

GALEGUIZACIÓN DO ETIQUETADO DO VIÑO DA ADEGA VIRMADEUS

Estamos hoxe en Cenlle, **na praza da Tenencia e na adega ribeirán de Casal de Virmadeus** para constatar unha vez mais, por nós mesmos, que a viticultura é un dos sectores mais dinámicos da agricultura galega.

Non en tanto, a súa dimensión económica, malia ser un factor primordial, non esgota a importancia da cultura popular da viña e do viño.

Debido ao papel que desempeña nas sociabilidades locais en torno as tabernas e as adegas particulares, como parte integrante da gastronomía e como elemento do patrimonio cultural das principais zonas produtoras do noso país, a viña e o viño encontranse nuha posición privilexiada para responder aos novos desafíos que se colocan no mundo rural.

O aproveitamento da ligazón do viño coa gastronomía e as outras formas de patrimonio cultural pode ser realizado a través do turismo enolóxico promovendo os chamados “roteiros do viño” pero tamén a través da súa arquitectura como adegas, destilerias, armazéns, cavas, ou, formando parte do patrimonio etnolóxico visualizado nos utensilios e ferramentas de traballo e no variado léxico empregado cando a viña precisa da poda, da rodríga, a máis do atado e do estacado.

É neste contexto onde o enoturismo, ligado a paisaxe vitícola, asume un papel primordial. Isto é así porque representa a ligazón entre a viticultura como actividade económica e o aproveitamento dos distintos elementos culturais, patrimoniais e paisaxísticos.

De feito, o enoturismo permite non só un beneficio directo as empresas visitadas, a través dos produtos e servizos vendidos, senon que constitúe tamén un elemento importante na construción do que poderíamos denominar como “ideoloxía do viño”.

E postos neste mundo das ideas non podemos esquecer que unha forma de fomentar a competitividade desta rexión do Ribeiro é dando a coñecer e divulgando o coñecemento sobre a mesma.

Este coñecemento debe ser, sen dúbida, de natureza técnico-económica, relativo a competitividade sectorial, pero tamén de natureza territorial ligado a súa historia, a súa cultura e o seu idioma como factor de especificidade do noso pobo.

Cada vez somos mais os consumidores que reclamamos a atención comercial en galego. En correlación e diante desta demanda cada vez son mais as empresas alimentarias que fan a rotulación e publicitan en galego os seus produtos de consumo diario.

Desde o punto de vista comercial débese ter en conta que se a terra, o clima e a técnica diferencia os viños o mercado diferencia o consumo. Neste senso é como a singularidade do viño do ribeiro con valores peculiares de tipo sociocultural facilitan ao consumidor a súa identificación.

Unha destas medidas identificadoras foi a prevista no Plan Xeral de Normalización Lingüística para a empresa consiste en “Promover a incorporación do uso do galego especialmente nas empresas punteiras da economía galega”.

Moitas destas empresas punteiras así o están a facer na actualidade, extendendo o uso da lingua galega nas relacións laborais, comerciais e empresariais.

Tamén un gran número de empresas vitícolas sumaronse a este proceso, etiquetando os seus viños en galego por singularidade, naturalidade e normalidade.

En calquer país democrático e desenvolvido sempre se

respetan os dereitos lingüísticos dos seus consumidores, por eso é preciso etiquetar en galego porque desta maneira as empresas adaptanse o século XXI, pero tamén modernizan as maneiras de actuar e de relación respecto do cliente.

A empresa que non innova, nin avanza nin progresa. Etiquetar en galego forma parte desa innovación. Pódese etiquetar en galego porque é un dereito recoñecido pola lei expresado no Estatuto de Autonomía de Galicia, na Lei de normalización lingüística de 1983 e no Estatuto Galego do Consumidor, aprobado pola lei de 28 de decembro de 1984.

Esta última lei dispuxo asemade a posibilidade de subvencións, premios e mencions honoríficas para ás empresas que se distinguan de modo especial no emprego do galego no etiquetado e rotulación dos seus produtos.

O consumidor do mercado global valora positivamente que un produto esté etiquetado na lingua da denominación de orixe, pois esta actuación representa singularidade e autenticidade e os empresarios deben ser conscientes do que representa semellante potencial económico.

En definitiva, etiquetar en galego os produtos con denominación de orixe e unha mostra de modernidade, progreso e visión empresarial no mundo dos negocios.

Por eso felicitamos, a sensibilidade que hoxe nos amosa a adega Virmadeus ofrecendonos non só un viño exquisito e de recoñecida calidade, senón tamen o seu compromiso de responsabilidade social empresarial, amosando coa súa actitude, de etiquetar en galego, un código ético de respecto ao consumidor e a lingua propia do noso país.