

LINGÜÍSTICA I COMUNICACIÓ EN LES ORGANITZACIONS

Estrella Montolí Duran

Departament de Filologia Hispànica
Universitat de Barcelona

1. SOBRE EL CAMP DE CONEIXEMENT DE L'ANÀLISI DEL DISCURS DE LES ORGANITZACIONS¹

Aquest número de *Llengua, Societat i Comunicació* aborda un tema escassament tractat per la nostra tradició lingüística: la interrelació necessària que hi ha entre la lingüística i els estudis sobre comunicació organitzacional.

Fins fa poc temps, en el context científic del nostre país, la perspectiva d'estudi de la lingüística no estrictament teòrica ha estat considerada de «baix perfil» respecte de la lingüística. No obstant això, en l'àmbit internacional, el camp interdisciplinari que constitueix el denominat *anàlisi del discurs professional* (ADP) i, en concret, l'anàlisi del discurs —o de la comunicació— organitzacional (*business discourse*) s'ha erigit darrerament en un camp de coneixement interdisciplinari d'interès enorme per a especialistes de diferents àmbits del saber, tal com reflecteix la riquesa, varietat i rellevància dels títols publicats,² com també

de les publicacions periòdiques especialitzades sorgides en aquest camp els darrers anys.

Com la denominació suggereix, la disciplina de l'anàlisi del discurs organitzacional suposa la investigació amb dades d'ús reals, socialment sancionades, lligades als pols diaris de les institucions i de les empreses. Es tracta, per tant, d'un tipus de recerca en el qual els especialistes i, per al cas que aquí ens ocupa, els lingüistes, poden sotmetre a prova les teories i hipòtesis amb dades procedents de la realitat social immediata; i, a més, amb dades l'(in)eficàcia de les quals té un cost real, en temps i diners. De fet, per a qualsevol pragmatista o analista del discurs aquest camp és d'interès indubtable, ja que els gèneres elaborats en aquest àmbit s'usen ineludiblement per *fer coses*, per donar veu a les accions socials.

D'altra banda, l'estudi de camps discursius poc explorats fins ara per la lingüística, com és el cas de les produccions discursives en el si de les organitzacions, permet a l'analista descobrir noves àrees, conceptes, mecanismes i recursos, la qual cosa suposa, en definitiva, retornar a la lingüística general nous pous de coneixement.

Salta a la vista que, perquè aquest tipus d'investigació tingui sentit, l'especialista universitari no pot elaborar l'anàlisi aïllat del context de producció ni dels productors i usuaris del discurs que desitja estudiar; l'acadèmic ha d'entrar en contacte amb els professionals a fi de conèixer de primera mà les condicions i característiques concretes de

¹ Aquesta introducció constitueix una versió molt abreujada del text de la ponència «Discursos professionals i assessoria en comunicació. Lingüística i empresa», que es va presentar a I Encuentro sobre el Español con Fines Específicos (EFE), organitzat per la Fundació Campus de Comillas, i dut a terme a Comillas (Santander), els dies 8 i 9 de febrer de 2007.

² La bibliografia sobre comunicació organitzacional publicada recentment és ingent i sovint queda englobada sota les etiquetes de *discurs professional* o *discurs/comunicació especialitzats*. Sense ànim de ser, ni de bon tros, exhaustiva, proposo alguns títols recents, elaborats des de perspectives metodològiques lingüístiques —en un sentit ampli—, que ajudin el lector a orientar-se en l'escenari actual de la investigació: Bargiela-Chiappini i Nickerson (2002), Bargiela-Chiappini, Nickerson i Planken (2007), Candlin (2002), Gotti i Giannoni (2006), Jablin i Putnam (20015), Sarangi i Coulthard (2000), Sarangi i

Candlin (2003), Sarangi i Garzone (2007), Smart (2006), Trosborg i Flyholm (2005), entre molts d'altres. Per a l'àmbit espanyol, vegeu la revisió i l'estat de la qüestió que apareix en Montolí i Ramallo (en premsa).

producció i d'interpretació. A més, arribat el cas, l'acadèmic ha d'estar en situació de suggerir patrons de millora i de comprometre's amb la recomanació que proposa. I cal considerar que el resultat d'una mala praxi comunicativa —per assessoria inadequada— pot ser un desastre econòmic, empresarial, social i humà de grans dimensions; per això el compromís de l'investigador en relació amb les afirmacions que faci és molt important.

En definitiva, així entès, l'anàlisi del discurs de les organitzacions constitueix una mostra de la transferència reivindicada de coneixement universitat-societat/empresa. Es tracta, també, d'una investigació lingüística que ha de conduir a l'acció social: el lingüista no es limita a descriure com a analista extern sinó que persegueix incidir en els usos discursius i, en general, comunicatius, de les organitzacions socials que l'envolten, i intenta aconseguir que els usos esmentats resultin més transparents, eficaços, amigables amb l'usuari i, en suma, democràtics.

2. SOBRE ELS TREBALLS QUE CONFORMEN AQUEST NÚMERO

D'acord amb aquesta necessitat d'implicar de manera sinèrgica l'àmbit acadèmic i el professional, els autors reunits en aquest monogràfic, tots lingüistes, treballen tant en el món universitari com en el món de les organitzacions, tant en el si d'institucions públiques com en departaments de comunicació d'empreses privades. Un detall significatiu és que tots interactuen professionalment de manera fluida amb un àmbit que no constitueix l'activitat professional principal pròpia. D'aquesta manera, el professorat universitari que hi col·labora també analitza les estratègies comunicatives d'organitzacions «civils» a les quals assessora; d'altra banda, els autors d'aquest monogràfic que desenvolupen la professió en una institució diferent de la universitat participen en l'àmbit universitari en màsters, doctorats o publicacions com aquesta.

En aquest sentit, com reivindiquen diversos dels articles aquí continguts, la lingüística i, per extensió, els lingüistes, han d'implicar-se en l'anàlisi, la descripció i les recomanacions d'ús dels gèneres comunicatius nous propiciats per les noves tecnologies, els quals tenen ja un ús generalitzat (sovint, irreflexiu) en empreses i institucions. Igualment, el paper nou del client (o del ciutadà, per al cas de l'Administració Pública) com a centre de l'activitat organitzativa comporta que comunicar-s'hi efectivament, per garantir-ne l'èxit de la transacció, constitueixi una de les activitats principals de l'organització. Les contribucions de Llacuna, Montolío i, especialment, Gibert i Feliu, incideixen en la importància per a l'empresa privada de trobar maneres per obtenir una comunicació amb èxit. D'altra banda, treballs com els de Duarte, Estruch i Prego descriuen l'interès creixent de diversos sectors de l'Administració Pública per elaborar discursos comprensibles per al ciutadà i, també, cortesos.

Aquest monogràfic inclou treballs molt variats, que presenten un ventall ampli de perspectives sobre un objecte d'estudi complex. Així, en consistència amb la visió polièdrica i facetada que sobre l'objecte d'estudi —el discurs organitzacional— reflecteix la bibliografia internacional, en aquest volum s'inclouen treballs elaborats des d'una perspectiva normativista (Gómez Font), lingüísticofuncional (Duarte, Estruch), de tarannà més sociopragmàtic (Gibert i Feliu, Montolío, Prego), com també d'enfocament sociocognitiu (Llacuna, amb una aportació des de la neurociència). Igualment, alguns són més estrictament descriptivistes (Gibert i Feliu); altres contenen enfocaments de caràcter teòric i metodològic (Llacuna, Montolío, Prego), si bé la major part combina l'anàlisi de dades amb reflexions de caràcter metodològic, bé de caràcter normatiu i de gènere (Gómez Font) o lingüísticotextual (Duarte i Estruch).

D'altra banda, a causa de la multimodalitat característica dels gèneres

comunicacionals, es fa difícil separar dràsticament l'estudi de les produccions orals de les estrictament escrites. Amb tot, els treballs de Llacuna i Prego es dediquen prioritàriament als registres orals, mentre que les contribucions de Duarte, Estruch, Gibert i Feliu, Gómez Font i Montolío focalitzen l'interès a l'anàlisi dels gèneres escrits.

Atès que les organitzacions poden desenvolupar l'activitat en àrees especialitzades molt diverses, els treballs aquí reunits descriuen estratègies i gèneres comunicatius relatius a camps i àmbits del coneixement diferents. Així, el treball de Duarte aborda la descripció dels gèneres jurídics i administratius; el d'Estruch analitza diferents gèneres escrits de l'àmbit de la sanitat pública; Gibert i Feliu tracten sobre estratègies comunicatives del sector financer; el periodístic s'aborda en Gómez Font; Llacuna s'ocupa de la comunicació en la prevenció de riscos laborals; el sector públic de l'energia, en concret, de l'aigua, es descriu en la contribució de Prego, i, finalment, en l'article de Montolío s'estudia el tipus de text consubstancial a la producció textual de les empreses de consultoria.

Voldríem destacar que tots els treballs que constitueixen aquest monogràfic coincideixen que els autors no només analitzen les dades sinó que intenten explicar-les per, posteriorment, proposar pautes de millora. És a dir, en totes les contribucions traspuja, de manera més o menys implícita, la mateixa idea: la lingüística *pot* (i, de fet, *ha de*) ajudar a millorar els models comunicatius de diferents agents socials; en definitiva, subscriuen que els lingüistes podem optimitzar³ els intercanvis comunicatius que estructurin les organitzacions.

³ El concepte de la *lingüística optimitzadora* procedeix de l'anàlisi del discurs professional (Göpferich 2000).

3. BIBLIOGRAFIA

- BARGIELA-CHIAPPINI, F. i NICKERSON, C. (eds.) (2002). «Special Issue: "Business Discourse"». *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 40, 4.
- BARGIELA-CHIAPPINI, F., NICKERSON, C. i PLANKEN, B. (eds.) (2007). *Business Discourse*. Palgrave: MacMillan.
- CANDLIN, C. (ed.) (2002). *Research and Practice in Professional Discourse*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- GÖPFERICH, S. (2000). «Analysing LSP Genres (Text Types): From Perpetuation to Optimization in Text(-type) Linguistics». En: TROSBORG, A. (ed.). *Analysing Professional Genres*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, pàg. 227-247.
- GOTTI, M. i GIANNONI, D. (eds.) (2006). *New Trends in Specialized Discourse Analysis*. Berna: Peter Lang.
- JABLIN, F. i PUTNAM, L. (eds.) (2001). *The New Handbook of Organizational Communication*. Londres: Sage.
- MONTOLÍO, E. i RAMALLO, F. (en premsa). «Spain». En: BARGIELA-CHIAPPINI, F. (ed.). *The Handbook of Business Discourse*. Edinburgh: Edinburgh University press, pàg. 782-800.
- SARANGI, S. i COULTHARD, M. (eds.) (2000). *Discourse and Social Life*. Londres: Pearson.
- SARANGI, S. i CANDLIN, C. (eds.) (2003). «Researching and Reporting the Discourses of Workplace Practice». Número especial d'*Applied Linguistics*, 24, 3.
- SARANGI, S. i GARZONE G. (eds.) (2007). *Ideology and Ethics in Specialized Communication: a discourse perspective*. Berna: Peter Lang.
- SMART, G. (2006). *Writing the Economy: Activity, genre and Technology*. Londres: Equinox.
- TROSBORG, A. i FLYHOLM JORGENSEN, P. E. (eds.) (2005). *Business Discourse. Text and Context*. Berna/Berlín: Peter Lang.