

## HITZARGIAK – Linguas que se iluminan mutuamente

### Gústame o galego

INFORMACIÓN GENERAL		FECHA: 03-02-2016
1	<b>Nombre</b>	Gústame o galego
2	<b>Idioma</b>	Gallego
3	<b>Área de trabazo</b> (educación, comunicación, enseñanza, ocio, administración...)	Comunicación
4	<b>Email o teléfono de contacto</b>	Coordinadora de Traballadores/as de Normalización da Lingua (CTNL) info@ctnl.gal / 629 571 950
5	<b>Redes sociais</b> (Página web, Facebook, Twitter...)	www.gustame.gl www.facebook.com/gustameogalego
DESCRIPCIÓN BUENA PRÁCTICA		
1	<b>Descripción de la actividad</b>	<p><b>Gústame o galego</b> es una campaña general de fomento de la lengua con la que se visibiliza el apoyo individual de personas al proceso de normalización lingüística a través de fotos con frases sugerentes sobre el uso del gallego en diversos ámbitos y situaciones y que son difundidas a través de las redes sociales.</p> <p>Un <i>photo call</i> con paneles recorre eventos y municipios para que la gente pueda participar haciéndose la correspondiente foto con el lema escogido. Después esa foto es publicada en Facebook, desde donde esa persona, y otras, la comparten, difunden, etc. Algunos ejemplos de esas frases:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deportes: <i>Gústame... que o galego non quede fóra de xogo</i> (Me gusta... que el gallego no quede fuera de juego).</li> <li>• Amor / Nuevas tecnologías: <i>Gústame... que me digan "qrt m8"</i> (Me gusta... que me digan "tq mucho").</li> <li>• Inmigración: <i>Gústame... que intentes falar galego, aínda que che custe un pouquiño</i> (Me gusta... que intentes hablar gallego, aunque te cueste un poquito).</li> <li>• Vida diaria: <i>Gústame... que non me traduzan o café con leite</i> (Me gusta... que no me traduzcan el café con leche).</li> <li>• Documentación / Administración: <i>Gústame... o galego ata no carné de identidade</i> (Me gusta... el gallego hasta en el carnet de identidad).</li> </ul>



- Amor: *Gústame... a túa lingua na miña boca* (Me gusta... tu lengua en mi boca).
- Justicia: *Gústame... que se faga xustiza co galego* (Me gusta... que se haga justicia con el gallego).
- Etc. *Gústame...* (Me gusta...).

La campaña comenzó en 2012 y estuvo en funcionamiento durante dos años, período en el que recorrió el país, con cerca de 100 sesiones de photocall, con unas 7.000 personas que participaron directamente con una foto, con más de 15.000 seguidor@s en Facebook, y con algunas fotos que fueron compartidas por más de 1.000 personas y vistas por más de 85.000.

**2**      **Resumen de la descripción de la actividad**

***Gústame o galego*** es una campaña general de fomento de la lengua con la que se visibiliza el apoyo individual de personas al proceso de normalización lingüística a través de fotos con frases sugerentes sobre el uso del gallego en diversos ámbitos y situaciones y que son difundidas a través de las redes sociales. Un *photo call* con paneles recorre eventos y municipios para que la gente pueda participar haciéndose la correspondiente foto con el lema escogido. Después esa foto es publicada en Facebook, desde donde esa persona, y otras, la comparten, difunden, etc. La campaña comenzó en 2012 y estuvo en funcionamiento durante dos años, período en el que recorrió el país, con cerca de 100 sesiones de photocall, con unas 7.000 personas que participaron directamente con una foto, con más de 15.000 seguidor@s en Facebook, y con algunas fotos que fueron compartidas por más de 1.000 personas y vistas por más de 85.000.

**3**      **Precedentes**  
(Motivaciones o necesidades previas a la implementación)

Después de que a partir, sobre todo, de 2009, hubiese en Galicia varias campañas que buscaron desprestigiar el proceso de normalización lingüística y asentar en la población viejos prejuicios, se consideró necesario, para favorecer el proceso de normalización lingüística, mostrar socialmente que hay muchas personas que lo apoyan y que quieren una mayor presencia del gallego en todos los ámbitos y sectores: en la justicia, en los bares, en los deportes, en las nuevas tecnologías, en el comercio, en la publicidad, en la enseñanza, etc.

Además, se consideraba necesario hacer ver que hay muchas cosas que hacer con respeto al uso y prestigio del gallego que también dependen de cada uno de nosotros y de nosotras, de cada persona individualmente, y no tanto de la administración.

Por eso, se decidió que era interesante que personas a nivel individual, tanto anónimas como conocidas, pusiesen su cara y, a través de una imagen, lanzasen mensajes a favor de la utilización y el prestigio del gallego en todos los ámbitos. Además, también era importante que, para que llegasen mejor a la población, esos mensajes deberían ser llamativos y divertidos, pero con contenido claro. Y todo esto hecho con una imagen muy cuidada, moderna, atractiva y divertida, y usando las nuevas tecnologías.

De esta manera sería posible intentar que la ciudadanía tuviese una necesaria asociación más positiva con el proceso de normalización lingüística.

**4**      **Objetivos**

- **Visibilizar** y difundir el apoyo de personas a nivel individual al proceso de normalización lingüística.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Favorecer</b> que personas de todo tipo y de todas las edades se impliquen y posicionen a favor del fomento del gallego.</li> <li>● <b>Provocar</b> una mínima reflexión en personas de todo tipo sobre la necesidad del fomento del gallego en distintos ámbitos y situaciones.</li> <li>● <b>Llevar</b> tanto a espacios públicos como a la red y a los medios de comunicación mensajes favorables a favor de la normalización lingüística en todos los ámbitos, y haciéndolos visibles a través de personas concretas.</li> </ul>
5	<b>Área de influencia general y colateral</b>	Esta campaña llegó al conjunto de la población, pero principalmente a la juventud, a través de las redes sociales.
6	<b>Entidades colaboradoras y sus áreas de trabajo</b>	La campaña fue organizada directamente por la CTNL, pero contó con la colaboración de centros de enseñanza, ayuntamientos, etc., para poder recorrer el país a través de las sesiones de photocall.
7	<b>Periodo de implementación</b>	Empezó a funcionar en diciembre de 2012, y estuvo vigente hasta mediado de 2015.

## INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA FICHA BUENAS PRÁCTICAS

8	<b>Expansión</b> (número de personas, expansión interna e externa...)	<p>Algunas cifras:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Seguidores/as en Facebook: + de 15.000.</li> <li>● Personas que participaron haciéndose una foto: alrededor de 7.000.</li> <li>● Sesiones de <i>photocall</i>: cerca de 100.</li> <li>● Alcance en la red: superior a 70.000 personas algunas semanas.</li> <li>● Chapas de la campaña repartidas: unas 7.000.</li> </ul> <p>Alguna foto en Facebook fue compartida por más de 1.000 personas, algunos álbumes vistos por más de 20.000 y alguna entrada por más de 85.000.</p>
9	<b>Inversión</b> (económica, tiempo, personas...)	<p>La inversión de los materiales para la campaña fue de aproximadamente 2.000 euros.</p> <p>La campaña fue diseñada por un grupo de trabajo de técnicas y técnicos de normalización lingüística de la CTNL durante unos tres meses.</p> <p>En cada sesión de <i>photocall</i> participaban dos personas, una haciendo las fotos y otra explicándoles la finalidad y funcionamiento a las personas interesadas.</p> <p>Cada sesión de <i>photocall</i> (personal, desplazamiento, etc.), tenía un coste de 250€, que era asumido, normalmente, por el ayuntamiento en donde se hacía.</p>



<b>10</b>	<b>Resultados obtenidos</b>	<p>En cuanto a datos de participación e impacto, los resultados fueron extraordinariamente positivos, pues la campaña tuvo muy buena repercusión. En cuanto a valoración de consecución de objetivos, los resultados también se valoran como muy positivos, pues sirvió para visibilizar y difundir el apoyo de miles de personas a nivel individual al proceso de normalización lingüística; para favorecer que personas de todo tipo y de todas las edades se implicaran y posicionaran públicamente a favor del gallego; para provocar reflexión en el conjunto de la sociedad; y para llevar a espacios públicos y medios de comunicación mensajes positivos favorables al uso y prestigio de la lengua. En definitiva, creemos que sirvió para contribuir a una visión más positiva del idioma gallego y de su proceso de normalización lingüística.</p>
<b>11</b>	<b>Documentación, material referente</b>	
<b>12</b>	<b>Video de presentación</b>	<p>Vídeo general de la campaña: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=UjJAfCCdkTo">https://www.youtube.com/watch?v=UjJAfCCdkTo</a></p> <p>Vídeo de la participación del equipo de fútbol Celta de Vigo: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=zbFg3Jyq2VU">https://www.youtube.com/watch?v=zbFg3Jyq2VU</a></p>
<b>13</b>	<b>Información complementaria</b>	<p>De la campaña original nacieron varias derivadas en ámbitos diversos, imitando el mismo modelo, formato y estilo. Es el caso de la campaña <i>M'agrada el valencià</i> (desarrollada por Associació Cívica El Tempir el Elche) y de otras muchas llevadas a cabo en centros de enseñanza y asociaciones.</p>