

# **Els mercats i la diversitat lingüística**

Ramon Caminal

Institut d'Anàlisi Econòmica, CSIC

# Economia de la llengua: un breu repàs

- Impacte dels coneixements lingüístics de la població sobre els resultats econòmics:
  - Els salaris dels immigrants
  - La participació en el comerç internacional
  - La tendència a la cooperació/confrontació
- Els incentius a l'aprenentatge de segones llengües

# Economia de la llengua: els salaris dels immigrants

- Als Estats Units i Austràlia el domini de l'anglès suposa un augment d'un 15% en el salari dels immigrants (Chipswick, 2008)
- A Catalunya: el coneixement del català augmenta la probabilitat d'estar ocupat en un 4% (Rendón, 2007)
- Incentius a aprendre la llengua local:
  - Prima salarial
  - Distància entre la llengua local i la llengua d'origen
  - Les característiques lingüístiques de la població de l'entorn immediat (Ortega, 2007)

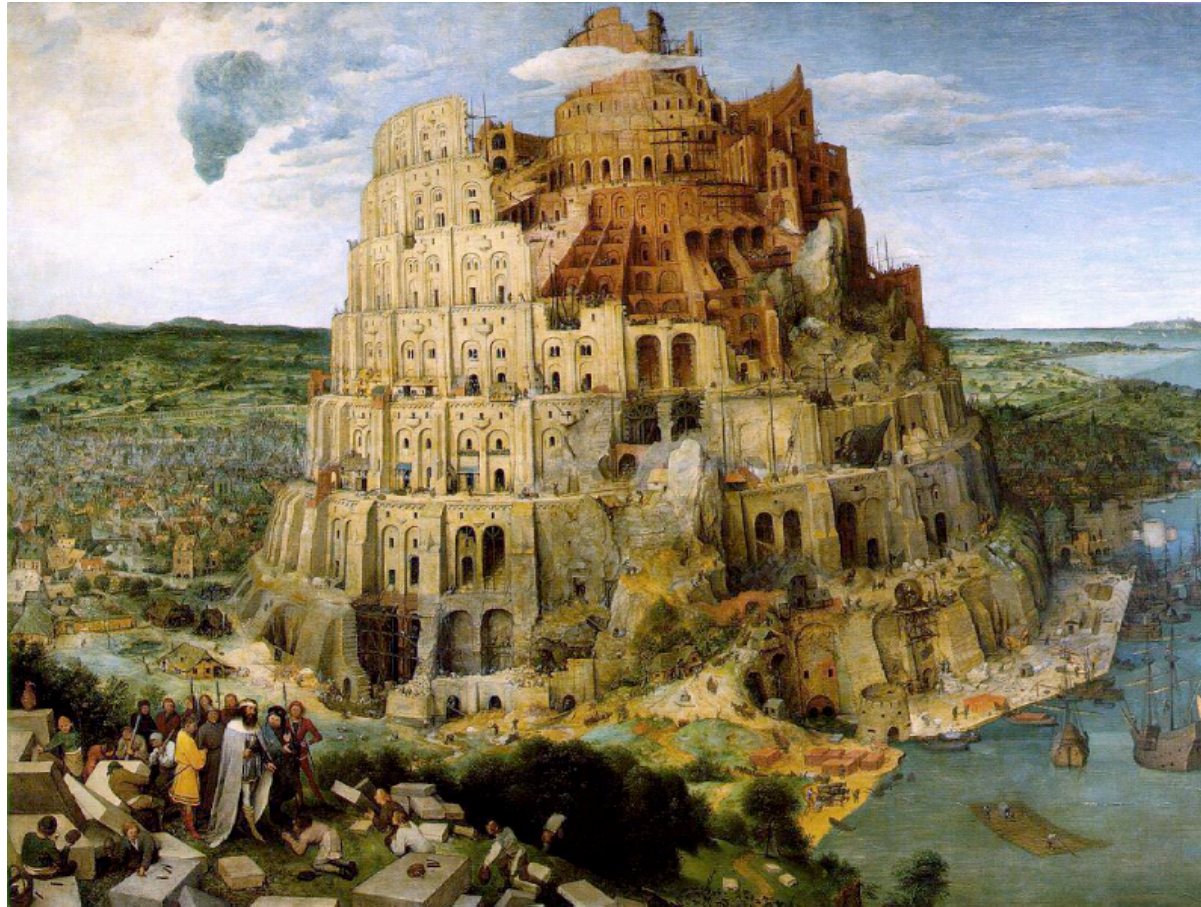
## **Economia de la llengua: comerç internacional**

- Melitz (2007): quan dos països comparteixen una llengua això té un efecte positiu sobre el seu comerç bilateral comparable al de compartir una moneda
- Incentius insuficients a aprendre segones llengües: economies de xarxa (Church i King, 1991)
- Paper de l'estat: subvencions o subtítols (Banal et al., 2009)

# Economia de la llengua: diversitat lingüística i conflicte social

- La diversitat etnolingüística dins d'un mateix estat està (Desmet et al., 2009):
  - Negativament correlacionada amb
    - El creixement econòmic
    - Provisió de béns públics
    - La redistribució
  - Positivament correlacionada amb
    - L'aparició de conflictes

# La maledicció de la Torre de Babel



## ...diversitat lingüística i conflicte social

- Interpretació:

La fragmentació lingüística:

- Obstaculitza la comunicació i, per tant, l'intercanvi i la producció
- Reflecteix la fragmentació social: menor propensió cap a la cooperació i major propensió cap l'enfrontament.

- La llengua com a eina de comunicació neutral:  
¿Resultaria òptim tenir un món amb una sola llengua?

# Observacions

- La proporció de persones multilingües és molt alta
- Les llengües no són sistemes de comunicació neutrals



## En aquest treball

- Determinants econòmics de l'oferta lingüística del béns culturals i mitjans de comunicació.
  - Paper del mercat en la provisió de diversitat lingüística
  - Està justificada la intervenció pública, des del punt de vista de l'eficiència?

## Elements clau:

- Almenys una fracció important dels consumidors són bilingües
- Els consumidors tenen preferències sobre la llengua vehicular

# Els mercats i la diversitat a la teoria econòmica

- ¿Proporciona el mercat suficient varietat de programes de TV? I de models de telèfons mòbils?
- Model de Salop (cercle): hi ha massa varietat
- En general, pot haver-hi massa o massa poca varietat

# Els mercats i la diversitat a la teoria econòmica

- Els models tradicionals no són aplicables a la diversitat lingüística
- Doble dimensió: un llibre o un diari es caracteritzen pel seu contingut i per la seva llengua

# Motivació

- La situació de la llengua catalana
- Altres realitats multilingües
- El bilingüisme global

## Catalunya: característiques lingüístiques de la població

- Població total (2003), %

	Català	Castellà	Ambdues	Altres
Primera llengua	40	54	3	3
Llengua pròpia	49	44	5	2
Llengua habitual	50	44	5	1

## Catalunya: característiques lingüístiques de la població

- Lectors diaris (2008), %

	Català	Castellà	Altres
Llengua inicial	42	54	4
Llengua d'identitat	49	47	4
Llengua habitual	45	53	2

## Catalunya: característiques lingüístiques de la població

- Lectors llibres (2008), %

	Català	Castellà	Altres
Llengua inicial	45	49	6
Llengua d'identitat	53	43	4
Llengua habitual	50	48	2



Catalunya: % consum de béns en català, mitjana  
1999-2008

	Oferta privada	Oferta pública	Total
Radio	12	33	45
Televisió	2	20	22
Diaris	22	0	22
Llibres	20	0	20
Pel.lícules	3	0	3

# El bilingüisme global

- Ràpida expansió de l'anglès com a segona llengua
  - 2000 m de persones tenen alguna competència en anglès
  - S'espera que aquesta xifra augmenti ràpidament
- El mercat de les notícies internacionals
  - CNN, BBC; NBC
  - Al Jazeera, France 24, Russia Today
- L'anglès als mercats de llibres i pel·lícules

## Ingredients del model

- Representa un mercat de béns culturals o de mitjans de comunicació, en règim de competència monopolística
- Es produeixen un gran nombre de varietats. Hi ha un cert grau de substituïbilitat entre les diferents varietats (el model dels radis, *spokes model*, Chen i Riordan, 2007)
- Cada empresa produeix una varietat diferent, que es defineix per uns determinats continguts i una llengua vehicular

## Ingredients del model

- Hi ha dues llengües: C i E
- E és la llengua preferida per la majoria i C per la minoria
- Les preferències lingüístiques són independents de les preferències sobre continguts.
- Estudio dos casos:
  - **Bilingüisme simètric:** Tots els consumidors són competents en les dues llengües encara que en prefereixen una. Estan disposats a consumir en l'altra llengua depenent de la diferència de preus, la disponibilitat de varietats, etc.
  - **Bilingüisme asimètric:** La minoria és competent en E però la majoria no és competent en C.

## ...Ingredients del model

- També considero els casos en els quals
  - les empreses poden discriminar o no en termes de preus entre les diferents comunitats lingüístiques, i
  - Les empreses es financien mitjançant la publicitat o bé a través de la fixació de preus.

## Anàlisi en dues etapes

- **El model d'adopció:** el productor de cadascuna de les varietats ha de triar en quina de les dues llengües oferir el seu producte
- **El model de traducció:** el productor de cadascuna de les varietats tria en quina de les dues llengües oferir el seu producte o bé en les dues. En aquest darrer cas ha de pagar un cost fix.

# Objectiu

- Comparar:
  - Els resultats obtinguts quan les empreses prenen les seves decisions motivades únicament per la **maximització dels guanys**
  - Els resultats obtinguts quan les decisions les pren el “planificador social”, motivat per la **maximització de l'excedent total** (els guanys de les empreses + l'excedent del consumidor)

# Observacions

- Les preferències lingüístiques dels consumidors són exògenes (estudiem una relació de curt termini).
- La realitat és un procés dinàmic on les preferències influeixen sobre l'oferta lingüística, però en el llarg termini, l'oferta lingüística influeix sobre les capacitats i preferències lingüístiques de la població.



# Resultat 1

- En el model d'adopció, la proporció de béns oferts en la llengua minoritària és ineficientment baixa
- Hi ha lloc per a la intervenció pública (en defensa de les llengües minoritàries), motivada exclusivament per arguments d'eficiència econòmica.

# Intuició Resultat 1

- Si la minoria lingüística no és excessivament petita, aleshores resulta eficient que una fracció positiva de l'oferta sigui en la llengua minoritaria
- Maximització de beneficis:
  - Mida relativa de cada segment del mercat importa
  - L'efecte especialització és insuficient

## Resultat 2

- Model de traduccions:
  - A mesura que baixa el cost de traducció la diversitat lingüística creada per les empreses privades s'acosta a la del planificador social (es redueix la ineficiència)
  - Si el cost de traducció fos suficientment baix aleshores les empreses podrien arribar a proveir un nivell de diversitat lingüística excessiu.
- El paper de les noves tecnologies.

# Robustesa dels resultats

- No hi ha problema amb:
  - L'habilitat de les empreses per discriminar preus segons la comunitat lingüística
  - El mètode de finançament de les empreses (preus versus publicitat)
  - Les competències lingüístiques de la majoria (bilingüisme simètric versus asimètric)
  - Primer òptim versus segon òptim

# Robustesa dels resultats

- Apareixen nous efectes si:
  - Considerem el **nombre de varietats** com una variable **endògena** (les decisions lingüístiques poden alterar la mida del mercat)
  - Considerem que una sola empresa pot produir una proporció significativa de les varietats (**oligopoli** versus competència monopolística).

# Conclusions

- Els mercats tendeixen a esbiaixar la seva oferta a favor de les llengües majoritàries.
- És necessària la intervenció pública per proveir el nivell eficient de diversitat lingüística
- L'aplicació de les noves tecnologies tendirà reduir la ineficiència dels mercats

## Temes oberts

- “*lost in translation*”:  
llengua original vs. traducció
- Protecció llengües minoritàries vs. aprenentatge d’altres llengües

Moltes gràcies!