

**CONCLUSIÓNS DOS
XXV ENCONTROS PARA A NORMALIZACIÓN
LINGÜÍSTICA: ECONOMÍA, LINGUA
E SUSTENTABILIDADE**





Santiago de Compostela, 17 de outubro de 2023

Celebramos a 25ª edición dos Encontros para a Normalización Lingüística no mesmo ano en que se cumpre o 40º aniversario da creación da entidade organizadora: o Consello da Cultura Galega. Este foro, dedicado á información e á reflexión sobre a situación do noso idioma, activouse entre os meses de xuño e outubro de 2023 para intercambiar experiencias e para consensuar propostas de futuro. Como espazo de construción colectiva, pasou por unha fase de interlocución cos axentes sociais (no mes de xuño), unha segunda de edición de vídeos coas diferentes respostas (en setembro), unha terceira de divulgación das ideas principais para desenvolver nos relatorios a través das redes sociais (primeira quincena de outubro) e un encontro presencial organizado en catro grandes mesas redondas de exposición e debate (celebrado o 17 dese mesmo mes).

A edición presente puxo o foco no ámbito socioeconómico. Partindo dunha sesión inicial en que se falou do marco legal e das actuacións dos diferentes poderes executivos, e na cal se fixo especial énfase nos dereitos dos/das usuarios/as e dos/das consumidores/as (identificación, grao de cumprimento e estratexias para os facer efectivos), as mesas redondas centráronse nas experiencias e iniciativas normalizadoras deseñadas por profesionais e entidades do ámbito público e privado. Tivemos ocasión de comprobar como unha actividade empresarial que valora a proximidade e a sustentabilidade atopa no uso do galego un elemento potenciador de seu. Algunhas das empresas representadas nos Encontros xa naceron coa lingua galega como sinal de identidade e constitúen **modelos que seguir**. Son unha proba real e visible de que é posible empregar o noso idioma, incluso de forma exclusiva, e ter éxito empresarial mesmo en mercados exteriores. Segundo os representantes do sector, este uso lingüístico innovador consegue dúas importantes metas: xera confianza e vertebra economicamente o territorio

Da descrición panorámica do uso do galego no tecido económico ocupouse o investigador Miguel Guisantes Alonso. Posteriormente, Xoán Antón Pérez Lema (avogado) e Sara Seco



Rial (en representación da Mesa pola Normalización Lingüística) fixeron a análise dos dereitos da comunidade consumidora, das dificultades xurídicas para exercelos e das experiencias de reclamacións destes.

A análise desde a perspectiva do acto de COMPRAR abriu o paso para a perspectiva de VENDER. A perspectiva histórica da promoción do uso da lingua nas empresas de produción, nos servizos de mediación e no mercado publicitario foi exposta por representantes da Irmandade Galega de Agroalimentarios e Adegueiros (IRGADE), de Dinahosting, do Espazo cooperativo Unión de Cooperativas Galegas e da Asociación Galega do Deseño. No capítulo dedicado á CALIDADE e PROXIMIDADE dos produtos, interviñeron representantes de Vegalsa-Eroski, Deleite, Coop57 e Caixa Rural Galega. Finalmente, da SUSTENTABILIDADE ocupáronse as persoas que faláron en representación de Espiga. Asociación Galega para a Bioconstrución, da Federación Galega de Turismo Rural (FEGATUR) e de Daveiga (fábrica das galletas mariñeiras).

A partir das intervencións das persoas convidadas, así como dos debates, preguntas e comentarios realizados polas e polos participantes, a Comisión Técnica do Centro de Documentación Sociolingüística de Galicia, organizadora dos XXV Encontros para a Normalización Lingüística: Economía, lingua e sustentabilidade, elaborou este documento conclusivo que cre pertinente facer de dominio público.

CONCLUSIÓNS

1. Todas as entidades representadas na xornada coinciden en que **o uso do idioma galego na actividade comercial é moi rendible economicamente**. Ademais de supor un motor económico para as persoas propietarias e traballadoras das empresas, tamén o é para quen subministra produtos ou presta servizos complementarios na contorna. A súa propia existencia vén servindo para poñer en valor boa parte do patrimonio material e inmaterial (natureza, arquitectura, enogastronomía, relixiosidade, etnografía, etc.); así mesmo, contribúe para a recuperación da autoestima e o orgullo do que somos.
2. O **Plan de dinamización da lingua galega no tecido económico (2016-2020) supuxo un avance** con respecto á lexislación precedente, ao contar expresamente con capítulos dedicados á temporalización, cronograma, indicadores, responsabilidades e recursos; mais nel botouse en falta a fase de consenso co sector, o reforzo de iniciativas positivas e a continuidade das actuacións. Requírense medidas como unha lei de comercio, para superar as vellas inercias como que o uso do galego se reduza en moitos casos á lingua falada ou que nas redes sociais o uso do inglés alcance o 40% e o do galego se sitúe no 20%.
3. Nestes últimos anos percíbese un sector emerxente de empresas que poñen especial énfase na **recuperación do espazo rural**. Son iniciativas comprometidas coa sustentabilidade ambiental (construción de vivenda, alimentación ecolóxica, turismo...) que exteriorizan tamén a súa modernidade a través do uso do idioma galego. Segundo FEGATUR, das 225 empresas reunidas en www.galiciaturismorural.com, medio centenar (20%) usan en exclusiva ou teñen versión galega da páxina web.
4. É tamén unha percepción xeral que o nivel de uso da lingua galega nas actividades económicas se **incrementou exponencialmente** neste século XXI. Un dos exemplos ilustrativos é o da **comercialización do viño**: de 6 empresas que etiquetaban en galego por volta do ano 2000, pasouse a unhas 400 na actualidade.

5. **A etiquetaxe** en galego ten un valor engadido. Lonxe de ser un obstáculo para a exportación, convértese nun **indicador de autenticidade** e contribúe a situar os produtos entre consumidores con elevado poder adquisitivo nas grandes cidades do mundo.

É por isto que se demanda o impulso da etiquetaxe en galego para os produtos que se comercializan en Galicia, así como implicación e cooperación para acadala nos sectores que contan cun selo de Indicación Xeográfica Protexida (IXP) ou denominación de orixe (DO) relacionados coa calidade dos produtos galegos.

6. Precisamente, en relación coa imaxe, o sector dedicado ao **deseño** considera que a escolla do idioma galego é unha **fortaleza para a receptividade**, porque pon en valor non só os produtos senón tamén o territorio en que son elaborados. As empresas reunidas na Asociación Galega de Deseño entenden que son axentes de creación e divulgación cultural a través do deseño gráfico e tamén do deseño de interiores, do de estratexia e do industrial.
7. **No ámbito da cultura**, as iniciativas empresariais en galego teñen **excelente acollida** entre o público consumidor. Resulta especialmente notorio entre as familias con crianzas, que se esforzan por conseguir produtos culturais para os seus fillos e fillas. Para **garantir a estabilidade da recuperación de neofalantes** na etapa da adolescencia reclámase: 1) a presenza de oferta educativa en materia de artes escénicas e musicais, nomeadamente nos centros de ensino secundario, 2) o fomento por parte da Administración da oferta cultural de calidade destinada a este tipo de público e 3) que se reforcen as estruturas de mediación cultural ao servizo da Administración, dotándoas de persoal con estabilidade laboral.
8. Outro tanto ocorre entre as empresas que apostan polo **modelo da Economía Social**, que asumen por amplísima maioría o compromiso de uso da lingua galega e de fomento da cultura propia.
9. Esta evolución é o resultado do traballo colectivo de entidades que promoven conxuntamente a dinamización cultural e económica (Galeguizar Galicia, Foro Enrique Peinador, IRGADE e Asociación Álvaro das Casas, entre outras). Para

consolidar este novo modelo empresarial e comercial comprometido co desenvolvemento económico e cultural de Galicia, considérase que **é necesario realizar actuacións coordinadas entre as administracións, as representacións patronais, as empresas e os colectivos sociais que reivindican a normalización lingüística.**

- 10.** As subvencións e as campañas de sensibilización poden ser un incentivo para a normalización do idioma, mais **o incremento do uso** deste no ámbito comercial **vai vir máis pola súa utilidade** e a súa **contribución ao negocio.**
- 11.** A elaboración da **documentación interna e externa** é agora mesmo moito máis fácil coas **novas ferramentas que facilitan a tradución automática.** Con todo, a expansión da comunicación comercial en galego vese minorada por determinados obstáculos, entre eles **os servizos auxiliares** (notaría, xestoría, seguros, banca...), o **principal freo** desde o mesmo momento do inicio da actividade.
- 12.** Galicia ten unha **ampla marxe de actuación legislativa** que podería axudar a garantir os **dereitos lingüísticos** das comunidades de produción, elaboración, distribución e consumo que desexan facer a comunicación no noso idioma. Algunhas leis, como a 1/2010 (disposición adicional 6.^a), recoñecen explicitamente o dereito das persoas usuarias a manter a comunicación escrita e oral en galego, mais as empresas prestadoras de servizos non teñen a obriga de garantir a atención no mesmo idioma. Tampouco existen medidas de impulso e persuasión nin un réxime sancionador para os casos de conculcación dos dereitos das persoas consumidoras.
- 13.** Por último, facemos unha chamada ao esforzo por parte do sector privado, de maneira que a comunicación oral en galego se vexa completada coa comunicación escrita no mesmo idioma.