

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

Os procesos de implantación lingüística

Iolanda Galanes

Maio 1998

1.- Introducción

2.- Os procesos de implantación lingüística

2.1.- Marco de estudio

2.2.- Concepto

2.3.- Os estudos de implantación lingüística

2.4.- A implantación lingüística e a dinámica social

2.5.- Factores fundamentais da implantación

- a) A innovación
- b) O tempo
- c) As canles de comunicación
- d) O sistema social e a importancia dos axentes de cambio

2.6.- Etapas do proceso de implantación lingüística:

- a) preparación e condicionameto previo
- b) coñecemento
- c) persuasión
- d) decisión
- e) medidas de información
- f) confirmación

2.7.- Estratexias de intervención para a implantación

2.8.- Posibles aplicacións do proceso de implantación: a planificación do corpus e a planificación do status.

3.- Cómo elaborar e pór ó día unha política lingüística para un organismo

3.1.- Obxectivos dunha política lingüística

3.2.- Elementos dunha política lingüística

**3.3.- A importancia das disposicións que regulan os ámbitos de uso:
as ordenanzas e os regulamentos**

3.4.- Ámbitos de intervención

- a) Denominación
- b) Publicidade
- c) Documentación
- d) Comunicacóns
- e) Servicios ó público
- f) Lingua de traballo
- g) Aprendizaxe e calidade da lingua

3.5.- Aplicación do modelo

4.- Conclusións

Anexo

Bibliografía

Os procesos de implantación lingüística¹

1. Introducción

A segunda metade deste século é unha etapa fundamental no desenvolvemento e mais no estudio de políticas e planificación lingüísticas, é dicir, do cambio lingüístico planificado. Estes procesos de intervención foron obxecto de avaliación a partir dos anos 90 no contexto norteamericano e, froito destas avaliacións, xurdiron entón unha serie de propostas que pretenden reafirmar os procesos de planificación lingüística, no caso de Quebec esta proposta coñécese co nome de “implantación lingüística”².

Con este traballo, pretendemos dar a coñecer a reflexión e os estudos que teóricos e técnicos da planificación están a efectuar en Quebec, país pioneiro no desenvolvemento eficaz da planificación lingüística. Cremos que estes estudos, xerados nun contexto hoxe ben distinto ó noso e tamén ben máis autocrítico, poden, na medida en que fan fincapé en cuestións que melloran o proceso, axudarnos a planificar, avaliar e sistematizar as nosas futuras actuacións neste campo.

Antes de definirmos o concepto de “implantación lingüística”, pareceunos de interese remarcar a súa faceta social, co obxecto de suavizar a carga semántica que ten o termo “implantación” na nosa lingua, en canto que

¹ Este traballo débelle moito a un Curso de lecturas dirixidas sobre planificación lingüística realizado no CIRAL da Universidade de Laval, baixo a dirección de Conrad Ouellon no outono de 1997 e financiado pola Fundación Caixa Galicia, e serviu de disertación nun curso organizado pola Coordinadora de Traballadores/as de Normalización Lingüística, impartido en Santiago de Compostela no mes maio de 1998.
O uso do masculino non é discriminatorio.

² Como veremos, tamén se pode falar de “galeguización”, mais preferimos traducilo cun calco do francés “*implantation linguistique*”, para evitarmos ambigüidades.

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

sinónimo de intervención ou de imposición, sinónimos empregado por algúns interesadamente. Así pois, con implantación só se quere facer alusión ós mecanismos que poden asegurar o carácter de real e efectivo dos avances da planificación lingüística, avances que só se conseguen coa participación de toda a sociedade.

Referímonos á “implantación lingüística” no sentido de materializar un “cambio lingüístico planificado”, é dicir, levar a cabo proceso que pretende mudar unha situación lingüística xulgada de partida como non desexable. Así pois, o cambio planificado supón amplificar unha tendencia existente (o rexeitamento dunha situación non desexable) e, polo tanto, ha de se realizar sen que supoña violentar as tendencias sociais, senón que se trata de se apoiar nelas e de potencialas. En palabras do profesor Corbeil (1980:7), considera o *aménagement linguistique* como “*un effort à moyen et à long termes pour mieux tirer parti d’une ressource collective, la ou les langues, en fonction des besoins et des intérêts de la nation, selon un plan souple qui oriente l’évolution de la société sans la brusquer mais au contraire en réclamant son adhésion et sa participation*”.

Con isto pretendemos remarcar, seguindo a Corbeil, a importante compoñente social dos procesos de cambio lingüístico planificado. O que nos leva tamén a sobrancear a importancia do factor social dos procesos de “implantación lingüística”, dado que os procesos de implantación veñen sendo o segundo paso dos procesos de “planificación lingüística” (ou *aménagement linguistique*)³. Neste segundo paso aínda se ten máis en conta o factor social,

³ Sobre as diferentes terminoloxías utilizadas para o concepto de planificación utilizadas polas diferentes escolas e países, resulta moi esclarecedor consultar Daoust e Maurais (1987:7-23). No que se refire ó noso traballo, indicaremos que existe unha sinonimia parcial entre “planificación lingüística”, “aménagement linguistique” e “normalización lingüística” como traducións do inglés “language planning”. As diferencias entre ambas son máis ben de perspectiva. O primeiro termo denota máis a existencia de intervencionismo (Corbeil:1980), fronte ó segundo que fai máis fincapé no consenso social. E, por último, no terceiro ponse máis énfase na idea de situación lingüística “anormal”, e de recuperación da normalidade lingüística.

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

na medida en que se trata de avaliar e mellorar os procesos de planificación tras ser postos en práctica. Nel reconsiderábase a adaptación social das medidas de planificación lingüística, con vistas a conseguir un maior éxito.

2.- Os procesos de implantación lingüística

2.1.- Marco de estudio

Partimos de que a lingua é un produto social, daquela o estudio do cambio lingüístico debe de se inserir no marco de estudio da difusión das innovacións. Entendemos o cambio lingüístico como innovación, dado que é un factor novo que se introduce e que se afianza na lingua de xeito espontáneo ou ben que de xeito planificado. O estudio do cambio lingüístico espontáneo, en concreto da variación social⁴, proporcionou moita información sobre o proceso de cambio e sobre as fases de evolución, que serven de modelo para a programación do cambio planificado.

No caso do cambio lingüístico planificado, trátase, como indicamos, de modificar unha situación de partida xulgada como non desexable, ben sexa substituíndo certos usos lingüísticos por outros relativos a un contexto particular, ou ben sexa xeneralizando usos propios dun contexto particular a un conxunto de contextos, tanto no que respecta ó status da lingua coma ó corpus.

A planificación lingüística, o *aménagement* e a normalización entendémolos en sentido extenso, para o que recollemos a definición que destes termos nos ofrecen Daoust e Maurais (1987:12). Estes tres termos aplícanse ós modos de intervención oficiais sobre a lingua que procuran a promoción lingüística, sociolingüística, socio-cultural ou socio-económica

⁴ Tomáronse como base os estudos sobre os mecanismos do cambio fonético natural presentados por Labov (1976) na súa teoría da sociolingüística.

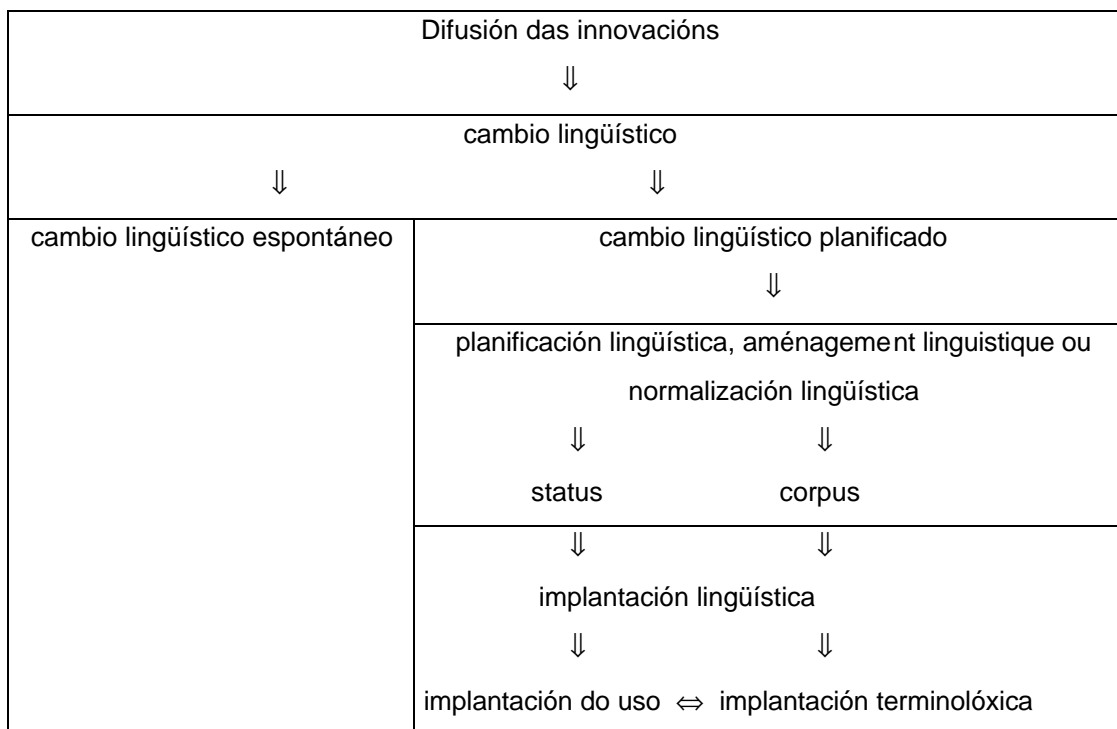
Os procesos de implantación lingüística

Iolanda Galanes Santos

dunha lingua ou de varias linguas ou mesmo dunha variedade lingüística dunha das linguas que é obxecto dunha planificación lingüística nun territorio determinado e, pola intervención dun ou de varios organismos que deteñen un mandato oficial, tanto para a posta en práctica de políticas lingüísticas (en sentido extenso) que vehiculan este tipo de intervención, así como para a avaliación destas políticas. As accións de planificación lingüística desenvólvense sobre o status e mais sobre o corpus da lingua.

Pola súa banda, a implantación lingüística (Loubier,1993:60) concíbese como o fin último de todos os plans de planificación lingüística, que é a utilización efectiva da lingua (e non o simple coñecemento pasivo) por parte da comunidade lingüística. As estratexias de implantación lingüística planifícanse tendo en conta a importancia do vínculo existente entre o status e o corpus da lingua, como veremos. A xeito de resumo, presentamos a seguir un cadro que ilustra o marco de estudio da implantación lingüística.

CADRO 1.- MARCO DE ESTUDIO DA IMPLANTACIÓN LINGÜÍSTICA



Elaboración propia

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

En definitiva, o estudo do cambio lingüístico e, polo tanto da lingua, que é un produto social, insírese no marco dos estudos sociais, da difusión social das innovacións. E a implantación lingüística, produto da reflexión sobre os procesos de planificación lingüística, privilexian o carácter social da difusión desa innovación. Pois dado que o cambio non triunfa máis que pola conxunción complexa dunha serie de forzas sociais, é importante estudar os procesos de implantación como unha compoñente intrínseca da dinámica social que condicionan toda planificación lingüística.

2.2.- Concepto

A implantación do francés defínese (Loubier, 1993:65-66) como a acción de introducir e, se esta introducción xa está feita, de desenvolver de xeito duradeiro o uso da lingua (no noso caso o galego) nunha determinada sociedade (no noso caso a galega). Cómpre salientar que non se trata dunha utilización puntual da lingua, nin da posesión pasiva da competencia para a usar, senón da utilización efectiva. Doutra banda, pódese definir tamén como o resultado que se procura na intervención lingüística ou o obxectivo de toda planificación que é o dunha galeguización real e duradeira.

A implantación ha de se entender non só coma un obxectivo, senón tamén como un proceso, dado que, coma o cambio espontáneo, o cambio planificado conta con varias etapas e está suxeito a variación por diferentes factores, como veremos.

A implantación lingüística é unha fase posterior á execución dunha planificación lingüística. É unha fase necesaria, en canto que a complementa, procura melloralala e perfeccionalala. Normalmente pártese da comparación entre o status xurídico da lingua e o seu status real ou de facto, pois enténdese que o status xurídico marca os obxectivos fixados no comezo do proceso de planificación e o status real os obxectivos acadados coa posta en práctica desa planificación lingüística. Normalmente o status de facto matiza, cando

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

non contradí, o status xurídico. Así pois, os procesos de implantación lingüística desenvólvense coa intención de acurtar as distancias entre un e o outro, é dicir entre o desexable e o acadado.

2.3.- Os estudos de implantación lingüística

O estudo, análise e avaliación dos procesos de *aménagement linguistique* (ou planificación lingüística) dende as formulacións dos procesos de difusión social das innovacións xorde en Québec a partir de 1992, nun proceso de revisión das políticas lingüísticas executadas ata o momento⁵. Moitas son as preguntas que se formularon sobre esta cuestión:

- ¿Cal é de feito o cambio desexado ou a situación que se xulga como óptima?
- ¿Cales son os medios e medidas que se deben tomar para acadar o obxectivo desexado?
- ¿Cales dos efectos previstos e formulados polo lexislador se conseguiron?

En resumo, a pregunta era ¿conseguiuse que o francés fose “a lingua das comunicacións, do traballo, do comercio e dos negocios na Administración e nas empresas de Quebec?”, tal e como o formula a *Charte de la langue française* (1977) no artigo 100.

Son cuestións que se fixeron tanto investigadores e técnicos. Estes en equipo, en torno ó Office de la Langue Française e ó CIRAL⁶, procuraron

⁵ No marco deste proceso de revisión insérese a publicación dos informes e das propostas de política lingüísticas do *Comité interministériel sur la situation de la langue française*, citados na bibliografía.

⁶ *Centre International de Recherche en Aménagement Linguistique*, antigamente CIRB, *Centre International de Recherche sur le Bilinguisme*, dependentes ambos da Facultade de Letras da Universidade de Laval, Quebec.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

elaborar un modelo que tome forma non só das bases teóricas enriquecidas pola achega das ciencias sociais e polas ciencias da linguaxe, senón que tamén buscara ser aplicable. Dende o punto de vista da sociolingüística, as estratexias de planificación postas en funcionamento anteriormente caracterizábanse por unha excesiva concretización das intervencións na área exclusiva da lingua e obviaban:

- a variación lingüística
- o fenómeno de interacción social
- a importancia das actitudes dos falantes, da opinión que teñen das súas prácticas lingüísticas que determinan os seus comportamentos
- a importancia das relacións de función entre os falantes dunha comunidade lingüística, relacións que estruturan os hábitos lingüísticos no seo dos diferentes medios de traballo

Máis ca un modelo, trátase da creación dun sistema de análise que permita comprender mellor a idea de “implantación dunha lingua” e que poderá igualmente traducirse en elementos concretos para evitar que a análise sexa improductiva.

Seguindo a Loubier (1993) diremos que se parte do principio de (Mackey, 1990:33) de que “A difusión dunha lingua depende da súa utilización”. Polo tanto, namentres non se poida verificar a utilización real da lingua non se poderá xulgar o éxito dunha estratexia global de planificación.

Por experiencias que nos son próximas, sabemos que fai falta algo máis ca un marco xurídico adecuado para cambiar as prácticas lingüísticas dunha comunidade lingüística. Así, as leis serven para marcar uns principios e mais uns obxectivos e, no mellor dos casos, para establecer as liñas mestras da intervención lingüística que inflúen sobre o cambio lingüístico pero, que de feito teñen pouco poder sobre a implantación verdadeira dunha lingua (no

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

caso de que se cumpran)⁷. Así pois, entran en xogo parámetros ou mecanismos sociais a través dos cales unha comunidade lingüística afirma as súas características propias. A consideración desas características sociais está presente nos procesos de implantación lingüística.

Este obxectivo de implantación lingüística debe ser o fin último de todas as planificación. Para acadalo precísase unha planificación rigorosa que debe obrigatoriamente ter en conta certas etapas do proceso de implantación, que debe contar obrigadamente cunha avaliación e que inclúe, á vez e simultaneamente, accións sobre o corpus e sobre o estatus da lingua de xeito coordinado.

2.4.- A implantación lingüística e a dinámica social

A lingua é un fenómeno social, dado que entra en relación dinámica coa sociedade que a produce; ademais, a lingua reproduce e representa a sociedade, polo que é imposible estudar o cambio lingüístico fóra da dinámica social no que se produce. A comprensión dos factores sociais ou psicosociais é primordial se se desexa coñecer mellor as diversas comunidades atinxidas polo cambio, seguindo a Loubier (1994), establecemos:

A) Factores sociais: relativos ó coñecemento das comunidades comunicativas

Para o coñecemento das comunidades comunicativas obxecto de intervención cómpre primeiramente:

⁷ O que vén ilustrado por un informe sobre implantación terminolóxica realizado nos anos 80 en Quebec: “[*le changement linguistique*] est relié à un univers socioculturel qui n’obéit pas mécaniquement aux pressions législatives” (Sorécom, 1981:59).

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

1. O coñecemento das redes de comunicación internas e externas que se tecen no seo das diversas comunidades.

2. O coñecemento exhaustivo do conxunto de producións lingüísticas orais e escritas dos medios que se traballan, é dicir, a natureza do contexto socioprofesional e as necesidades lingüísticas das categorías de locutores que poden variar dentro dunha comunidade, segundo as situacións de comunicación. O coñecemento da prácticas de lingua en función da diversidade de tarefas e das funcións exercidas nos diferentes medios de traballo é anterior á determinación das necesidades no proceso de implantación. Estes datos favorecen a elaboración desa análise de necesidades imprescindible para a planificación de medidas eficaces, para o que convén completar a análise con outros datos como:
 - a lingua materna dos falantes,
 - cómo se efectúan as interaccións no interior do medio,
 - qué categoría de falantes deben posuír unha competencia lingüística determinada para exercer a súas actividades, de qué nivel,
 - qué individuos non utilizan a lingua no traballo.

- 3) O tipo de comunicacións que se producen, onde cómpre ter en conta factores que se refiren ós hábitos de linguaxe: o tipo de discurso, o grao de formalidade, a canle de comunicación, as relacións, as funcións...Trátase de delimitar as variedades utilizadas nas situacións de comunicación, para tentar comprender mellor o funcionamento lingüístico e social dos tipos de discurso (formal, informal, oral, escrito...).

B) Factores psicosociais: as actitudes lingüísticas.

As actitudes revélanos a percepción que os individuos teñen respecto da lingua. Son xuízos sociais, positivos ou negativos sobre a lingua que non están fundados sobre ningún criterio lingüístico, senón sobre a identidade social dos falantes. As consideracións que os falantes teñen sobre a súa

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

lingua están marcadas pola consideración do prestixio social que ten esa lingua en relación con outras linguas que concorren no mesmo territorio. Os indicadores do prestixio son principalmente catro factores, enunciados por Corbeil (1994:19-22):

- O factor de lingua do poder político: que favorece o uso da lingua en todas as situacións e en todos os textos da vida política e administrativa da cidadanía do país.
- O factor de lingua do poder económico: que lle dá a unha lingua unha motivación económica real, que orienta a escolla lingüística de cada locutor en función do seu benestar. Derívase do uso da lingua na xestión das empresas, na publicidade, nos modos de emprego, nos contratos, nos convenios colectivos, na etiquetaxe dos produtos, etc.
- O factor de lingua do poder científico: que favorece o uso dunha lingua como lingua de acceso á información científica e determina a escolla da lingua de difusión dos traballos de cada investigador/a no seo da comunidade científica internacional.
- O factor poder lingüístico da lingua: que nos remite á capacidade dunha lingua de expresar todos os aspectos da realidade, segundo o seu nivel de desenvolvemento, principalmente léxico e terminolóxico.

Ademais, Corbeil indica outros factores secundarios que contribúen a determinar o prestixio dunha lingua trátase do uso da lingua: 5. na vida relixiosa, 6. na vida militar, 7. no ensino. E, por último, indica dous factores conxunturais importantes no caso de Quebec: 8. a urbanización e 9. a demografía. O primeiro dos factores é pertinente no noso caso, pois o prestixio da lingua está determinado por cal é a lingua do mundo urbano, dado que este mundo considérase máis innovador, e tamén dadas as altas taxas de integración urbana das últimas décadas. O segundo dos factores, a demografía non é pertinente, posto que as comunidades lingüísticas presentan unhas características diferentes, pola proximidade das dúas linguas, pola escaseza de monolingües, pola inexistencia de monolingües, pola recente oficialización do galego, etc.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

A partir estudos detallados sobre a consideración que os falantes teñen da lingua nestes eidos, poden evidenciarse ámbitos de traballo e especial atención, como poden ser, no caso do galego, o desenvolvemento de terminoloxías e a execución de procesos de implantación en ámbitos de destinatario xeral, como o mundo do dereito, que atinxe a toda a cidadanía, ou novos, como o mundo das chamadas “novas tecnoloxías”.

A análise do prestixio, á vista dos factores enumerados máis arriba, determina claramente que a lingua de prestixio no noso caso non é o galego e, ademais, evidencia a situación de desigualdade entre as dúas linguas. Esta desigualdade descríbese na sociolingüística catalana co estudio da diglosia, e Maurais (1993:12) describe as ideoloxías diglósicas segundo tres aspectos:

1. O mito bilingüista: o bilingüismo, convértese nunha representación mítica que contribúe a enmascarar unha situación real de desigualdade. Ademais, serve para agachar un proceso de substitución lingüística, pois a desigualdade é o motor do cambio lingüístico.
2. A negación de pertenza ó propio grupo: o autoodio. Esta negación provén do sentimento de vergoña porque se posúen as cualidades que se aprecian máis negativamente no grupo, ben sexan estas cualidades reais ou imaxinarias. De aí resulta unha forte identificación co grupo dominante e do desenvolvemento dunha agresividade verbo dos que defenden a súa lingua.
3. A inversión da desigualdade: sendo a diglosia un fenómeno de desequilibrio, prodúcese un fenómeno de inversión ideolóxica co fin de restaurar o equilibrio entre as dúas linguas en presenza. Pódese asistir á desvalorización da lingua dominante (o castelán é unha lingua seca, áspera) e a unha idealización da lingua dominada (o galego é musical, poético) ou tamén, á inversa á denigración da lingua dominada.

O coñecemento destas condicións psicosociais ou prexuízos demostran claramente a necesidade de afondar na investigación sobre as condicións nas

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

que se desenvolve a lingua, para deseñar medidas de planificación lingüística acordes coa situación.

Unha análise da dinámica social en relación co cambio lingüístico permite coñecer o campo de actuación do cambio, avaliar as necesidades, e coñecer os factores sociais e psicosociais que poden servir de guía nunha actuación, o seu descoñecemento adoita desembocar no fracaso da planificación lingüística.

2.5.- Factores fundamentais da implantación

Tomando como modelo a análise da difusión de innovacións, os factores importantes da implantación como cambio lingüístico planificado son:

- A innovación
- O tempo
- As redes de comunicación
- O contexto social

Estes factores han ser tidos en conta na concepción do proxecto global de implantación lingüística, así como nas actuacións particulares e sectoriais que se executen.

a) A innovación.

Nesta fase preliminar convén ter datos que nos permitan medir as vantaxes ou inconvenientes da innovación. O que permitirá mesurar as resistencias psicosociais, avaliar en certo modo a tarefa que se vai acometer e prever e controlar a posta en aplicación. Para que unha innovación, no noso caso un cambio lingüístico, triunfe debe presentar unhas determinadas características, en opinión de Martin (1993:16), que cita de Rogers (1983). Estas son as mesmas características que utiliza Gambier (1994:221) a propósito das innovacións terminolóxicas, que son:

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

a.1) Vantaxes

As vantaxes relativas dunha innovación é a medida na que a innovación se percibe como preferible a aquilo que se quere substituír. Ás veces, pódense medir esas vantaxes no plano económico, pero en todos os casos se poden considerar aspectos menos cuantitativos coma o prestixio social, satisfacción e comodidade. Non son vantaxes relativas reais, senón que son as que os utilizadores perciben nela. A un xeito positivo de percibir a innovación correspóndelle unha maior rapidez e aceptación da innovación. No plano lingüístico isto ten moito que ver co papel das actitudes no cambio, sobre todo no que se refire ó trazo do prestixio vinculado a certas formas e cualidades intrínsecas. Como exemplo, podemos sobrancear como características vantaxosas da lingua do dereito ou da terminoloxía xurídica galega, o seu carácter de código de utilización emanado da Administración e tamén a maior claridade e funcionalidade deste modelo de lingua fronte ó modelo castelán na documentación oficial, o que lle dá un valor engadido sobre o outro modelo.

Un dos criterios importantes para a aceptación da innovación é a vinculación da innovación co prestixio social, este prestixio mídese cos criterios de Corbeil que indicamos máis arriba. No caso do galego sabemos que non conta con ese prestixio, dato que temos que ter en conta á hora de planificarmos calquera acción.

a.2) Compatibilidade

Trátase da compatibilidade das innovación cos valores dos usuarios eventuais, coas súas experiencias pasadas e coas súas necesidades.

Unha innovación que non se corresponde coas necesidades ten poucas posibilidades de ser adoptada (por ex. na terminoloxía). Por iso son moi importantes os procesos de análise de necesidades, sobre todo cando a oferta

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

non corresponde a unha demanda ou cando a demanda non provén dos eventuais usuarios. Tamén ten importancia contar coas persoas destinatarias da innovación, ou cunha representación significativa, a efectos de consensuar as medidas convenientes.

Doutra banda, unha innovación que non é compatible cos valores e as normas dun sistema social non será adoptada tan rapidamente coma outra innovación que si sexa compatible con eses valores. Na terminoloxía, a compatibilidade dependerá da natureza das relacións que existen entre a norma prescritiva e a norma obxectiva á que obedece o comportamento lingüístico da “clientela”. A adquisición da variedade normalizada e a súa eventual inclusión no repertorio verbal activo dun individuo será posible se o sistema de instrución non prescribe mais ca unhas poucas conductas moi implantadas na norma.

Unha idea interesante sobre este tema é a de que as terminoloxías, así coma outros elementos lingüísticos, serven para marcar na comunidade a pertenza a grupos particulares. Un falante ten lazos estreitos co seu grupo social e rexeita innovacións que sente como estrañas ou exteriores ó grupo. De aí que para a introducción dunha innovación, cómpre contar sempre cun axente innovador que estea na fonte de cambio.

Na mesma liña, hai que ter en conta os traballos de Labov nos que se demostra que as actitudes dos locutores en relación co cambio lingüístico varían considerablemente segundo os grupos sociais considerados e a variación sexual na propagación do cambio. A clase media de Nova York amosa máis inseguridade no comportamento lingüístico, o que trae consigo un proceso de hipercorrección lingüística que favorece o cambio, os obreiros topan na súa variedade unha connotación ameliorativa de virilidade.

a.3) Escasa complexidade

Esta característica está asociada ó grao de dificultade de comprensión e de emprego dunha innovación percibida polos eventuais utilizadores. En xeral,

Os procesos de implantación lingüística

Iolanda Galanes Santos

canto máis doada de comprender e de empregar é unha innovación, máis doada é a súa adopción. No plano terminolóxico, afirmase que é máis difícil a difusión de termos longos e complexos (ex. perífrases descritivas).

a.4) Facilidade para a posta en práctica

É a posibilidade de ensaiar unha innovación nun contexto experimental limitado. Unha innovación que se pode ensaiar antes xera menos incerteza nos eventuais “adoptadores”. No contexto da implantación terminolóxica poderíase preocupar de dirixir o inventario dos contextos nos que a innovación pode empregarse e de formular exemplos. Os tradutores e os terminólogos de empresas e de diversas institucións e que coñecen mellor o medio están ben situados para observar este fenómeno e detectar onde hai resistencia do medio.

a.5) Perceptibilidade

Convén en todo proceso avaliar cómo a innovación é perceptible ou chega a (todos) os usuarios eventuais. Esta perceptibilidade dos resultados, sobre todo se eses resultados comportan avances evidentes, estimula a discusión entre colegas e favorece a investigación de datos relativos á avaliación da innovación.

b) O tempo

A dimensión temporal é un elemento crucial do proceso de difusión-implantación de innovacións. A existencia de programas de cambio planificado denota unha insatisfacción dada a lentitude do cambio espontáneo verbo dunha innovación dada. Con todo, hai que ter en conta que o tempo é un concepto relativo, e ademais, que estamos falando de cambios sociais, onde os mecanismos non son automáticos. Esta dimensión temporal dos cambios

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

sociais a longo prazo, choca con algunhas das cifras que esixen algunhas leis ou que propoñen algúns estudiosos no caso de Quebec⁸:

- 6 anos para o proceso de certificación das empresas (Charte, 1977)
- 7 anos para un cambio nunha empresa (Sórecom, 1977)
- 30 anos para unha transformación terminolóxica completa (Corbeil, 1983)

Neste tipo de procesos o factor tempo é relativo e dificilmente cuantificable para cada caso, por non ser un cambio mecánico, dado que implica a conxunción dunha serie de características sociais na recepción. As únicas constantes que se poden ter en conta é que se o proceso de cambio é longo e o prazo é curto, pódese xerar incerteza e inestabilidade e polo tanto o fracaso. Pola contra, se o prazo é demasiado longo e os resultados tardan en manifestarse, isto destrúe o cambio, é dicir en palabras de Corbeil *“non existe ningunha vantaxe e moitos inconvenientes en violentar os procesos de cambio (apurándoos). O esencial é fixar o prazo de cada un dos elementos da estratexia”*.

Normalmente distínguese na dimensión temporal dos cambios lingüísticos planificados tres aspectos que ter en conta:

1. O tempo necesario para o desenvolvemento de todas as fases do cambio.
2. A capacidade do individuo de innovar.
3. O tempo necesario para toda a comunidade para a adopción dunha innovación.

b.1) O tempo necesario para o desenvolvemento de todas as fases do cambio

⁸ Tiramos os exemplos de Martin (1993:86-87).

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

É o tempo necesario para que un individuo pase do primeiro coñecemento que adquire dunha innovación á súa adopción ou ó seu rexeitamento. Afecta a todas as fases do proceso:

- a) O coñecemento: é o momento no que o individuo está exposto á existencia dunha innovación e no que comprende o emprego e o funcionamento.
- b) A persuasión: é o tempo necesario para a formación dunha actitude favorable ou desfavorable verbo da innovación.
- c) A decisión: Trátase do tempo necesario a partir do momento no que o individuo adopta as actividades que o conducen a adoptar ou a rexeitar a innovación.
- d) A implantación: Trátase do tempo necesario que pasa ata que o individuo pasa verdadeiramente á adopción da innovación.
- e) A confirmación: o tempo no cal o individuo está exposto ó reforzo do seu medio verbo da decisión tomada.

b.2) A capacidade do individuo de innovar

Trátase da relativa rapidez ou lentitude coa que un individuo adopta unha innovación comparativamente a outros. Trátase dun lapso de tempo variable segundo os individuos que se poden dividir en: 1. Innovadores. 2. Primeiros adeptos. 3. A primeira maioría. 4. A maioría retardada e 5. Os rezagados.

b.3) O tempo necesario para toda a comunidade para a adopción dunha innovación

É o número de individuos que adoptan a innovación nun período de tempo dado. Este período de tempo é variable segundo a comunidade de que se trate. É un factor que está en relación con outros moitos, abonda con pensar no cambio espontáneo que se desenvolve na diacronía ó longo de varios anos, xeracións e mesmo séculos.

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

En definitiva, no caso do cambio planificado, a dimensión temporal está, polo xeral, mal estudiada e frecuentemente mal calculada a causa da rapidez coa que os planificadores desexarían que os cambios se producisen, en todo caso, o único importante é fixar a necesidade de establecermos prazos na execución da planificación lingüística, prazos que ademais sexan relativos e factibles. Ademais, é importante contar coa receptividade progresiva do cambio dos diferentes sectores sociais, con vistas a realizar medidas de difusión para uns sectores, e tamén de reforzo para os máis avanzados. Por exemplo, na difusión de terminoloxías sectoriais, pode ser interesante, alén da difusión a través de diversos materiais terminolóxicos, a organización de xornadas de debate sobre a utilidade, o significado, os contextos, as pautas de escolla e a propia escolla dos termos propostos cos axentes especializados, con vistas a afianzar as solucións adoptadas, de xeito que o destinatario adopte unha innovación razoadamente, aínda que o carácter de norma da innovación tamén é pertinente. Trátase de converter os primeiros destinatarios tamén en axentes de difusión.

c) As canles de comunicación

Un elemento constitutivo da teoría da difusión das innovacións reside na escolla dos medios de comunicación utilizados. Entre eles pódese distinguir 1. Os mediatizados: radio, televisión, prensa, carteis... son comunicacións a distancia que non están destinadas explicitamente a un interlocutor. 2. Os interpersoais: son comunicacións cara a cara dúas ou varias persoas.

Os primeiros, os mass-media, son o mellor medio dende o punto de vista da rapidez e da eficacia para informar o público sobre unha innovación, para que sexan conscientes da innovación. Rogers (1983:198 e ss.) dá como características destas canles:

- Chegan rapidamente un público extenso
- Transmite o coñecemento e difunde información

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

- Produce cambios de actitude, cando se trata de actitudes pouco afianzadas

En cambio, as comunicacións interpersoais son máis eficaces para persuadir un interlocutor de adoptar unha novidade, sobre todo, se este contexto de comunicación pon en presenza interlocutores que son compañeiros, ou que comparten os mesmos valores. Son máis eficaces contra os resistentes ou a apatía dos destinatarios, polas seguintes peculiaridades:

- Permiten un intercambio de ideas nos dous sentidos. O destinatario pode obter aclaracións e máis información sobre o tema da innovación dunha fonte individual, o que fai que se superen os obstáculos sociais e psicosociais da exposición selectiva, da percepción e da retención.
- Permiten ós interlocutores formar ou modificar actitudes solidamente fixadas.

A utilización de cada un dos tipos de comunicación varía segundo o momento do proceso de difusión. Nunha estratexia óptima, as canles de comunicación deberán ser utilizadas nunha secuencia temporal ideal que comeza polo recurso ós primeiros e que vai seguido das comunicacións interpersoais. En todo caso, cómpre o encadeamento adecuado do recurso ós dous tipos de canle de comunicación, segundo a fase do proceso na que este se encontre: difusión ou persuasión. Esta combinación das dúas canles racha coa antiga dinámica das estratexias de planificación formalistas que só utilizan os mass-media e non teñen en conta a fase de comunicación interpersoal, e que, polo tanto, non teñen en conta as necesidades e o interese dos usuarios o que non favorece unha implantación real. Neste caso, poderíamos retomar o mesmo exemplo có citado no apartado anterior verbo da difusión de terminoloxías sectoriais, coa utilización de diferentes medios de difusión segundo o destinatario e segundo a fase do proceso.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

En resumo, para a escolla dun ou doutro medio de comunicación cómpre ter en conta en qué etapa do proceso nos atopamos, e en qué nivel, se no macro-social ou no micro-social.

d) O sistema social e a importancia dos axentes de cambio.

Partimos do cambio lingüístico planificado que, como a lingua, é un feito social, e como tal proxéctase nunha realidade social non uniforme, con unidades diferentes ou funcionalmente diferenciadas. A existencia desas diferencias funcionais debe ser tida en conta no proceso de difusión dunha innovación, dado que existen axentes de cambio especializados segundo a súa función, que deben entrar en acción de xeito secuencial segundo a fase do proceso. Doutra banda, hai que ter en conta que o sistema social actúa como un conxunto de fronteiras no interior das cales hai que difundir a innovación e ademais, hai que ter en conta o efecto que causa no total da sociedade que un estamento ou outro adopte a innovación, o que ten moito que ver coa idea de prestixio que expuxemos antes.

No proceso de difusión dun cambio lingüístico planificado é importante realizar actuacións específicas dirixidas a cada un dos diferentes sectores sociais e ou profesionais destinatarios do proceso. Nesa mesma liña de traballo, no campo da Terminoloxía, tomou nos últimos anos moito pulo a Socioterminoloxía como disciplina que, entre outras cuestións, ten presente a variación social na creación, adaptación e difusión de terminoloxías. É o reflexo na área da terminoloxía da Sociolingüística variacionista norteamericana.

Do mesmo xeito que a consideración da estrutura social é importante na difusión do cambio lingüístico, este pode afectar á estrutura social (e senón recórdese o experimento de Labov nos grandes almacéns de Nova York). En todo caso, os membros máis innovadores percíbense como marxinais e o individuo medio vailles atribuír un status dubidoso e de pouca

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

credibilidade social . Isto constitúe un freo na difusión, de aí a importancia que teñen os papeis desempeñados polos axentes de cambio e polos líderes. E de aí a importancia de que o valor simbólico da lingua sexa asumido de xeito coherente e público por elementos prestixiados dentro de cada grupo social.

2.6.- Etapas do proceso de implantación lingüística

A implantación lingüística enténdese, non só como un obxectivo, senón tamén como un proceso, e como todos os procesos de cambio lingüístico, está suxeito a unhas regras ou condicionantes previos que establecemos no punto anterior, e tamén a unha mecánica ou dinámica de aplicación. Os cambios sociais non se realizan de hoxe para mañá, senón que responden a procesos que se realizan nun período de tempo determinado; estes procesos planificados son graduais e están organizados e secuencializados en etapas. Esta traxectoria definida é imprescindible se se quere provocar racionalmente unha transformación do sistema social. Existen diferentes etapas dado que se trata dun comportamento que se modifica fronte a incerteza creada por unha innovación que pon en dúbida os costumes e os comportamentos tradicionais, e a través das diferentes etapas trátase de controlar o desenvolvemento da corrente innovadora e das resistencias á súa introducción.

Doutra banda, hai que considerar que no proceso se está a establecer un tempo determinado para o seu desenvolvemento, este factor temporal sérvenos de referencia, é dicir, non resulta necesariamente de estricto cumprimento, na medida en que depende de factores sociais non sempre previsibles. Daquela, pódese dicir que o comezo do proceso prodúcese cando existe a vontade real de executar un cambio lingüístico no sector político e o final do proceso coincide coa consecución do obxectivo de implantación real e duradeira do cambio lingüístico, o que non resulta fácil de primeiras, e o que esixe moitas veces repetir o proceso, con medidas e estratexias variadas que favorezan a consecución. Daquela, queda claro que o factor tempo, nos serve neste proceso para ordenar e secuencializar unha serie de actuacións, mais

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

non é un valor absoluto. O que si é importante é a consideración e o respecto destas etapas que non deben nunca superpoñerse, pois a precipitación pode facer fracasar o proxecto.

Esta dinámica de traballo proposta pódese aplicar ó proceso global de implantación dunha lingua como lingua de expresión, cos seus diferentes campos de actuación e de planificación, con diferentes sectores de traballo, con diferentes etapas etc., así como á planificación que se realice sectorialmente, tendo sempre en conta a relación estreita entre corpus e status da lingua.

Incluimos no anexo un gráfico que ilustra o proceso de implantación do francés nas súas diferentes fases e cos seus condicionantes. Tiramos o cadro de Loubier (1994:37-38). Na nosa explicación incluiremos todas as etapas e factores, salientándoos cun subliñado.

a) A preparación e o condicionamento previo

Esta fase sitúase na concepción do proxecto. Neste momento farase a recollida de datos que permitirán coñecer ben o contexto de implantación, definir exactamente os grupos ós que vai dirixido co fin de buscar a colaboración dende o comezo. Esta fase consiste en crear un clima favorable, en facer que os futuros usuarios sexan receptivos, amosando o atractivo do cambio.

Esta etapa coincide co momento da decisión política de planificar o cambio lingüístico, e supón a escolla dun impulso estratéxico, en tanto que forza motriz dun organismo. Isto é capital, dando que terá consecuencias sobre a natureza das accións emprendidas. Uns exemplos de impulso estratéxico poden ser: ofertar produtos (léxicos, material de difusión...) e servicios (corrección de documentación, asesoría lingüística, asesoría sobre dereitos lingüísticos, xestión de solicitudes de subvención...) , cubrir as necesidades dos grupos ós que vai dirixido nun determinado campo (formación etc). É

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

importante que o se ofrece como impulso estratéxico responda ás necesidades que demandan as persoas destinatarias do proceso, non ás necesidades que nós cremos que teñen. Este impulso estratéxico procura orientar o proceso, e a ela pódense engadir outras complementarias segundo as necesidades do público varíen.

Os datos que se recollen nesta etapa son de diferente natureza:

- datos que permitan avaliar a compatibilidade das características da innovación cos valores e normas sociais da comunidade lingüística escollida.
- datos que permitirán coñecer as redes de información e comunicación para facilitar a creación de alianzas e para suscitar a adhesión de todos os actores sociais do proxecto.
- datos que permitan analizar a situación verbo do contexto sociocultural.

Esta análise de datos contribuirá a establecer a relación entre o custo e os beneficios do cambio. A análise consiste en medir o custo e as vantaxes da planificación lingüística e é esencial, pois é a básica para vencer as resistencias.

Nesta fase, unha vez coñecida a situación existente, describírase ben a situación desexada, o que é primordial para a determinación dos obxectivos que priorizar e para a escolla de estratexias, así pois, orientará toda a posta en aplicación do plan, a adecuación da análise á realidade. Da consideración de todos os factores na toma de decisións por parte do planificador dependerá o éxito do proceso.

b) O coñecemento

Nesta etapa é primordial darlles a coñecer ós usuarios potenciais a existencia da innovación, salientando as súas vantaxes, é dicir, trátase de

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

sensibilizar o falante coa innovación. É moi importante que o individuo perciba que a innovación é pertinente para a satisfacción das súas necesidades; dado que, aínda que existe a posibilidade de crear a necesidade de que se produza esa innovación como acontece con moitas técnicas de mercado, as actuacións nestas coordenadas adoitan ser ben menos efectivas, é mellor tomar como base necesidades xa existentes.

Normalmente existen tres fases: 1. o coñecemento da existencia da innovación, 2. o coñecemento do seu emprego e da súa utilización e 3. o coñecemento dos principios sobre os que se asenta esta innovación. Se trasladamos estas fases á difusión de terminoloxías, a primeira fase á do coñecemento desa nova terminoloxía, a segunda é a do coñecemento dos contextos de uso e da exemplificación e a terceira é a do coñecemento dos principios ou pautas na adopción desta terminoloxía innovadora. Estas tres etapas do coñecemento deben ser respectadas nesta fase, dado que nos estamos a dirixir a un grupo de pioneiros na adopción da innovación. O problema moitas veces (no caso da terminoloxía) é que quedamos nunha das fases do coñecemento (a primeira), e ese coñecemento non induce en principio ó uso. Acometendo as outras dúas fases, o que se pretende é sensibilizar os grupos que van manter esa innovación e esa sensibilización faise explicando o modo de uso e as causas da innovación (que é algo que se debería coidar máis na difusión da terminoloxía galega).

O labor de coñecemento realízase normalmente a través dos medios de comunicación. Estes medios variarán segundo os destinatarios, así para a difusión no público en xeral, xa vimos que o máis efectivo é a utilización dos medios de comunicación masivos e, en cambio, no caso dos destinatarios máis avanzados utilizaranse tamén outros medios (como o contacto interpersoal) e respectaranse as tres fases do coñecemento citadas antes. Os que adoptan a innovación neste momento (os pioneiros), normalmente posúen as mesmas normas e características socioculturais ca aqueles que queren instaurar o cambio lingüístico. A importancia do contacto interpersoal con estes primeiros destinatarios é grande, dado que, polo seu coñecemento do

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

medio, son as persoas adecuadas para enumerar ou prever resistencias, preparar argumentos e contraargumentos e prever mecanismos de adaptación, alén de actuar como difusores sociais.

Este primeiro contacto co público, a través dos medios e do contacto persoal ten como obxectivo preparar un terreo favorable a unha intervención posterior, é dicir, a súa función é máis incitativa ca coercitiva. Esta incitación ten como obxectivo difundir información sobre a innovación, que no caso dun proceso global de implantación lingüística o que se vehicula nesta fase inicial é a reafirmación da lingua como un valor social. No caso de Quebec, o exemplo de lexislación “incitativa” é a Lei 63 de 1969 que se basea na promoción da lingua e que preparou o terreo para unha intervención posterior máis coercitiva posterior (*Charte de la langue française* ou Lei 101 de 1977).

En definitiva, estas accións de promoción teñen máis ben un carácter sociocultural e o seu obxectivo é preparar un terreo favorable a unha intervención, concienciando e definindo diferentes estratexias segundo o público e establecendo lazos indispensables entre todos os actores sociais que manterán o proceso de planificación (medios de comunicación, ensino, empresa, administración, goberno..). Esta etapa coincide cun período de difusión non de implantación e é previa á fase de persuasión. Esta etapa ten pouca incidencia sobre as actitudes, sobre todo, sobre nos falantes en xeral.

c) A persuasión

A innovación xa é coñecida, cómpre agora percibir o resultado das campañas de información e de valorización da lingua, é dicir, a visión que os receptores teñen das características da innovación. Neste momento, os falantes desenvolven unha actitude favorable ou desfavorable verbo da innovación lingüística. Cómpre ter en conta as características dos falantes e as características e actitudes en si, que constitúen de feito tanto factores sociais e psicosociais que hai que ter en conta como factores do cambio.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

Neste momento é moi importante, alén da percepción que se teña da innovación, o papel que xogan os compañeiros, pois a persoa que toma a decisión vai buscar o reforzo social. Para responder ás súas interrogacións particulares non vai acudir ós medios de comunicación, senón que vai buscar respostas nos compañeiros e mais nos responsables da difusión da innovación dentro da organización, ou axente de cambio, aquí é tamén importante o contacto interpersoal.

Nesta etapa hai que procurar a sensibilización e a mobilización dos grupos sociais (dirixentes de empresas, sindicatos, medio do ensino), cómpre tamén estudiar as redes de comunicación no seo dos grupos destinatarios, co fin de procurar a eficacia na comunicación e mais na transmisión. Esta análise permite establecer contactos interpersoais, atopar e responsabilizar os creadores de opinión e sobre todo os axentes de cambio que pode asumir o papel de intermediarios capaces de mobilizar ou de neutralizar outros actores. O papel dos axentes de cambio é persuadir ó público das vantaxes da innovación que ten:

1. Un grao elevado de vantaxes relativas
2. Unha compatibilidade grande coas crenzas existentes no seo do grupo destinatario.
3. Unha gran posibilidade de éxito.

No que se refire ó cambio lingüístico, Martin (1993:38) propón para a implantación no corpus, en concreto, para a implantación terminolóxica, presentar primeiramente aqueles termos dentro da terminoloxía referida que posúen as maiores vantaxes e optimizar o papel dos axentes de cambio para reducir a incerteza nos falantes destinatarios. Outra das estratexias que propón, é a realización de campañas xerais de valorización da lingua que persuadan ó público das vantaxes da innovación lingüística proposta.

Con todo, convén ter en conta que as actitudes favorables ou desfavorables non conducen automaticamente a adopción ou ó rexeitamento

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

do cambio lingüístico proposto. Como exemplo próximo, abonda con comparar a elevada porcentaxe das actitudes favorables ó uso do galego entre a xente nova e os niveis reais de uso da lingua galega neses mesmos sectores de idade, tanto nos datos de Galicia coma nos datos de Vigo⁹. De aí, a importancia da fase de persuasión nos procesos de implantación, e polo tanto a importancia do desenvolvemento de actuacións de dinamización lingüística que induzan a modificar os usos.

d) A decisión

A etapa da decisión coincide coa vontade ou o rexeitamento dos falantes a comprometerse a cambiar as súas actitudes lingüísticas. Non é unha etapa fácil de distinguir, moitos factores poden influír na decisión de aceptar ou de rexeitar a innovación. O papel dos compañeiros é importante, dado que nesta fase son eles os que teñen máis influencia. Outro factor importante é o do impulso estratéxico, é dicir que a organización na que se pretende realizar o cambio lingüístico sexa máis ou menos receptiva a esa innovación, se a organización amosa tendencias contrarias á adopción do cambio lingüístico, estas funcionan en contra da súa aceptación. Iso é algo que hai que ter presente na planificación, que é a aceptación da existencia de tendencias contrarias, procurando o xeito de contrarrestalas, para o que é vital a intervención dos axentes de cambio. Tamén ten importancia o compromiso dos líderes ou dos creadores de opinión dos sectores sobre os que se pretende influír e as canles de comunicación.

Tamén hai que considerar que a reacción da propia decisión pode ser un factor importante. Se a maioría adopta a innovación, unha parte dos elementos negativos poden despois aceptala, se pola contra a maioría rexeita

⁹ Sobre esta cuestión pódese consultar tanto o *Mapa sociolingüístico de Galicia* como o *Estudio sociolingüístico sobre a situación da lingua galega no Concello de Vigo*.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

a innovación, os elementos positivos poderían decidir despois volver atrás e seguir o movemento negativo.

Como medida do resultado da decisión, pódese intentar facer un ensaio previo a pequena escala. Por exemplo, no caso da implantación terminolóxica, pode ser un bo indicador a observación dos contextos nos que un falante emprega o termo novo para comprobar a aceptabilidade nun medio determinado. No caso da sensibilización para o uso da lingua, pode ser significativa a observación da lingua empregada por un determinado colectivo ó que se dirixiu esa actuación na documentación que redacta ou mesmo na comunicación oral.

Esta fase, ás veces difícil de identificar, é o resultado da execución das fases anteriores. De se producir o rexeitamento, este puidose producir en calquera das fases anteriores. O que cómpre ter en conta á hora de reformular o proxecto de implantación e de adaptar os obxectivos ós resultados acadados.

e) As medidas de implantación

Ata esta quinta etapa do proceso tratátase de efectuar unha introducción do cambio lingüístico, de preparar o terreo e de abrir unha vía á aplicación de medidas de implantación. Nesta etapa elabóranse e póñense en prácticas as estratexias de intervención en función das características observadas do campo sobre o que se vai intervir.

Como medio de traballo considérase non unha única entidade, senón un sector, é dicir unha área influencia máis global para poder maximizar os esforzos de implantación e, sobre todo, para tecer lazos entre todos os axentes sociais que inflúen e orientan os comportamentos lingüísticos.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

Nesta perspectiva hai que desenvolver e executar un método de traballo que permita unir e organizar os coñecementos necesarios para a descrición da dinámica global dun sector de actividade, de xeito que se poidan medir e formular estratexias de intervención eficaces e rendibles. A análise será necesariamente multidimensional e deberá permitir describir as características organizacionais da entidade: impulso estratéxico, talla, lugar da sede social, redes de comunicación internas e externas, etc. para poder estruturalas, e sobre todo, comparalas, por superposición ás doutras empresa, de xeito que se poida dar a dinámica global dun sector de actividade, descrita na súa globalidade, é dicir trátase da análise do sector e do seu contorno. Os datos que se recollen son bastantes e deben ser pertinentes para guiar os diferentes medios de intervención. Algúns serán de natureza sectorial, outros serán características de grupo referidas ó uso e ós mecanismos de circulación das innovacións.

A partir desa análise farase unha avaliación das necesidades que guiarán as intervencións dos técnicos de planificación, onde estarán coordinadas as actuacións sobre o corpus e sobre o status. Nesta fase é importante contar cos grupos de apoio, pois o consenso facilita o éxito das actuacións, non sempre é así no caso de decisións individuais. Trátase de establecer un retrato sistémico dun sector de actividade, a partir do cal se poderán determinar as necesidades e os incentivos de implantación. Na determinación das necesidades de implantación hai que ter en conta as necesidades dos grupos a quen vai dirixido o proceso e hai que asegurar a súa participación na elaboración das medidas. A cualidade e a eficacia destas medidas están directamente ligadas á adecuación ás necesidades destes grupos, preténdese pois sensibilizar os actores sociais.

A análise de necesidades conducirá á elaboración de criterios que sirvan para determinar as prioridades de intervención. Elaboraranse conxuntamente estratexias de intervención no status e mais no corpus.

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

Para a planificación do corpus é estrictamente necesario que sexan necesidades concretas dos utilizadores as que guíen a escolla dun útil terminolóxico (guías terminolóxicas, carteis, léxicos, vocabularios, etiquetas, fichas, etc.). O proceso de creación de terminoloxía débese facer de xeito xeral procurando atinxir todas as comunicacións posibles nese medio.

Por exemplo no desenvolvemento de terminoloxía da industria da moda, teñen tamén importancia as tarefas asociadas a esa actividade, polo que debe elaborarse:

1. a terminoloxía que describe as partes das prendas,
2. a terminoloxía das principais operacións da confección de cada prenda,
3. a terminoloxía dos tecidos e dos adornos,
4. a terminoloxía dos útiles que, xunto coa máquina de coser, serven para fabricar esa prenda.

Trátase de darlles ós falantes útiles terminolóxicos que sexan capaces de transferir á súa totalidade da práctica cotiá. É dicir, ferramentas adaptadas ó medio e ó contorno de traballo.

Nesta etapa é tan importante como a creación de terminoloxías, a difusión e normalización que se faga desa terminoloxía. Trátase de negociar a difusión e utilización non só na empresa, senón en todo o sector, dunha terminoloxía común. Esta harmonización é fundamental para evitar problemas de comunicación entre especialistas, nese sentido tamén é importante a introducción na formación profesional, e nos programas de formación do persoal destinatario.

Para a planificación do status, cómpre ter en conta que malia ós intentos de presentar a comunicación especializada como un todo inamovible, existe no seu seo, coma no da lingua común da que participa, variación. Esta variación desenvólvese en dous planos: o social e o estilístico. A variación social son os trazos de lingua que nunha comunidade heteroxénea caracterizan diversos subgrupos, pola súa banda, a variación estilística son as

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

modificacións do medio que fan que o falante adapte a súa lingua ó contexto inmediato do seu acto de fala. Cómpre ter en conta dous aspectos asociados ó falante: os hábitos lingüísticos do grupo e a competencia comunicativa do falante. Para a sociolingüística son importantes: descubrir quen fala, con quen, o lugar e cando, para encadrar a variedade. Da variación como elemento pertinente dos procesos de implantación podemos distinguir dous puntos importantes: a dicotomía entre comunicacións institucionalizadas e comunicacións individualizadas, e a dobre cara da lingua: oral e escrita. Toda esta variación debe terse en conta á hora de planificar medidas de implantación, de xeito que a intervención atinxa ó maior número posible de actos de fala dos destinatarios da implantación, e non só ás situacións formais e de comunicación institucional escrita.

Esta etapa de implantación pode executarse nun longo período de tempo, segundo a natureza da innovación. Pero pode chegar un momento en que a nova idea fiquese institucionalizada e faga parte do ambiente do novo utilizador. A innovación acaba finalmente por perder o carácter de novidade e nese momento considérase que o estadio de implantación finalizou.

f) A confirmación

Un proceso de cambio lingüístico planificado é un proceso lento, continuo, no que o movemento pode ser reversible. A fase de confirmación está para servir de apoio final ó proceso. Trátase dunha etapa importante na que se deben prever medidas e actuacións para reforzar e estabilizar o proceso de implantación.

Nesta etapa os que aceptaron o cambio buscan mensaxes de reforzamento, que non as teñan pode supor un retorno cara atrás. A presenza dos axentes de cambio é imprescindible, as medidas de animación, mantemento e sensibilización dos medios de traballo debe pórse en funcionamento coa colaboración dos mesmos axentes. Segundo Rogers

Os procesos de implantación lingüística

Iolanda Galanes Santos

(1983:186), a consideración por parte do axente social de que os obxectivos xa se acadaron fixo en moitas ocasións que se abandonase algunha innovación.

Esta etapa non consiste unicamente en avaliar o proceso, cómpre a consideración de adaptacións continuas da planificación, trátase da adaptación ás condicións e características das novidades no sector. É necesaria a adaptación a novos factores que inflúen no cambio (un novo contexto, datos económicos, a modificación dos métodos de aprendizaxe, a informatización, o avellentamento da sociedade, etc.). Estes son os parámetros que modifican as relacións sociais e que fan que o proceso de implantación non sexa irreversible. A análise destes novos datos demandan un traballo de retroacción continuo se quere asegurar a implantación real da lingua.

2.7.- Estratexias da intervención para a implantación

Ó longo de todo o proceso de planificación lingüística realizado en Quebec realizáronse moitas actuacións, estas responden a determinadas estratexias que guiaron o traballo normalizador, principalmente, do *Office de la Langue Française*. Estas estratexias foron analizadas nos anos 90 dende a perspectiva da implantación lingüística, para avaliar a súa utilidade con respecto a este proceso.

1. Estratexia de promoción.

Esta estratexia é unha achega basicamente normativa, é dicir que se realizou a través da letra da lei e baseada principalmente na corrección da lingua falada e escrita en Québec. Comeza dende a creación do Office en 1961 e mantense, aínda que de xeito máis atenuado pois os obxectivos neste momento son outros, na lexislación actual.

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

As actuacións desta estratexia están dirixidas a actuar sobre o corpus, e consisten na fixación da norma, entendida como a boa lingua, coma o bo uso da lingua. É unha norma prescritiva que tende a impor un uso e a reducir as outras variedades considerándoas impuras. A difusión da norma controlada ten como canles de difusión: a Administración, o ensino e os medios de comunicación, é dicir os usos prestixiosos, cun poder mediático importante (pénsese na lei de normalización galega), mais é percibido moitas veces polo común dos falantes como algo exterior a eles, na medida en que o modelo proposto, é dicir, o estándar afástase dos seus usos, o que acrecenta nos falantes a sensación de inseguridade lingüística.

A crítica a esta estratexia vén da utilización case exclusiva desas canles e da promoción só da variedade estándar da lingua, descoidando outras, as outras variedades e as súas vías de comunicación, o que terá como consecuencias dúas manifestacións: un purismo defensivo ou un sentimento de inferioridade lingüística, o que é bastante prexudicial para a extensión do uso como se pode ver en Maurais (1993). A estratexia foi evolucionando nos diferentes marcos normativos, e pasouse da promoción do “bon français” a conceptos menos marcados como a promoción da “qualité de la langue” e da “efficacité de la communication”.

Con esta situación fíxose necesaria unha redefinición da estratexia de promoción que tivese en conta o factor social e, polo tanto, a variación no interior do sistema lingüístico. Un proceso de implantación real pasa necesariamente pola definición en niveis e a descrición exhaustiva destes (marcas de nivel, por exemplo nos dicionarios) e polo achegamento tanto á norma escrita, como á norma falada na planificación do corpus. Na planificación do status pasa pola valorización da lingua, polo traballo na idea de prestixio, pola consideración positiva dende o punto de vista socio-económico que se teña dela. É dicir, trátase de achegar a norma obxectiva da lingua á norma subxectiva provocada polas actitudes do falante, dado que, por exemplo, a opción por un barbarismo no canto dun termo propio, faise en

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

razón de que a lingua de prestixio é a de procedencia do barbarismo o que resulta aberrante.

2. A estratexia de difusión

A estratexia de difusión adoptouse principalmente no plano terminolóxico coa distribución de léxicos e de terminoloxía francesa, elaborada polo Office dende 1962. Esta estratexia tamén puxo ó servizo da cidadanía un servizo de consultas terminolóxicas telefónicas a partir de 1962 (*Le téléphone linguistique*) e a partir dos anos 70 a difusión de terminoloxía a través do Banco de terminoloxía de Quebec.

Nesta estratexia, insístese novamente sobre a idea de corrección da lingua. A difusión realízase a través das canles prestixiadas e con base nas comunicacións institucionalizadas, o que supón deixar de lado o fenómeno da variación como un fenómeno individual que se interesa case exclusivamente polos feitos de lingua léxicos e terminolóxicos, e non polas realidades do discurso, descoitando o nivel oral. Este tipo de estratexias alimentaron, como a anterior, a situación diglósica e non deu moito avance á situación. Unha simple elaboración e distribución de ferramentas terminolóxicas nas mans dos usuarios potenciais, non significa que esta terminoloxía vaia ser realmente usada. Unha vez máis descoídoise a visión social dos procesos de planificación.

Na avaliación desta estratexia, incídese na necesidade dunha observación directa do medio onde se van implantar e a unha análise de necesidades dos usuarios. Proponse, logo, a descrición e a análise previa das condicións concretas de produción dos discursos orais e escritos, o que permite recoller datos á vez sobre as interaccións lingüísticas, sobre as actitudes lingüísticas dos falantes e sobre as redes de circulación e difusión dos termos. O que leva á elaboración de ferramentas terminolóxicas e lingüísticas adaptadas ás necesidades e á situación do traballo de cada categoría de falantes. Isto supón ademais ampliar a lista de produtos

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

terminolóxicos: guías terminolóxicas, carteis, fichas contextuais, etc. segundo as múltiples necesidades dos destinatarios. Trátase de desenvolver conxuntamente medidas de planificación sobre o corpus e sobre o status, tendo presente en todo momento a persoa destinataria de cada unha das actuacións en calquera dos planos, para que esta sexa o máis rendible posible.

3. A estratexia de certificación

Esta estratexia estableceuse a partir de 1977 coa publicación da *Charte de la langue française*, na que prevé que todas as empresas que teñan máis de 50 persoas traballando deben posuír un certificado de francesización. Esta estratexia está definida e descrita na lei, en concreto no artigo 141, e foi posta en práctica polo *Office de la langue française*. Trátase dun proceso administrativo para pór en marcha programas de francesización.

A crítica a esta estratexia desenvolveuse máis adiante, dado que se incidiu excesivamente na certificación, máis ca na propia implantación, é dicir o obxectivo primordial pasou a ser certificar máis ca implantar, cando a certificación dentro dun proceso de planificación non é un obxectivo, senón que é unha ferramenta ou un medio.

En concreto, as obxeccións refírense á lentitude do progreso, a que a obtención do certificado non asegura un proceso efectivo de implantación. Doutra banda, incide só nunha parte da poboación e nunha parte das comunicacións, as escritas, e polo tanto é parcial. Ademais, o seu logro principal, a utilización da lingua na documentación, viuse seriamente ameazado coa informatización, dado que a maior parte dos soportes estaban elaborados en inglés. E por último, esta lexislación tan concreta deixou fóra a posibilidade de actuar sobre empresas de menos de 50 traballadores. Deficiencia que foi solucionada posteriormente polo Office, ó iniciar programas de francesización para empresas de entre 10 e 49 empregados, que se realizou de xeito voluntario, con incentivos económicos.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

Para tentar solucionar parte dos problemas que xerou este tipo de estratexia, o Office modificouna no sentido de facela extensible non só a unha empresa senón a todo un sector. É o que se deu en denominar “*approche systemique*” adoptada polo Office, definida polos seus técnicos¹⁰ como “un método de aprehensión sistémica que permite reunir e organizar os coñecementos necesarios para a descrición da dinámica global dun sector de actividade, de xeito que se poida formular e utilizar métodos de intervención que contribúen a maximizar os efectos da implantación nese sector”. O que significa a extensión de tal estratexia a un campo de acción máis global cás empresas, con vistas a maximizar os esforzos de implantación e a reducir o seu carácter parcial.

4. As novas estratexias de implantación

Vistas as experiencias, faise necesario redefinir e reformular as estratexias utilizadas, para conseguir un grao de implantación da lingua aceptable, é dicir, adaptar estas estratexias ós obxectivos da implantación lingüística, que son avanzar na utilización real da lingua.

A implantación lingüística dálle importancia á perspectiva sociolingüística como observación directa da comunidade lingüística que funciona, asemade, como fonte de datos e como destinataria. Trátase dun método de achega ó campo de actuación, a través da observación de situacións reais, recollendo datos á vez sobre a actividade socioprofesional, sobre as interaccións lingüísticas en relación cos actos de fala e coa utilización efectiva dos termos ou da lingua, o que favorece a elaboración de ferramentas adaptadas ás necesidades reais. O estudo destes datos poden servir así mesmo como elemento de contraste na avaliación e de índice para

¹⁰ Definición tirada de Cholette (1994:512) e traducida por nós. Esta está á súa vez tomada de Loubier (1994:32), segundo o recolle Cholette (1994:nota 48).

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

medir os avances no proceso de implantación, que avalíe non só se ten acceso á información, senón tamén se a utiliza.

Todas estas consideracións poñen en evidencia o carácter pluridisciplinar dos procesos de implantación. Este carácter pluridisciplinar vén dado da necesidade de resituarse o conxunto de actividades de planificación lingüística na dinámica social e na perspectiva pragmática.

2.8.- Posibles aplicacións do proceso de implantación: a planificación do corpus e a planificación do status

Esta teoría da implantación lingüística é o produto da avaliación crítica, con intención ameliorativa, de toda a planificación lingüística que se desenvolvera en Quebec ata os anos 90¹¹. Aínda que parte da información que aquí se nos facilita pode non estar conectada co caso galego, dado que a planificación lingüística se desenvolveu nunhas coordenadas ben distintas, e cuns procedementos claramente diferentes en canto a métodos e circunstancias, cremos que o estudo deste cadro teórico pode servirnos para reflexionar sobre o total da nosa política lingüística realizada ata o momento, así como para encamiñarmos a nosa futura planificación, tanto no plano xeral da normalización da lingua, coma no máis concreto da planificación do corpus e mais do status.

Así pois, na función de avaliación cremos que pode servir para reflexionar sobre as políticas emprendidas, para tentar determinar qué factores non se tiveron en conta, qué aspectos sociais se descoidaron coas súas consecuencias, etc. Esta ollada de recapitulación tamén permite formular novas perspectivas de acción, este cadro de análise serve en todo caso como

¹¹ Para afondar na experiencia de implantación lingüística en Quebec, tanto na planificación do corpus coma do status, pódense consultar, entre outros, Célestin (1994), Maurais (1994) e Chalvin (1994).

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

elemento organizador das actuacións futuras, en definitiva como metodoloxía de traballo.

Para a posta en práctica de novas programacións, dende o punto de vista da planificación do status, haberá que ter en conta a capacidade de difusión da innovación (a extensión da lingua). E esa capacidade de difusión depende de diferentes factores, entre o que o máis importante é a percepción que o destinatario teña da innovación, por iso débense privilexiar as estratexias que favorezan a adaptación da innovación ó destinatario e a percepción de eficacia e rapidez na súa difusión, o que só se consegue coa consideración na planificación lingüística de medidas que prevexan a variación e que se adapten fácil e rapidamente ás súas necesidades. De aí:

1. a importancia dunha correcta análise das necesidades que teña en conta as variables do proceso e as relacións entre elas, tendo en conta non só factores lingüísticos, senón tamén políticos e económicos.
2. a importancia de privilexiar as actuacións que se adaptan máis ás necesidades dos destinatarios
3. a importancia de ter en conta comunicacións institucionalizadas, mais tamén a importancia do discurso oral, termómetro da situación lingüística
4. a importancia de accionar simultaneamente máis dun mecanismo que implique os actores sociais se o que se quere é un cambio sociolingüístico
5. a importancia de incidir simultanea e coordinadamente sobre o corpus e mais sobre o status, para conseguir un obxectivo normalizador, sen tomar cada actuación particular como un fin en si mesmo
6. a importancia de actuar sobre un sector e non sobre a individualidade dunha entidade, dado que se crean unha serie de sinerxias que fan o proceso máis rendible.

No plano da planificación do corpus, cómpre ter en conta a variación implica asumir os presupostos da socioterminoloxía, que se basea na práctica

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

de tomar como base a análise dos usos no discurso tecnolectal do grupo destinatario. O que significa:

1. ter en conta diferentes situacións de comunicación, procurando a difusión, harmonización e asentamento das terminoloxías,
2. ter en conta o compromiso do falante e a implicación nas diversas actividades de produción e a diversificación das ferramentas terminolóxicas. De non ser así ficaría nunha simple achega de arquivo de termos, descrición e no mellor dos casos de carácter normativo que teñen pouco que ver coa implantación,
3. formar profesionais en terminoloxía ou terminografía mais tamén na produción e a implantación dos tecnolectos, no uso enunciativo dos grupos destinatarios. Trátase de complementar a formación terminolóxica e terminográfica coas achegas doutras disciplinas complementarias como a sociolingüística, a análise do discurso, a lingüística de especialidade, etc. para a creación de material que realmente favoreza a implantación da lingua.

O máis importante é salientar que esta nova visión sobre os procesos de planificación lingüística, se presenta como un cadro teórico de análise, de avaliación e de programación, como a descrición dunha dinámica eficaz, ou en todo caso, máis eficaz cás executadas ata o momento. O seu carácter xenérico fai que se poida aplicar tanto ás accións da planificación do corpus como da planificación do status, tanto dende o punto de vista macrosocial (o do conxunto da comunidade lingüística) como dende o microsocia (o dunha empresa ou dun grupo de empresas por exemplo, ou o dun subgrupo de falantes que pertencen a unha categoría de traballadores).

Este marco de análise e de programación, aínda que reviste un carácter teórico na exposición que fixemos ata o momento, está baseado na experiencia práctica dunha planificación lingüística concreta. O que quere dicir que é susceptible de axustes e reformas na adaptación a un proceso de planificación diferente, como pode ser o noso, ou a un momento diferente,

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

pois a situacións diferentes poden corresponder parámetros diferentes. En todo caso, parécenos importante manter a estrutura en fases e a secuencialización das actuacións que se propón no modelo orixinal a prol de evitarmos a improvisación e a precipitación, o que ten efectos contraproducentes.

Esperamos que este modelo de intervención sirva como punto de reflexión, e como modelo de organización dos procesos de planificación que se realicen nun futuro en favor da difusión da lingua e da súa normalización.

3. Cómo elaborar e pór ó día unha política lingüística para un organismo

3.1.- Obxectivos dunha política lingüística

En sentido xenérico, coñecemos como política lingüística o conxunto das actuacións encamiñadas a provocar un cambio lingüístico. Normalmente, trátase dun cambio lingüístico planificado, na medida en que presupón a elaboración e a execución dunha planificación lingüística determinada, planificación que se realiza sobre o corpus e tamén sobre o status da lingua. O obxectivo último da planificación lingüística debe ser o mesmo có da política lingüística. No caso galego, o obxectivo da política lingüística, segundo se indica no preámbulo da Lei de normalización lingüística, é garantir a igualdade do galego e do castelán e mais asegurar a normalización do galego como lingua propia de Galicia.

Para conseguir ese obxectivo, existen unha serie de elementos ó servizo deste proceso. O elemento que serve de marco desa política lingüística é a lexislación lingüística, na que se fixan precisamente os obxectivos, pero interveñen tamén outros elementos.

3.2.- Elementos dunha política lingüística

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

Para executar unha política lingüística, ademais da lexislación lingüística, é necesario elaborar unha planificación que sirva de guía para a intervención. Esta planificación realízase en diferentes niveis, dende o estatal ou comunitario, ata as institucións ou organismos particulares. Estas planificacións que van do máis xeral ó máis particular están en intersección, dado que responden a uns principios xerais abstractos que se van desenvolvendo influíndo os primeiros nos segundos e así sucesivamente, na adaptación ás condicións particulares de cada ámbito de intervención particular. Daquela, consideramos estes plans parciais ou sectoriais e o plan xeral elementos imprescindibles para a execución dunha política lingüística.

En canto ós axentes para a posta en práctica desa planificación, estes son principalmente as administracións competentes, no noso caso a Administración autonómica, a comisión de coordinación e os servicios lingüísticos. O Goberno autonómico ten, en virtude da LNL (art. 23), a competencia de elaborar un plan para conseguir a normalización e a coordinación dos servicios que poñen en práctica a planificación que se realice. Sendo así, será a Administración autonómica en colaboración cos servicios e coas entidades nas que estean inseridos os que fornezan os medios para a posta en práctica desta política lingüística.

Con todo isto, queremos significar que na elaboración e posta en práctica dunha política lingüística determinada nunha organización determinada van intervir, ademais da propia organización e os efectivos e recursos que achegue para ese labor, a planificación e os medios que achegue a estrutura superior na escala. Os recursos achegados son variados e dependen en cada caso particular da infraestrutura, da organización e dos servicios que preste esa estrutura superior na escala. No caso de políticas lingüísticas rigorosas os recursos utilizados non se limitan ó fornecemento de recursos materiais ou humanos, senón que tamén se ofrecen: servicios de asesoramento xurídico e lingüístico especializados, información sobre o proceso de normalización, directrices de actuación, propostas de intervención,

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

coordinación de actuacións, formación do persoal, etc. En resumo, todos aqueles engraxes que articulan, homoxeneizan e rendibilizan todas as actuacións na comunidade lingüística.

En definitiva, os elementos que interveñen nunha política lingüística son variados, desenvólvense a diferentes niveis de actuación, pero están interconectados tanto as lexislacións e os regulamentos, como as estratexias e as actuacións, como as administracións e os técnicos, no seu papel de axentes.

3.3.- A importancia das disposicións que regulan os ámbitos de uso: as ordenanzas e os regulamentos

No caso galego, así coma nas outras comunidades autónomas do Estado, o marco xurídico da lingua está fixado polo Estado e mais polas propias comunidades, é dicir, estas últimas non son soberanas na determinación do marco da súa propia política lingüística, do mesmo xeito ca no caso de Quebec que comparte a competencia co Estado federal canadiano, non así noutros casos como Porto Rico, os cantóns suízos ou o arquipélago de Aland en Finlandia¹². Así pois, a lexislación lingüística local está moitas veces en conflito coa lexislación estatal.

Aínda compartindo igualmente a competencia co Estado, existen diferencias entre a lexislación lingüística quebequesa e as lexislacións autonómicas do Estado español, estas diferencias estriban no seu teor. Namentres que a primeira ten carácter coercitivo, dado que ademais de fixar obxectivos xerais, tamén fixa obxectivos parciais, prazos para acadalos e medidas concretas de actuación, así como estratexias para cada un dos sectores nos que se intervén, as segundas son lexislacións de carácter promocional, semellantes á chamada Lei 63 ou *Loi pour promouvoir la langue*

¹² Sobre as lexislacións lingüísticas no mundo e o concepto de soberanía lingüística pódese consultar, entre outros, Leclerc (1994).

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

française au Québec de 1969, como sinalamos cando falamos da estratexia de promoción. As lexislacións autonómicas funcionan como declaracións de intencións onde se marcan os obxectivos xerais e os ámbitos de intervención (que polo xeral só atinxe ó sector público) e dende unha óptica culturalista, o que fai que se convertan en letra morta e que non contribúan ó desenvolvemento das linguas propias (Leclerc 1994:383), salvo no caso de Cataluña. O caso catalán merece especial atención pois, aínda partindo dunha lexislación básica semellante á das outras comunidades, a vontade política de normalización real do idioma¹³, con todo o que iso significa, propiciou un avance neste proceso e a modificación da Lei de normalización lingüística para poder continuar avanzando na extensión da lingua.

Partimos da premisa de que a lexislación lingüística non é o único factor que determina o desenvolvemento e éxito dunha política lingüística e, polo tanto, do cambio lingüístico planificado. Normalmente, existe distancia entre o status *de iure* da lingua e o status *de facto*, é dicir, á diferenza existe entre o obxectivo da lexislación lingüística (“o status de lingua propia” para o galego) e a súa situación real. O obxectivo desexable de toda planificación lingüística é acadar os obxectivos que se fixan no marco xurídico e acurtar as distancias entre os dous status. Para iso hai que acometer unha serie de actuacións que constitúen o que chamamos planificación lingüística, como xa dixemos cando falamos dos procesos de implantación lingüística.

Un dos elementos fundamentais para o desenvolvemento e execución desa planificación é a existencia de textos normativos que guíen non só os obxectivos xerais, senón tamén os obxectivos parciais por sectores e as medidas e prazos de execución. Estes textos normativos pódense establecer en dous niveis, os textos referidos a ámbitos de intervención particulares

¹³ Falamos de vontade política, e non de vontade social. No caso galego a existencia dunha vontade social normalizadora está fóra de dúbida á vista dos datos de actitudes do *Mapa sociolingüístico de Galicia*, así como en estudos parciais como o *Estudio sociolingüístico sobre a situación da lingua galega no Concello de Vigo* (1998:92).

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

(administración, ensino, etc.) e tamén os referidos a institucións concretas. No caso de Quebec, non só se elaboran textos reguladores da intervención lingüística en cada ministerio, senón que estas normas son obxecto de exame en canto á súa harmonización cos obxectivos da *Charte* e doutras regulacións que a desenvolven, por parte do Office.

No noso caso non só non existe unha avaliación destas normas, senón que en moitos casos nin sequera existen as propias normas. Aínda cando adoitan ser instrumentos normativos útiles para a posta en práctica dunha política lingüística, na medida en que están consensuadas polos órganos representativos da entidade e por serviren asemade de abrigo xurídico para as actuacións que se realicen nestes ámbitos. Estamos a nos referir a documentos do tipo dos regulamentos do uso da lingua (coma o da Universidade de Santiago de Compostela), ou as ordenanzas de normalización lingüística de entidades locais¹⁴. Con estas regulacións procúrase desenvolver o status de lingua propia do galego, reafirmala como lingua vehicular nestas institucións, e normalizar o seu uso nas entidades citadas.

En definitiva, este desenvolvemento normativo parécenos especialmente importante no caso do galego, pois conta cunha lexislación lingüística de tipo incitativo, cunha formulación xenérica que deixa aberta a porta para desenvolvementos posteriores. No caso de que estes desenvolvementos non existan, ou polo menos non coa concreción que se precisa, faise aínda máis necesario fixar estas normas básicas que serven de marco á intervención en materia lingüística. Ademais, serven de apoio na actuación administrativa das unidades que procuran a normalización lingüística de cada organismo dado que establece, de xeito concreto, obxectivos, ámbitos de intervención (a lingua da documentación, a lingua de

¹⁴ O primeiro dos documentos está ó dispór do público no Servicio de Normalización Lingüística da Universidade de Santiago de Compostela. Verbo do segundo podemos ver o texto modelo publicado no *Manual para cargos públicos sobre o uso do galego nas corporacións locais* (pp. 49-57).

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

comunicación, etc.), medidas concretas (a creación de servicios lingüísticos, as súas funcións...), etc.

3.4.- Ámbitos de intervención

Do mesmo xeito ca no punto 2 deste traballo expuxemos un método de traballo utilizado ou proposto para a planificación lingüística en Quebec, neste punto imos enumerar e expor as normas ou recomendación emanadas do *Office de la Langue Française* co obxecto de orientar ós responsables da planificación lingüística de cada entidade, así como ó persoal en xeral na posta en práctica da política lingüística. Procuramos adaptar este modelo proposto á nosa realidade e coordenadas.

Moitos dos aspectos que se teñen en conta nestas planificacións, tamén se consideran noutros procesos e noutras latitudes, o máis novidoso quizais deste tipo de estudos é a presentación dunha dinámica de traballo que nos pode servir de marco organizativo en futuras actuacións, cando menos porque divide en sectores todos os aspectos nos que intervén a lingua e serve para organizarmos as tarefas que acometer e as cuestións nas que reparar á hora de elaborarmos regulamentos e á hora de planificar actuacións.

a) Denominación e imaxe da entidade.

A denominación dunha entidade ou organismo é a súa carta de presentación. A lingua na que figure esta é importante, dado que é un dos indicios máis visibles para o público en xeral. Esta imaxe debe coidarse non só no que respecta ós títulos e os rótulos externos, na rotulación e sinalización interna, senón tamén en toda aquela documentación informativa na que se cite a organización, sexa esta escrita ou oral (guías telefónicas, atención telefónica), nos encabezados de toda a documentación que xere e, especialmente, na información que se xere sobre a organización fóra do

Os procesos de implantación lingüística *Iolanda Galanes Santos*

territorio (feiras, exposicións...) e mais na información sobre actuacións conxuntas con entidades de estatais, ou doutras comunidades ou estados.

b) Publicidade

A publicidade dunha organización fai parte tamén da súa imaxe externa, polo que é un ámbito onde tamén participan os factores lingüísticos. A situación ideal é que esa publicidade se xere no seo da comunidade á que vai dirixida e na súa lingua, independentemente de que se elabore tamén noutra lingua. Os aspectos que haberá que coidar é a utilización da lingua en insignias, valos, carteis, anuncios publicitarios nos diferentes medios de comunicación, nas páxinas web, no material de promoción, nas inscricións dos vehículos, e en todas as dependencias principalmente nas que están ó público.

c) Documentación

Outro dos aspectos lingüísticos é o da documentación e os textos, débese vixiar a lingua empregada en todos os documentos de traballo de uso corrente tanto internos coma externos (formularios, fichas, métodos de traballo, informes etc.), tanto a través da traducción, coma deseñando novos documentos, convén reparar especialmente os documentos de comunicación con outras administracións distintas da nosa. Tamén merecen atención os documentos relativos ás tecnoloxías da información (programas, correctores, etc.) Sería conveniente ademais, archivar un exemplar de cada formulario e tipo ou modelo de documento, do mesmo xeito ca unha lista dos programas en galego, con vistas a actualizala progresivamente.

Para a produción de documentación é conveniente non abusar da realización de traducións, senón procurar que o persoal da organización redacte os documentos directamente en galego. Como medidas de apoio para conseguilo pode funcionar a formación lingüística que reciba o persoal e mais a difusión de listas de termos e de fraseoloxía específica elaborada

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

especialmente para eses usuarios, referida a cada campo ou materia de traballo na organización, alén da difusión de material lexicográfico e terminolóxico da lingua común e das linguas especializadas, así como de asesoramento lingüístico e estilístico. Isto significa un paso máis na reafirmación do galego como lingua de expresión de determinados contidos e polo tanto na normalización da lingua.

d) Comunicacóns

Con respecto ás comunicacóns hai que ter en conta tanto as comunicacóns internas coma as externas. A comunicacón con particulares realizarase en galego, salvo que se demande a utilización da outra lingua oficial. Na comunicacón con organismos e entidades públicas empregárase o galego, pois cómpre promocionar a lingua propia. Para iso é necesario que o persoal de atención ó público estea preparado para informar e servir a clientela e a cidadanía nas dúas linguas, tendo como lingua vehicular da organización o galego. Convén reparar non só nas comunicacóns escritas, senón tamén nas orais, onde se inclúe as comunicacóns telefónicas. Cando se facilite información en castelán, convén indicar que o documento orixinal é o galego, sendo este último traducción, con vistas a reforzar o status de lingua de expresión do galego.

Os apoios para conseguir que a lingua de comunicacón sexa o galego vai ser novamente a formación do persoal, a difusión de materiais referidos a aspectos lingüísticos da materia que se trata e a asesoría lingüística.

e) Servicios ó público

Nos servicios ó público non só se inclúen as comunicacóns que se establezan coa clientela ou a cidadanía dos que xa tratamos anteriormente, senón que tamén se inclúen as conferencias e comunicacóns dos representantes da administración, os contestadores automáticos, que deben dar a opción de usar o castelán, aínda que por defecto a lingua sexa o galego

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

(que é a lingua propia), tamén se utilizará a nosa lingua nas informacións da administración en feiras e exposicións do exterior, só se proporcionarán noutra lingua baixo demanda do público.

f) Lingua de traballo

Para conseguirmos que unha lingua sexa a vehicular no mundo do traballo da organización, haberá que coidar varios aspectos. O primeiro deles é a esixencia de probas de coñecemento da lingua no recrutamento, selección, nominación, cambio e promoción do persoal. Así mesmo, o anuncio de emprego público, así como outras licitacións e anuncios en prensa ou por calquera outro medio, débese realizar igualmente na lingua que se quere normalizar, así como os convenios colectivos e anexos, a contratación de seguros colectivos, plans de pensións, contratos e toda a documentación de uso interno. Tamén é importante fixala como lingua de uso no etiquetado e contratación de instrumentos de traballo, e da documentación do traballo (axendas, dietarios, formularios, etc.). Ademais, convén establecer un protocolo de utilización da lingua nas reunións de traballo con persoal doutras administracións, doutros gobernos, de organizacións internacionais (que recoñezan o uso do galego, p. ex. UE) e cos representantes de empresas do mesmo territorio.

g) Aprendizaxe e calidade da lingua

Do mesmo xeito que se coida a difusión da lingua, tense que coidar tamén a súa calidade e aprendizaxe.

Sobre a formación lingüística que reciben os traballadores e traballadoras da organización, esta debe estar adaptada ás funcións que realiza o persoal e ó nivel de lingua do que parten. Daquela, é importante, en primeiro lugar enquisar o nivel de lingua que posúen a través do seu emprego cotián e fixar as súas necesidades e deseñar un programa de formación lingüística específica para cada posto de traballo ou para cada categoría, cuns

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

contidos diferenciados. Nesta planificación é importante a secuencialización dos coñecementos e o traballo tanto da expresión oral, coma escrita. Distinguiranse tantos niveis na formación lingüística como sexa necesario para cada función, coidando no nivel máis elemental a expresión oral, e a expresión oral e escrita no resto dos cursos que estarán clasificados en niveis, segundo o grao de complexidade e afondamento na materia. Tamén é conveniente contar con cursos de especialización para a difusión de terminoloxías especializadas, dirixidas ás materias que se traten na organización. Outros aspectos importantes que coidar no plano lingüístico son o traballo de aspectos redaccionais e estilísticos, atención oral, etc. con vistas a perfeccionar o uso da lingua. Así mesmo, procurárase que a formación noutras materias de interese para o persoal se realice na lingua que normalizar, co fin de que o alumnado adquira ambos coñecementos simultaneamente e como exercicio dos seus dereitos lingüísticos.

Para coidar a calidade da lingua é necesario realizar periodicamente a revisión de textos emanados de cada unidade de traballo, avaliando a súa calidade, cualificándoos de xeito orientativo e procurando os medios para a amelioración coa elaboración de compilacións de aspectos que se poden rectificar, ó xeito dunha gramática de erros. Esta información debe ter a máxima difusión posible, así como a do material de apoio e as obras de referencia e compilacións léxicas e terminolóxicas. É importante realizar este labor de avaliación de xeito planificado e ordenado, seguindo un plan de actuacións secuencializado. Ademais, irase indicando en cada memoria as unidades avaliadas e os resultados, de xeito que a actuación sobre cada unha das seccións estea secuencializada e organizada, o que facilita aproveitar mellor os recursos. Como medida de apoio convén constituír comisións lingüísticas en cada sector de actividade da organización, do que fará parte o especialista en lingua, e co fin de estudar e propor terminoloxía consensuada e normalizada, e que esta teña difusión, alén do asesoramento lingüístico continuo que se debe proporcionar.

3.5.- Aplicacións do modelo

Na elaboración dunha política lingüística eficaz interveñen como vimos moitos factores. Entre os que está tanto a lexislación que serve de marco a esa actuación, como a planificación lingüística que debe realizar e executar o responsable da intervención lingüística na organización. Para que esta planificación sexa eficaz, debe apoiarse tanto na lexislación vixente coma nunha normativa interna de actuación na organización consensuada polos órganos de goberno onde estean representados todos os axentes da organización, ademais unha planificación será máis rendible na medida en que conecte con outras planificacións realizadas para o mesmo sector de actividade e para a totalidade dos campos de intervención.

O modelo que expomos aplicado a unha organización, baséase nun documento do *Office de la langue française*. Coa exposición deste modelo só se pretende orientar os traballadores de normalización lingüística no establecemento dunha dinámica de traballo no seu labor nas organizacións, de xeito que sirva para organizar e secuencializar as súas actuacións.

Un modelo de organización moi semellante, foi aplicado tamén noutras comunidades como en Cataluña¹⁵ onde se analiza os aspectos lingüísticos dunha organización e no que se analizan as instrucións, as actuacións e a regulamentación lingüística. Este é un modelo adaptado á regulación e materiais de apoio do catalán. Non sería ocioso no noso contexto desenvolver materiais deste tipo que sirvan de orientación e de guía de traballo para o persoal encargado dos labores de normalización nas distintas organizacións da nosa comunidade. Ese documento tería que contar con todos os elementos particulares deste contexto: a lexislación, un modelo de regulación interna, unha proposta de planificación lingüística para o sector, unha proposta de

¹⁵ Existen algúns materiais semellantes como o *Programa tipus* de Marí (dir.) (1991)

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

planificación para unha organización, onde se fagan constar unha dinámica de traballo, uns sectores de intervención, e para todos eles:

- as regulacións aplicables
- os obxectivos que conseguir
- as actuacións que realizar
- os recursos disponibles para executar esa planificación
- os medios para avaliar a aplicación da planificación

En definitiva, a existencia e cumprimento dunha lexislación como a xa existente, e o desenvolvemento de actuacións de planificación lingüística rigorosas e eficaces axudan e favorecen a normalización da lingua, é dicir favorecen a consecución dos obxectivos da nosa regulación.

4. Conclusións

O material elaborado para este curso e para este traballo sobre dinamización ten como guía o material elaborado en Quebec nos anos noventa como orientación dos técnicos de normalización. No primeiro caso trátase dunha reflexión sobre os modelos de planificación lingüística, aínda que realizada de xeito abstracto, procurando incardinar e teorizar sobre a planificación, conectando e aplicando outras ciencias e disciplinas a esta materia. Trátase da aplicación de técnicas tanto da socioloxía como da economía para facer efectivo e rendible o proceso de introducción dunha innovación. No segundo caso, trátase da aplicación dunha política lingüística a casos particulares e a organizacións concretas, facendo fincapé nos ámbitos de intervención e nos aspectos que se deben observar en cada organización.

O máis importante de todo o exposto no caso dos dous modelos é salientar a importancia, eficacia e rendibilidade da execución de políticas lingüísticas de xeito programado e planificado, dado que se trata de realizar un cambio lingüístico planificado. Faise tamén evidente a conveniencia da actuación coordinada de todos os axentes e medios para acadar unha

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

auténtica normalización lingüística. Por último, outro aspecto que os fai especialmente útiles é a súa orientación pragmática, dado que están baseados en avaliacións de experiencias de planificación anteriores.

Esperamos que o coñecemento destes modelos sirva para orientar a todo o persoal encargado da normalización lingüística, así como a todas as persoas interesadas en afondar nos procesos de planificación lingüística no noso país.

Bibliografía

Célestin, T (1994), "L'implantation du français favorisera-t-elle une production linguistique et terminologique unilingue française?" en *Les actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, Québec, OLF-Université du Québec à Chicoutimi, tomo II, pp. 361-377.

Comité interministériel sur la situation de la langue française (1996), *Le français langue commune. Enjeu de la société québécoise*. Quebec: Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

Comité interministériel sur la situation de la langue française (1996), *Le français langue commune. Promouvoir l'usage et la qualité du français, langue officielle et langue commune du Québec*. Québec: Direction des communications du Ministère de la Culture et des Communications.

Corbeil, J.C., (1980), *L'aménagement linguistique du Québec*, Montreal, Guerin.

Corbeil, J.C. (1994), "Dynamique de l'aménagement linguistique au Québec", en *Les actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, Québec, OLF-Université du Québec à Chicoutimi, tomo I, pp. 17-33.

Chalvin, S. (1994), "La francisation des milieux de travail passe par l'affirmation de l'identité française et l'ouverture aux autres langues" en *Les actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, Québec, OLF-Université du Québec à Chicoutimi, tomo II, pp. 239-248.

Cholette, M. (1994), "La problématique de la variation et de l'implantation: pour une socioterminologie", en *Les actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, Québec, OLF-Université du Québec à Chicoutimi, tomo II, pp. 495-514.

Daoust, D. e Maurais, J. (1987), "L'aménagement linguistique", en Maurais (1987), pp. 5-46.

Gambier, Y. (1994), "Officialisation de termes: perspectives et enjeux socioterminologiques", en *Les actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, Québec, OLF-Université du Québec à Chicoutimi, tomo I, pp. 201-237.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

Labov, W. (1976), *Sociolinguistique*, París, Editions de minuit.

Laforge, L. e McConnell, G., (1990), *Diffusion des langues et changement social. Dynamique et mesure*, Québec, Sainte-Foy, Les Presses de l'Université de Laval.

Leclerc, J. (1994), "La problématique de la souveraineté linguistique dans les états non souverains" ", en *Les actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, Québec, OLF-Université du Québec à Chicoutimi, tomo II, pp. 379-393.

Loubier, C. (1993), "L'implantation du français comme langue du travail au Québec: vers un processus de changement linguistique planifié" en Martin e Loubier (1993), pp. 57-133.

Loubier, C. (1994), "L'implantation du français: fondements théoriques et faits d'expérience" en *Les actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, Québec, OLF-Université du Québec à Chicoutimi, tomo I, pp. 35-61.

Mackey, W.F. (1990), "Données et mesure de la dynamique de diffusion des langues: quelques hypothèses", en Laforge e McConnell (1990), pp. 23-40.

Marí, I. (dir). (1991), *Programa tipus: Com elaborar un programa de normalització lingüística en una organització*, Barcelona.

Martin, A. (1993), "Théorie de la diffusion sociale de innovations et changement linguistique planifié", en Martin e Loubier (1993), pp. 9-55.

Martin, A. e Loubier, C. (1993), *L'implantation du français (Actualisation d'un changement linguistique planifié)*, Québec, OLF.

Maurais, J. (1987), *Politique et aménagement linguistiques*, Québec, CLF.

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

Maurais, J. (1993), "L'aménagement linguistique au Québec et dans les pays de l'ancien empire soviétique: contrastes et similitudes", en *Mélanges offerts à Jean-Claude Corbeil*, Québec, pp. 81-94.

Maurais, J. (1994), "Quelques aspects sociolinguistiques de l'implantation des décisions de normalisation terminologique", en *Les actes du colloque sur la problématique de l'aménagement linguistique (enjeux théoriques et pratiques)*, Québec, OLF-Université du Québec à Chicoutimi, tomo II, pp. 441-453.

Rogers, E.M. (1983), *Diffusion of Innovations*, Nova York, The Free Press.

Sorécom, (1981), *Diffusion et utilisation de la terminologie technique de la langue française dans douze entreprises québécoises*, Québec, OLF.

Vaamonde Liste, A. et alii (1998), *Estudio sociolingüístico sobre a situación da lingua galega no Concello de Vigo*, Vigo, U. de Vigo, Concello de Vigo.

VV. AA. (1995), *Manual de cargos públicos sobre o uso do galego nas corporacións locais*, Santiago de Compostela, Xunta de Galicia, Consellería de Xustiza, Interior e Relacións Laborais.

*** No *Arquivo de Planificación e Normalización Lingüística* atoparás material de traballo do curso:

- COMENT ÉLABORER ET METTRE À JOUR UNE POLITIQUE LINGUISTIQUE en tenant compte de la nouvelle politique gouvernementale (décision n° 96-312). Office de la langue française-février 1997.

- PLAN DE DÉVELOPPEMENT 1995-1998
- AIDE – MÉMOIRE, La Charte de la langue française dans les ministères et les organismes et la politique linguistique gouvernementale. Gouvernement du Québec. Office de la langue française.
- LE GOUVERNEMENT QUÉBÉCOIS PROPOSE UNE SÉRIE DE MESURES VISANT À RENFORCER, CONSOLIDER ET MODERNISER LE FRANÇAIS LANGUE COMMUNE AU QUÉBEC, COMMUNIQUÉ DE PRESSE. Gouvernement de Québec

Os procesos de implantación lingüística

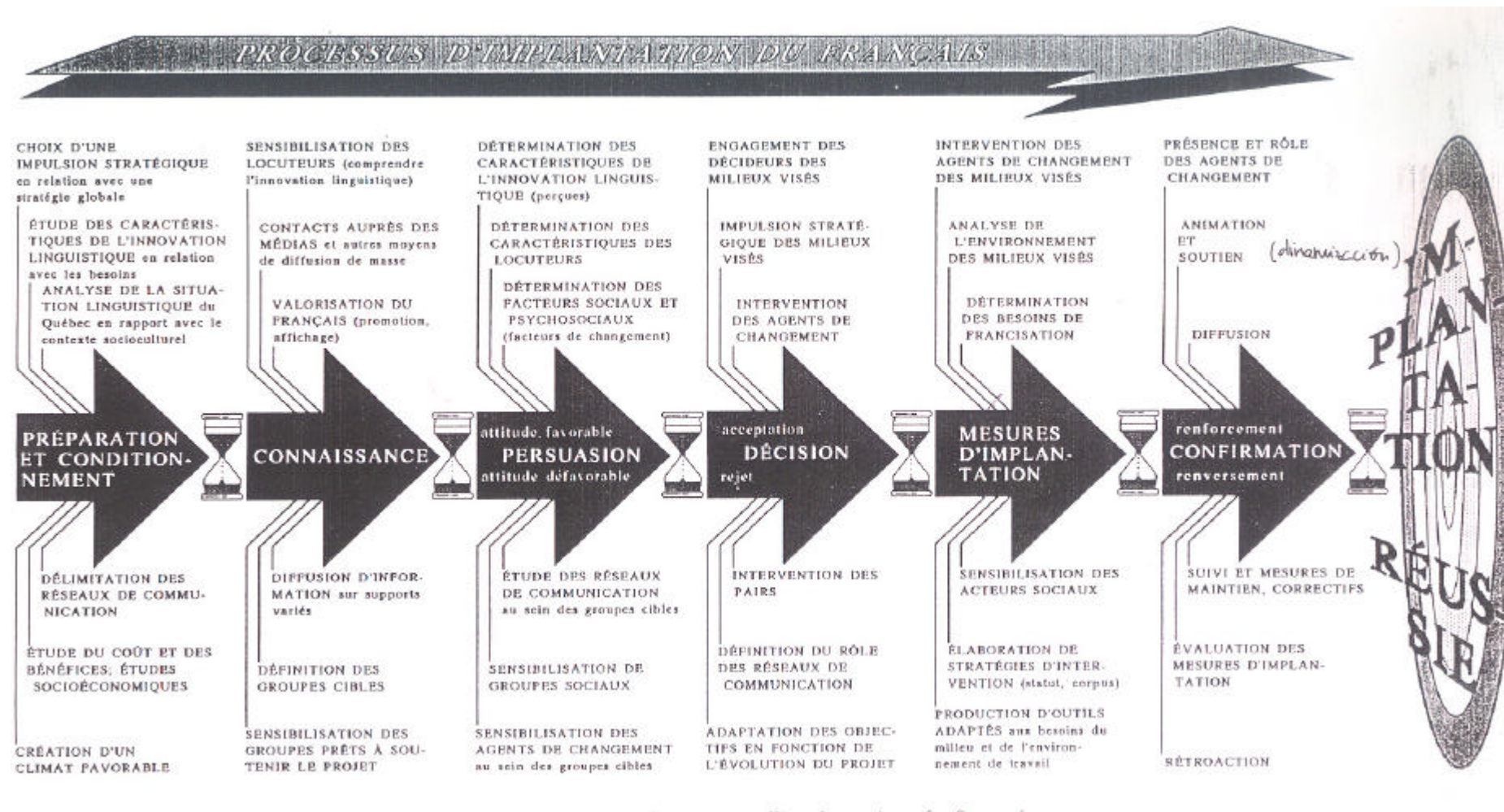
Iolanda Galanes Santos

- La nouvelle Politique gouvernementale du français dans l'Administration et les contrats ou subventions aux entreprises. Office de la langue française – Service des communications, Le 15 novembre 1996.
- ...

Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos

Anexo

Gráfico sobre o proceso de implantación do francés, tirado de Loubier (1994:137-138).



Os procesos de implantación lingüística
Iolanda Galanes Santos