

1993an Kontsumitzailearen Estatutuari buruzko Legea onartu zuenean, Katalunyako Parlamentuak etiketaia hizkuntza-erentzat lehen ez zegoen lege esparru berria ezarri zuen. Handik gutxira idatzita dagoen artikulua hau Katalunyako Hizkuntz Politikarako Zuzendaritza Nagusiak aginduta egin zen beste azterketa zabalago baten laburpena da. Bertan, Bartzelonan salgai dauden kontsumo handiko marken etiketak Brussela, Zurich eta Montrealeko beste pareko batzuekin alderatzen ditu. Emaitzak benetan adierazgarriak dira. Artikulua «Llengua i Dret» aldizkariaren 20. zkan argitaratutakoaren itzulpena da.

ETIKETAIA HIZKUNTZA BARTZELONA ETA BRUSSELAN, ZURICH ETA MONTREALEN

Joan Tudela

Kazetaria

Itzultzaileak: Joseba Ossa eta Imanol Azkue

Gaur egun Katalunyan, kontsumitzailearen Estatutuko martxoaren 5eko 3/1993 Legea da etiketaiaren hizkuntzarako oinarritzko lege esparrua. Kontsumoaren hizkuntz alderdiei buruz hitz egiten duen zatia nahikoa handia da: IV. atala oso-osorik eskaintzen die eta ondorengo hauetan ere aipatzen da hizkuntzaren gaia: V. ataleko sarreran, hirugarren xedapen gehigarrian, bi xedapen iragankorretan eta lehenengo azken xedapenean.

Baina IV. ataleko 26. artikuluko azatia da, ordea, etiketaia hizkuntza zuzenean arautzen duena, honakoa ezartzen duenean: «Kontsumitzaileek euren ondasunak, produktuak eta zerbitzuak kontsumitzerakoan eta erabiltzerakoan informazioa katalanez jasotzeko eskubidea daukate, eta bereziki euren osasuna eta segurtasuna gordetzearekin zuzenean erlazionatutako derrigorrezko datuak». Horrek guztiak praktikan zera esan nahi du: Katalunian saldutako produktuen etiketak —zentzu zabalean— gutxienez katalanez adierazi beharko direla. Beraz, 3/1993 Legeak bi aukera erreal ahalbidetzen ditu: bata osorik katalanez egindako etiketaia, eta bestea katalanez eta beste hizkuntzetan egindako etiketaia.

Lehenengo kasua Katalanez egindako Etiketaiaren Aldeko Elkarrekin (ADEC) inbentariatzen dituen markena da. Gaur egun osorik katalanez etiketatzen diren produktuen ohiko profila hitz gutxirekin zehatz dezake-

gu: familia mailako enpresa, eskualdekoa eta artisaua, etxeko markaren irudia duena. Ez dugu gutxietsi behar produktu hauek orotara zer nolako garrantzia daukaten, batez ere azpimarragarria izanik cavaren eta ardoaren alorrean Alt Penedes-eko eskualdean (batez ere mahasti eta ardo lur garrantzitsuan); baina kontua zera da: kontsumo handiko marken artean ez dagoela gaur egun osorik katalanez etiketatutako produkturik.

Legean aurrikusitako bigarren aukerak, hots, hizkuntza bat baino gehiagotan egindako etiketaiak, praktikan, arrazoi soziolinguistiko garbiak direla-eta, katalanez gain gaztelania ere jasoko luke (etiketaia elebiduna) edo baita beste zenbait hizkuntza ere (etiketaia eleaniztuna).

Etiketaia hizkuntza lege aldetik arautzea soilik legeria katalanaren gain egon izan balitz, hementxe bukatuko litzateke gai honen azterketa legearen ikuspuntutik. Baina hori ez da horrela. Eta horregatik, Katalunia bi marko politiko orokorragoren barruan dagoenez —espainiarra eta europarra— aztertu beharra dago 3/1993 Lege katalanak zer-nolako gatazkak sor ditzakeen bai estatu mailan eta bai elkarteren eremuan ere.

Estatuko gobernua Lege honen aurka eskumen-ezeko eskaera planteatzen. Horretarako 1993ko maiatzaren 12ra arteko epea zeukan, eta ez du aurkeztu. Beraz, inolako inpugnaziorik aurkeztu ez zenez, Kontsumitzaileen Estatutua indarrean dago behin-betiko.

Auzitegi Konstituzionalari dagokionez, orain arteko etiketaia hizkuntzari buruzko jurisprudentzia guztiak Kataluniako Generalitatearen eskumena berretsi du kontsumitzaileei informazioa emateari dagokionean eta beraz, etiketatutako katalana erabiltzearen aldekoa izan da. Hala ere, epaiaren zain dago Generalitateak 1122/1988 Erret deketuaren 19. artikulua-
ren aurka egindako eskumen-ezeko eskaera. Artikulu horrek honela dio: «Los datos obligatorios del etiquetado de los productos alimenticios que se comercialicen en España se expresarán necesariamente al menos en la lengua española oficial del Estado» (Espainian komertzializatzen diren elikagaien etiketaietako beharrezko datuak ezinbestean gutxienez Estatuko hizkuntza espainiar ofizialean adieraziko dira). Konstituzionalak hartuko duen erabakiak eragina izango du, halaber, 212/1992 Erret-deketuko 20. artikuluan, aurrekoaren antzeko testua baitauka.

Argi dago estatuko xedapen hauek 3/1993 Lege katalanak ahalbidetzen dituen aukeretako batekin ez datozela bat, etiketaia osorik katalanez egitearekin, hain zuzen ere. Auzitegi Konstituzionalaren epai berriaren zain egon beharko dugu oraingoan ere Generalitatearen aldekoa ote den jakiteko, baina irtenbide politikoa ere ezin da baztertu, hau da, kontraesana konponduko duen Estatuko eta Generalitateko gobernuen arteko hitzarmen bat.

Kurioski, 3/1993 Legearen sarreran eta lehenengo azken xedapenean aipatzen den Europako Elkarteko araudia zaila da legeria katalanarekin inolako gatazkarik izatea. Elkarteren norabideek hiru baldintza ezartzen dituzte: lehenik, etiketatutako derrigorrezko argibideak erosleek

**«Horrek guztiak
praktikan zera esan
nahi du: Katalunian
saldutako produktuen
etiketak —zentzu
zahalean— gutxienez
katalanez adierazi
beharko direla»**

**«Estatuko gobernuak
Lege honen aurka
eskumen-ezeko eskaera
plantea zezakeen.
Horretarako 1993ko
maiatzaren 12ra arteko
epea zeukan, eta ez du
aurkeztu. Beraz,
inolako inpugnaziorik
aurkeztu ez zenez,
Kontsumitzailearen
Estatutua indarrean
dago behin-betiko»**

erraz ulertzeko moduko hizkuntza batean adierazi behar direla; bigarrenik, hori ez dela beharrezkoa izango informazioa beste era batzuetara ziurtatzen bada, hots, kontsumitzaileak babesteko beste era alternatiboak onartzen ditu; eta hirugarrenik, estatuek ezin dutela etiketaia eleaniztuna galarazi.

Argi dago urteetan zehar ildo beretik jarraitzen duen etiketaiari buruzko elkarteko araudia 3/1993 Lege katalanarekin gatazkan sar zitekeela, baldin eta honek Katalunian komertzializatutako produktu guztiak —inportatu guztiak barne— soilik katalanez etiketatuta egotera behartu izan balitu. Hori, ordea, horrela ez denez, amaitzeko esan dezakegu lege aldetik inolako gatazkarik ez dela aurrikusten etiketaia hizkuntzaren inguruan Kataluniako Parlamentuaren eta Europako Elkartearen norabideen artean.

Bartzelonan aztertu beharreko 50 produktuak aukeratzekoan hasierahasieratik hizkuntz irizpidea alde batera utzi dugu eta kontsumo ikuspegiaren bakarrik oinarritu gara. Zentzu honetan, lagungarria izan da duela gutxi Kataluniako Kontsumo Institutuak agindutako azterketa bat, kontsumitzaile katalanentzat ezagunenak diren markak aditzera ematen baititu. Marka baten ospea eta merkatu kuota balio berbereko magnitudeak ez badira ere, argi dago elkarrengandik hurbil daudela.

Bartzelonan salgai dauden kontsumo handiko 50 produktu horietatik 29 badaude aztertutako beste hirietan ere, eta hori lagungarria izan da azterketa konparatiboa egin ahal izateko. Aztertutako produktuak hamaika alorretan sailkatu ditugu, eta guztiek badituzte lau hirietan ordezkatzeko dituzten produktuak: garbikariak; automobila; edariak; elikagaiak orokorrean; etxerako tresnak; esnekiak; arropa eta oinetakoak; cava eta ardoa; sendagaiak; perfumeak eta kosmetika; tabakoa.

Gure *Etiketaia hizkuntzari buruzko azterketa* ren oinarrian dagoen galdera honela labur genezake: Brussela, Zurich eta Montreal, gizarte aurreratuko eta eleaniztasun ofizialeko hiru hiri, izan al daitezke Kataluniarentzat etiketaiarako eredu, behin 3/1993 Lege katalana onartu ondoren?

Bartzelonan salgai dauden kontsumo handiko produktuen artean joera nagusia etiketaia gaztelaniaz soilik egitea da. Aztertu ditugun 50 marken artean, 35 (hau da, %70) erabat gaztelaniaz etiketatuta daude.

Bruselan kontsumo handiko produktuen artean nagusi den joera etiketaia frantsesez eta nederlanderaz ematea da. Aztertutako 31 produktuetatik 22 frantses/nederlanderaz era elebidunean zeuden; hau da, %71.

Etiketaia hizkuntzari dagokionez, Zurichen bi joera nabarmentzen dira. Lehenengoa alemanieraz, frantsesez eta italieraz egindako etiketaia da; Zurichen salgai zeuden aztertutako 45 produktuen artean 21 alemanieraz, frantsesez eta italieraz etiketatuta daude, %47a hain zuzen ere. Bigarren joera alemanieraz eta frantsesez egindako etiketaia da; 45 produktuetatik 14ek alemaniera eta frantsesa soilik erabiltzen dituzte (aztertutako kopuruaren %31 baino zertxobait gehiago).

Montrealen nagusi den hizkuntz joera oso nabarmena da. Aztertu ditugun kontsumo handiko 80 produktuetatik 78 frantsesez eta ingelesez etiketatuta zeuden; %97,5a da.

Hiri bakoitzean hizkuntza bakoitzaren erabilpenaren portzentaia globala ateratzeko, aztertutako produktu bakoitzari puntu kopuru bat eman dugu, 100 aztertutako produktu kopuruak ematen duen emaitzarekin zatituz (adibidez, Bartzelonan $100:50 = 2$ puntu marka bakoitzari); horren ondoren puntuak produktu zehatz horren etiketaian dauden hizkuntzen artean banatu ditugu (adibidez, gaztelaniaz soilik etiketatutako produktua bada, 2 puntu; mezuaren zati bat ingelesa eta frantsesarekin batera azaltzen bada, gaztelaniak puntu bat, ingelesak puntu erdia eta frantsesak beste puntu erdia). Horrela hizkuntz bakoitzak etiketetan betetzen duen hizkuntz eremuaren portzentaia neurtu ahal izan dugu.

Bartzelonan

Gaztelania	%81,9
Ingelesa	%7,8
Frantsesa	%3,7
Portugesa	%1,6
Beste hizkuntza batzuk*	%5

* %1a gainditzen ez duten beste hizkuntzak honakoak dira: alemaniera, italiera, daniera, suediera, norvegiera, suomiera, nederlandera, grekoa eta katalana.

Bruselan

Frantsesa	%45,66
Nederlandera	%42,44
Ingelesa	%4,98
Alemaniera	%4,92
Beste hizkuntza batzuk*	%1,82

* %1a gainditzen ez duten beste hizkuntzak honakoak dira: gaztelania, daniera, italiera, portugesa eta suomiera.

Zurichen

Alemaniera	%44
Frantsesa	%35
Italiera	%15,1
Ingelesa	%4
Beste hizkuntza batzuk*	%1,8

* %1a gainditzen ez duten beste hizkuntzak honakoak dira: gaztelania, suediera, daniera, nederlandera, grekoa eta arabiera.

«Elkartearen norabideek hiru baldintza ezartzen dituzte: lehenik, etiketatako derrigorrezko argibideak erosleek erraz ulertzeko moduko hizkuntza batean adierazi behar dira; bigarrenik, hori ez da beharrezkoa izango informazioa beste era batzuetara ziurtatzen bada, hots, kontsumitzaileak babesteko beste era alternatiboak onartzen ditu; eta hirugarrenik, estatuek ezin dute etiketaia eleaniztuna galerazi»

«Bartzelonan salgai dauden kontsumo handiko produktuen artean joera nagusia etiketaia gaztelaniaz soilik egitea da. Aztertu ditugun 50 marken artean, 35 (hau da, %70) erabat gaztelaniaz etiketatuta daude»

Montrealen

Frantsesa	%49,3
Ingelesa	%49,3
Beste hizkuntza batzuk*	%1,4

* %1a gainditzen ez duten beste hizkuntzak alemaniera, gaztelania eta italiera dira.

Hamaika alorrek aztertuz gero horietatik bi, garbiketa eta sendagaiak hain zuzen, adierazkorrenak direla ikusi ahal izango dugu, zeren garbikari marken eta farmazia produktuen hizkuntz jokaera bat dator erabat leku bakoitzean nagusi den joerarekin. Etxeko tresnen alorra da, aldiz, atipikoen, lau hirietan etiketaiak hizkuntza anitzetan baititu. Bartzelonan hamaiki hizkuntzatan aurkitzen dugu; Bruselan zortzitan; Zurichen seitan; Montrealen bostean. Hala eta guztiz ere, leku bakoitzean nagusi den hizkuntza beti ere hor dago: gaztelania Bartzelonan; frantsesa eta nederlandera Bruselan; alemaniera, frantsesa eta italiera Zurichen; frantsesa eta ingelesa Montrealen.

Honelako azterketa batean nahitaezkoa izaten da marka zehatzak aipatzea. Beraz Bartzelonan oso ezagunak diren eta gaur egun beste hirietan ere badauden marken hizkuntz jokaerak alderatuko ditugu, baina artikuluhonetan lau hirietatik hirutan edo lautan daudenak bakarrik aipatuko ditugu.

Ariel (garbikaria)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Bruselan	frantsesez eta nederlanderaz
Zurichen	alemanieraz eta frantsesez

Dixan (garbikaria)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Bruselan	frantsesez eta nederlanderaz
Zurichen	alemanieraz, frantsesez eta italieraz

Ajax (garbikaria)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Bruselan	frantsesez eta nederlanderaz
Zurichen	alemanieraz eta frantsesez
Montrealen	frantsesez eta ingelesez

Mr. Proper (garbikaria)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Zurichen	alemanieraz eta frantsesez
Montrealen	frantsesez eta ingelesez

Renault (automobila)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Bruselan	frantsesez eta nederlandera
Zurichen	alemanieraz, frantsesez eta italieraz
Montrealen	frantsesez eta ingelesez

Volkswagen (automobila)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Bruselan	frantsesez eta nederlandera
Zurichen	alemanieraz, frantsesez eta italieraz
Montrealen	frantsesez eta ingelesez

Coca-cola (edariak)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Bruselan	frantsesez eta nederlandera
Zurichen	alemanieraz eta frantsesez
Montrealen	frantsesez eta ingelesez

Fanta (edariak)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Bruselan	frantsesez eta nederlandera
Zurichen	alemanieraz eta frantsesez

Pepsi (edariak)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Zurichen	alemanieraz, frantsesez eta italieraz
Montrealen	frantsesez eta ingelesez

Nestlé (elikagaiak)

Bartzelonan	gaztelaniaz
Bruselan	frantsesez eta nederlandera
Zurichen	alemanieraz, frantsesez eta italieraz
Montrealen	frantsesez eta ingelesez

Sony (etxeko tresnak)

Bartzelonan	gaztelaniaz, danieraz, frantsesez, nederlandera, suomieraz, suedieraz eta norvegieraz.
Bruselan	ingelesez, frantsesez, alemanieraz, gaztelaniaz, nederlandera, danieraz, italieraz eta portugesez.
Montrealen	frantsesez eta ingelesez

Levi's (arropa eta oinetakoak)

Bartzelonan	ingelesez
Bruselan	ingelesez

«Bruselan kontsumo handiko produktuen artean nagusi den joera etiketaia frantsesez eta nederlandera ematea da. Aztertutako 31 produktuetatik 22 frantses/nederlandera elebidunean zeuden; hau da, %71»

**«Montrealen nagusi den
hizkuntz joera oso
nabarmena da. Aztertu
ditugun kontsumo
handiko 80
produktuetatik 78
frantsesez eta ingelesez
etiketatuta zeuden;
%97,5a da»**

Montrealen frantsesez eta ingelesez

Freixenet (cava eta ardoa)

Bartzelonan gaztelaniaz

Zurichen frantsesez eta alemanieraz

Montrealen frantsesez eta ingelesez

Codorniu (cava eta ardoa)

Bartzelonan gaztelaniaz

Bruselan frantsesez

Montrealen frantsesez eta ingelesez

Nivea (lurrinak eta kosmetika)

Bartzelonan gaztelaniaz

Zurichen alemanieraz eta frantsesez

Montrealen frantsesez eta ingelesez

Aspirina (sendagaiak)

Bartzelonan gaztelaniaz

Bruselan frantsesez eta nederlandera

Zurichen alemanieraz, frantsesez eta italieraz

Montrealen frantsesez eta ingelesez

Marlboro (tabakoa)

Bartzelonan ingelesez eta gaztelaniaz

Bruselan frantsesez, nederlandera eta alemanieraz

Zurichen alemanieraz, frantsesez, italieraz eta ingelesez

Aurreko datuak oso adierazgarriak dira eta ez dugu uste aipamen gehiago merezi dutenik. Hala eta guztiz ere, eta deabruaren abokatuaren pape-ra geureganatuz, galde geniezaioke geure buruari ea Kataluniako kontsumitzaileek nola erreakzionatuko luketen kontsumo handiko marketako etiketetan katalana era normalizatuan erabiliko balitz. Galdera honen erantzunik zentzuzkoenetako bat duela gutxi Line Staff-en agertutako Katalanaren erabilpen komertzialaren aurrean katalanen jokaera azterketaren atal batek ematen digu. Merezki du horri buruz aritzea. Ondorengo frogak egin zieten egungo Kataluniako biztanlegoak ordezkatzeko zuten mila laguni: produktu neutro bat aukeratu zen, ur minerala hain zuzen ere. Inon ez zegoen marka baten izena eman zitzaion, Sana; hitz hori berdin idazten da eta esanahi bera du katalanez eta gaztelaniaz. Hiru ontzi desberdin eta hiru etiketa mota desberdin erabili ziren. Kasu guztietan markaren izena «Mendiko ura» eta «Naturalena» testuekin batera zihoan. Hiru bertsio zeuden: katalanez soilik, gaztelaniaz soilik eta elebiduna. Egin daitezkeen konbinazio guztiak egin ondoren 36 lamina desberdin azaldu ziren eta irizpiderik gabe —tokatzen zen moduan— banatu ziren lagina osatzen

zuten lagunen artean.

Elkarrizketatuek ez zekiten zein zen galdeketaren gai orokorra; kontsumoa aztertzeko zela besterik ez zekiten. Iritzi galderak egin aurretik elkarrizketatuari gezurrezko egoera bat azaltzen zitzaion: produktu berri bat —*Sanaur* minerala— merkaturatzear zegoen eta diseinurik egokiena aukeratzeko laguntza eskatzen zitzaien. Galdera honakoa zen: «Diseinu haue-tatik, mesedez, esaiguzu hiru botiletatik zuk ziurrenik zein erosiko ze-nukeen», hizkuntzarekin zerikusirik zuen ezer aipatu ere egin gabe.

Froga antolatzaileek nahi bezala elkarrizketatuek ez zuten erreparatu hizkuntz kontuan, eta horren adierazle zera da, mila lagunetik 8 bakarrik izan zirela gai etiketa bat katalanez zegoela, bestea gaztelaniaz eta hiru-garrena elebiduna zela oroitzeko. Horrela asmatu ahal izan zen hizkuntz faktoreak ba ote duen eragin subliminalik kontsumitzailearengan, eroste-ko orduan.

Frogaren emaitzek adierazten dutenez hizkuntzak badauka eragina on-tzia aukeratzeko orduan eta etiketaia katalanez egoteak katalanez dauzka-ten ontzien aldeko eragina du. Baina aukeraketa horretan jatorri katalana dutenengan dauka eragina hizkuntzak. Horrela, adibidez, produktu bat aukeratzekoan Kataluniako biztanlegoaren hizkuntzak nahikoa era-gin dauka, eta katalanak aldekoa egiten du, baina jatorri katalana dauka-tenengan soilik. Erabakia hartzeko orduan besteengan ez da inolako hiz-kuntz eraginik sumatzen. Line Staff-en iritzi azterketako elkarrizketatuen erantzunak alor esperimentalean egindako frogaren emaitzak egiaztatzen dituzte.

Bat-bateko ondorioa garbia da eta lerro gutxitan labur daiteke. Katalu-nian gaztelaniaz soilik etiketatzen duten kontsumo handiko markak inon-go arazo tekniko, ekonomiko edota diseinu arazorik gabe egokitu dira Belgikan, Helvetiar Konfederakuntzan eta Quebec-en indarrean dauden etiketaiari buruzko hizkuntz legerietara. Gaur egun Kataluniako Parla-mentuaren 3/1993 Legeak merkatu katalanean dauden produktuen etike-taia gutxienik katalanez adierazi behar dela ezartzen du. Froga experi-mental baten bidez egiaztatu ahal izan denez, etiketetan hizkuntza kata-lana izateak jatorri katalaneko kontsumitzaileengan produktu horiek eros-teko joera bultzatuko luke, eta horrek besteengan ez luke gaitzespen ja-rrerarik sortuko. Hemendik aurrera euren etiketetan katalanaren erabil-pen normalizatua egiten ez dutenek ez dute arrazoirik izango euren jo-kaera zuzitzeko. Gehienez ere ordaintzaile txarraren edo, hobeto esanda, etiketatzaile txarraren aitzakiak alegatu ahal izango dituzte.

**«Etxeko tresnen alorra
da, aldiz, atipikoena,
lau hirietan etiketaiak
hizkuntza anitzetan
baititu. Bartzelonan
hamabi hizkuntzatan
aurkitzen dugu;
Bruselan zortzitan;
Zurichen seitan;
Montrealen bostean.
Hala eta guztiz ere,
leku bakoitzean nagusi
den hizkuntza beti ere
hor dago»**