

PRESENTACIÓN

El Taller de Sociología, organizado por el Departamento de Sociología y Análisis de las Organizaciones, de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona, es una actividad que nace del compromiso de ofrecer una respuesta alternativa a las necesidades de formación e intercambio profesional entre investigadores/as sociales, así como para potenciar el fortalecimiento institucional y académico de la Sociología como disciplina fundamental para comprender las sociedades actuales y contribuir a ofrecer soluciones posibles a los conflictos de nuestra realidad social. La responsabilidad social de la Comunidad Académica en su conjunto, nos lleva a crear el Taller de Sociología como un espacio de acercamiento, promoción e intercambio de experiencias de investigación, construido entre los/las participantes.

El Taller se plantea como un espacio de debate abierto, que más que llegar a conclusiones definitivas, pretende dar inicio a un diálogo y a reflexiones, fruto de una construcción grupal dinámica. Por este motivo, el Taller está estructurado en base a una integración multisectorial a la vez que pluriterritorial, procurando la consolidación de una representación permanente de investigadores/as y profesorado de diversas instituciones y ramas de la Sociología que vienen desarrollando los objetivos que dieron origen al Taller de Sociología.

OBJETIVOS

- Promover el fortalecimiento institucional y académico de la Sociología en la Universidad de Barcelona.
- Crear espacios participativos, de encuentro e integración entre el profesorado, investigadores/as y estudiantes de tercer ciclo, i de integración entre sí.
- Ofrecer respuestas alternativas a las necesidades de intercambio y actualización profesional entre investigadores/as sociales.
- Contribuir al aprendizaje de las diversas metodologías de investigación de los estudiantes de Licenciatura, Máster y del Doctorado en Sociología de la Universidad de Barcelona.
- Difundir y dar a conocer los estudios e investigaciones de los diversos ámbitos de la Sociología.
- Conocer estudios e investigaciones en marcha o recién finalizadas que permitan contar con información actualizada.
- Promover la participación de la Comunidad Académica en la comprensión y análisis de la realidad social a la que pertenece.

COORDINACIÓN

Dra. Ana Collado
anacollado@ub.edu

Contacto

ctrepier
@yahoo.fr

Grupo COPOLIS. Bienestar, Comunidad y Control Social
www.copolis.org

ORGANIZACIÓN

Departamento de Sociología y Análisis de las Organizaciones
Facultad de Economía y Empresa. UB

Departamento de Sociología y Análisis
de las Organizaciones

Taller de Socio logía

6^a Edición
3^a Sesión

“ Los Empresarios
Catalanes Y La
Lengua :
Distintas Actitudes ”

taller
a
cargo
de

Cyril Trèpier

Viernes
13 de
marzo
2009

14- 16
horas

Facultad
de Economía
y Empresa

Aula
Adam
Smith

Actividad de
2 créditos de
libre elección



UNIVERSITAT DE BARCELONA



BREVE CURRÍCULUM DEL PONENTE

Cyril Trépier, (París, 1980) es becario del Institut Français de Géopolitique, Université Paris 8-Saint Denis, y prepara en cotutela con la Universidad de Barcelona, su tesis doctoral sobre Análisis geopolítico del independentismo en Cataluña, con un enfoque particular sobre la posición de los empresarios respecto a este movimiento.

En el año 2007, acabó su Licenciatura en Geopolítica, con un trabajo final de carrera sobre Los partidos políticos y el independentismo en Cataluña, en el Institut Français de Géopolitique.

Cyril Trépier obtuvo en el año 2003 el Diploma del Instituto de Estudios Políticos de París, con mención en Periodismo.

Temas de interés: independentismo, nacionalismo, autonomía, territorialidad, uso de la lengua, globalización, pymes, competencia, y Unión Europea, con especial énfasis en Cataluña, España, Francia, Escocia, Irlanda, Bélgica, Alemania e Italia.

Publicaciones

Después de las elecciones generales españolas de marzo del 2008, publicó en el sitio web del Institut Français de Géopolitique www.geopolitique.net el working-paper *“Un bany de realisme”* sobre los resultados de las generales para Esquerra Republicana.

A finales del 2008, Cyril Trépier intervino en París en un coloquio sobre *“Las Lenguas regionales y minoritarias en Irlanda”*, organizado por la Universidad París 3.

RESUMEN DE LA PONENCIA

Esta presentación tiene como tema principal el posicionamiento visible de los empresarios de Cataluña en cuanto al uso, la defensa y la oportunidad de la lengua catalana en el marco de una economía globalizada. La cuestión es interesante en el momento en que los independentistas catalanes de Esquerra Republicana de Catalunya buscan el apoyo explícito de unos empresarios a semejanza de como lo obtuvieron antes de las elecciones regionales escocesas los independentistas del Scottish National Party, sostenidos en particular por Sir George Mathewson, el antiguo presidente de la Royal Bank of Scotland. Acerca de la lengua catalana, la posición que parece dominar entre los empresarios es el pragmatismo. Según uno de mis interlocutores, secretario general de Femcat: “la lengua, para los empresarios, es instrumental”. Para muchos de ellos, la lengua que se debe utilizar es la que funcione en cada mercado: el catalán cuando sea posible, el español cuando sea eficaz y, muchas veces, el inglés, cuya enseñanza debería ser mejorada en opinión muchos empresarios.

Una lectura de la globalización, como una lucha de todos contra todos, en la que tanto los países pequeños como los grandes tienen las mismas oportunidades de ganar, aparece en las entrevistas realizadas con responsables empresariales y políticos. También se entiende la globalización como la posibilidad de desplazar la producción, la concepción e, incluso, las sedes sociales, donde resulte más eficaz.

En cuanto al uso de la lengua, algunos empresarios quieren ir más lejos que la propia legislación catalana en la defensa de la misma a través del etiquetaje, de la promoción, de los sitios web, y/o de la comunicación interna. Ello se ilustra, por ejemplo, en la organización de cursos de catalán dentro de las empresas. Se observa como la dimensión de las empresas y su grado de internacionalización, son factores claves para entender las diferencias de prácticas lingüísticas que se dan de una empresa a otra.

Esta presentación tendrá como fuentes principales entrevistas realizadas a actores empresariales, profesores, responsables políticos y militantes de asociaciones catalanistas, así como las principales estadísticas disponibles en la actualidad antes de que se conozcan los resultados de la encuesta ELAN sobre el efecto del multilingüismo en las empresas.

MODALIDAD DE TRABAJO

Las sesiones se organizan de la siguiente manera:

- Marco teórico: exposición de las teorías utilizadas que explican el fenómeno social analizado.
- Estrategia de investigación: explicación de la metodología, las técnicas de obtención de datos y características del trabajo de campo desarrolladas en la investigación.
- Plenario: debate abierto y participativo sobre la investigación presentada.