

# Apuntamentos sobre a lingua galega na empresa no século XX

## *Some Remarks on the Use of Galician Language Within the Bussiness Sector in the 20<sup>th</sup> Century*

Valentina FORMOSO GOSENDE

*vformoso@edu.xunta.es*

### RESUMO

Este artigo tenta mostrar a situación do galego na empresa durante o século XX, co fin de analizar desde onde se partía antes do período autonómico e a onde se chegou nel. Preténdese incitar á reflexión sobre o camiño que leva andado a normalización lingüística neste ámbito e canto lle queda por diante.

**PALABRAS CHAVE:** Normalización lingüística na empresa, primeira publicidade en galego, subvencións da administración autonómica.

FORMOSO GOSENDE, V. (2004): «Apuntamentos sobre a lingua galega na empresa no século XX». *Madrygal (Madr.)*. 7: 55-66.

### RESUMEN

Este artículo intenta mostrar la situación del gallego en la empresa durante el siglo XX, con el fin de analizar desde dónde se partía antes del período autonómico y a donde se llegó en él. Se pretende incitar a la reflexión sobre el camino recorrido por la normalización lingüística en este ámbito y cuánto le queda por delante.

**PALABRAS CLAVE:** Normalización lingüística en la empresa, primera publicidad en gallego, subvenciones de la administración autonómica.

FORMOSO GOSENDE, V. (2004): «Apuntes sobre la lengua gallega en la empresa en el siglo XX». *Madrygal (Madr.)*. 7: 55-66.

### ABSTRACT

This article intends to describe the situation of the Galician language within the business sector nowadays, analysing its original status before the current period of autonomous administration in Galicia and the achievements obtained throughout this period. The intention is to encourage reflection on the course followed by linguistic standardisation in this field and how much remains to be accomplished.

**KEY WORDS:** Linguistic normalization in the business sector, first advertisement in Galician, Galician administration Subsidies.

Formoso Gosende, V. (2004): «Some Remarks on the Use of Galician Language within the Bussiness Sector in the 20<sup>th</sup> Century». *Madrygal (Madr.)*. 7: 55-66.

**SUMARIO:** 1. Antes do Estatuto de Autonomía. 2. Desde o Estatuto de Autonomía a hoxe. 3. Referencias bibliográficas.

Aínda que o punto de partida deste estudo constituíuno o desexo de darlle resposta a un gran número de interrogantes que tiñamos en relación á introdución do galego no ámbito empresarial<sup>1</sup>, tamén buscamos as claves da presenza da nosa lingua como idioma da empresa, desde as súas orixes en Galicia ata a actualidade, así como as liñas que se vislumbran de cara ao seu futuro.

O proceso de normalización da lingua na empresa corre parello ao do resto da sociedade, e este non comezou como tal ata as últimas décadas do século XX, coa chegada da democracia e a aprobación en 1981 do Estatuto de Autonomía de Galicia (EA) primeiro, e a entrada en vigor en 1983 da Lei de Normalización Lingüística (LNL) despois. De tódolos xeitos, para obter unha panorámica da situación da lingua no ámbito empresarial en Galicia cómpre retrotraerse máis no tempo, e ter en conta a súa relación directa coa historia da empresa e mais coa historia social da lingua. Como este último aspecto xa está bastante estudado (pode verse, entre outros, Monteagudo Romero, 1999), só imos facer fincapé nalgúns puntos, tendo presente que o galego é lingua da empresa na medida en que o é do resto da sociedade galega. Partimos de que en Galicia se vive unha situación diglósica, conflictiva (Mauro Fernández, 1978: 390) e/ou de adscrición (Rojo, 1981: 296; González González, 1994: 64,65), polo que o emprego das dúas linguas presentes na comunidade está condicionado polo estrato social. Nos últimos tempos a situación diglósica está a sufrir modificacións, debido á propia evolución da sociedade (castelanización de estratos baixos da poboación e galeguización dalgúns altos), e o sector empresarial—inmerso nesa sociedade— verase afectado.

Por outro lado, cómpre un breve achegamento á historia da empresa dentro da comunidade, que sirva de marco e que ofrezca claves para a mellor explica-

ción do fenómeno a estudar. O desligamento entre lingua e empresa vén desde o nacemento desta nunha época en que aquela estaba relegada á oralidade e ao rexistro coloquial. E na evolución da lingua neste ámbito tivo que influír que a sociedade galega, agrícola e artesanal, vise como no séc. XVIII des-puntaba á súa beira un tímido desenvolvemento industrial con capital foráneo, e como no séc. XIX «lle pasaba de largo» a primeira revolución industrial<sup>2</sup> (Carmona Badía, 2001:42). Isto provocou que a modernización de Galicia non se producise ata ben entrado o século XX cunha estrutura empresarial, e polo tanto cunha economía, dependente (Barreiro Fernández, 2001) e subdesenvolvida (Beiras, 1997) froito dun tecido empresarial moi pouco artellado, carente de industria media, cunha inmensa maioría de empresas moi pequenas e con escasas firmas grandes, e as que houbo estaban ligadas, maioritariamente, ao sector público estatal (Alúmina, Bazán, Celulosas...).

Centrándonos entón para o tema que nos ocupa só no séc. XX, e descoñecendo calquera periodización anterior no proceso de introdución do galego no ámbito empresarial, establecemos unha, tomando como punto de referencia a aprobación do Estatuto de Autonomía de Galicia en 1981. Este feito permítenos diferenciar dous momentos: un anterior, que abarca un período temporal moi amplo onde o galego estaba afastado dos usos cultos, e un posterior, que chegaría a hoxe, e no que comeza a ter unha presenza na empresa que, por agora, definirei como «irregular».

## 1. ANTES DO ESTATUTO DE AUTONOMÍA<sup>3</sup>

O galego nas primeiras décadas do século XX estaba desprezado desde a escola, onde tampouco os nenos aprendían ben o castelán, só accesible

<sup>1</sup> Desde hai moito tempo levamos barallando bastantes preguntas ás que non lles atopamos resposta nos traballos consultados ata o momento, trátase por exemplo de cuestións do tipo: desde cando hai empresas funcionando en galego en Galicia? Cales foron as primeiras que o fixeron e por que? Existe un proceso de normalización lingüística na empresa? Que factores influíron para que algunhas empresas se galeguizasen? Promocionouse realmente a galeguización no ámbito económico desde a administración? As axudas á promoción da lingua supuxeron, ou están supoñendo, un impulso na galeguización das empresas? Partimos de que calquera intento de resposta non pode ser breve, rápida nin contundente como a primeira vista pode parecer.

<sup>2</sup> Ramón Villares ve no séc. XIX unha das claves que van definir as nosas empresas: «O século XIX presenta en Galicia unha fasquía certamente contradictoria que deriva da fonda oposición existente entre a incapacidade da sociedade galega para se modernizar no seu tránsito á época contemporánea e a integración da mesma no sistema económico e político español, historicamente máis desenvolvido» (Villares, 1986: 139).

<sup>3</sup> A información referida a esta etapa partiu das entrevistas con Francisco Fernández del Riego, Xosé González e Daniel Romero que me achegaron datos de interese para comezar esta investigación.

<sup>4</sup> Só aprendían ben castelán aqueles que podían cursar estudos medios e superiores, propios dos xestores de empresas, por exemplo.

para os privilexiados<sup>4</sup>, pero si o seu valor e tamén o estigma que supoñía o galego. Daquela, o galego sería a lingua empregada polos monolingües ruralitas sen máis formación que certo achegamento a uns estudos primarios onde o castelán era a lingua imperante, xustificada con argumentos económicos-laborais como a preparación da poboación para a «saída profesional» da emigración (Monteagudo Romero, 1999: 438-472). Deste xeito, durante as tres primeiras décadas do século XX, a maioría dos obreiros galegos e mesmo os donos de pequenas empresas empregarían o galego sempre coa conciencia de usar unha lingua inferior, fronte ao nivel xerárquico superior, o que dominaba os usos escritos, que faría uso do castelán.

Nesta primeira etapa foi decorrendo unha actividade galeguizadora a partir das Irmandades da Fala (1916) e do seu órgano de difusión en galego: *A Nosa Terra* (ANT)<sup>5</sup> ata o levantamento de 1936. Consideramos que ANT marca o inicio dos usos escritos do galego no ámbito que nos ocupa, non só por desenvolverse como empresa editorial plenamente en galego, senón máis ben por empregar esta lingua para a publicidade comercial, desde o momento en que a incorporaron na publicación<sup>6</sup> (1917).

Os textos dos anuncios publicáronse todos en galego<sup>7</sup>, pero variaba a lingua en que se presentaba o nome das empresas. Así atopamos *A Papeleira Galega* e a *Fábrica mecánica de calza-*

*do de Anxel Senra*<sup>8</sup>, únicas firmas anunciadas ata o número 59, do 30 de xuño de 1918, onde xa concorren catro máis do ramo da hostelería: *Gran Café Méndez Núñez*, *Hotel Continental*, *A Tacita de Prata* e *Gran Fonda Las Cuatro Naciones*, todas elas situadas na Coruña.

Descoñecemos<sup>9</sup> se as firmas publicitadas con nome galego estaban realmente denominadas así, se foran traducidas por vontade do empresario (cumpriría tamén saber se as empresas que se publicitaban na revista eran de persoas ideoloxicamente ligadas á mesma) ou por quen facía o anuncio aleatoriamente<sup>10</sup>. Tampouco sabemos se a idea de anunciar *Calzados Senra* como «industria gallega, honra da nosa rexión, obriga a non gastar outros a cantos sinten amor pol-a sua Terra<sup>11</sup>» foi do empresario ou dos deseñadores do anuncio. O aumento de anuncios vai en consonancia coa variedade dos mesmos<sup>12</sup> ata 1936, só interrompida durante a ditadura de Primo de Rivera<sup>13</sup>.

A partir dos anos 50 iníciase o que poderíamos chamar a segunda etapa deste primeiro período pre-autonómico da man dunha empresa «sui generis», *Galaxia*, tamén impulsada desde o galeguismo e que aínda que se inscribiu como sociedade mercantil<sup>14</sup> non tiña fins comerciais. De calquera xeito algo cambiou porque xorde o primeiro referente de emprego do galego baixo un nome comercial: *Zeltia* que, desde 1952, editou e distribuíu de xeito gratuito coa compra dos produtos<sup>15</sup> un calendario publici-

<sup>5</sup> Publicouse ANT (1916-1936) integramente en galego, a partir dun momento en que se estableceu un compromiso co idioma, ao que se lle atribuíu o papel de idioma nacional, e ao que lle pretendían polo tanto ampliar os seus usos, tal como foron definindo en ANT xa antes dos anos 20 (Monteagudo Romero, 1999: 477-480). Ese compromiso co idioma, baixo o impulso de persoas preocupadas pola defensa da lingua, que ía máis alá do seu uso no ámbito literario, levou aparelado a creación dun órgano de difusión do rexionalismo que vía no emprego da lingua en elemento reivindicativo central do «novo rexionalismo» que os líderes das Irmandades proclamaban fronte ao anterior que, como se pode comprobar en *A Nosa Terra*, 1907-8, empregaba só o castelán. De feito, nunha cala realizada nesta primeira edición da revista comprobamos como non había ningunha empresa publicitada en galego, mesmo o anuncio correspondente á Librería de Carré Aldao, que aparece en case tódolos números, estaba en castelán.

<sup>6</sup> Os primeiros anuncios aparecen no número 27, do 10 de agosto de 1917.

<sup>7</sup> Só ás veces nos anuncios en galego, como a louza da fábrica inglesa *Royal Doulton Potteries* manteñen o eslogan en castelán: «Loza inglesa para cuartos de baño» (Vese por exemplo no número 201 do 1 de xuño de 1924.)

<sup>8</sup> A publicidade da revista non só era comercial, contiña tamén cultura, por exemplo o anuncio dun novo libro de Cabanillas aparece no medio das mencionadas firmas comerciais.

<sup>9</sup> Partimos da simple observación da revista, pois non obtivemos datos sobre cal era a política que se seguía á hora de contratar a publicidade.

<sup>10</sup> A traducción era un práctica que se exercía mesmo co nome dalgúns produtos, por exemplo *O anís do Mono*, mentres outros se mantiñan na lingua orixinaria *Aceite del Serrallo*.

<sup>11</sup> Pódese ver por exemplo, no núm. 184 de maio de 1923 (páx. 7). Este tipo de eslogans que inciden na ligazón co país son frecuentes na seguinte etapa de ANT, a partir do ano 1977, por exemplo Iogures Rueda: «O noso yogur»; Caixa Rural Provincial de Pontevedra: «O diñeiro do campo pro campo»; Mutua de accidentes de traballo: «A millor garantía pra as empresas galegas»...

<sup>12</sup> Almacenistas e representantes de toda clase de produtos, fábricas varias, librerías, farmacias...

<sup>13</sup> Nesta etapa da ditadura xa o formato da revista é diferente e o contido principalmente literario. Suspendese toda a publicidade, exceptuando unha do papel de fumar Smoking que está en castelán: «El inmejorable papel de fumar».

<sup>14</sup> Fíxoo para despistar o réxime dos seus verdadeiros obxectivos (a recuperación e promoción da literatura e da cultura galega en lingua galega).

<sup>15</sup> Distribuíuse gratuitamente ata a súa 38 edición no ano 1990, momento a partir do que sae á venda.

tario, o *Almanaque Agrícola ZZ*, escrito integramente en galego, que recollía desde refráns a recomendacións de cultivos ou o ciclo das lúas<sup>16</sup> e destinado obviamente para as xentes do rural, galegófonas.

Para aproximarnos á situación do galego na empresa e na publicidade nesa época botamos man da revista *Chan*, nacida a finais dos anos 60 en Madrid<sup>17</sup>. Destaca un artigo aparecido no número 5: «Lingoa publicitaria do meu pobo», onde os editores, que asinaban unha sección non fixa da segunda páxina (escrita na nosa lingua baixo o título «Pensando en gallego»), reflexionaban sobre a lingua publicitaria a propósito dunha petición que lles fai unha firma comercial catalana sobre a posibilidade de inserir na revista anuncios en galego:

¿qué lles fai pensar ós comerciantes catalás na comenencia do uso do idioma galego como vincallo publicitario? Habería que pensar hasta qué punto non estamos diante dun caso máis no que son os de fora quenes veñen abrínos os ollos, incluso no tarreo reducido e concreto da publicidá. Endahí que non está de máis que estudiemos o caso.

Cando estabamos pensando que isto derivaría nunha resposta afirmativa á firma catalana, xorden as dúbidas a propósito dos estereotipos do galegofalantes:

Por outra banda, plantéxasenos, ó carón deste asunto, o problema do idioma dun xeito novo. Un idioma que coma o galego non rematou de facerse non é endaxamáis alleo a calquera manifestación programada da nosa fala como medio de atinguir mercados pra tal ou cal produto manufacturado. ¿Quer esto decir que está o pobo galego —os labregos i os mariñeiros, que son fundamentalmente tal pobo— dentro da sociedade de consumo?

As respostas ás preguntas quedan sen dar e o problema sen resolver aínda que reclaman unha solución para a lingua:

O problema da lingoa está en Galicia, quéirase ou non, sin resolver. I está —agora máis que nunca— eisixindo novos plantexamentos, estudos serios e comprometidos. Darlle largas sería, indudáblemente, facerlle a Galicia un fraco favor que tería no porvir consecuencias non moi doadas de prever e que no presente xa coñecemos todos.

De calquera xeito, non se editou ningunha publicidade en galego na revista nin nese número nin nos seguintes ata que se anuncia en 1970 Sargadelos<sup>18</sup>, e xa no derradeiro número da revista (38)<sup>19</sup>, pódese ler en galego a publicidade da Taberna Casa Darío<sup>20</sup> en Barcelona. O resto da publicidade estaba en castelán<sup>21</sup>, mesmo os de *Zeltia* ou o *Banco Pastor*, empresa esta última que saca o anuncio co mesmo formato e contido do que se publica en *ANT* en galego. Vense só na nosa lingua algúns nomes de firmas situadas en Madrid e pertencentes ao sector da restauración, como *A Casa da Troya* ou o *Restaurante O Pazo*<sup>22</sup>, o que lles suporía un sinal de identidade en terras castelás. Por terras galegas unicamente atopamos co nome en galego a fábrica de paraugas *Caravel*.

Aínda que breve, esta análise permite deducir o estado da lingua na empresa, cando o mencionado artigo de opinión é a única reflexión que atopamos sobre o galego nunha revista que manifesta un compromiso co país e coa súa economía en artigos da sección *Páxinas económicas*, con títulos ben eloquentes: «Ante la década económica de los 70. No pasan los años por Galicia (lo cual no es, en este caso, un piroppo)»<sup>23</sup> ou «Exigencias de una adecuada comercialización agraria»<sup>24</sup>, igual cós que apare-

<sup>16</sup> Está organizado por meses como calendario que é, para cada un preséntanse refráns relacionados dalgún xeito coa vida do campo. Aparecen nel artigos da casa *Zeltia* —sulfatos, funxicidas, etc— anunciados en galego, explícanse os tipos de enfermidades que lles atacan ás árbores froiteiras ou principais cultivos do moso país (patacas, tomates...) e indícase o tratamento a seguir. O galego usado está baseado na fala oral, interdialectal, sen respectar a normativa oficial, nin sequera nos número dos anos noventa.

<sup>17</sup> Por iniciativa de Borobó e baixo a súa dirección viron a luz 38 números desta revista subtitulada «La revista de los gallegos», entre febreiro de 1969 e agosto de 1971. Comezou cunha periodicidade quincenal que se converteu en mensual a partir do número 28 (maio de 1970).

<sup>18</sup> Sargadelos, que comeza a súa actual etapa en 1970 (inauguración da planta circular), anúnciase desde abril a outubro dese ano, nos números 25, 27, 29, 33, 34.

<sup>19</sup> Corresponde a xullo e agosto de 1970.

<sup>20</sup> A taberna Casa Darío publicítase como «A casa galega máis enxebre de Barcelona» e no anuncio dá conta das recomendacións do dono na nosa lingua (Darío recoméndalles: Lacón con grelos, mariscos das nosas rías, platos rexionaes, cociña permanente).

<sup>21</sup> Aparecen en lugares destacados en moitos números da revista: Balenario Hotel «Acuña» de Caldas; Celulosas de Pontevedra (do grupo Empresa Nacional de Celulosa, S.A.), Metalurgia Rias Bajas, S.A. de Pontevedra; e tres de Marín (Cofrima; Ceferino Nogueira Rodríguez e Raymundo Vázquez, Empresa constructora, S.A.).

<sup>22</sup> Dubidamos que traducisen na revista o nome destes restaurantes.

<sup>23</sup> núm. 21, 2ª. quincena de xaneiro de 1970, páx. 11.

<sup>24</sup> num. 26, 1ª. quincena de abril de 1970, páx. 14.

cen baixo o epígrafe *Parlamento de la economía gallega*: «Divisiones regionales: caos casi perfecto»<sup>25</sup>, «La redención socioeconómica de Galicia sigue siendo una esperanza»<sup>26</sup>; do mesmo xeito que se manifesta nalgúns editoriais como por exemplo: «El ahorro gallego debe invertirse en el país»<sup>27</sup> todos escritos en castelán, destinando o galego a aqueles referidos á literatura ou á cultura.

## 2. DESDE O ESTATUTO DE AUTONOMÍA(EA) A HOXE

A consecución dun status legal para o galego, a partir da aprobación —no ano 1981— do EA, modificou substancialmente a situación da lingua vernácula e isto acabou afectándolle á empresa, aínda que só fose a xeito de pingueiras que lle chegaban do tímido proceso de normalización impulsado por este feito e pola aprobación da Lei de Normalización Lingüística (LNL) en 1983. A lingua ábrese ao rexistro formal e gaña en prestixio, ao mesmo tempo que sofre unha perda importante de falantes, fenómeno parello ao da crecente urbanización e industrialización da sociedade. As representacións do galego tamén se ven modificadas, xa que esta lingua deixa de estar unicamente ligada ás capas baixas da poboación e mais, dado que a galeguización de clases altas se produciu case exclusivamente por aquelas directamente comprometidas desde o punto de vista ideolóxico, naceu un estigma novo para os galegofalantes.

Salvando ese aire de respecto cara ao galego que se comezou a respirar na sociedade, e polo tanto tamén no ámbito socioeconómico, pouco se pode reseñar antes da chegada das subvencións para a promoción da lingua galega nas empresas<sup>28</sup> que, desde o ano 1987, concede a Dirección Xeral de Política Lingüística da Xunta de Galicia, punto de partida, e desgrazadamente —ata este momento— tamén de

chegada, das actuacións da administración neste ámbito, que, segundo expresan no informe da Comisión Coordinadora para a Normalización Lingüística, naceron para «animar» ás empresas e asociacións empresariais a promover o uso do idioma (CCNL, 1998:31), xa que o recoñecen como fundamental:

O mundo empresarial resulta fundamental como colaborador na recuperación do uso da concienciación idiomática polo efecto multiplicador que ten calquera actividade que desenvolvan na sociedade» (CCNL, 1993: 14).

Pese a estas afirmacións, as medidas adoptadas durante o período que estamos estudando (1981-1999) reducíronse basicamente ás devanditas axudas, posto que as outras actividades citadas nos informes da administración (CCNL, 1998: 31): a constitución de servizos permanentes de promoción e dinamización lingüística; a elaboración e distribución de materiais de apoio ao proceso de galeguización para as empresas e as iniciativas lexislativas, podémolas resumir moi brevemente.

A única iniciativa lexislativa redúcese á aprobación dun tímido decreto sobre a utilización do idioma galego na etiquetaxe e publicidade dos produtos que se comercializan en Galicia (Decreto 101/85 do 23 de maio de 1985) que fai referencia á posibilidade do emprego do galego (só ou ao mesmo nivel có castelán) na etiquetaxe dos envases ou rotulación das embalaxes dos produtos que se comercializan no ámbito territorial da comunidade autónoma<sup>29</sup>.

No tocante á distribución de materiais de apoio, todo o que coñecemos son escasos vocabularios, na maioría dos casos bilingües, dirixidos a dous sectores unicamente: un para o comercio: *Vocabulario comercial básico* (1988), e tres para o sector que no CNAE<sup>30</sup> se denomina «Finanzas, seguros e bens raíces»: *Glosario de termos bancarios* (1989);

<sup>25</sup> núm. 27, 1.<sup>a</sup> quincena de maio de 1970, páx. 37.

<sup>26</sup> núm. 33, setembro de 1970, páxs. 25, 26.

<sup>27</sup> núm. 3, 2.<sup>a</sup> quincena de marzo de 1969.

<sup>28</sup> Ultimamente nas convocatorias lese a seguinte redacción: «subvención a empresas privadas para fomentalo uso social da lingua galega a partir do seu emprego no ámbito económico e mercantil».

<sup>29</sup> O artigo 3º e derradeiro do devandito Decreto, deixa en mans da Consellería de Sanidade e Consumo establecer subvencións ou premios para aquelas empresas que comercialicen dentro da nosa comunidade os seus produtos en galego, que usen a nosa lingua, tanto no etiquetado como na rotulación e na publicidade. Non existe coñecemento de que esta Consellería se encargase de cumprir con este punto. A escasa promoción e difusión da mesma vese nun estudo con enquisas realizado en 163 empresas (Formoso, 2001), das que só un 5,5% afirma ter coñecemento da lexislación ao respecto da etiquetaxe. O único premio coñecido dirixido ás empresas desde a administración, neste caso local, é o Premio Manuel Beiras polo que, sen dotación económica, o Concello de Santiago xunto coa Cámara de Comercio, vén distinguindo desde o ano 2001 o labor de industrias e comercios do concello por realizaren un uso continuado do idioma galego.

<sup>30</sup> Clasificación Nacional de Actividades Económicas.

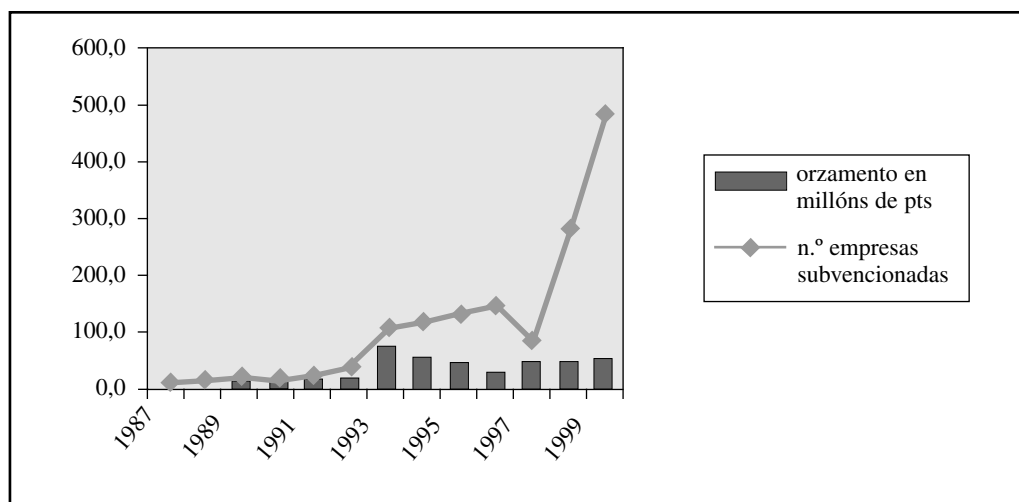
*Diccionario galego da banca* (1993); *Diccionario do seguro en lingua galega*<sup>31</sup> (1998). Editáronse outros vocabularios dedicados á electricidade, música, deporte, ao medio físico, flora, organismos acuáticos, ou mesmo unha *Guía do consumidor de peixe fresco*, que aínda que acheguen vocabulario que pode ser útil para determinados sectores, non foron realizados para destinar ás empresas<sup>32</sup>. Só se editou un manual de *Documentos básicos para a documentación comercial* (Sánchez Puga, 1995) cunha recompilación dos textos escritos máis usados na comunicación comercial.

A única campaña pensada desde a administración e dirixida especificamente a un sector empresarial, a banca, foi a que tiña por lema *Os cartos non teñen idioma. Ti si. Non déixelo galego fóra* organizada no 1989 en colaboración coa Mesa pola Normalización Lingüística e cos sindicatos que compoñían a Plataforma de Normalización Lingüística. Aínda que tal e como o describiu Sánchez Puga (1995: 134; 2000:3) era un proxecto ambicioso (organización de cursos, elaboración de léxicos, galeguización de formularios, tradución de convenios colectivos, mellora de actitudes e potenciamento do seu uso) as actividades reducíronse á edición dun par de vocabularios (citados xa arriba), a impartición duns cursos de galego no ano 1990 nas sedes de Caixa Galicia de

Ferrol, A Coruña e Santiago, e á tradución dalgúns convenios colectivos<sup>33</sup>. Xa a finais da década dos noventa, realizáronse para diferentes entidades, e desde o Servizo de Terminoloxía Científico-Técnica de Galicia (TERMIGAL) —dependente da DXPL— traducións de documentos tipo, como contratos de hipotecas.

Os orzamentos asignados para estes efectos foron medrando progresivamente desde os 15,5 millóns de pts. de 1987, dando un salto cuantitativo importantísimo en 1993 ao asignárense 150 millóns de pesetas, fronte aos 35 do ano anterior e ás cantidades dos anos seguintes que foron decrecendo ata 1996, para volver incrementarse algo nos 3 últimos anos da década. Para valorar na xusta medida esta escala débese ter en conta que ata 1993 subvencionábase na mesma orde as empresas privadas e as asociacións empresariais, pero estas últimas a partir de 1994 incluíronse na partida de asociacións e institucións sen fins de lucro.

Pola súa banda o número de subvencións sufriu un incremento moi moderado nun principio (desde as 11 subvencionadas en 1987 ás 67 de 1992), sendo máis perceptíbel o aumento desde 1993 ata a caída do ano 1997, que remontaría de golpe ao ano seguinte, conseguindo case duplicalo en 1999. A desproporción entre as partidas orzamentarias e o número de subvencións concedidas apréciase no gráfico 1:



**Gráfico 1:** Orzamento e número de empresas subvencionadas desde a DXPL<sup>34</sup>.

<sup>31</sup> Editado este último en colaboración coa empresa Winterthur.

<sup>32</sup> Téñense tamén lanzado láminas con debuxos e nomes de peixes e aves, pero sen formar parte de ningunha campaña planificada con obxectivos marcados e que implicase a ningún sector social relacionado, e menos ao económico.

<sup>33</sup> A tradución dos textos foi feita os primeiros anos na propia DXPL e desde 2000 no Servizo de Normalización da CIG, coa supervisión do coordinador do proxecto: Xosé Sánchez Puga.

<sup>34</sup> Elaboración cos datos da páxina web da DXPL, visitada en novembro de 2002, onde non aparecía o número de empresas subvencionadas no ano 1999. Esta páxina en febreiro de 2004 non ten ningunha información deste tipo.

Tras estudar os detalles das convocatorias e das ordes de resolución das mesmas do período 1993-1999<sup>35</sup> para tentar explicar os feitos que máis nos destacaron (que en 1996 descendese considerabelmente o diñeiro pero aumentasen as axudas, que ao ano seguinte se produciuse o efecto contrario e logo o paso de 164 proxectos concedidos en 1997 a 554 en 1998 e a 960 en 1999), atópanse varios indicadores.

Por un lado, ata o ano 1997, salvo contadas ocasións, incentivábase con cada axuda a unha empresa (que podía ter presentado varios proxectos: rotulación, publicidade...), sen especificar que cantidade se asignaba a cada concepto dos solicitados<sup>36</sup>. En 1998 aparece na listaxe de concesión varias subvencións para a mesma empresa, o que provoca ese aumento de subvencións (que non tanto de empresas subvencionadas

que logo, a partir de 1999, está xa xustificado porque na propia convocatoria das axudas se require unha solicitude por actividade programada, ata un máximo de tres. De tódolos xeitos, aínda que as empresas beneficiarias non foran tantas, si aumentaron, feito este que non ten correlación coa asignación orzamentaria, o que deriva na lóxica diminución da contía a percibir, que foi decrecendo conforme foron pasando os anos. No ano do que menos diñeiro se dispuxo neste período (1996), o número de empresas beneficiarias aumentou, pero máis da metade (56%) recibiu cincuenta mil pesetas (cantidade que a comisión encargada da súa concesión estableceu como mínima).

Por outro lado, centrándonos xa máis nas contías distribuídas vese que as máis elevadas déronse con anterioridade a 1998:

**Táboa 1**

*Empresas privadas subvencionadas coa maior contía no período (1993-1999)*

<i>Empresa</i>	<i>Ano</i>	<i>Contía</i> <sup>37</sup>	<i>Actuacións</i>
<i>Sistemas de Seguridade A-I, S.L.</i>	1993	4.000.000	Catálogos, document., rotul. coches.
<i>Grupo Gaper II, S.A</i>	1993	4.000.000	Etiquetas e documentación <sup>38</sup> .
<i>Europa Press Delegaciones</i>	1996	4.000.000	Transmisión diaria noticias galego.
<i>Item Aga, S.A.</i>	1997	4.000.000	«Vieiros» <sup>39</sup> .
<i>Editorial Compostela, S.A.</i>	1997	8.000.000	Documentación, servizos ao público, gabinete de normalización lingüca.

As anteriores cifras contrastan coa cantidade máxima que se concedeu en 1998 (1.500.000 ptas.<sup>40</sup>) e, aínda tendo en conta que algunhas entidades recibían axuda para dúas ou tres actividades<sup>41</sup>, ningunha pasou dos catro millóns de pesetas, mentres que en 1997 outorgouse a cantidade máis alta (entregada por xunto) de toda a historia das axudas da DXPL. Así o proxecto da *Editorial*

*Compostela* en 1997 debeu ser avaliado pola comisión como de carácter excepcional xa que superou a cantidade máxima marcada na convocatoria dese ano, que eran catro millóns de pesetas<sup>42</sup>. Aínda así non foi a maior cantidade recibida por unha empresa no período, posto que no mesmo ano a *Axencia Galega de Noticias* recibe un total de 10.900.000 ptas. repartidas en dúas subven-

<sup>35</sup> Ímonos centrar no período 1993-1999 que é do que posuímos máis datos, posto que da etapa anterior pouco máis se coñece cás cifras expostas no gráfico.

<sup>36</sup> Isto podía provocar, e de feito provocou, que un proxecto moi ambicioso fose dotado cunha cantidade importante e que logo se xustificase tal asignación só coa realización dunha parte da programación prevista.

<sup>37</sup> Cantidades que rondan ou superan os catro millóns de pesetas entre os anos 1993 e 1998 tamén as tiveron algunhas das asociacións empresariais.

<sup>38</sup> Etiquetas, envases, papel, catálogo e documentación.

<sup>39</sup> *Vieiros* foi o primeiro «barrio galego» en Internet e o primeiro xornal dixital realizado en Galicia na nosa lingua. A asignación monetaria non era só para este concepto senón tamén para o SNL.

<sup>40</sup> As empresas que se beneficiaron desa cantidade nese ano foron: *Hipercor, S.A.*; *Hijos de Ignacio Tabares, S.L.* (agora «Vegon»); *Vego Supermercados, S.A.* para actividades publicitarias e *El Progreso de Lugo, S.L.* para o suplemento «Escola».

<sup>41</sup> Ás veces repetíase o concepto. É o caso, entre outros, de Acquisición (O Grove) que recibe dúas axudas de 350.000 ptas cada unha en 1998 para o mesmo obxecto (publicidade).

<sup>42</sup> DOG do 8/1/97.

cións de 3.600.000 pts. cada unha e unha de 3.700.000 ptas., todas tres co mesmo concepto: «Persoal e transmisión de información»<sup>43</sup>.

Da mesma maneira, a menor contía recibida por unha empresa nun ano foron 10.000 ptas. que se lle outorgaron a dez firmas en 1999. De tódolos xeitos a axuda máis baixa foi de cinco mil pesetas, posto que a firma que recibiu esta cantidade obtivo no mesmo ano (1998) outras dúas axudas, que sumadas superaban aquela cantidade.

A axuda recibida pola *Editorial Compostela*, subvencionaba un servizo de normalización lingüística, que xa viña sendo incentivado desde 1993 xunto con outras actividades<sup>44</sup>, pero non derivou, igual ca noutros casos coma o de Feiraco<sup>45</sup>, na galeguización da empresa; aínda que se manteña a edición na nosa lingua de *O Correo Galego*<sup>46</sup>. Fronte a estas axudas están cantidades irrisorias para poder poñer en práctica un servizo, como as 50.000 ptas. que lle concederon a un centro de ensino de Lugo (*Jumer*)<sup>47</sup> e a unha empresa de servizos de Allariz no ano 1996. Descoñecemos, aínda que dubidamos, se realizaron a actividade partindo desa axuda, así que imos considerar como as cantidades máis baixas coas que subvencionaron servizos as 350.000 ptas que recibiu *U.P. Informática, SL* en 1994 (co que contrataron durante dous meses a unha persoa a

xornada completa) ou mesmo as concedidas durante 5 anos á rianxeira *ARQO Arquitectura e Urbanismo, SL* (que foron descendendo de 600.000 en 1994 ata 120.000 en 1999<sup>48</sup>) cando é unha empresa onde o servizo de normalización funciona de xeito continuado, pois forma parte do organigrama da empresa, e que ten o galego como lingua vehicular na Comunidade Autónoma<sup>49</sup>. Noutras empresas, ás que se lle podería supoñer maior compromiso co galego por formaren parte da Fundación Galicia Empresa, nin se asentaron os servizos nin se galeguizaron as empresas, penso nos casos de *COVSA*<sup>50</sup> e *José Malvar Construcciones, S A*<sup>51</sup>.

As subvencións para SNL publícanse xunto coas ofrecidas para outros conceptos, polo que como logo non houbo seguimento, en moi poucos casos conseguimos sen saber se o servizo funcionou nalgún momento e, en caso de facelo, tam pouco estiveron controladas as súas funcións.

Outra das axudas importantes que aparecen na Táboa 1 foi a recibida por *Item-Aga* para a creación de **Vieiros**, que responde ao impulso que desde a CCNL lles quixeron dar ao galego nas novas tecnoloxías<sup>52</sup>. Así tamén se impulsou a realización de **galego.org** polo *Centro de Estudios Lingua Empresa* quen, como entidade sen fins de lucro, recibira a primeira subvención de 7.465.920 ptas.

<sup>43</sup> DOG do 20/6/97

<sup>44</sup> Unha das contías máis importante dentro desta liña de axudas foi a recibida no ano 1997 pola editorial Compostela: oito millóns de pesetas por un servizo de normalización lingüística (xunto con outros conceptos como documentación e servizos ao público) para o que xa recibira nos anos anteriores cantidades importantes: en 1993 e 1996 embolsou 3.230.634 ptas. e 2.139.000 ptas. respectivamente polo servizo máis outros conceptos: material no primeiro caso e documentación no segundo. Nos outros tres anos dos que temos noticia só se lle subvencionou o SNL: en 1998: 1.000.000; en 1995: 2.000.000; en 1994: 1.450.000 ptas.

<sup>45</sup> Feiraco, Sociedade Cooperativa Limitada foi outra das empresas que máis anos recibiu axudas para un servizo lingüístico: 2.000.000 ptas. en 1995, 3.000.000 ptas en 1997, 612.000 ptas en 1998 e 970.000 en 1999. Aínda que nós só conseguimos constatar como actividades normalizadoras levadas a cabo alí a impartición dalgún curso de galego e a edición da revista, nun cuestionario que se lle pasou á empresa desde a sección de lingua do CCG aseguraron que o devandito servizo levaba funcionando ininterrompidamente desde 1993 e que, ademais da impartición de cursos de lingua galega e da edición neste idioma dunha revista bimensual, tiña como funcións a tradución, asesoramento, campañas de dinamización lingüística e elaboración dun plan de normalización lingüística, así como a normalización da documentación interna e a publicación de dous libros conmemorativos dos 25 anos.

<sup>46</sup> *Agora Galicia Dixital* (desde os últimos meses do ano 2003).

<sup>47</sup> Na documentación do CCG recóllese que na acta da aprobación das axudas se especifica que esta subvención é para unha prórroga de 10 meses do servizo para o que lle concederan 450.000 ptas. o ano anterior.

<sup>48</sup> Pasando polas 300.000 en 1995, 225.000 en 1997 e 400.000 en 1998.

<sup>49</sup> Datos extraídos das entrevistas que forman parte do material incluído no proxecto Informe de Política Lingüística e Normalización de Sección de Lingua do Consello da Cultura Galega (CCG).

<sup>50</sup> Construcciones, Obras y Viales, S.A. (COVSA) nos anos 1993 e 1994 recibiu axudas de 2.000.000 e 1.450.000 pts. respectivamente para un servizo de normalización que funcionou durante oito meses de 1993 e catro de 1994, nos que unha persoa durante 7 horas á semana realizou fundamentalmente labores de tradución, tal e como se recolle nunha entrevista realizada polo CCG.

<sup>51</sup> Non existen datos na base do CCG sobre a axuda recibida por esta empresa (que nos últimos tempos foi adquirida por *Obrascón Huarte Lain*), pero sabemos que existiu un servizo durante o ano 1994 no que unha persoa, coa que contactamos daquela, galeguizou toda a documentación interna e externa e levou adiante un ciclo de conferencias para os traballadores da empresa a finais dese mesmo ano 1994, do que se dera conta na prensa.

<sup>52</sup> No informe da CCNL do ano 1998 (CCNL, 1998) expóñense as necesidades no eido das novas tecnoloxías: «A creación dun espazo comunicacional galego e en galego na Internet foi e é unha das tarefas máis importantes realizadas pola DXPL» referíndose ás subvencións.



no ano 1996 para a creación deste sitio web, cifra a compartir coa realización das III xornadas «Vender en galego»<sup>53</sup>.

Segundo correron as convocatorias foron variando as actividades subvencionadas, só especificadas a partir de 1990<sup>54</sup>, cando se citan tres modalidades concretas para as que se pode pedir axuda en orde de prioridade: impresos e documentación da empresa en primeiro lugar, logo rotulación interior e/ou exterior da empresa e por último campañas publicitarias nos medios. Aínda que seguen sendo basicamente as mesmas da orde de xaneiro de 2000 (onde se afinou un pouco máis a redacción, engadíndolle o adxectivo «permanente» aos epígrafes de documentación e rotulación aos que se lle sumou unha cuarta actuación referida á edición de suplementos didácticos en lingua galega), no período temporal intermedio houbo variacións na priorización das actividades, valorando de xeito preferente a constitución de servizos de normalización lingüística (convocatorias dos anos 1993, 1994 e 1995<sup>55</sup>), especificando nas dúas primeiras as posibles funcións do mesmo: o asesoramento lingüístico da empresa, a formación do persoal e a promoción do uso do galego entre os membros da empresa<sup>56</sup>. No entanto, e de maneira xeral, as actividades máis subvencionadas en tódalas convocatorias foron a publicidade e a documentación.

Chegados a este punto temos que dicir que é bastante difícil a galeguización do sector empresarial, deixando neste momento fóra o tema da ausencia de presión social<sup>57</sup>, ante a tardanza da posta en práctica dun iniciado Plan Xeral de Normalización Lingüística (PXNL) por parte da administración. Así segue reducida a promoción da lingua nas empresas a un programa de axudas que incentiva proxectos previamente elaborados por estas, cando a maioría do noso tecido empresarial está composto —como xa se indicou— de

firmas moi pequenas, en moitos casos cun cadro de persoal que non sobrepasa os dous traballadores. É difícil que este tipo de empresas, que adoitan depender a nivel administrativo de xestorías e asesorías, elaboren proxectos de normalización e que pidan as axudas, eso no caso de coñecérenas. Cun tecido empresarial das características do noso, o labor normalizador debería tamén dirixirse a través das asociacións empresariais locais e sectoriais e confederacións provinciais, e que ata agora seguiron unha liña moi similar á das empresas, solicitando as axudas que a administración concede ás entidades sen fins de lucro para desenvolver actividades puntuais, e para fundar algún servizo de normalización lingüística que presentou a mesma esporadicidade e descoordinación vista nos que funcionaron en empresas<sup>58</sup>.

Por outro lado atopamos nos últimos anos o emprego do galego en usos escritos de cara ao exterior por parte de empresas grandes, con ou sen subvención, nas que —desde o noso punto de vista— se poderían diferenciar dous grupos. O primeiro, formado por firmas estatais, coma *Telefónica*, *Hipercor* ou *Alcampo*, que introducirón o galego na comunicación cos clientes dun xeito que chamaremos «ritual», pero que en ningún caso se trata dunha aposta seria pola implantación do galego como primeira lingua da empresa, pois obrigan a solicitar o uso do mesmo no primeiro caso e a conformarse con rótulos ou certa publicidade nos outros dous. O segundo dos grupos estaría formado por empresas galegas (*R*, *Supermercados O Mellor*, *Electrodomésticos San Luís*, *Gas Galicia*<sup>59</sup> citamos as máis coñecidas e deixamos fóra conscientemente o caso excepcional de *Sargadelos*) que, ben ao naceren (as dúas primeiras), ben máis recentemente (as dúas últimas), apostaron polo galego como primeira, pero non única, lingua de comunicación cos clientes.

<sup>53</sup> En 1997 recibiu 2.000.000 ptas. e en 1998, 825.000 ptas., para o seu mantemento.

<sup>54</sup> Orde do 20 de abril de 1990, que aínda incluía a entidades e empresas privadas, onde se di que se concederán axudas ata esgota-la partida presupostaria.

<sup>55</sup> Non foi posíbel conseguí-la convocatoria correspondente aos anos 1991 e 1992. As ordes dos anos 1993 a 1995 están, por orde temporal nos seguintes DOG: DOG núm. 41, de 2 de marzo de 1993, DOG núm. 51, de 15 de marzo de 1994 e DOG núm. 32, de 15 de febreiro de 1995.

<sup>56</sup> O ano 1996 é o único no que se valora non ter tido axuda económica anteriormente, e non se especifican conceptos.

<sup>57</sup> Queda pendente afondar na falta de demanda da propia sociedade sobre as empresas, que provoca paradoxos coma por exemplo o caso de firmas galegas do sector téxtil, que empregan só o castelán en Galicia volvéndose, cando menos, bilingües en Cataluña. A ausencia de demanda do galego, é dicir de presión por falta da sociedade, é unha das causas que achacan moitas empresas para non galeguizarse; pero ao final cáese no círculo vicioso dunha sociedade que non demanda o uso dunha lingua da que ten representacións negativas, que non melloran se non percibe que «sexa útil» en ámbitos como o económico.

<sup>58</sup> Funcionaron nos anos noventa algúns servizos, mencionamos dous que se mantiveron certo tempo: o a Asociación de empresarios do Barbanza e o da Confederación de Empresarios de Galicia. A descrición deste último pode verse en Formoso Gosende, 2000.

<sup>59</sup> Gas Galicia é unha empresa galega que forma parte dun grupo estatal.

R, operador global de servizos de telecomunicacións por cabo de Galicia, con sede nunha cidade desgaleguizada como é A Coruña e cunha rede inicial de clientela unicamente urbana<sup>60</sup>, deuse a coñecer en galego, idioma que ademais emprega para os materiais corporativos e publicidade, servíndolle a lingua de marca identificativa de empresa galega que é. A cadea de *Supermercados O Mellor* naceu funcionando en galego dado o compromiso do seu fundador coa lingua, pero nestes momentos moitos dos asociados manteñen o galego escrito só nos rótulos comúns e na publicidade elaborada na sede da cooperativa<sup>61</sup>, manifestándose indiferentes ante o tema do idioma, o que leva a que empreguen en paralelo o castelán, por exemplo na impresión das bolsas. Pola súa banda, *Gas Galicia, sdg* comezou a empregar o galego como primeira lingua de comunicación cos clientes<sup>62</sup>, segundo unha das directivas<sup>63</sup>, apoiándose na idea de modernidade que se lle daba desta maneira á empresa: «se te comunicas en galego dá a impresión de que es unha empresa un pouco máis moderna». Ademais recoñeceu que tamén lles axudou o referente do emprego do catalán na empresa instalada en Cataluña pertencente ao mesmo grupo *Gas Natural*. Resulta bastante elocuente o comentario ao respecto da reacción daqueles: «que nós pedíramos que se empezara a utilizar o galego pareceulles do máis normal, de feito dixéronnos cómo non o pensáramos antes».

Aínda que polas lóxicas limitacións espaciais dun traballo deste tipo non poidamos pararnos nunha análise polo miúdo, si que queremos rematar este repaso da introdución da lingua na empresa mencionando o importante labor dinamizador de grupos comprometidos coa lingua (desde o desaparecido e xa citado arriba *Centro de Estudos Lingua Empresa*,

ata *A Mesa pola Normalización Lingüística* con iniciativas coma a da campaña de «Rebaixas», pasando pola *Asociación de Funcionarios pola Normalización Lingüística* que foi a impulsora das primeiras cláusulas de dereitos lingüísticos nos convenios colectivos e da *Fundación Galicia Empresa*, entidade que, quizais, sexa un dos referentes da galeguización de empresas nos anos noventa<sup>64</sup>.

\*\*\*

Nestas últimas liñas, e xa a modo de conclusión, queremos repasar o camiño percorrido polas empresas galegas no eido na normalización lingüística, ao tempo que tentamos enxergar como se presenta o que queda por diante. Tendo sempre presente que o obxectivo de todo empresario é obter beneficios, se exceptuamos o caso dalgún moi comprometido coa lingua ou dalgún outro posicionado en contra do galego, a maioría móstrase indiferente ante o uso dun idioma ou outro na empresa<sup>65</sup>, pero móvese na inercia dun sistema que emprega o castelán nos usos cultos<sup>66</sup>. Por outra banda non se deben esquecer as representacións negativas que pesan sobre o galego en todo o conxunto da sociedade, que apreciou un aumento do prestixio do idioma desde a súa oficialidade, pero non percibiu unha aposta clara nin unha implicación sería por parte da administración. Esta limitou as súas actuacións no ámbito empresarial, case unicamente, á subvención de actividades puntuais planificadas e desenvoltas polas propias empresas. Isto ten que analizarse no marco do tecido empresarial galego, composto por unha inmensa maioría de entidades moi pequenas, que non contan con persoal, formación, medios e tampouco motivación para galeguizárense.

<sup>60</sup> R comezou a prestar, sobre a súa propia rede, servizos integrados de teléfono, internet e televisión en A Coruña, Santiago e Vigo, estendéndose ás demais cidades de Galicia, e pouco a pouco vai chegando a poboacións menores.

<sup>61</sup> O galego é a lingua básica da comunicación cos clientes dada a súa implantación en zonas galegófonas.

<sup>62</sup> O emprego do galego na empresa redúcese ao trato cos clientes posto que o traballo a nivel interno e as relacións interprofesionais dentro da oficina desenvólvense exclusivamente en castelán.

<sup>63</sup> Citas extraídas dunha entrevista coa xefa de administración de *Gas Galicia* en novembro de 2002.

<sup>64</sup> Quizais un dos máximos expoñentes (en canto a difusión) da galeguización das empresas desta fundación sexa *Castromil*, firma galega (hoxe absorbida por Monbus) destacada no transporte por estrada en Galicia. Outras empresas asociadas (Adegas das Eiras, San Luís) empregan o galego de xeito bastante destacado pero en moitas delas a súa galeguización quedou reducida a actividades máis ou menos puntuais, sen chegaren a converterse en referentes serios para a normalización do ámbito empresarial.

<sup>65</sup> Os resultados de estudos sobre este tema (MSG, 1996; Formoso, 2001) mostran que a maioría da clase empresarial galega é indiferente ante o tema do idioma.

<sup>66</sup> Que a empresa comezara a funcionar en castelán consolidou unha forma de actuación sobre a que hai que actuar para modificar os usos existentes. Formularios, papelería, modelos de cartas, non se cambia dun día para outro. Pero sobre todo está a formación na lingua propia da que a maioría dos empresarios carecen. Recordemos que a competencia no galego escrito é moi baixo no conxunto da poboación de máis de 45 anos (Vid. MSG, 1995 Os resultados de estudos sobre este tema (MSG, 1996; Formoso, 2001) mostran que a maioría da clase empresarial galega é indiferente ante o tema do idioma.

Así, a historia do galego no ámbito socioeconómico nas últimas décadas caracterízase pola súa aparición non sistemática nalgúns usos escritos (rotulación, papelería, publicidade...) dalgunhas firmas de diferentes sectores, pero fundamentalmente daquelas medianas ou máis grandes. Isto non quere dicir que sexan estas as máis galeguizadas (pois a presenza da lingua segue a pervivir nos usos orais das pequenas empresas, situadas sobre todo fóra das urbes); pero si as que —por coñeceren, solicitaren e poderen asumir proxectos da índole dos incentivados ata o momento pola administración— ofrecen unha imaxe que vai desde o simple interese na subvención que lle ven uns, ata

grandes pasos avanzados no camiño da normalización do galego que interpretan outros.

Ante a falta dunha planificación e dun proxecto claro para a introdución do noso idioma no ámbito empresarial (que debería estar vertebrado nun plan que configurase o esqueleto serio da galeguización de toda a sociedade), neste momento e desde o noso punto de vista, o camiño de cara á normalización da lingua neste sector está cuberto por unha borraqueira que só deixa albiscar, cando menos no futuro máis próximo, actuacións coma as dos últimos anos: desartelladas, puntuais e dependentes dunha axuda económica escasa.

### 3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARREIRO FERNÁNDEZ, X. R. (2001): «O atraso económico de Galicia. Un feito do pasado» en Novo (2001): *Fundación Galicia Empresa, unha filosofía*. Fundación Galicia Empresa: [s.l.], pp. 39-65.
- BEIRAS TORRADO, X. M. (1997): *O atraso económico da Galiza*. Laiovento: Santiago de Compostela (4ª ed., 1ª ed. 1972).
- CARMONA BADÍA, X. (2001): «Galicia: minifundio persistente e industrialización limitada», en *Historia económica regional de España, siglos XIX y XX*. Crítica: Barcelona, pp. 13-45.
- CCNL (1993): Vid. Comisión coordinadora para a normalización lingüística (1993).
- (1998): Vid. Comisión coordinadora para a normalización lingüística (1998).
- Comisión Coordinadora para a Normalización Lingüística (1993): *Unha lingua milenaria tras 10 anos de normalización*. Xunta de Galicia: Santiago de Compostela.
- Comisión Coordinadora para a Normalización Lingüística (1998): *Unha lingua milenaria tras 15 anos de normalización*. Xunta de Galicia: Santiago de Compostela.
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, M. (1978): «Bilingüismo y diglosia», *Verba*. n.º 5, pp. 377-391.
- FORMOSO GOSENDE, V. [2000]: «Memoria do servizo de normalización lingüística da Confederación de Empresarios de Galicia» en *Actas dos III Encontros de Normalización Lingüística* (outubro, 1999). Consello da Cultura Galega: Santiago de Compostela, pp. 67-102.
- GONZÁLEZ GONZÁLEZ, M. (1994b): «A lingua galega: situación actual e perspectivas» en Sánchez Puga, Xosé (1994): *Xornadas de formación en lingua galega para os equipos de normalización lingüística dos centros educativos*. Xunta de Galicia: Santiago de Compostela.
- MONTEAGUDO ROMERO, H. (1999): *Historia social da lingua galega*. Galaxia: Vigo.
- MSG (1995): Vid. Seminario de Sociolingüística da Real Academia Galega (1995).
- RECALDE FERNÁNDEZ, M. (2000): «Le parcours socioculturel du galicien du Moyen Âge au XX siècle», *Lengas*, n.º 47, pp. 11-39.
- ROJO, G. (1981): «Conductas y actitudes lingüísticas en Galicia» en *Revista española de lingüística*, n.º 11 (2), pp. 269-310.
- SÁNCHEZ PUGA, X. (1995): «Situación actual e perspectivas dos servizos de normalización lingüística nas entidades locais e empresas de Galicia», en Lorenzo Suárez, Anxo (ed.) (1997): *Dinamización e normalización lingüística*. Servizo de publicacións da Universidade de Vigo: Vigo, pp. 133-140.
- , X. (coord) [1995]: *Documentos para a comunicación comercial*. Dirección Xeral de Política Lingüística. Xunta de Galicia: Santiago de Compostela.
- , X. (coord) (2000): *XVIII Convenio colectivo da banca privada*. Dirección Xeral de Política Lingüística. Xunta de Galicia: Santiago de Compostela.
- Seminario de Sociolingüística da Real Academia Galega (1995): *Usos lingüísticos en Galicia: compendio do II volume do Mapa Sociolingüístico de Galicia*. Real Academia Galega: A Coruña.
- VILLARES, R. (1986): *A Historia*. Galaxia: Vigo.

## **AGRADECEMENTOS**

Quero mostrarlles o meu agradecemento a Francisco Fernández del Riego, a Xosé González (Pepe de Redondela) e a Daniel Romero, xa que a

información que me achegaron axudoume a enfiar esta investigación. Tamén á sección de lingua do Consello da Cultura Galega por facilitarme a consulta do material pertencente ao proxecto «Informe de Política Lingüística e Normalización».