

## HITZARGIAK – Lenguas que se iluminan mutuamente

### "Na llingua de casa"

#### INFORMACIÓN GENERAL

FECHA: 19-05-2016

1	<b>Nombre:</b>	El Teixu, Rede pal Estudiu y Defensa de la Llingua Asturllionesa
2	<b>Idioma:</b>	Asturleonés
3	<b>Área de trabajo</b> (educación, comunicación, enseñanza, ocio, administración...)	Comercios, locales públicos
4	<b>Email o teléfono de contacto</b>	info.elteixu@gmail.com
5	<b>Redes sociales</b> (Página web, Facebook, Twitter...)	<a href="http://www.elteixu.org">www.elteixu.org</a>

#### DESCRIPCIÓN BUENA PRÁCTICA

1	<b>Descripción de la actividad</b>	Campaña "Na llingua de casa"
2	<b>Resumen de la descripción de la actividad</b>	<p>La campaña "Na llingua de casa" busca visibilizar la lengua asturleonés en ámbitos públicos donde tradicionalmente toda la comunicación escrita se realiza en la lengua oficial castellana. A través de una cartelería situada en puntos especialmente visibles se consigue dar a conocer la existencia de la lengua a aquellas personas que la desconozcan. A la vez, dignifica la lengua entre la mayoría conocedora de su existencia al darle un uso escrito en ámbitos de cierto prestigio social. Para ello se han creado los siguientes materiales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Carteles de "<i>¡Pasái! Esti sitiú está abiertu / Sentímoslo, esti sitiú está pecháu</i>". Se trata de un cartel impreso a dos caras para colgar de la puerta de acceso e indicar si un local está abierto o cerrado</li> <li>• Carteles indicadores de los sexos de los servicios. Se trata de dos placas de "<i>muyeres</i>" y "<i>homes</i>" para situar en las puertas de los servicios</li> <li>• Placas de "<i>emburriare</i>" y "<i>tirare</i>" para indicar la dirección en la que abren las puertas</li> <li>• Folleto explicativo con información básica de la campaña, la lengua asturleonés y la asociación El Teixu</li> </ul> <p>El material tiene además diferentes versiones que atienden a la variedad lingüística de cada una de las zonas donde se reparte. De esta manera se consigue un reconocimiento inmediato de la comunidad con el léxico utilizado.</p>

		<p>Igualmente, se ofrecen varios diseños que en todo caso muestran el mensaje mediante simbología sencilla y entendible para cualquier persona que no conozca el idioma. Con esto se evita la posible falta de comprensión del contenido del cartel y se favorece la relación entre el concepto y el léxico para aquellas personas dispuestas a aprender los términos utilizados.</p> <p>El reparto de este material es gratuito y se ha llevado a cabo por zonas donde pervive el uso de la lengua a la vez que hay una escasísima o nula actividad en torno a su recuperación.</p>
<b>3</b>	<b>Precedentes</b> (Motivaciones o necesidades previas a la implementación)	<p>En zonas amplias donde se conserva el asturleonés no ha habido ningún tipo de iniciativa encaminada a la visibilización y normalización de la lengua. Esto implica una limitación del uso de la misma al ámbito oral cotidiano y en entornos de confianza. La simple posibilidad de traspaso de esa realidad oral al registro escrito es desconocida por la mayoría de los hablantes, que consideran su lengua una variedad subsidiaria e inferior respecto al castellano.</p> <p>Por otro lado, ya desde la década de los 80 se desarrollaron campañas similares en Asturias con un gran éxito en la visibilización del idioma.</p>
<b>4</b>	<b>Objetivos</b>	<p>La campaña pretende alcanzar objetivos variados llegando a distintos sectores de la sociedad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilizar la lengua por escrito en zonas donde no hay tradición de ello o es muy escasa</li> <li>• Hacer partícipe al conjunto de la sociedad de la conservación y defensa del idioma, al ser los propietarios o encargados de los locales los que toman activamente la decisión de participar en la campaña</li> <li>• Movilizar a sectores sociales concienciados en la conservación y dignificación del idioma en esas zonas</li> <li>• Crear debate social en torno a la lengua al dar a conocer posibles vías alternativas a su abandono</li> </ul>
<b>5</b>	<b>Área de influencia general y colateral</b>	La zona de reparto se ha centrado en las comarcas de habla asturleonera pertenecientes a las provincias de León y Zamora
<b>6</b>	<b>Entidades colaboradoras y sus áreas de trabajo</b>	Se trata de una campaña autofinanciada de la asociación El Teixu, Rede pal Estudiu y Defensa de la Llingua Asturllionesa, sin apoyos económicos externos. Para el reparto se ha contado puntualmente con la colaboración de voluntarios no asociados
<b>7</b>	<b>Periodo de implementación</b>	Los primeros repartos se realizaron en invierno de 2013 en zonas de la cuenca alta del río Sil. Los más recientes se corresponden a la comarca de Senabria (Zamora), durante el mes de abril de 2016. Se establecen temporadas dedicadas a comarcas concretas, sin un reparto prolongado y homogéneo en el tiempo, a fin de cubrir lo mejor posible cada territorio

## INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA FICHA BUENAS PRÁCTICAS

8	<b>Expansión</b> (número de personas, expansión interna y externa...)	Los materiales impresos forman 200 juegos completos, lo que conlleva la cobertura de 200 locales públicos de las zonas hablantes de asturleonés de León y Zamora. La orientación de algunos de estos carteles hacia el exterior de los locales (carteles para colocar en puertas de acceso) permite su observación aún sin acceder a los mismos. A ello se unen iniciativas particulares para visibilizar y ampliar la campaña a través de redes sociales. Todo esto permite llegar a la mayoría de la población de las zonas donde se desarrolla la campaña
9	<b>Inversión</b> (económica, tiempo, personas...)	<p>Inversión económica en material para repartir: 1.500€.</p> <p>Inversión en tiempo (diseño, preparación y reparto): el trabajo se realizó de forma intermitente a lo largo de tres años. El reparto intensivo de carteles en una comarca medianamente poblada puede realizarse en menos de una semana.</p> <p>Inversión en personal: cada zona puede ser cubierta por una persona, preferentemente nativa. En nuestro caso han participado activamente en el reparto en torno a 10 personas.</p>
10	<b>Resultados obtenidos</b>	<p>Se ha podido comprobar que el éxito de la campaña difiere según la zona en la que se desarrolle. El recibimiento es más positivo en determinados territorios con una identidad local más acentuada donde la lengua juega un papel identitario dentro de la comunidad. En cualquier caso, los resultados logrados coinciden siempre en los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un altísimo grado de aceptación de los materiales, aun cuando se tratara de zonas sin experiencias semejantes previas, frente a una proporción mínima de locales que decidieron no participar en la campaña</li> <li>• Visibilización pública del idioma escrito</li> <li>• Participación de una parte importante de la sociedad en la campaña, como colaboradores directos en el reparto o como receptores de los materiales ofrecidos</li> <li>• Generación de iniciativas particulares independientes que continúan o amplían la campaña. Algunas asociaciones han impreso sus propias versiones de los carteles o ofrecen diseños de otros materiales nuevos para que dispongan de ellos terceras personas</li> </ul>
11	<b>Documentación, material referente</b>	Folletos explicativos de la campaña y apartado específico en página web <a href="http://www.elteixu.org">www.elteixu.org</a>