

El multilingüisme a l'empresa: tècniques, eines i recursos tecnològics que faciliten la comunicació multilingüe

Autors

Vicenç Gasulla, Núria Terés

Fundació Barcelona Digital

vgasulla@bcndigital.org

nteres@tinkle.es

Núria Bel

Universitat Pompeu Fabra

nuria.bel@upf.edu

Elvira Riera, Marta Rovira

Secretaria de Política Lingüística

erierag@gencat.net

mrovirar@gencat.net

Perquè les empreses puguin projectar-se al mercat internacional és indispensable que es plantegin el multilingüisme com a estratègia. L'avenç tecnològic facilita el desenvolupament d'aplicacions multilingües imprescindibles perquè les empreses puguin complir aquest propòsit en un context en què Internet, la globalització i la innovació en són els elements definitoris. Amb l'objectiu de fomentar l'ús del català en el programari existent en el mercat i a Internet, la Fundació Barcelona Digital, la Generalitat de Catalunya i el Col·legi d'Enginyeria Tècnica en Informàtica de Catalunya es van plantejar la celebració d'una jornada per orientar l'empresariat i els desenvolupadors informàtics cap al multilingüisme com a factor de qualitat econòmic, polític i cultural.

Resulta gairebé obvi que la primera condició per vendre alguna cosa és que els clients entenguin què els estan venent. En l'actual context de competitivitat, les empreses han de posar en marxa potents bateries de publicitat i màrqueting per obrir-se pas al mercat. Parlar el mateix llenguatge que el públic al qual s'adrecen és condició indispensable perquè totes aquestes estratègies puguin tenir èxit. Malgrat que l'anglès ha esdevingut una llengua internacional, per fer negocis a la Xina, a Rússia, a França, a l'Aràbia Saudita o a Catalunya, continua essent imprescindible utilitzar el xinès, el rus, el francès, l'àrab o el català, no sols per aconseguir una bona comprensió, sinó, sobretot, per guanyar proximitat amb el client.

Les dades de les pràctiques de les multinationals confirmen aquesta necessitat. El 1997, Microsoft va invertir en traduccions 300 milions de dòlars i va pronosticar que el 2005 les seves publicacions estarien disponibles en 80 idiomes. McDonald's, paradigma de la mundialització de la cultura anglosaxona, tradueix a 26 idiomes tots els seus materials, des dels de màrqueting fins als manuals interns.

Així que, d'una banda, trobem l'obligació per a les empreses de parlar els mateixos idiomes que els seus clients, escampats per tot el món. I, de l'altra, trobem un factor que pot ajudar a cobrir aquesta demanda creixent de manera més que satisfactòria: la tecnologia. El seu desenvolupament facilita la producció de programari i webs multilingües i permet automatitzar un procés, el de la traducció, que fins ara era pràcticament artesanal.

A més, hi ha una qüestió d'escalas. La inversió que una companyia ha de fer per

agregar un nou idioma al seu funcionament disminueix a mesura que s'incrementa el nombre de llengües utilitzades. És a dir, una vegada l'empresa ha adaptat el seu funcionament i la seva infraestructura al bilingüisme, incorporar un tercer, un quart i fins i tot un cinquè (o més) idioma resulta molt poc costós, tant en termes econòmics com operatius.

Tecnologies per al multilingüisme

Quan es parla de tecnologies que afavoreixen el multilingüisme es fa referència principalment a tècniques d'internacionalització i localització de programari i webs, i a tecnologies lingüístiques com els sistemes de traducció automàtica.

Internacionalització i localització de programari i webs

El desenvolupament de versions adaptades a les característiques locals d'un mercat determinat, geogràficament o culturalment, és el que es coneix com a *localització*. En l'àmbit informàtic, tant pel que fa a programari com a llocs web, la localització ha esdevingut un àmbit per si mateix en els anys d'implantació de la informàtica i Internet en el mercat de consum. Fins ara, treure un producte al mercat internacional implicava una planificació no solament del desenvolupament, sinó també dels processos posteriors de localització lingüística i cultural. El principal motiu és que la localització afectava no solament el text independent que s'havia de traduir, sinó també aquell que formava part del codi i hi interactuava. Així, després de localitzar el producte calia sotmetre'l de nou a tots els con-

trols de qualitat, amb els costos en recursos humans i temporals que això implicava.

Precisament aquests costos de la localització de productes han estat un dels motius principals que han impulsat l'aparició de les tècniques anomenades d'*internacionalització* de programari, que en el món de la informàtica fa referència a les tècniques de disseny i programació d'aplicacions que fan que un producte esdevingui *local*, de forma que es busquen i s'adopten les solucions que redueixen el cost de la localització. Una d'aquestes solucions és separar i fer independents del codi informàtic tots els elements susceptibles de ser localitzats: el text de la interfície d'usuari, els menús, la forma de llegir la data o l'hora, etc.

Tot i que en alguns casos adoptar la decisió d'internacionalitzar productes ha significat reescriure tot el codi del programa, la reducció de costos i temps per posar el producte en el mercat en diverses llengües és tan important que cada cop més empreses desenvolupen els seus productes seguint aquesta línia.

Tecnologies lingüístiques

Per tal d'adaptar lingüísticament les aplicacions informàtiques i d'Internet, existeixen diferents tecnologies que són útils. Els sistemes de traducció automàtica són l'exemple més antic de tecnologies que tenen l'objectiu de reduir els costos de l'adaptació lingüística, és a dir, de la traducció. Actualment hi ha al mercat diferents sistemes (Compendium, Systran, Automatictrans, Reverso, IBM Websphere Translation Server, Logos, entre d'altres) que per a determinats parells de llengües produeixen traduccions de qualitat acceptable. Tot i que s'usen en entorns professionals des de fa anys (el govern canadenc, la Comissió de la Unió Europea, empreses com SAP o Daimler Chrysler), han esdevingut coneguts pel públic general després de ser accessibles a través d'Internet com un servei afegit de cercadors i directoris; Altavista, Google, Lycos i Terra, entre d'altres, ofereixen traducció automàtica.

Altres aplicacions menys conegudes pel públic, però cada cop més usades pels professionals, són les memòries de traducció. La idea bàsica és reutilitzar el text que ja ha estat traduït emmagatzemant l'original i la seva traducció en una base de dades. Així, quan es vol traduir un nou original, aquest es contrasta amb el text que hi ha en la base de dades. Quan es troba un seg-

ment de text igual al que hi ha emmagatzemat és substituït pel que consta a la base de dades com a traducció.

La idea de les memòries de traducció té com a referent més immediat l'automatització de l'accés a diccionaris i glossaris. A Internet hi ha un gran nombre de diccionaris i servidors de terminologia que afavoreixen la producció de textos de qualitat en diferents llengües, i milloren l'eficiència dels traductors. La seva presència a Internet posa a l'abast dels desenvolupadors de programes els recursos lingüístics necessaris per poder *localitzar* els seus productes. Per exemple, Softcatalà ofereix des del seu web la guia d'estil, el recull de termes, la memòria de traducció, una guia per comprovar la qualitat de la traducció, etc.

La Fundació Barcelona Digital (FBD) i el multilingüisme <www.bcndigital.org>

La Fundació Barcelona Digital es crea l'any 2002 amb l'objectiu de promocionar Barcelona i Catalunya com a centre estratègic d'implantació i generació de negocis, empreses i projectes innovadors. Per arribar a aquest objectiu, la Fundació Barcelona Digital vol potenciar el clúster¹ com a model empresarial dins l'àmbit de les noves tecnologies i els serveis avançats per convertir Barcelona en centre de desenvolupament tecnològic, tant en l'àmbit local com internacional.

La Fundació, presidida per Antoni Brufau, reuneix administracions públiques (Generalitat de Catalunya i Ajuntament de Barcelona) i deu de les principals empreses i entitats bancàries del país: La Caixa, Cap Gemini Ernst&Young, EDS, Fujitsu, Fundació ESADE, Getronics, Hewlett Packard, Mapa INC, Telefónica i Microsoft.

L'entitat ha fet una sèrie d'estudis sobre la situació dels diversos sectors tecnològics a Catalunya, i n'ha detectat tres on, si s'estableixen lligams interns prou forts sota una certa coordinació, es poden crear clústers molt avançats i de molt èxit.

Un d'aquests sectors gira a l'entorn del multilingüisme. Catalunya disposa d'excel·lents professionals, formats a les diverses universitats on s'imparteix la llicenciatura de traducció. Hi ha fins a 132 empreses de serveis lingüístics, que facturen en conjunt més de 25 milions d'euros l'any. Hi ha també un seguit d'empreses i de projectes tecnològics de traducció automatitzada

que es troben entre els més avançats de l'Estat (destaquen, per exemple, el traductor d'*El Periódico de Catalunya* o les eines de Compendium España, Incyte, Automatic Trans o Ampersand). A més cal afegir-hi la situació sociolingüística, que fa que gairebé totes les companyies, institucions i entitats s'adaptin a la utilització d'almenys dos idiomes en la seva gestió.

Amb aquests ingredients, hi ha la base perfecta perquè Barcelona, i Catalunya per extensió, esdevingui la capital de la localització, de la traducció i de la tecnologia de la parla a escala europea i fins i tot mundial. El pas ha d'ésser la interconnexió entre tots aquests agents esmentats per millorar en capacitat de comercialització i avançar en innovació empresarial i també tecnològica.

Per això la Fundació Barcelona Digital creu que aquesta àrea ha d'estar entre els seus camps prioritaris d'intervenció, i en aquest sentit l'any 2003 s'ha estrenat en aquest àmbit amb un seguit d'actuacions en què el multilingüisme ha estat l'eix central de treball i de perspectiva, com és el cas de la I Jornada d'Estratègies de Multilingüisme a l'Empresa, que es tractarà en aquest article, i l'estudi per a la creació d'un clúster de serveis multilingües a Catalunya, que serà objecte d'un article en un altre número d'aquesta revista.

Col·laboració de la Fundació Barcelona Digital en l'organització de la I Jornada d'Estratègies de Multilingüisme a l'Empresa

Amb la voluntat de començar a fer el primer pas cap a la creació d'un clúster de serveis multilingües a Barcelona, la Fundació Barcelona Digital, conjuntament amb el Col·legi Oficial d'Enginyeria Tècnica en Informàtica i la Generalitat de Catalunya —per mitjà del Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial (CIDEM), la Secretaria de Telecomunicacions i Societat de la Informació (STSI) i la Direcció General de Política Lingüística (DGPL)—, va organitzar el 14 d'octubre de 2003 la I Jornada d'Estratègies de Multilingüisme a l'Empresa. L'objectiu de la Jornada era donar a conèixer a les empreses de programari els recursos de què disposen els desenvolupadors per tal de projectar i idear els seus treballs en un entorn multilingüe, i potenciar així la projecció dels seus productes als diferents mercats existents.

En aquesta Jornada, professionals informàtics, experts en internacionalització i

responsables de grans empreses que ja disposen d'aplicacions multilingües van proporcionar la informació necessària per poder avaluar els costos, els riscos i les oportunitats de la internacionalització de tot tipus d'aplicacions informàtiques: programes, pàgines i llocs web, i serveis i aplicacions a Internet.

La Jornada anava dirigida, d'una banda, a directius i empresaris que volen oferir un producte informàtic de qualitat o volen fer del seu web un mitjà de difusió global de productes o serveis, mitjançant el multilingüisme; i, de l'altra, a enginyers informàtics, desenvolupadors de programari, analistes de sistemes, administradors i dissenyadors de webs, responsables de màrqueting, etc., interessats en estratègies que permetin internacionalitzar productes locals i en el disseny i la programació de productes internacionals.

L'impuls d'activitats com aquesta, on es reuneix el sector, es presenten diferents iniciatives i els professionals creen tota una xarxa de contactes, esdevé la primera condició per començar a treballar i dinamitzar el futur clúster.

Resum dels continguts i conclusions de la Jornada

La Jornada, amb el títol «Estratègies de multilingüisme a l'empresa. Mètodes, tecnologia i recursos en la internacionalització d'aplicacions informàtiques», va aplegar més de 200 persones. Es va desenvolupar en una sèrie de sessions generals, comunes a tots els assistents, i quatre tallers específics: un sobre tecnologies de la parla, un altre sobre localització, un tercer sobre gestió de documentació multilingüe i un quart sobre recursos i formació.

En general, totes les ponències i intervencions encaixaven dins de quatre blocs temàtics. L'un era la internacionalització de la xarxa, en què es va incidir especialment en la producció multilingüe de continguts i els serveis web disponibles, entre d'altres qüestions. Hi van participar comunicadors com ara Tomàs Molina, de TVC Multimèdia, o Salvador Aragonés, d'Europa Press, fins a empreses com IBM o Indra.

Un segon bloc temàtic va ser la internacionalització dels programes. Es va dedicar una atenció especial al programari lliure, amb l'estudi del cas GNOME de la mà de Jordi Mas, de Softcatalà, i també van presentar les seves experiències grans companyies com ara Sun Microsystems i

Microsoft. Aquest bloc va analitzar amb particular interès la previsió de les necessitats lingüístiques i d'adaptació idiomàtica des del mateix moment de la programació informàtica (internacionalització). L'experiència ha demostrat com aplicacions nascudes sense aquesta perspectiva han vist molt disminuïda la seva projecció fora de la seva àrea lingüística pròpia. L'anglès, doncs, no ha esdevingut del tot una *lingua franca* en el camp del programari.

«Multilingüisme, màrqueting i pla de negoci» va ser el tercer gran bloc en què es van dividir els continguts. Amb aquest mateix títol, Xavier Viver, de Philips Speech Processing, va presentar una ponència en què es defensava la necessitat de reflectir el multilingüisme ja des del mateix pla de negoci de l'empresa. Segons el seu plantejament, l'adaptació a les característiques culturals dels clients no és només una estratègia de venda, sinó que ha d'ésser un factor clau per desenvolupar una visió de negoci amb vocació internacional.

Finalment, es va programar un bloc de presentacions específiques de tecnologia i recursos lingüístics. En destaquen les presentacions dels casos pràctics més coneguts dintre del sector, com ara Telefónica I+D, Atlas, InfoSpeech, Lingua Global Solutions, Milengo, Star, Softlibrary, Compendium, ADDA, TERMCAT, Enciclopèdia Catalana i el Programa Tradumàtica de la Universitat Autònoma de Barcelona.

En la part final de l'acte, el director general de Política Lingüística i la directora del TERMCAT van presentar la segona edició revisada i ampliada del diccionari *Societat de la informació. Noves tecnologies i Internet*, un exemplar del qual va ser lliurat a tots els participants.

Conclusions

Un cop assumit que *globalització* no vol dir *uniformització*, que cal respectar la diversitat també com a principi comercial per obtenir beneficis empresarials, el multilingüisme esdevé un àmbit prioritari per al desenvolupament de tecnologies.

Aconseguir que Catalunya lideri la innovació tecnològica i el desenvolupament empresarial en aquest sector és alhora un objectiu per a l'economia i per a la política lingüística. En el terreny econòmic, es percep l'oportunitat de desenvolupar una indústria tecnològica i un sector de ser-

veis al voltant de la internacionalització, la localització i la traducció, amb seu a Catalunya. En el terreny de la política lingüística aquesta oportunitat econòmica pot significar també la garantia que la llengua catalana s'inclourà en els desenvolupaments tecnològics de les eines i productes multilingües, condició fonamental perquè sigui present també en les aplicacions empresarials que se'n derivin.

Per aquest motiu, es preveu que l'any 2004 continuï la col·laboració iniciada el 2003 entre l'actual Secretaria de Política Lingüística, la Fundació Barcelona Digital, i la resta d'agents socials i econòmics implicats en aquest àmbit.

Webs de referència

Fundació Barcelona Digital
<<http://www.bcndigital.org>>

Secretaria de Política Lingüística. Informàtica i noves tecnologies
<<http://cultura.gencat.net/llengcat/informat>>

Softcatalà. Recursos
<<http://softcatala.org/>>

Nota

1. Agrupació d'empreses d'un mateix sector (<http://www.termcat.net>).

