com fins i tot de drets del consumidor. En el cas de Catalunya, entre els pocs casos en què la matèria lingüística es troba descrita explícitament en el marc de la gestió de l'RS, trobem la cadena de distribució BonPreu, que estableix per als seus dependents que la llengua de salutació és sempre el català (llengua del país) i a continuació han de continuar en la llengua oficial que cada client hagi triat.

En la majoria de casos a nivell internacional en què apareix l'aspecte lingüístic, es refereix a aspectes clarament vinculats a la comprensió per part de comunitats indígenes. Així, malgrat l'existència de convencions internacionals sobre la diversitat cultural i els drets lingüístics, aquestes no formen part dels documents comunament utilitzats com a marc on referenciar els compromisos d'RS. En termes generals, doncs, podem afirmar que la presència de la matèria lingüística ha estat gairebé nul·la des d'un punt de vista explícit.

Aquesta realitat poc sensible al respecte lingüístic ve donada no solament per la rellevància local, o per un suposat interès menor de les empreses a entrar en aquesta matèria, sinó pel fet que les guies i materials metodològics elaborats per organitzacions expertes no hi fan cap referència explícita, sinó que seria un desenvolupament a fer localment o corporativament.

### La metodologia ho hauria d'afavorir

Hem apuntat que l'RS no es tracta d'un seguit de requisits d'obligat compliment, sinó d'un estil de gestió que pretén millorar els impactes de l'empresa i fer-li guanyar confiança de la societat a partir de ser sensible amb les inquietuds dels diferents grups d'interès que mantenen demandes legítimes.

Si bé disposem de magnífics exemples d'empreses foranes que quan han volgut fer negoci a Catalunya han incorporat la llengua catalana, des d'una òptica netament de mercat, són moltes les que no procedeixen talment. El fet que l'Estat es presenti portes enfora com una realitat homogènia fa que aquestes empreses no descobreixin la realitat fins més endavant del que convindria, i quan ho fan desconeixen les raons de la minorització de la llengua catalana. A més, no és fàcil de comprendre els motius pels quals una de les llengües més importants d'Europa i la 19a a Internet no gaudeix d'una major protecció legal que la deixa en condicions d'inferioritat

davant les llengües que disposen de la força dels estats al seu darrere. Tot plegat fa que erròniament no hi percebin ni una oportunitat de negoci ni una matèria d'RS.

Si la metodologia usada no serveix per a detectar la materialitat dels elements lingüístics per part d'una empresa que ha tingut pressions importants per part de grups d'interès, accions des de l'administració pública, queixes de clients, multes per incompliments, etc., presumptament podem arribar a la conclusió que moltes altres 'materialitats' es poden estar escapant del filtre.

### 3. La llengua, una materialitat evident en RSE

L'aspecte més singular dins els temes materials o rellevants de la responsabilitat social corporativa a l'Estat espanyol és sens dubte la gestió de la diversitat i, específicament, la de caràcter cultural i lingüístic. Tots els altres elements són comuns amb els altres països del context europeu, si no de l'occidental i fins i tot mundial. En canvi la diversitat basada en la cultura i la identitat pren un caràcter singular. No perquè no existeixi en altres llocs sinó perquè enlloc és un tema tan central com aquí dins dels països equiparables.

El fet que moltes empreses que gestionen l'RSE evitin incloure'l dins les seves polítiques mentre segueixen tenint comportaments polititzats que van contra la lògica comercial, contra el respecte a la clientela, i fins i tot contra el compliment del marc legal, no fa sinó reforçar l'argument de la importància central que pren aquesta qüestió que s'intenta ocultar.

Per això es fa difícil de comprendre que organitzacions que es dediquen a fomentar l'RSE i fins i tot explícitament la diversitat a l'Estat espanyol facin referència a tota mena de diversitats, de gènere, ètniques, etc., excepte una: la diversitat cultural, lingüística i identitària que és consubstancial al mateix Estat i un dels factors que són font de major tensió en l'opinió pública.

No és estrany observar pràctiques empresarials que es podrien catalogar com a xenòfobes en referència a temes de llengua. Fa uns dies, una important cadena televisiva deia:

*¿Qué te parece que una película rodada en catalán represente a España? La película 'Pa negre', del mallorquín Agustí Villaronga, ha sido seleccionada por la Academia de Cine para representar a España en la categoría de mejor película de habla no inglesa en la 84 edición de los Óscar, convirtiéndose en la primera película rodada en catalán en lograrlo. ¿Qué te parece?<sup>1</sup>*

El sol fet que es plantegi la pregunta sembla impropri d'un estat democràtic i només s'entén davant la voluntat indomable de convertir Espanya en un estat identitari on només hi càpiguen els purs de la nació dominant. Però en matèria lingüística s'accepta una pregunta tal, que difícilment farien amb altres col·lectius: no preguntarien què sembla que una pel·lícula rodada per una dona representi Espanya; o què sembla que una pel·lícula dirigida per un negre o per un homosexual representi Espanya...

<sup>1</sup> [http://www.antena3.com/se-estrena/noticias/negre-deja-almodovar-fuera-oscar\\_2011092800080.html](http://www.antena3.com/se-estrena/noticias/negre-deja-almodovar-fuera-oscar_2011092800080.html)

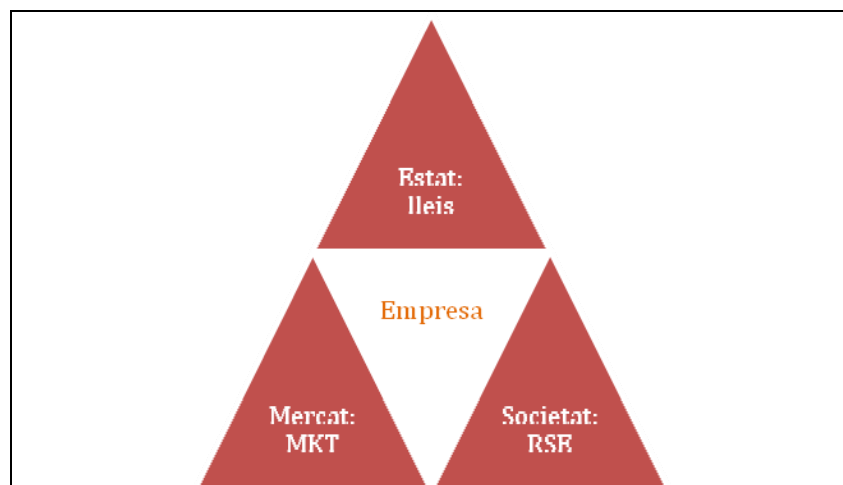
*El mero hecho de que se plantee la pregunta me parece impropio de un estado democrático y sólo se entiende ante la voluntad indomable de convertir España en un estado identitario donde sólo quepan los puros de la nación dominante. Xenóforo. ¿Os atreveríais a preguntar qué parece que una película rodada por una mujer represente a España? ¿O qué parece que una película dirigida por un negro represente a España? ¿O qué parece que una película dirigida por un homosexual represente a España? ¿Hay alguna diferencia en el estilo de la pregunta? Josep Maria*

Sorprenentment, el desenvolupament estatal de l'RSE exclou els aspectes de llengua i identitat. Per tenir una visió comparada per a un territori equivalent podem fixar-nos en el Quebec:

*Differently from USA firms, Business ethics in Quebec is primarily cast in terms of social responsibilities. Its primary focus is not the transformation of the values and practices of individual business managers. It is the cooperation of business firms and key decision-makers to the sustainment of one overwhelming goal collectively valued at the societal level, the preservation of Quebec's identity within the North American mosaic (Pasquero 1997).*

#### 4. La llengua, entre la llei, el màrqueting i l'RS

Davant una matèria tan sensible com la llengua, les empreses haurien de moure's entre tres vectors: el legal (garantir-ne el compliment), el comercial (incorporar criteris de mercat), i el de responsabilitat social (ser sensible a les inquietuds de la societat).



Per a un progrés en el desenvolupament empresarial de la llengua i la seva plena normalització, cal tenir en compte aquests tres referents per a l'empresa. Fem-hi alguna reflexió.

Marc legal





Respecte al marc legal, s'observa un nombre considerable d'incompliment com ara en l'etiquetatge de productes, la retolació d'establiments o l'atenció als clients per part d'algunes companyies. Sens dubte, davant de l'incompliment legal ja no cal parlar d'RS. Però encara anem a fer un pas més en les reflexions sobre el marc normatiu, ja que un comportament socialment responsable hauria de tenir en compte no solament l'articulat de la norma sinó l'exposició de motius i la intencionalitat del legislador.

Són coneguts els casos d'empreses que complint la llei en matèria fiscal, han sabut fer frauds de llei, burlant la intenció que pretenia aquesta. Trobem aquí un enfocament summament interessant en el camp de l'RS, aplicable al tema que ens ocupa.

La regulació al voltant de la llengua catalana, de vegades feble, de vegades sense acabar de desenvolupar, permet que moltes empreses compleixin la llei sense complir l'esperit d'aquesta. Una empresa socialment responsable hauria de passar del mer compliment legal a un compromís de corresponsabilitat, el qual implicaria atendre les demandes de la societat i atendre l'esperit de la norma. Hauria de pretendre no solament complir sinó col·laborar a fer possible per a la societat allò subjacent en la intenció del legislador i per extensió de la societat, ja sigui en aspectes ambientals, laborals, socials o econòmics, tots ells sota la premissa compartida de millorar el bé comú.

## Màrqueting

Pel que fa a l'enfocament comercial, cal fer notar que els estudis de màrqueting acostumen a desatendre els aspectes lingüístics i pequen sovint d'un error fonamental que consisteix a elaborar les preguntes per part dels professionals sense participació dels interessats. Així, les empreses no consideren que la llengua sigui important perquè els estudis de màrqueting no els ho mostren, però aquests no han seguit una metodologia que permeti que els entrevistats determinin què és important per a ells abans de poder puntuar entre una llista tancada d'elements presumptament importants. Per contra, observem que quan un estudi de mercat incorpora el factor llengua sol aportar dades rellevants per a les empreses.

I aquestes mancances també es produeixen empresa endins, com ara a les enquestes de clima laboral, on cada vegada més es formulen preguntes sobre l'RSE. Però les preguntes tancades no afavoreixen que hom pugui manifestar el desencís pel fet que l'empresa on treballa no sigui prou respectuosa amb la llengua del país. Un exemple paradigmàtic seria el rànking *Best Work Places*, que per mitjà d'enquestes internes estableix un llistat de les millors empreses on treballar pel que fa a satisfacció de la plantilla. Si aquesta enquesta inclogués alguna pregunta sobre el respecte lingüístic potser hi hauria alguna variació ja que no són poques les persones que viuen amb incomoditat el fet de destinar totes les seves energies professionals a una companyia que actua amb uns valors respecte a la comunitat contraris als que personalment es professen.

## 5. Integrar la complexitat

Acabem d'afirmar que l'empresa ha de tenir en compte alhora la llei, el mercat i la societat, i ara volem fer un pas més en la seva comprensió amb la intenció de fer notar que aquesta triple consideració no es produeix de manera lineal sinó explorant en profunditat una societat canviant.

Els problemes i reptes que presenta la societat són creixentment complexos i requereixen solucions complexes, mentre que sovint dins les organitzacions es tendeix a cercar solucions que redueixen aquesta complexitat fins a matar-la. Per exemple, en un intent de simplificar la direcció per objectius moltes empreses van fixar reptes purament comercials als seus venedors, fet que va provocar que certes conductes afectessin la bona imatge de l'empresa o la relació entre comercials, fins que models més avançats i sensibles van saber integrar valors i criteris ètics damunt els objectius de vendes.

Tornant al nostre tema, moltes empreses prenen decisions taxatives en matèria lingüística que no reflecteixen la realitat social i escanyen la complexitat, generant un mal impacte i perdent capacitat de comprendre millor l'entorn on operen. Així, que una multinacional decideixi tenir l'anglès com a llengua de treball no implica l'eliminació de les altres, tot i que certes maneres d'aplicar i comunicar el criteri ho puguin comportar.

## 6. Noves aproximacions

Gestionar l'RS implica que una empresa assumeixi els impactes que es produeixen al llarg de la cadena de valor i, malgrat que no en tingui una responsabilitat legal, procuri generar-hi millores. Atesa aquesta extensió de l'RS, també caldrà que en les matèries lingüístiques observem què hi succeeix. Tractem-ho a partir d'uns exemples (els quals d'altra banda són reals) aplicats a tant a empreses com a administracions i ONGs:

**Cas 1.** Una companyia d'assegurances encarrega a un *call center* especialitzat en estudis de mercat que facin unes enquestes de satisfacció, les quals són fetes exclusivament en castellà trencant el criteri de relació que la companyia d'assegurances manté amb la seva clientela, la qual sempre ha estat atesa en català o castellà segons la llengua de tria dels clients, no només com a bona pràctica comercial sinó segons estableix la llei. A l'error de la companyia per no haver inclòs aquest requeriment en el contracte, s'hi afegeix el fet que el *call center* desconeix les mínimes normes comercials, legals i de cortesia quan fa aquestes trucades sense conèixer la llengua pròpia del país.

**Cas 2.** Una ONG internacional respecta les diverses llengües que existeixen en els diferents països on opera, excepte en el cas de l'Estat espanyol, on es produeix no solament una discriminació de la llengua catalana sinó una incoherència respecte el comportament en altres països equiparables. És el cas de Greenpeace, organització que a les webs de països multilingües com Canadà, Bèlgica, Finlàndia o Suïssa demana de triar llengua. La discriminació de la llengua catalana, la incoherència mostrada per l'organització en la seva manera de procedir segons els

països, i la censura no justificada feta en el seu bloc de campanya, van provocar una allau de queixes amb motiu d'unes pancartes penjades a Barcelona.

**Cas 3.** Una administració pública incorpora en la contractació clàusules socials lingüístiques. Es fa mecànicament però no hi ha un procés per a assegurar-ne la comprensió ni el compliment. De fet, els mateixos funcionaris que les incorporen no tenen la certesa que s'espera d'ells que facin una acció més enllà de la incorporació contractual. La conseqüència és que els cartells amb indicacions de seguretat no estiguin en català. Poden semblar anècdotes però són un senyal inequívoc de la manca d'aprofundiment en la matèria dins la cadena de subministrament. I com a conseqüència no ajudem els proveïdors a desenvolupar una cultura de la millora en l'adequació lingüística. En una perspectiva RS, no n'hi hauria d'haver prou amb un resultat catalanitzat sinó que caldria plantejar-se la millora de la capacitat del proveïdor.

## 7. Noves solucions

L'acció dels *stakeholders de la llengua* respecte a les empreses que incompleixen amb les expectatives pot recollir algunes de les maneres d'actuar per part d'altres sectors en el marc de l'RS. Un parell d'exemples d'accions de *tracció lingüística* des de dins de la lògica empresarial:

- **Activisme accionarial.** Algunes ONG han provat d'intervenir des de dins de la companyia, a partir de l'adquisició d'un paquet accionarial, quan el diàleg des de fora no donava resultats. La possible entrada en l'accionariat d'alguna gran companyia o la coordinació d'accionistes individuals oferiria una via per alertar des de dins sobre la mala gestió dels riscos associats a la manca d'RS en referència al respecte a les comunitats.
- **Inversió socialment responsable.** Implica tenir en compte criteris ètics, ambientals i socials conjuntament amb els objectius financers, i podria ser una font de normalització si la ciutadania i els inversors institucionals incorporessin el respecte a la diversitat cultural en els seus requeriments d'RS. Per exemple, la incorporació dins la cartera d'inversions del banc ètic Triodos Bank d'una empresa com Telecinco que ha mostrat diverses conductes de catalanofòbia hauria de fer reflexionar sobre com incorporar el respecte a les identitats al costat del respecte al medi ambient.

Els enfocaments d'RS i la integració de la complexitat a què ens hem referit ens haurien de brindar solucions més innovadores i orientades a la creació de valor per a totes les parts. Vegem algun exemple de com la formulació d'un compromís verificable pot evitar la presència del conflicte.

- a) **L'accountability pot millorar la confiança.** Quan hem de fer una gestió amb una companyia telefònica, és habitual que les persones que poden atendre en català la majoria de vegades estiguin ocupades, fet que provoca una distància emocional amb l'empresa, no solament per la manca d'atenció correcta sinó per la sensació d'engany respecte als compromisos o si més no a les obligacions legals. De vegades pot provocar llargues esperes per a poder exercir els drets, o enervament en la conversa. Què pot



permetre un enfocament d'RS per mitjà de la transparència? Si jo-client tinc coneixement dels compromisos concrets de l'empresa i tinc la certesa que disposen -per exemple- d'un 15% de personal capacitada per atendre en català en correspondència amb el nombre de clients que han indicat a l'empresa que aquesta és la seva tria lingüística, aleshores jo-client puc ser comprensiu amb el fet que en aquell precís instant no hi hagi cap tècnic disponible i podré tenir una conversa amb un operador amb qualsevol altra llengua en què ens puguem entendre sense que ni la relació entre les persones ni la reputació corporativa se'n vegin ressentides.

- b) **El compromís compensatori facilita l'adaptació.** Hi ha empreses globals que tenen un funcionament intern basat gairebé exclusivament en l'anglès que exclou les llengües locals. Enfront aquesta nova realitat, es podrien valorar mesures compensatòries en el marc de la seva RS. En un altre aspecte, per a facilitar que les empreses puguin complir amb la llei d'integració de persones amb discapacitats es va permetre que es portin a terme unes mesures alternatives compensatòries. Plantejar solucions similars seria una manera de garantir el mateix impacte però amb flexibilitat per a les empreses que no poguessin complir de manera estricta el que indica la norma. En compensació podrien col·laborar amb iniciatives de foment de la llengua, tant econòmicament com en voluntariat d'empresa; exigir als seus proveïdors locals l'exercici de l'RSE en el camp lingüístic, etc.

## 8. "I defend your language, not mine"

En la defensa pública de la sostenibilitat, sigui en aspectes ambientals, culturals, laborals o econòmics, sempre hi ha el risc d'entrar en un terreny polític que en dificulti l'adhesió o que distorsioni la vinculació a drets humans globals. En el cas de la diversitat lingüística, una bona pràctica concreta és posar l'accent no en la pròpia llengua sinó en les altres, garantint així que no s'anteposen els interessos propis a un model equilibrat i just de diversitat. Això es pot concretar en la demanda que tot producte vagi etiquetat, a més de en les llengües de major abast, sempre en la llengua del país on ha estat produït, encara que sigui minoritària, per tal d'afavorir el respecte a la diversitat i la dignitat de les llengües menors. Aquest és un model equilibrat i sostenible de defensa de les identitats: valorar i recomanar activament que els productes que adquirim portin la llengua d'on han estat fets permet superar la defensa de la pròpia llengua per situar-nos en la defensa d'un model global de diversitat lingüística.

I ara un exemple real situat en el camp del turisme, una carta enviada a un hotel de Bretanya (França):

Benvolguts i benvolgudes,

Els volem agrair la qualitat del servei i l'atenció rebuda, alhora que els volem fer una consideració que segur que sabran comprendre.

Hem escollit la Bretanya com a destinació turística perquè hem captat la força de la seva cultura i la densitat de la seva història. Això vol dir magnífics castells que tothom pot gaudir, bellíssims poblets que tots podem recórrer, riquíssimes tradicions musicals o



**EUNoM**



gastronòmiques de què tothom pot fruir... però també vol dir aquest patrimoni intangible que és la seva llengua bretona.

Hem observat amb tristesa que la llengua bretona, la pròpia d'aquesta terra, no està present de manera significativa a les vostres activitats comercials. Nosaltres som de Barcelona (Catalunya) i no sabem gens de bretó, però ens agrada visitar territoris cultes i civilitzats on es respecta el seu llegat cultural, entre el qual la llengua.

En tant que turistes forasters tenim necessitat de poder comunicar-nos en alguna llengua més accessible. Agraïem que tingueu les indicacions en francès i en anglès per tal que puguem entendre-les correctament. Però no voldríem tenir la sensació que la nostra presència al costat de milers d'altres turistes fa un mal favor a la llengua que durant segles s'ha parlat a la Bretanya i que ara està en risc de desaparició. Encara que no el puguem entendre, sabem valorar que el bretó estigui present a les indicacions públiques. I si marxem havent après una dotzena de paraules bretones les guardarem dins nostre com un record que ens enduem de la grandesa i singularitat de la Bretanya.

Respecte a la seva empresa, valoraríem que incorporés de manera més consistent criteris de responsabilitat social corporativa, tant de respecte al medi ambient, a la comunitat on operen, a les condicions laborals o als impactes econòmics, incloent les actuacions del vostres proveïdors i subcontractistes. De la mateixa manera, el respecte a les identitats locals i a la diversitat lingüística forma part d'aquesta manera ètica i socialment responsable de fer negoci dins una comunitat.

Finalment, en contra de tots els tòpics que sovint ningú no ens pregunta, els turistes no som mers usuaris de serveis que volem asèpticament a la nostra mida. Ens agradaria generar el mínim impacte en el destí, no alterar els seus ecosistemes naturals ni la seva sostenibilitat social, cultural i econòmica. Quan sentim arguments que la llengua bretona no està present en les indicacions de l'hotel perquè els turistes no l'entenen, ens feu sentir malament, ens feu còmplices de la manca de consideració a la vostra pròpia llengua. Heu donat forma racional a la vostra manca d'autoestima i ens feu servir per a justificar-ho. Tan de bo que encara poguéssim fins i tot ajudar, a partir del nostre respecte a la singularitat local, a fomentar un desenvolupament sostenible que posi en valor els actius del propi territori com el patrimoni lingüístic.

Us expresso, doncs, que em sentiré joiós de visitar unes terres que fan una aproximació integralment sostenible al turisme i que ens tracten com a persones cultes i ciutadans sensibles, no com a mers consumidors asèptics o devoradors de recursos.

Josep Maria Canyelles i Pastó [jmcanyelles@collaboratio.net](mailto:jmcanyelles@collaboratio.net)

Expert en RSE. Promotor de Responsabilitat Global [www.responsabilitatglobal.com](http://www.responsabilitatglobal.com)

Josep Maria Canyelles, a consultant in Corporate Social Responsibility, is experienced in the public, private and social sectors. He has a Master's Degree in Public and Social Policies. His other roles include: promoter of [www.responsabilitatglobal.com](http://www.responsabilitatglobal.com) (think tank), technical consultant to the Barcelona Chamber of Commerce, coordinator of CSR in [Catalan Account. & Manag. Ass.](#), and teacher on CSR in several universities.

With the support of the Lifelong Learning Programme of the European Union





## Algunes referències

- "Informe mundial de la UNESCO: Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural" <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755S.pdf>
- Codi de Bones Pràctiques Empresarials en matèria lingüística. Plataforma per la Llengua. Agència Catalana de Consum.
- Blog Responsabilitat Global: [www.responsabilitatglobal.com](http://www.responsabilitatglobal.com) (podeu accedir directament al Canal RSE i Llengua: <http://responsabilitatglobal.blogspot.com/search/label/Llengua>)

### Articles:

- CANYELLES PASTÓ, Josep Maria. «Llengua i responsabilitat social de les empreses». A: *Llengua i ús: revista tècnica de normalització lingüística*, 2n quadrimestre 2007, núm. 39, pàg. 16-21. [www6.gencat.cat/llengcat/liu/39\\_607.pdf](http://www6.gencat.cat/llengcat/liu/39_607.pdf)
- Jean Pasquero: Business Ethics and National Identity in Quebec: Distinctiveness and Directions. *Journal of Business Ethics* 16, 6: 621-633, 1997.