PALOMA BARRERA CRESPO
Translation & Localization Services

O GALEGO VENDE

No ano 1995 publicouse un estudo moi completo sobre a publicidade e a lingua galega. Entre as súas conclusións, destacan as seguintes:

- Máis do 80 % da poboación é claramente partidaria de que a lingua de Galicia se utilice na publicidade.
- A preferencia pola publicidade en galego é moi homoxénea a través dos diversos grupos sociais e, polo tanto, amplamente aceptada polos diferentes tipos de consumidores.
- **A publicitación de produtos galegos en castelán desagrada** á maior parte dos consumidores (80,2 %).
- O argumento de que a publicitación en lingua galega só é válida para produtos asociables a Galicia non ten sustento nos datos de que dispoñemos, xa que a maior parte da poboación cre que **os produtos non galegos deberían anunciarse na lingua da Comunidade** e só o 14 % os anunciaría en castelán.
- Tanto na publicidade realizada por Institucións coma na encargada por empresas privadas, a preferencia polo uso do galego é amplamente maioritaria (73,3 % e 68,6 % respectivamente).
- Máis do 90 % da poboación cre que o galego é perfectamente válido para anunciar produtos de **prestixio**, **alto nivel** ou que deban transmitir **confianza**.
- **O uso do galego pode supoñer un importante estímulo de compra** para un segmento de entre o 25 e o 40 % da poboación. Un 39,5 % séntese **atraído por un anuncio só polo feito de estar en galego** e un 29,5 % **probaría un novo produto só por estar etiquetado nesta lingua**.
- En termos de simpatía e boa imaxe do anunciante e do produto, o uso do galego pode resultar beneficioso en arredor dun 75 % dos consumidores.

No ano 1997, publicouse un libro sobre vender en galego (comunicación, empresa e lingua en Galicia), en que se destaca o seguinte nas conclusións:

- Oito de cada dez consumidores son claramente partidarios da comunicación publicitaria en galego.
- A pesar de que nos medios de comunicación a publicidade en castelán aínda é maioritaria, os entrevistados manifestaron o seu desacordo con esta situación. Esta actitude é constante tanto se o produto anunciado é galego, de fóra de Galicia, como se é ofertado por unha institución ou por unha empresa privada.
- Por veces, detéctase que **a comercialización e etiquetaxe en galego está favorecendo nos consumidores valores de compra segundo criterios de mercado diferencial**. O consumidor séntese en ocasións chamado por estímulos que o remiten a **un vínculo máis próximo**. É o que acontece cando se valora a lingua escollida para os produtos de fóra ou a elección de lingua en produtos pouco ou nada vencellados a Galicia no seu proceso de fabricación.

- A antipatía ante o uso do castelán con clientes galegofalantes é moi superior á existente ante a mesma conducta diverxente con clientes castelanfalantes.
- Existe un segmento de poboación de entre un 25 e un 40 % do total para o cal **un produto que chegue ao mercado en galego supón un significativo estímulo de compra**.

No ano 2014, o Consello da Cultura Galega organizou unha xornada sobre a publicidade en galego, en que se partiu da información obtida nas dúas publicacións anteriores e se analizou como cambiara a situación. Chegouse ás seguintes conclusións:

- **A lingua galega e as diversas representacións da nosa cultura facilitan a identificación co produto anunciado.** Fannos sentir que somos diferentes, auténticos, que temos algo que ofrecer a un mundo cada vez máis uniformado, que podemos dialogar con outras culturas cun modelo cultural senlleiro.
- É o mellor medio para reforzar o vencello emocional entre os anunciantes e os potenciais compradores. Aínda que algúns deles poidan ser castelanfalantes, **a lingua galega transmítelles confianza**. Porque alimenta o **sentimento de proximidade**, autóctono.
- Agora non só hai empresas galegas que se deciden polo galego, senón que **hai empresas foráneas que se dirixen en galego a audiencias galegas**. Vemos tamén que ás marcas galegas que apostaron polo galego lles vai moi ben, comercialmente élles rendible.
- Se se fai publicidade en galego é porque **é rendible economicamente**.

No ano 2017, co gallo dos XXIV Premios de Publicidade en Galego, o secretario xeral de Política Lingüística da Xunta de Galicia destacou que «**o galego marca calidade, orixe, autenticidade e confianza**».

Máis recentemente, no ano 2019, o Nós Diario publicou un artigo sobre a publicidade en galego en que destaca o seguinte:

- É un elemento clave. Tamén desde o punto de vista publicitario. No caso do galego representa moi ben a cultura do país. É un símbolo, un instrumento de carácter identitario, **a mellor forma de persuadir**. Quen aposta pola lingua galega para anunciarse faino porque **é eficaz desde o punto de vista emocional**.
- **O galego vende.** É unha lingua válida, prestixiosa e de confianza; que serve para anunciar produtos e servizos, mais sobre todo, para **conectar coas consumidoras potenciais**.
- En todo o mundo se lanzan campañas que apelan á identidade dos pobos e ao orgullo de ser como somos. E todas triunfan. Nese contexto é onde o galego vende. **Vende o efecto do país de orixe, que na Galiza se asimila coa calidade.**
- Crear en galego é unha oportunidade; para moitas empresas, unha cuestión innegociábel que lles **outorga visibilidade e viabilidade**.