





LINGUA, SOCIEDADE E MEDIOS  
DE COMUNICACIÓN EN GALICIA

LORENZO SUÁREZ, Anxo M.

Lingua, sociedade e medios de comunicación en Galicia /  
Anxo M. Lorenzo Suárez, Fernando Ramallo, Håkan Casares  
Berg. — Santiago de Compostela : Consello da Cultura  
Galega, 2008. — 300 p. ; 23 cm. — (Colección Base)  
D.L. C 4734-2008. — ISBN 978-84-96530-52-2

1. Medios de comunicación social-Galicia. 2. Sociolingüística-  
Galicia. I. Ramallo Fernández, Fernando. II. Casares Berg,  
Håkan. III. Consello da Cultura Galega

© CONSELLO DA CULTURA GALEGA

Pazo de Raxoi, 2º andar

Praza do Obradoiro, s/n

15705 Santiago de Compostela

Tel. 981 957202 Fax 981 957205

correo@consellodacultura.org

Proxecto gráfico

e deseño de cubertas

MANUEL JANEIRO

ISBN 978-84-96530-52-2

Depósito legal C 4734-2008

Realización

Lúdica 7

# LINGUA, SOCIEDADE E MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN GALICIA

ANXO M. LORENZO SUÁREZ  
FERNANDO RAMALLO  
HÅKAN CASARES BERG



CONSELLO  
DA CULTURA  
GALEGA



# ÍNDICE

|                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| PRESENTACIÓN .....                                                                                 | 9   |
| I. INTRODUCCIÓN .....                                                                              | 11  |
| II. MEDIOS DE COMUNICACIÓN E LINGUA GALEGA .....                                                   | 13  |
| 1    Percorrido histórico .....                                                                    | 13  |
| 2    Os medios e a lingua galega na diáspora .....                                                 | 36  |
| 3    Medios de comunicación, política, sociolingüística<br>e política lingüística en Galicia ..... | 39  |
| III. ESCENARIOS DA COMUNICACIÓN EN GALICIA .....                                                   | 55  |
| 1    Escenario legal e lexislativo .....                                                           | 55  |
| 2    Escenario institucional .....                                                                 | 68  |
| 3    Outras iniciativas institucionais: universidades e Consello<br>da Cultura Galega .....        | 75  |
| 4    Actores sociais e grupos profesionais .....                                                   | 77  |
| IV. A SOCIOLINGÜÍSTICA DOS MEDIOS<br>DE COMUNICACIÓN .....                                         | 85  |
| 1    Radio .....                                                                                   | 85  |
| 2    Televisión .....                                                                              | 103 |
| 3    Prensa .....                                                                                  | 119 |
| 4    Medios electrónicos .....                                                                     | 152 |
| V. OPINIÓNS E VALORACIÓNS SOBRE A PRESENZA<br>DA LINGUA NOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....           | 157 |
| VI. ANÁLISE LINGÜÍSTICA .....                                                                      | 173 |
| 1    Introdución .....                                                                             | 173 |
| 2    A lingua galega nos medios impresos .....                                                     | 174 |
| 3    O galego nos medios audiovisuais .....                                                        | 177 |

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| VII. LINGUA, MEDIOS E CIDADANÍA .....                   | 185 |
| 1    Metodoloxía .....                                  | 185 |
| 2    Descrición da mostra .....                         | 187 |
| 3    Consumo de medios .....                            | 190 |
| 4    Actitudes perante o uso do galego nos medios ..... | 211 |
| 5    Conclusión .....                                   | 230 |
| VIII. CONCLUSIÓNS .....                                 | 231 |
| IX. BIBLIOGRAFÍA .....                                  | 245 |
| X. ANEXOS .....                                         | 255 |
| 1    Cuestionario Delphi .....                          | 257 |
| 2    Cuestionario da enquisa .....                      | 261 |
| 3    Táboas .....                                       | 269 |



## PRESENTACIÓN

No ano 2000, o Consello da Cultura Galega decidiu abordar, por iniciativa da súa Sección de Lingua, un proxecto de avaliación das políticas lingüísticas galegas durante o período autonómico. Como é sabido, o Consello da Cultura Galega é unha institución oficial de rango estatutario. A súa creación vén contemplada no Estatuto de autonomía de Galicia (Lei orgánica 1/1981; art. 32) e foi creado por Lei do Parlamento galego (Lei 8/1983). Esta lei outórgalle un carácter de organismo consultivo e asesor, plenamente autónomo respecto dos poderes políticos e representativo dos diferentes sectores e institucións da cultura de Galicia. Entre as funcións do Consello atópanse as de «analizar cantas cuestións se refiran ó patrimonio cultural e fomentar a lingua e a cultura galegas», «investigar e valorar as necesidades culturais do pobo galego», «asesorar e consultar os poderes da Comunidade Autónoma» e mais «elevar ós poderes da Comunidade Autónoma informes e propostas a favor da defensa e promoción dos valores culturais do pobo galego» (Lei 8/1983, tit. II, art. 6). Nesta liña enmárcase o presente traballo.

O proxecto en que se enmarca o estudo que presentamos recibiu, nunha primeira fase, financiamento da Comisión Europea e estivo dirixido conxuntamente por Henrique Monteagudo, que subscribe estas liñas limiares, e o soidoso Xan Bouzada, recentemente finado. Aquela frutífera colaboración produciu, ademais dunha gran cantidade de información depositada hoxe no Centro de Documentación Sociolingüística de Galicia e dos esbozos dunha serie de liñas de investigación para o futuro, tres volumes que foron editados co título xenérico de *O proceso de normalización do idioma galego (1980-2000)*. O primeiro destes volumes, titulado *Política lingüística: análise e perspectivas*, versa sobre as cuestións estruturais da glotopolítica galega, incluíndo unha análise da evolución orzamentaria e administrativa da Dirección Xeral de Política Lingüística, así como das principais políticas impulsadas pola Xunta de Galicia. O segundo volume está centrado na planificación lingüística no sistema educativo galego. O terceiro, *Elaboración e difusión da lingua*, analiza dende a perspectiva do corpus as cuestións relativas ao proceso de estandarización do idioma galego.

O volume que agora temos nas mans completa as publicacións daquel proxecto. Cando este foi concibido, os medios de comunicación foron concibidos como un obxecto de estudo central para a avaliación do proceso de extensión de usos do galego. Os directores do proxecto decidiron abordar unha investigación específica do sector, tendo en conta tanto o esforzo que a Xunta de Galicia leva investido no sector como o efecto evidente que os medios teñen na conciencia lingüística do público, no cultivo da lingua e na fixación e difusión dunha modalidade lingüística de referencia.

Os resultados pretenden introducir claridade e racionalidade nun espazo que foi tradicionalmente considerado da maior importancia e notablemente controvertido para a promoción do galego, e así foi entendido tanto polos sectores máis comprometidos coa lingua e os responsables políticos como polos editores e os profesionais dos medios. No debate arredor deste asunto adoitan manexarse argumentos legais, pragmáticos, económicos e identitarios, orientados a lexitimar ou denunciar unha situación analizada, en moitas ocasións dende perspectivas moi prexuízosas e escasamente fundamentadas.

O presente volume, que non ten por que constituír unha avaliación definitiva, pero que en todo caso foi concibido e realizado con pretensións de rigor e de obxectividade (compatibles, naturalmente, cun circio compromiso coa lingua do país), segue a estratexia xeral do proxecto de presentar fontes secundarias conxuntamente con investigacións orixinais. Dende a perspectiva dos que o concibimos e do quipo que o realizou, quíxose subliñar a importancia dos desexos, expectativas e opinións do público galego, destinatario e consumidor dos medios de comunicación de masas.

Estamos convencidos de que o presente contributo se tornará nunha referencia obrigada para os estudosos da problemática da lingua galega nos medios de comunicación. Pero, sobre todo, o que aspiramos é a que ofrezca elementos de reflexión sólidos e argumentos sensatos, ben fundamentados, a prol dun incremento da presenza do idioma galego nos medios de comunicación en Galicia, na convicción de que esta é moito menor do que a cidadanía desexa, require e está disposta a aceptar.

*Henrique Monteagudo*

## I. INTRODUCCIÓN

Este traballo ten como obxecto de estudo a presenza da lingua galega nos medios de comunicación de Galicia e da diáspora galega nunha dobre aproximación diacrónica e sincrónica. Desde a perspectiva diacrónica analizamos a evolución do uso do galego nos medios no período temporal 1975-2007, etapa na cal asistimos ao asentamento e consolidación plena da autonomía en Galicia. E desde a perspectiva sincrónica, o relevante é coñecer cales son as opinións dos grupos mediáticos e da cidadanía ante o eventual aumento ou diminución da presenza da lingua galega nas transmisións dos medios de comunicación galegos.

A realización desta investigación parte dunha serie de consideracións básicas. A chegada da etapa autonómica supuxo, por primeira vez na historia de Galicia, o inicio dunha oportunidade para avanzar nos procesos de recoñecemento institucional e social da lingua galega, logo dun período especialmente adverso no cal coincidiron un réxime político franquista pouco proclive ás linguas e culturas propias, e a aceleración do proceso de abandono do galego polo castelán que xa comezara a xestarse no primeiro terzo do século XIX.

A recuperación da democracia a partir de 1975 e o desenvolvemento do marco autonómico en Galicia desde 1980 modificaron substancialmente o nivel de información e de formación da cidadanía. De feito, as resistencias sociais a un avance dos procesos de normalización da lingua galega fóronse diluíndo de forma crecente na poboación e na sociedade civil galega a medida que avanzou o seu prestixio e o nivel de coñecemento e competencia dos cidadáns de Galicia na lingua galega.

Os medios de comunicación foron considerados unha das pezas clave deste proceso de recuperación, dado o impacto social e a crecente influencia dos contidos vehiculados polos media. En concreto, a creación en 1985 da Compañía da Radio e Televisión de Galicia (CRTVG) supuxo un punto de inflexión na imaxe pública e

na difusión social da lingua galega que, a partir dese momento, contaba cunha plataforma audiovisual coa que chegar aos fogares galegos. En cambio, conséntase que o avance do uso da lingua galega nos medios de comunicación escritos segue sendo máis lento por mor de factores lingüísticos, sociais e ideolóxicos diversos que cómpre facer explícitos e analizar en profundidade a súa natureza.

Outro dos aspectos centrais á hora de dispoñer de todos os elementos de análise é a historia, evolución e posicionamento dos grupos empresariais que estiveron e están detrás dos diferentes medios. A súa posición poucas veces se acomodou aos obxectivos de recuperación do idioma galego e, moitas veces, esta orientouse máis ben cara a un obxectivo de maximización de rendementos mediante o recurso a figuras e produtos mediáticos do mercado comunicacional en castelán.

Ao longo do presente traballo abordamos a realidade socio-lingüística dos medios de comunicación en Galicia tendo en conta os seguintes aspectos:

- Establecemento dun diagnóstico cronolóxico sobre a evolución da presenza da lingua galega nos medios de comunicación de Galicia desde 1975.
- Presentación dunha avaliación do impacto social e dos niveis de audiencia relativos dos medios de comunicación existentes en Galicia desde a perspectiva do seu grao de implicación no uso da lingua.
- Análise dos factores de resistencia e de dificultade de cara a unha maior presenza da lingua galega nos medios de comunicación.
- Sondaxe nas opinións e actitudes da sociedade galega respecto da presenza da lingua galega nos diferentes tipos de medios de comunicación.
- Análise das opinións dos profesionais sobre as posibilidades da extensión da presenza da lingua galega nos medios (OPORTUNIDADES), así como sobre os factores de resistencia que impiden ou dificultan a súa expansión e normalización (AMEAZAS).

## II. MEDIOS DE COMUNICACIÓN E LINGUA GALEGA

Este capítulo ten como obxectivo achegar unha descrición dos principais acontecementos históricos que relacionaron a lingua galega cos medios de comunicación: iniciativas pioneiras, proxectos en marcha e procesos que tiveron como obxectivo e resultado a presenza (ou non) do idioma galego, atendendo a unha dimensión esencialmente diacrónica: dende o principio do século XIX, momento en que nace a prensa en Galicia, ata os nosos días, coa configuración dun universo mediático complexo artellado arredor de catro grandes tipos de medios: a prensa, a radio, a televisión e os medios electrónicos ou cibermedios.

O percorrido histórico que ofrecemos céntrase nalgúns dos acontecementos máis relevantes e significativos na progresión do galego na prensa, na radio, na televisión e nos cibermedios. Dende a perspectiva cronolóxica, estruturamos a exposición en dúas partes:

- a) O período que vai dende o comezo do século XX ata 1975.
- b) De 1975 ata a actualidade.

O capítulo remata cun apartado que aborda a relación entre lingua galega, medios de comunicación e galeguismo. Con el pretendemos afondar nas cuestións claves para entender o papel que historicamente xogaron os idearios políticos nacionalistas no mantemento do galego nos medios de comunicación.

### 1 PERCORRIDO HISTÓRICO

#### 1.1 *Dos precursores a 1939*

Hai consenso á hora de sinalar os primeiros anos do século XIX como o momento en que nace a prensa en Galicia. E tamén hai consenso á hora de sinalar *O Catón Compostelano* como o primeiro xornal editado.

En 1876 aparece o primeiro xornal redactado en galego, *O Tío Marcos da Portela*. Con anterioridade, a presenza do galego nos

xornais era só anecdótica e correspondía a colaboracións literarias, poéticas na súa gran maioría, en seccións de carácter satírico que reflectían as opinións dos grupos sociais máis populares, ou mesmo a pasatempos de ton eminentemente folclórico. Así, a *Gazeta Marcial y Política de Santiago*, aparecida en 1812, pasa por ser a primeira publicación xornalística que incluíu textos en galego. Noutros, como na *Estafeta de Santiago*, aparecida en 1813, hai constancia dunha carta en lingua galega, e o mesmo acontece noutros exemplos de colaboracións esporádicas en galego en medios maioritariamente redactados en castelán (cfr. Mariño, 1998; Beramendi, 2007).

O semanario *O Tío Marcos da Portela* editouno en Ourense Valentín Lamas Carvajal. De marcado carácter literario, esta publicación acadou un grande éxito e chegou a tirar catro mil exemplares. Nas súas páxinas incluíanse seccións de opinión e de actualidade, pero predominaban as colaboracións poéticas.

Xa dous anos antes, o mesmo Lamas Carvajal fundará *El Heraldo Gallego*. Sendo un semanario de ciencias, letras e literatura, acolleu a pluma de moitos rexionalistas que defendían a necesidade de escribir en galego, aínda que tal necesidade non fose practicada por eles mesmos, dado que o xornal estaba redactado principalmente en castelán.

Animados, sen dúbida, polo éxito popular do *Tío Marcos*, xurdiron outros proxectos xornalísticos en galego: en 1881, *O Seor Pedro*, en Santiago de Compostela; *A Tía Catuxa*, en Pontevedra; e en 1884 apareceron en Pontevedra *O Galiciano* e na Coruña *A Foliada*.

Ao pouco tempo de deixarse de publicar *O Tío Marcos*, en 1888, viron a luz diferentes cabeceiras xornalísticas que incorporaban a lingua galega; concretamente, coñécense arredor de dez publicacións escritas en lingua galega, entre elas: o *Novo Galiciano* (Pontevedra, 1888), *As Burgas* (Ourense, 1894), *O Labrego* (Lugo, 1891), *A Nosa Terra* (A Coruña, 1907), *Caldo e Touros* (Ourense, 1908) ou *A Monteira* (Lugo, 1889). Nesta última, editada en Lugo entre o 1889 e o 1890, predominaban os

artigos sobre cultura, historia ou política por riba das colaboracións de tipo literario. Todas elas tiveron en común unha traxectoria moi breve e sen a repercusión social do *Tío Marcos*.

Hai unha estreita relación entre estes xornais e o movemento rexionalista galego que agromaba naquela altura do século XIX. As cabeceiras de moitos deles autodefiníanse como semanarios galegos de «intereses e literatura rexionais» e nas súas páxinas dábanse cita moitos dos grandes autores e pensadores rexionalistas. Lembremos, asemade, que o contexto político da época, tras o intento frustrado de instauración da I República e a Restauración en España, favorecía neste último terzo do século a aparición de publicacións sociopolíticas, voceiros a maioría deles dos partidos e dos movementos políticos que ían xurdindo no Estado.

A situación da lingua galega na prensa vai cambiar, de forma cualitativa e cuantitativa, a partir de 1916, ano en que sae ao prelo *A Nosa Terra* (ANT), cabeceira que xa fora empregada pola organización ‘Solidaridad Gallega’ nunha publicación precedente editada en 1907. Nace na Coruña como boletín decenal e como «Idearium da Hirmandade da Fala en Galicia e nas colonias galegas de América e Portugal», para logo converterse en quincenal e en voceiro oficial do Partido Galeguista a partir de 1932.

Na súa presentación afirmábase que «Galicia era unha patria natural con lingua de seu». O artigo editorial, aparecido na portada do 14 de novembro de 1916 e asinado por Antón Villar Ponte, titúlase «A bandeira ergueita», sendo esa bandeira a lingua galega. Nese editorial atopamos oracións que denotan un forte compromiso lingüístico: «Todal-a nosa persoalidade está na nosa lingua». «Os amigos da Fala seremos, pois, sempre os gardadores do lume sagrado da patria gallega». «Hai, pois, unha política para nós: a gran política da lingua».

A política fundamental dos seus promotores era a de promover a lingua, coa convicción de que dende o galego sería factible abordar os máis diversos temas de actualidade, e non só a literatura. Deste xeito, en ANT aparecen por primeira vez artigos políticos, económicos, de reflexión sobre política internacional,

etc., tratados en galego e con certa rigorosidade e contando coa autoría dos máis prestixiosos escritores galegos do momento.

Nos máis de catrocentos números editados ata 1936, a preocupación acerca dos temas da lingua é constante, e así o amosan os máis de setenta artigos que tratan dunha ou doutra maneira este tema, poñendo de manifesto a preocupación non só polo centralismo exercido polo poder estatal e polas institucións que o representaban en Galicia, senón tamén, e dunha maneira moi clara, pola actitude dos galegos cara á súa propia lingua, actitude cualificada de autoxenreira idiomática, como consecuencia de séculos de proceso asimilador.

A partir de 1932 converterase no «Semanario do Partido Galeguista» e o lugar de edición pasará da Coruña a Pontevedra e de aquí a Santiago de Compostela.

Porén, mesmo no caso desta publicación, aprécianse as dificultades prácticas e teóricas existentes para a galeguización lingüística dos medios. Luca de Tena (1976) considera que ANT, cando comezou a publicarse na primeira década do século xx, deu un paso atrás na defensa do galego porque este medio, ao tempo que defendía a necesidade de empregar o galego, recomendaba que se remitisen os artigos en castelán para que os lectores os entendesen mellor (cfr. o editorial de ANT, número 2, 11/08/1907). Estas contradicións iluminan unha determinada situación sociolingüística e sociopolítica e, ao mesmo tempo, dan idea dun proceso lingüístico inzado de dificultades.

Unha liña semellante, aínda que con evidentes diferenzas de contido, será continuada en 1920 coa revista *Nós*, na que se publican traballos sobre arte, xeografía, historia, etnografía, política, arqueoloxía, lingüística e filoloxía, etc., aínda que tampouco se descoidaba a produción literaria. O primeiro número da revista *Nós* sae á luz o 30 de outubro de 1920. Entre este ano e 1936 publicáronse 144 números en dúas etapas. Esta revista marcou como obxectivo europeizar e universalizar a cultura galega, sempre a partir das raíces culturais do país. Os seus directores eran Vicente Risco e Castelao (director artístico) e os seus membros, ademais



dos dous mencionados, foron: Ramón Otero Pedrayo, Florentino López Cuevillas e Antón Losada Diéguez.

Tamén é salientable o labor dalgúns medios de comunicación da época que puxeron o seu gran de area para fomentar a lingua e cultura galegas. Un dos casos máis salientables é o do xornal vigués *Galicia* (1922-1926), fundado e dirixido por Valentín Paz Andrade. Foi o primeiro diario en que a presenza do idioma galego, aínda que bastante tímida e concentrada nas páxinas literarias e nos números extraordinarios do 25 de xullo, non resultaba anecdótica ou ornamental (Monteagudo, 1999: 497). Entre os seus colaboradores cómpre citar a persoeiros da época como Rafael Dieste, Manuel Antonio, Roberto Blanco Torres, os irmáns Villar Ponte, Vicente Risco, Ramón Otero Pedrayo, ademais dos caricaturistas Cebreiro, Méndez e Castelao. Dende un punto de vista cuantitativo, a presenza do galego no xornal é testemuñal, aínda que se percibe unha sensibilidade especial, non só pola incorporación de autores galeguistas senón tamén pola reprodución de fragmentos en lingua galega en informacións redactadas en castelán se estas foron expresadas naquel idioma, as cartas ao director, as caricaturas case diarias da autoría de Castelao, etc.

A principios de 1924 comeza a edición do tamén xornal vigués *El Pueblo Gallego* (1924-1936), financiado e dirixido por Marcial Portela Valladares, que contribuíu decisivamente á formación dunha opinión pública galeguista e outorgoulle grande importancia ao idioma galego cunha colaboración diaria nesta lingua na portada do xornal e en números extraordinarios e dominicais.

En xaneiro de 1931 nace a revista de cultura relixiosa *Logos*, editada integramente en galego. Esta publicación leva a cabo unha serie de actos e actividades de promoción da lingua galega. En 1933, o 25 de xullo, celebrouse no convento de San Domingos de Bonaval a primeira misa por Rosalía cunha homilía en galego que continuaría ininterrompidamente. En 1935 nace a asociación *Deus Fratesque Gallaeciae* (DFG), que será un intento de introdución e ampliación do pensamento de *Logos*, especialmente na mocidade. En abril de 1936 sae o último número da revista. No

momento da súa interrupción estaban dispostos varios textos traducidos ao galego, entre eles a Santa Misa e o Evanxeo segundo San Mateo (López Muñoz, 1989: 28-30).

Polo que respecta á radio, as primeiras experiencias prodúcense a finais dos anos 1920 e están caracterizadas polo voluntarismo e o espírito de aventura. Son os anos en que se crean as emisoras de Madrid, Barcelona, Sevilla, Cádiz, San Sebastián, etc. A radio chega a Galicia con dez anos de atraso respecto de Madrid e Barcelona. En 1924 as autoridades españolas promoven as primeiras iniciativas lexislativas en que se contemplan xa as emisoras privadas. Con todo, a lexislación de 1929 e 1932 dálle carácter de monopolio estatal á radio, a pesar de que o Estado despois fomentase a aparición de radios privadas.

En Galicia as primeiras emisoras nacen ao amparo da lexislación republicana. En 1929 Unión Radio, proxecto comercial a nivel estatal que viña funcionando dende 1924, redacta un plan de actuación para Galicia que inclúe as cidades de Vigo e A Coruña. A primeira emisora establécese en Santiago de Compostela como Radio Galicia en 1933. En 1934 empezan as emisións Radio Pontevedra, Radio Coruña e Radio Vigo. Nese mesmo ano empeza Ramón Puga Noguerol a emitir rudimentariamente dende Ourense para en 1935 inaugurar as instalacións de Radio Ourense, ano en que tamén inaugura a súa emisión Radio Lugo.

Neses anos a programación consiste principalmente na difusión de música en directo, concursos, intervencións de personalidades da vida local e actos sociais. As emisoras utilizaban maiormente un sistema de socios que sufragaban en parte os custos. Nos primeiros anos prodúcense algúns fitos como a retransmisión dos mundiais de fútbol de 1934 de Italia ou os acordos do Estatuto de autonomía republicano.

Algúns autores van máis alá, considerando que a radio en Galicia nace unida en gran parte ao ideario galeguista e autonomista (Rodríguez, 2004; Blanco Campaña, 1999). De feito, o *Estatuto* do 36 recolle a necesidade dunha radio de orientación galega: no seu artigo 14 «Das atribucións da rexión» establece «A

execución dos servizos de aviación civil e da radiodifusión, salvo o dereito do Estado a coordinar os medios de comunicación en todo o país e inspeccionar os que Galicia estableza». Resulta un fito destacable que nos albores da guerra civil a aprobación do Estatuto de autonomía de Galicia sexa radiado dende Santiago para a colectividade galega de Buenos Aires, prólogo do que será o importante capítulo da radio na emigración galega.

Durante a guerra civil, nas zonas que se mantiñan baixo control republicano, editáronse publicacións xornalísticas con incorporación da lingua galega. *El Miliciano Gallego*, *Nova Galiza*, *Nueva Galicia* ou *Galicia Libre* son algúns exemplos de prensa editada no período bélico. Entre elas é salientable o caso de *Nova Galiza*, publicación galeguista dirixida primeiro por Castelao e logo por Rafael Dieste, que utilizaba o galego, castelán e portugués como linguas de redacción<sup>1</sup>. O seu subtítulo era «Boletín quincenal dos escritores antifeixistas» e publicouse en Barcelona do 5 de abril de 1937 a xuño-xullo de 1938 cun total 18 números.

*Nueva Galicia*, «portavoz de los antifascistas gallegos», nace o 17 de maio de 1937 baixo dirección comunista, e proseguirá ata finais de 1938, editará máis de cincuenta números. Moitas das páxinas en galego desta publicación están asinadas por Castelao. No número 1 aparece un texto de adhesión de Ramón Cabanillas mostrando o seu orgullo por esta publicación. No número 28 publicouse a versión galega da Internacional feita polo poeta cambadés.

En Galicia a lingua galega apenas foi utilizada durante a guerra civil. Excepcións foron o xornal santiagués *El Compostelano*, que durante a guerra publicou numerosas composicións poéticas e prosísticas en galego, e algúns medios da prensa cultural comarcal mediante colaboracións de carácter humorístico e folclórico, e a través de artigos de exaltación dos militares sublevados e de denigración da República (cfr. Mariño, 1998: 416).

1. Estas publicacións eran galeguistas, socialistas, comunistas ou anarquistas. En cambio, na prensa liberal republicana non houbo uso da lingua galega (cfr. Mariño, 1998: 417).

Durante a guerra civil a radio convértese nun medio esencial para a difusión de propaganda e información. As emisoras que había en Galicia retransmíten os partes das tropas sublevadas e a propaganda falanxista. O importante papel que se lle atribúe á radio no conflito tivo o seu reflexo en Galicia (Ventín Pereira, 1986). Foi habitual a toma estratéxica das emisoras nas cidades ocupadas polos bandos enfrontados e na prensa da época están recollidas informacións que avogan pola maior veracidade das emisoras segundo a súa adscrición (Blanco Campaña, 1999). As principais emisoras galegas foron axiña tomadas polas tropas franquistas. Segundo Rodríguez (2004) «as novas autoridades establecen un único espazo radiofónico de comunicación, de dimensión estatal, controlado de xeito absoluto dende o poder político, tanto no ámbito empresarial como de contidos. Especialmente traumático resultou este ameazante control no apartado informativo, que pasou a ser competencia exclusiva de Radio Nacional de España dende outubro de 1939».

### 1.2 O Franquismo (1939-1975)

Durante o franquismo, toda a prensa progresista e a prensa cultural foi silenciada: os grandes diarios republicanos como *El Pueblo Gallego*, neste caso reconvertido en xornal falanxista, ou *La Zarpa*, que sufriu o agravio de saír uns días co xugo e as frechas na cabeceira, así como a revista *Nós*, o portavoz galeguista *A Nosa Terra*, *Heraldo de Galicia* (Ourense), *Guieiro* das Mocidades Galeguistas, *A.T.E.O.*, dos mestres progresistas de Ourense, e unha longa xeira de xornais e revistas obreiras e republicanas.

Co inicio da guerra, as publicacións monolingües en galego desaparecen por completo e durante a etapa franquista os exemplos de prensa escrita corresponden principalmente a publicacións clandestinas ou a xornais elaborados e difundidos dende o exilio ou na emigración.

Con todo, o silencio da lingua galega na prensa comeza a crebarse ben cedo, a partir do 1 de febreiro de 1946, data en que

principia a editarse en Santiago de Compostela o xornal vespertino *La Noche*. Nel empezaron a escribir autores comprometidos co galeguismo como Ricardo Carballo Calero, Valentín Paz Andrade, Antón Fraguas, Ánxel Fole, Aquilino Iglesias Alvariño, etc. e outros pertencentes á *Xeración Nós* como Ramón Otero Pedrayo, Vicente Risco e, ás veces, Florentino López Cuevillas.

Posteriormente, Francisco Fernández del Riego, Xaime Illa Couto e Manuel Beiras poñen en marcha o *Suplemento do Sábado*. Este suplemento tiña como obxectivo centrarse en temas literarios, artísticos e socioeconómicos de Galicia. A súa duración foi moi breve, xa que se publicou dende o 15 de outubro de 1949 ata o 28 de xaneiro de 1950. Entre os seus colaboradores estaban Ramón Otero Pedrayo, Ricardo Carballo Calero, Álvaro Cunqueiro, Ánxel Fole e Ramón Piñeiro, quen publicou no suplemento o seu primeiro artigo.

O réxime de Franco axiña monopoliza a radiodifusión, atopándose o medio nun estado de intervención total ata a década dos 50. A primeira emisora de RNE inaugúraa precisamente Franco en 1937. En 1952 decrétase a prórroga da concesión dalgunhas licenzas e concédense outras novas (principalmente para emisoras locais) a aquelas institucións afíns á ditadura e que están relacionadas co Movemento e mais coa igrexa. A información está directamente controlada polo Goberno dende Radio Nacional de España a través do Departamento de Radiodifusión da Dirección Xeral de Propaganda, que contou coa súa primeira emisora en Galicia en 1940 na Coruña.

En 1948 aparece na Coruña, sen periodicidade fixa, a revista *Alba*. Incluía poemas en galego con predominio do castelán. No número 2 incorporou o subtítulo de *Prosa y verso*. No seguinte figura como director Ramón González Alegre. Dende o número 4 trasládase a Vigo. O consello de redacción estaba formado por Luís Santamarina, Celso Emilio Ferreiro, Otto Camelselle e Bernardino Graña.

Ao se establecer en Vigo, *Alba* ocupouse ademais da edición de libros. O primeiro publicado en galego foi *O sono sulaga-*

do (1954) de Celso Emilio Ferreiro. Xa publicaran outros de Manuel María e Bernardino Graña, mais estaban en castelán. Desaparece en 1956.

A revista *Aturuxo* foi editada por un pequeno grupo de escritores de Ferrol: Tomás Barros, Miguel C. Vidal e Mario Couceiro. Tivo dúas etapas: unha entre 1952-58 na que se editaron nove números e outra en 1960 na que se editaron os números dez (dedicado a Luís Pimentel) e once. Era bilingüe obrigatoriamente e nela publicaban poetas galegos e foráneos. O seu compromiso co idioma galego parece ser que non era moi profundo, pois Ramón Piñeiro, nunha carta dirixida a Francisco Fernández del Riego, datada o 11-6-1956, anúncialle con desgusto e reproche que os desta revista están preparando unha *Antología de la poesía gallega* soamente con poetas que escriben en castelán; quizais sexa a resposta á publicación o ano anterior da antoloxía *Escolma de poesía gallega* de Francisco Fernández del Riego.

A censura obrigou a pechar a revista *Aturuxo* durante o ano 1957. O responsable da suspensión foi Francisco Serrano Castilla, delegado do Ministerio de Información e catedrático de literatura no Instituto de Ensino Medio da Coruña. A causa probable da prohibición foi a colaboración de galeguistas como Ricardo Carballo Calero, Celso Emilio Ferreiro, Isaac Díaz Pardo, etc. e de autores de fóra: Gabriel Celaya, José Agustín Goytisolo, etc.

Nesta revista escribían tres xeracións distintas. A dos máis vellos, que utilizaba máis galego porque se formara na preguerra nun clima favorable á lingua de Galicia. Os da Promoción de Enlace, que padeceran anos de persecución, prohibicións e aldraxes. Viviran nun panorama xeral de penuria e illamento. Moitos destes escritores nos anos cincuenta xa estaban instalados no castelán como vehículo expresivo, que algúns non deixarán e que outros tardarán en deixar. E os das Festas Minervais, que vivían nunha atmosfera precaria e opresiva, pero que tiñan vías de publicación como *Galaxia* ou *La Noche*.

En canto á radiodifusión, as novas licenzas para emisoras en Galicia inauguráronse coas emisións de Radio Juventud na

Coruña. Radio Juventud era unha concesión do Estado á Falanxe para retransmitir, entre outros contidos, valores propios do fascismo e do falanxismo. En 1943, sequera de xeito experimental, inicia a súa difusión outra emisora chamada «Estación del Frente de Juventudes» en Monforte. Pouco despois inaugúranse máis emisoras de «Frente» que se integran na chamada «Cadena Azul de Radiodifusión». Esta tivo tamén un papel importante na formación profesional de locutores e técnicos nas súas Escolas Rexionais de Radiofonismo (Blanco Campaña, 1999). Estas emisoras denomínanse normalmente «Radio Juventud» e tiveron unha presenza importante en Galicia, na Coruña e mais no interior (Xinzo de Limia, O Barco de Valdeorras, Ribadavia e a citada de Monforte de Lemos). Pertence a esta mesma rede «La voz de Vigo», que inicia a súa andaina en 1957. Colaboran con esta emisora coñecidas personalidades do xornalismo e das letras como Álvaro Cunqueiro e Xosé María Castroviejo. A partir dos anos sesenta as concesións destas emisoras varían un tanto, algunhas pasan a pertencer á Organización Sindical. Así, Radio Monforte intégrase nesta última estrutura e créase La Voz del Miño, en Ourense.

As concesións para explotación de emisoras á marxe da rede estatal concéntrase en tres cadeas: as emisoras do Movemento, a Sociedade Española de Radiodifusión (SER) e a Cadena de Ondas Populares de España (COPE), creada a finais da década de 1950. A propiedade das emisoras da COPE estivo principalmente controlada pola Conferencia Episcopal Española. Nun primeiro momento, algunhas das emisoras promovidas dende a igrexa tiveron unha difusión reducida ás parroquias. As primeiras foron Radio Lalín, máis coñecida como «La voz del Deza», e Radio A Estrada, ás que axiña se incorporan as emisoras parroquiais de Ribeira e Vilagarcía de Arousa. A primeira das emisoras con vocación de chegar a espectros de público máis amplos é Radio Popular de Ferrol, que inicia a súa andaina en 1966. Posteriormente inaugúranse as emisoras de Vigo e Ourense (1967) e Lugo (1968).

A SER foi dende moi pronto a cadea máis importante de emisoras privadas de España. En Galicia só tiña en propiedade,

como dixemos, Radio Galicia en Santiago, pero a política de asociación con emisoras locais privadas fomentada a partir dos anos 50 fai que empecen a incorporarse algunhas das que apareceran antes da guerra civil. A asociación pasa por unha serie de acordos en que as emisoras asociadas seguen as pautas da dirección e emiten parte da súa programación. As razóns destas alianzas hai que buscalas no interese de crecemento comercial da sociedade e tamén na busca de alianzas que paliasen un pouco a inseguridade das concesións e a dificultade das emisoras pequenas para elaborar contidos propios. Radio Coruña incorpórase en 1949, Radio Vigo en 1957 e en 1960 Radio Lugo, Radio Pontevedra e Radio Ourense.

Por outra banda, o papel dos medios impresos en galego volve ser crucial na estratexia culturalista da xeración Galaxia nos anos cincuenta. Como xa comentamos, un antecedente significativo foi a publicación do suplemento cultural semanal do diario santiagués *La Noche* dende outubro de 1949. E, posteriormente, xa na década dos sesenta, a fronte política que se articula coa creación do Partido Socialista de Galicia (1963) e da Unión do Pobo Galego (1964) aséntase mediante a creación de órganos de expresión escritos en galego (caso, por exemplo, de *Terra e Tempo*).

O relativo silencio de prensa en galego desaparece en 1963, ano en que nace a revista cultural *Grial*, editada pola editorial Galaxia, que foi bilingüe nos seus primeiros tempos e avanzou progresivamente cara ao uso exclusivo do galego. A revista empezara a súa publicación moito antes, en 1951, baixo o nome de «Cadernos Grial», dos que só se publicarían catro números pola insistente presión da Dirección Xeral de Prensa, que prohibiu a colección. A partir de 1963 inicia a súa publicación ininterrompida, dirixida durante máis de 25 anos por Ramón Piñeiro, a quen sucedeu Carlos Casares (1989-2002) e, máis recentemente, Víctor Freixanes e Henrique Monteagudo.

No ano 1958 comézase a publicar a *Revista de Economía de Galicia*. O seu director foi Xaime Isla Couto ata 1963, ano en que se incorpora Xosé Manuel Beiras. Mántívose ao longo dunha década. Tiña carácter bimestral e chegaronse a publicar sesenta números. O



consello de dirección estaba integrado por especialistas coma Cruz Gallástegui, Isidro Parga Pondal, Francisco Javier Río Barja, etc. Esta directiva non era máis ca unha cobertura fronte á censura e os posibles atrancos que puidesen xurdir. O consello efectivo estaba formado por Xaime Isla Couto, Ramón Piñeiro e Francisco Fernández del Riego. A revista naceu como resposta á necesidade de estudo do aspecto socioeconómico galego e tiña un dobre obxectivo: consagrarse ao estudo e orientación sobre os problemas concretos da estrutura e desenvolvemento económico do país así como a súa formulación técnica, documentación e información.

A Unión do Pobo Galego (UPG), ao ano seguinte da súa constitución en 1964, comeza a editar o seu voceiro *Terra e Tempo*, a primeira publicación integramente en galego na posguerra. As dificultades da situación política provocaron que os primeiros anos a revista se editara fóra. Os dous primeiros números foron editados en México aínda que aparecen datados en Santiago por membros da UPG. Logo imprimíronse dous números en Venezuela ao coidado de Celso Emilio Ferreiro. En 1969 e 1970 publicáronse en París, foron introducidos clandestinamente, aínda que se elaboraba en Galicia.

Ao mesmo tempo, no exilio mantense a prensa en galego, impulsada na súa maioría polos nacionalistas, con publicacións como *Loita*, *Adiante* (Bos Aires), *Vieiros* (México) ou *A Nosa Galicia* (Xenebra).

A conformación nos anos sesenta de novas forzas políticas de ámbito galeguista e nacionalista supón o nacemento de prensa política clandestina. O Partido Socialista Galego comeza a editar un voceiro a partir do mes de outono de 1965 chamado *Adiante*. No primeiro número decláranse: «Non somos marxistas. Somos socialistas europeos modernos. E non somos nacionalistas porque non somos reaccionarios». Ao principio este voceiro é bilingüe; a partir de 1976 chámase *Galicia Socialista* e está escrito unicamente en galego. En 1988 pasará a chamarse *Galiza Socialista*.

A reclamación de medios de comunicación integramente en lingua galega tivo un papel moi salientable nas reivindicacións

da normalización lingüística dende os anos sesenta: esta foi unha demanda considerada clave e crucial por parte dos sectores sociais máis comprometidos coa promoción da lingua.

Nos anos sesenta e setenta, consonte os movementos obreiros e políticos medraban en intensidade, comeza a circular un tipo de prensa que podemos denominar *prensa política* ou tamén *prensa clandestina* (tendo en conta as circunstancias políticas do momento: eran publicacións prohibidas), oposta ao réxime franquista e con consignas sociais, políticas e sindicais tanto de esquerdas coma nacionalistas. Segundo Cendán Fraga (2002: 116), «(...) comeza a circulación dunha abundosa prensa nacionalista, que se desenvolveu de múltiples formas, tanto no ensino universitario, Santiago de Compostela, coma no obreiro, Ferrol e Vigo, principalmente, que serán os núcleos onde apareza un maior número de medios impresos destas características».

O relevante deste novo xénero xornalístico é que para a súa redacción se utilizaba principalmente a lingua galega, sobre todo nas publicacións realizadas polas organizacións nacionalistas. Casos como *Adiante* (creada en outubro de 1965), *Galicia Socialista* (1969), *Irmandiño* («*Voceiro da Frente Cultural Galega*», 1973), *O Mallo* (1973), *O Berro* (1973) ou *Fouce* (1973) son exemplos de publicacións políticas con desigual duración no tempo. Tamén houbo publicacións estudantís nacionalistas, como *Loita*, publicada dende 1967 pola organización ERGA, etc.

Esta situación foi evolucionando de tal maneira que, xa nos anos setenta, practicamente todo tipo de colectivos e organizacións, nacionalistas ou non, utilizaban o galego nos seus medios de expresión.

A partir dos anos setenta, os partidos estatais comezaron a galeguizar o seu discurso, polo menos formalmente. Un exemplo claro será a galeguización do PCE. Este partido foi o motor do movemento antifascista nos anos corenta e cincuenta, pero mantevo unha importante insensibilidade cara ao idioma galego. Será a partir dos anos setenta cando comece a utilizalo. Nas súas publicacións ocorreu o mesmo. Nos anos sesenta impulsou a revista *Nova*

*Galicia* totalmente en castelán. A partir de 1969 comezou a editarse *A Voz do Pobo*, que nun primeiro momento apenas utilizaba o galego e logo pasou a utilizalo de forma intensiva.

A dinámica galeguista obrigou ao Partido Socialista Popular (PSP) a galeguizarse en xuño de 1976 e pasou a chamarse PSPG. Máis tarde fusionouse co PSdG-PSOE, denominación que pasou a ter en 1977. No PSOE integrárase en 1978 o Colectivo Socialista Galego, escindido do PSG. Este colectivo impulsou os tres números de *O Socialista Galego* (nos tres últimos meses de 1978), que están integramente escritos en galego. Dende 1980 o idioma oficial deste partido é o galego (Fernández Rei 1994: 60-62).

Nos últimos anos do franquismo comezan as primeiras emisións radiofónicas en galego nas cidades da Coruña e Vigo (1969), grazas a iniciativas do movemento asociativo e cultural das dúas cidades.

A historia da televisión é relativamente breve pero moi intensa. En Galicia a súa presenza redúcese a 45 anos pero o seu impacto na sociedade foi e segue sendo extraordinario, sen parangón con outros medios de comunicación de masas. A televisión foi causa e consecuencia de grandes transformacións sociais acontecidas neste período de tempo. De feito, a súa breve historia non impediu que a televisión se convertese pronto no medio con maior penetración social e acadase unha cobertura practicamente do 100%. O sinal televisivo chega a Galicia en 1961, un lustro despois de que TVE iniciase as súas emisións no territorio estatal. Nos primeiros anos detéctanse problemas de cobertura debidos, sobre todo, á particular orografía do territorio galego. Durante os anos 60, co Plan Nacional de Televisión, produciuse un salto cuantitativo na mellora das instalacións que tivo consecuencias no fortalecemento das redes emisoras, incluída a galega (Cendán Fraga, 2003).

A primeira emisión dende Galicia produciuse no ano 1962 co gallo do día do Apóstolo. A retransmisión dos principais aconteceres relacionados coa festa do 25 de Xullo repetiuse os anos seguintes, servindo como escaparate de Galicia para o resto de España.

En 1967 chega a Galicia a segunda canle (UHF), creada dous anos antes. Inicialmente concibida como unha canle de repetición da programación, co paso do tempo a súa especialización en temáticas educativas e culturais propiciou o xurdimento dun novo tipo de consumidor de televisión. Nos anos 70 ampliase a rede de Centros Emisores de TVE, que ten como consecuencia máis inmediata a inauguración en 1971 do primeiro estudo de TVE en Galicia, localizado na cidade de Santiago. A partir deste momento, a presenza de aconteceres relacionados con Galicia comeza a ser habitual.

Un aspecto de capital relevancia para entender a repercusión da televisión na vida dos galegos foi a creación, a finais dos anos 60, dos *teleclubs*. Este fenómeno acada entre nós unha extraordinaria presenza. Nos anos 70 chega a haber en Galicia preto de 900 *teleclubs*, o maior número de toda España. Estas asociacións agroman, sobre todo, nos pequenos espazos rurais, onde, ademais da súa función comunicativa, serviron como lugar preferente para a interacción, propiciando unha forte cohesión social entre veciños. A vida comunitaria nas súas diversas dimensións (social, cultural, educativa, lúdica, etc.) artellábase arredor dos *teleclubs* que, por parte, convertéronse en foros privilexiados para os procesos de enculturización do réxime franquista. Como sinala Pena (2004: 111),

ser socio dun *teleclub* tiña moitas vantaxes. Primeiro, que todos os *teleclubs*, no momento da súa constitución, recibían como regalo da Junta Central de Información, Turismo y Educación Popular un aparello de televisión. Tamén lle eran enviados periodicamente libros e folletos diversos distribuídos pola Dirección General de Cultura Popular y Espectáculos e outros organismos franquistas, que multiplicaban así os efectos das súas mensaxes propagandísticas.

En 1974 comeza a emisión de *Panorama de Galicia*, informativo rexional diario que cunha duración inicial de 15 minutos supón un fito moi relevante para a lingua galega, por ser esta a uti-

lizada en boa parte do programa. Debido ao éxito de audiencia, en 1975 o espazo duplicou a súa duración, ata chegar aos 30 minutos de luns a venres. Este programa mantense en antena ata o ano 1983, en que cambia de nome e pasa a ser *Telexornal 1*.

### 1.3 A democracia (1975-)

O tránsito cara á democracia que se abre tras a morte de Franco supón un novo período constituínte que ten fondas repercusións de política lingüística derivadas do texto constitucional aprobado en 1978: a configuración do estado das autonomías, o recoñecemento parcial das outras linguas propias de España diferentes do castelán, etc.

Ademais, os medios de comunicación seguen consolidando unha posición pública e política de forte incidencia en todas as esferas da vida social dos estados industrializados, e España non é unha excepción. Dende a perspectiva dos movementos de recuperación das linguas propias, os medios de comunicación, xunto co ensino ou a administración, comezan a ser considerados elementos imprescindibles para que tales procesos acaden resultados satisfactorios.

Este período coincide coa xestación do discurso da 'normalización lingüística'. Procedente da sociolingüística catalá, o desexo de normalización para a lingua galega chegou ao discurso sociopolítico galego ben cedo e será incorporado decontado ás finalidades e estratexias da acción do nacionalismo e do galeguismo e, en menor medida, do resto de axentes políticos na Galicia preautonómica.

Cómpre sinalar que a situación do galego nos medios cambiou a partir dos anos setenta consonte se modificaba a realidade política de España e de Galicia coa transición da ditadura á democracia. A lingua galega comeza a facerse visible nos medios impresos que, durante o franquismo, a ignoraran. Así, Ledo Andión (1993: 56):

Nos anos setenta dáse o paso cualitativo, nos medios, do uso individual do galego –retrotraído ós espazos de colaboración– ó

uso social, ó seu uso nas noticias. Este paso devén dos comunicados, das roldas de prensa, desa figura colectiva do 'abaixo asinado' e do respecto, por parte de quen elabora a información, á lingua orixinaria na que se recolle feitos, datos, situacións ou ideas. Deste xeito, singularmente a partir da transición política e na súa primeira fase, vén para os medios unha temática novidosa, en galego, que implica así mesmo ampliar fontes, activar outras leis de selección e de achegamento ao receptor.

Porén, argúese que este cambio cualitativo pronto foi abandonado polos editores e empresarios da comunicación galegos, que optaron por retrotraer a lingua galega aos espazos da individualidade e dos contidos culturais e costumistas (Ledo Andión, 1993: 56):

Sen embargo, pasados os primeiros e inestables anos, os editores máis poderosos deciden posicionarse fronte do idioma e o uso, de súpeto, recondúcese outra volta para os espacios de responsabilidade individual, para colaboradores e mais articulistas e a súa temática tendencial retorna ó ghetto da cultura ou do cadro de costumes. En situacións que así o esixen, de xeito puntual, atopámolo vehiculando a información de política autonómica.

Co inicio da transición política en 1975 intensificouse a reclamación de medios impresos nas linguas propias das diferentes comunidades do Estado. Mentres que en Cataluña e Euskadi naceron medios que incorporaban a lingua propia respectiva, o proceso mediático-lingüístico en Galicia foi menos intenso e estimulante para o galego.

No tocante á prensa, tras esta paréntese de corenta anos que supuxo o réxime franquista, retómanse algunhas publicacións que se frustraron coa guerra. Foi o caso de *A Nosa Terra*, que se volveu publicar en 1977 baixo a dirección de Margarita Ledo Andión e con periodicidade semanal. Na súa nova etapa mantivo a tendencia nacionalista, incluíndo información de actualidade nacional e estranxeira e dándolle grande importancia á información cultural.

Un ano antes, en 1976, nace a revista *Teima* en Santiago de Compostela, a primeira revista salientable en lingua galega da transición. *Teima* foi o primeiro caso de publicación estritamente xornalística que se facía integramente en galego dentro de Galicia, dirixida por Ánxel Vence e de periodicidade semanal. Ofrecía información de carácter xeral e estaba escrita integramente en galego, incluída a publicidade. Editáronse 35 números.

Outras publicacións de información xeral con presenza estable da lingua galega foron *Man Común* e, na década dos noventa, *Galicia Internacional*. Esta última foi o preludio da revista mensual *Tempos Novos*, que aínda está nos quioscos.

Detrás de *Teima* xorde unha boa cantidade de revistas temáticas importantes, moitas das cales aínda perduran: as cristiá *Encrucillada* (1977) e *Irimia* (1981), as cultural-literarias *Luzes de Galiza* (1985) e *A Trabe de Ouro* (1990), a reintegracionista *Agália* (1985), a *Revista Galega de Educación* (1990), *Andaina* (1991), *Dorna* (1991), *Artesán* (1991), *Animal* (1991), etc.

Un fito especialmente relevante cara á normalización social do galego na prensa escrita, polo menos dende unha perspectiva cualitativa, dáse o 6 de xaneiro de 1994 cando sae á rúa o primeiro número de *O Correo Galego* (actualmente baixo a cabeceira *Galicia Hoxe*), publicado pola Editorial Compostela, a mesma editora de *El Correo Gallego*. Por primeira vez ponse en circulación un diario en lingua galega que ofrece información de actualidade sobre Galicia e as súas comarcas, sobre España e o mundo, sobre economía, deportes, cultura, sociedade, etc. Se ben é certo que nun principio os seus contidos eran practicamente os mesmos ca os de *El Correo Gallego* e a súa venda era moito menor (na actualidade *Galicia Hoxe* non está sometido a control de difusión), a súa aparición supuxo un paso imprescindible no chamado proceso de normalización, sen que supuxese un estímulo para a aparición de máis cabeceiras en galego. Todo o positivo que acubilla esta iniciativa non debe impedir que se analice, en toda a extensión, a viabilidade deste modelo xornalístico, a súa (in)dependencia e a súa viabilidade económica nun mercado fortemente competitivo e dinámico.

Con respecto á prensa local e comarcal, é preciso salientar que a situación do galego nela é totalmente diferente, xa que constituíron ao longo da historia unha canle importante de difusión social da lingua galega. No apartado anterior constatamos o papel tan relevante dos medios locais e comarcais na utilización do galego como idioma de redacción que se confirma cando López García (1996: 307) sinala que, no último terzo do século xx, máis do 70% das publicacións comarcais de información xeral editadas en Galicia estaban escritas en lingua galega.

A chegada da democracia suscita os desexos e plans da creación dun espazo de comunicación galego que atendese as necesidades dos novos poderes autonómicos. De feito, o Estatuto de autonomía de 1981 contempla que os poderes públicos galegos poderán regular, crear e manter a súa propia radio, televisión e prensa.

Os obxectivos referidos á radiodifusión foron os da creación dunha rede de radio pública galega, o desenvolvemento de proxectos empresariais orientados de xeito preferente ao servizo no ámbito comunicativo de alcance galego, mediante as concesións polo goberno galego de novas emisoras, e a utilización do idioma galego nos medios resultantes (Rodríguez, 2004).

As emisoras que se beneficiaran das concesións outorgadas ao Movemento, á Falanxe e mais á Organización Sindical agrupáronse en 1980 arredor do novo ente Radiotelevisión Española. O resto de emisoras privadas fóronse agrupando arredor de dous grupos maioritarios durante a ditadura, a SER e a COPE. Durante os primeiros anos da democracia consolidouse o modelo de emisión centralizada da Onda Media que, no fondo, acabou supondo a imposibilidade de desenvolver nunha primeira instancia unha radio galega de produción propia (Fernández Freixanes, 1974). Nese sentido, a creación en 1980 dunha sociedade anónima para controlar os centros de Radio Popular de toda España truncou as primeiras experiencias das emisoras eclesiásticas galegas que elaboraban unha gran parte dos seus contidos dende Galicia e, como veremos máis adiante, en moitos casos en galego.



Malia que as primeiras experiencias de emisión en Frecuencia Modulada (FM) datan dos anos 50, a primeira lexislación que impulsa decididamente a FM pertence xa á etapa posfranquista, chegará masivamente a Galicia en 1983, o que supón unha redefinición do panorama radiofónico galego. Un ano antes fúndase Ondas Galicia, con emisoras en Santiago, Lugo, Ourense, Vigo e A Coruña. Esta empresa estará participada pola SER e as súas emisoras asociadas e por algúns xornais galegos. Pouco despois constitúese Antena 3 de Galicia. Nestes primeiros anos da década de 1980 tamén empezan as emisións de Radio 80, posteriormente absorbida por Antena 3, e Radio Noroeste.

O primeiro intento de emisión dunha radio municipal foi o de Radio As Mariñas, en Oleiros, que durou pouco máis dunha hora antes de que quedasen os locais precintados.

A creación da Compañía de Radiotelevisión de Galicia (CRTVG) constitúe un dos fitos máis relevantes da historia da radio en Galicia, xa que supón a primeira radio autonómica, pública e en galego. As emisións da Radio Galega (RG) empezan nos primeiros meses de 1985. En 1991 inaugúranse as novas instalacións de San Marcos.

As audiencias da RG tiveron un crecemento sostido dende a súa creación, acadarán máis de 100 000 oíntes ao principio da década dos noventa e uns 200 000 en 2006. En 1985 é tamén cando empeza a emisión Radio 4, dende A Coruña, que deixa de emitir en 1991. O crecemento do espazo radiofónico nestes anos é importante, hai en 1989 en Galicia un total de 63 emisoras de radio, 48 en FM e 15 en AM (Blanco Campaña, 1999).

Onda Cero empeza a emitir en Galicia en 1992, ano en que Prisa se fai co control de Antena 3 Radio. Nun principio, esta emisora emitía 12 horas de programación propia diarias. En 1993 a Xunta abre o mapa das radios municipais ao outorgar licenzas para 40 emisoras, concederá 28 máis ao ano seguinte. En 1994 nace RadioVoz como produto da ruptura de Antena 3 Radio con Prisa. A vocación desta emisora, propiedade do Grupo Voz, é a de converterse na radio privada de referencia no ámbito galego.

Enseguida empeza un plan de expansión que supón a adquisición de emisoras por todo o territorio nacional. Ao principio emite programas feitos dende Galicia e para Galicia, aínda que tamén inclúe contidos da COPE. En 1998 a Xunta concede corenta e unha licenzas de radio comercial. Radio Obradoiro empeza a emitir ese mesmo ano.

Co tempo obsérvase como non frutifican (caso de Radio Noroeste ou Ondas Galicia) ou consolidan (caso de RadioVoz) os proxectos privados. As empresas de comunicación optan por vender as emisoras a empresas estatais ou intégranse en cadeas. Neste fracaso hai, segundo a opinión dalgúns expertos, unha parte de responsabilidade dos poderes públicos galegos por aplicar unha política menos intervencionista do desexable (Rodríguez, 2004).

Na actualidade, os investigadores da radiodifusión en Galicia tenden a describir a situación como de crise da radio tradicional (Pousa Estévez, 2004). Nese sentido, a apertura de novas formas de radiodifusión, especialmente as baseadas en soportes dixitais, parecen levar un atraso importante en Galicia. En maio de 2006 a Xunta decidiu declarar deserto o concurso que tiña como obxecto a adxudicación de licenzas de radio dixital, baseándose na debilidade dun mercado sen demanda.

En canto á televisión, o inicio das transmisións da TVG (1985) supuxo un cambio de enorme transcendencia. A lingua, a cultura e a sociedade galegas pasan a ser os argumentos arredor dos cales pivota a programación. Ademais, a CRTVG posibilitou a creación dun mercado para o sector audiovisual galego emerxente e que pouco a pouco se foi consolidando ata acadar unha notable carga de traballo na actualidade.

Tamén nos anos 80 fan a súa aparición en Galicia as televisións de proximidade e a principios dos 90 créanse as televisións privadas de carácter estatal, ao amparo da Lei de televisión privada aprobada en 1988. A mediados dos anos 90 Antena 3 inaugura a súa delegación en Galicia e en 1998 Telecinco principia as súas desconexións para o territorio galego. Dende este momento a fragmentación da audiencia é xa unha realidade que non fará máis que

se incrementar coa chegada das televisións por cable e vía satélite (Amorós i Pons, 1999).

Polo que respecta á televisión de proximidade, establecemos tres grandes fases no seu desenvolvemento en Galicia (Rodríguez Vázquez, 2006: 103):

- 1982-1995. Neste período xorden moitas iniciativas de carácter público ou privado con diferentes niveis de profesionalización e de perspectivas de futuro
- 1995-2005. Fase en que se constata unha desregularización do sector que non respecta a lexislación vixente coa aparición continua de novas emisoras.
- 2005-2008. Esta etapa correspóndese coa transición cara ao dixital, tendo en conta que o ano 2010 é o previsto para o apagamento analóxico.

A finais de 1995 apróbase a Lei da televisión local por ondas terrestres, que terá unha relevancia capital na televisión dos inicios do século XXI. En 1997 a TVG principia a súa emisión vía satélite (Galicia TV) transmitindo cara a Europa e América. Ao ano seguinte entra en vigor o Real decreto que aproba o Plan Técnico Nacional de la Televisión Dixital Terrestre (TDT).

Durante o ano 1999 fai a súa aparición o operador de comunicacións por fibra óptica R que, en poucos anos, acada un posto moi relevante no sector das telecomunicacións en Galicia. En decembro do 2006 chega xa a 30 localidades galegas e ten cerca de 200 000 clientes, entre particulares e empresas. En 2007 o grupo R asinou o convenio de cooperación co Clúster do Audiovisual Galego para promover a televisión interactiva.

En 2001 comeza a TVE-G a emitir en dixital e Telecinco elimina as desconexións para Galicia. En 2004 apróbase o Real decreto do Plan Técnico Nacional de Televisión Dixital Local. Galicia ten vinte e unha demarcacións e en cada unha delas a Xunta de Galicia é a responsable de promover un concurso para outorgar os catro programas que poderán emitir en cada demarcación. En 2005 entra en vigor o Real decreto que aproba o novo Plan Técnico Nacional da Televisión Dixital Terrestre. Nese mesmo ano o

Goberno da Xunta en funcións aprobou a concesión das licenzas de Televisión Dixital Terrestre con cobertura autonómica a *La Voz de Galicia S.A.* e á *Sociedade Radio Popular-Cadena Cope*. E, finalmente, dende hai anos reitérase o anuncio da posta en funcionamento da segunda canle da TVG.

## 2 OS MEDIOS E A LINGUA GALEGA NA DIÁSPORA

Cómpre facer unha referencia, aínda que breve e selectiva, ás iniciativas mediáticas en galego realizadas fóra de Galicia. O exilio e mais a emigración, con especial incidencia e relevancia tras a derrota republicana e a instauración do franquismo en 1939, foron o catalizador dunha xeira intensa de publicacións que utilizaron a lingua galega e unha influencia importante na historia da radiodifusión galega.

A publicación máis importante editada en México foi a revista *Vieiros* («Revista do Padroado da Cultura Galega de México»), fundada en 1959 por Luís Soto e que só chegou a publicar catro números (1959, 1962, 1965 e 1968). Nela escribiron galeguistas do interior como O. Pedrayo, Méndez Ferrín, Ramón Piñeiro, Manuel María, etc. e outros que viven en distintos lugares da diáspora como Neira Vilas, Emilio Pita ou Antonio Baltar. Así mesmo, Celso Emilio Ferreiro publica textos como «Carta a Fuco Buxán» (1959), «Credo» (1962) e «Contribución ao Plan de desenrolo económico» (1965). Esta revista acolle nas súas páxinas varios artigos referentes á situación da lingua galega na súa patria de orixe. As ideas forza repítense: a castelanización da toponimia, a castelanización da escola e o complexo de inferioridade dos galegos como consecuencia do centralismo político, a repercusión negativa dos medios de comunicación (radio, cine, televisión) sobre a lingua galega.

A *Nosa Terra* reinicia a súa andaina en xuño de 1942 e continuará ata 1972 e *Galeuzca*, publicación auspiciada por galegos, vascos e cataláns no exilio, foi editada en Bos Aires dende agosto de 1945 a xullo de 1946. En total foron doce números redactados

totalmente en castelán. Posteriormente, en xaneiro de 1954, publícase o primeiro número de *Galicia Emigrante*, que desapareceu cinco anos despois, en maio de 1959. Foi dirixida por Luís Seoane.

*Loita* é a primeira publicación integramente en galego editada pola Comisión Galega do Partido Comunista de Hespaña. Por estas datas tamén apareceu *Galicia*, «Órgano da Alianza-Nazonal Galega», fundada por Luís Soto en 1940 e que publicou algúns números ata 1947.

Ademais, a radio foi descuberta anteriormente polos galegos emigrantes en América que polos que vivían en Galicia, onde empezou a funcionar relativamente tarde. A radio serviu de soporte para informar ás colectividades de galegos emigrados da actualidade galega e tamén dos acontecementos máis relevantes para as comunidades que foron creando (Blanco Campaña, 1995). A radio na emigración conseguiu manter unha pequena presenza do galego nos medios de comunicación e serviu de canle de difusión do ideario galeguista. As emisións suman máis de media centena, espalladas por Europa, América e polo resto das comunidades españolas.

Bos Aires é a cidade que acolleu máis programas de radio. *Recordando a Galicia* iniciouse o 5 de agosto de 1945, dirixida por Maruja Boga, nacida en Arxentina pero filla de galegos. Era unha emisión sabatina dunha hora de duración. Entre outras cousas, o programa constaba de recitais poéticos e monólogos en idioma galego. *La Voz de Galicia* foi unha emisión dirixida por Fernando Iglesias (*Tacholas*) en 1953. Era un programa de ton costumista e fundamentalmente folclórico. Ao ano seguinte, en outubro de 1954, inaugúrase a emisión radiofónica *Galicia Emigrante*, dirixida por Luís Seoane e por Xosé Fernández, pola onda de Radio Libertad. O programa emitíase todos os domingos, en castelán. Continúa entrevistas a galegos que vivían na capital arxentina, evocacións de vilas e cidades galegas e de personalidades e efemérides históricas. O programa *Galicia en el Aire* inaugurouse o 15 de maio de 1958. Dirixiuna o xornalista galego Andrés Rodríguez Barbeito.

Paralelamente, na cidade de Montevideo fundárase o 3 de setembro de 1950 unha audición radial totalmente en galego, *Sempre en Galiza*. Os creadores deste programa foron Xesús Canabal, Manuel Meilán, Pedro Couceiro, Antón Crestar e Lois Tobío. Saía todos os domingos ás nove e media da mañá por Radio Carve, unha das máis importantes emisoras de Uruguai.

Ademais de en países de América, os exiliados galegos fixeron un positivo valor noutras cidades de Europa. Na capital de Francia retransmitía Radio París un programa chamado *Aló Galicia*, dirixido por Xesús Nieto Pena, catedrático de lingua e literatura españolas. O 4 de abril de 1947 saíu a primeira emisión en galego a través das ondas londinienses da British Broadcasting Corporation (BBC). A idea partira de George Hills, director de programación para España e América. O encargado do programa era Alejandro Raimúndez (que utilizaba o pseudónimo de 'Xavier Fernández'). El presentaba, redactaba textos e lía os que lle remesaban dende Galicia. A emisión proseguíu dende 1947 ata o 23 de xaneiro de 1956. A estrutura do programa incluía un espazo de entre dez a quince minutos dedicado ás emisións en galego, catalán e éuscaro. Foron, en total, oitenta e tres palestras radiofónicas.

Nos últimos anos da ditadura tamén aparecen novos programas de temática galega noutros lugares como son o programa *A Nosa Galiza* de Radio Miramar de Barcelona e *O norte día a día* do Radio Clube Portugués de Oporto.

Durante a democracia seguen a emitirse programas dirixidos aos traballadores galegos emigrados, algúns de gran popularidade, como o catalán *Lonxe da terra* de Radio Tele-Taxi. Olegario Sotelo Blanco crea Radio Amistad con algunha programación en galego en 1985 e, nese mesmo ano, inaugúranse programas en dúas emisoras suízas. Radio Universitaria FM de Fortaleza Brasil emite o programa *Polos camiños de Galicia* (1991).

### 3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN, POLÍTICA, SOCIOLINGÜÍSTICA E POLÍTICA LINGÜÍSTICA EN GALICIA

O obxectivo deste apartado é considerar, dende unha perspectiva histórica e cronolóxica, as vinculacións entre os medios de comunicación elaborados dende Galicia en galego e o contexto sociolingüístico e sociopolítico da sociedade galega.

A reflexión inicial da que partimos é a de que o xurdimento e consolidación do sistema de medios de comunicación en Galicia estivo directamente relacionado coa evolución do pensamento e da acción sociopolítica, dentro da cal a consolidación do ideario galeguista e nacionalista desempeñou un papel central. Ademais, a situación sociolingüística de Galicia, en xeral, e da lingua galega, en particular, condicionaron poderosamente as ideoloxías e as estratexias lingüísticas dos grupos de comunicación galegos, de maneira que a evolución sociolingüística de Galicia –a súa situación e procesos– se debe entender como un factor contextual de primeira magnitude.

Os tres tópicos que van vertebrar este apartado son os seguintes: por unha banda, a situación sociolingüística de Galicia; por outra, as transformacións políticas –e nelas, o xurdimento do galeguismo e nacionalismo– e, finalmente, o discurso da normalización lingüística. A conxunción destes tres elementos na posta en marcha dos medios de comunicación en Galicia conformará o contido deste capítulo.

En primeiro lugar, con respecto á evolución da situación sociolingüística de Galicia e da lingua galega, cómpre ter presente tres dimensións complementarias: a realidade sociodemográfica da extensión da lingua galega, a situación social, sociopolítica e ideolóxica de galego e castelán e os procesos sociolingüísticos derivados do contacto de linguas:

- a) Por unha banda, a realidade sociodemográfica da extensión da lingua galega, cuantificable en termos de falantes habituais, falantes iniciais e de coñecemento (activo e pasivo) da lingua, permítenos presentar unha observa-

ción obxectiva (e mesmo cuantificada, a partir de datos mensurables) da vitalidade recente da lingua galega.

- b) Por outra banda, tamén debemos ter en conta a realidade social, sociopolítica e ideolóxica do que supoñen galego e castelán e os seus falantes. Esta realidade é observable mediante aproximacións subxectivas e valorativas que son igualmente relevantes para obter os elementos clave da situación sociolingüística nos diferentes momentos históricos. Aspectos como o do prestixio social e encuberto das linguas e as valoracións e motivacións para a súa aprendizaxe, uso e transmisión deben ser considerados aquí.
- c) E, finalmente, cómpre ter presente os procesos sociolingüísticos derivados do contacto de linguas en Galicia. Ao longo de máis de dous séculos, dende os inicios do séc. XIX ata a actualidade, esa situación sociolingüística evolucionou e fíxose máis complexa. Un proceso de fondo, de substitución social do galego polo castelán, ponse en marcha no séc. XIX, coincidindo precisamente coa popularización dos medios de comunicación impresos, ao tempo que arrinca tamén unha xeira de preocupación pola situación de postergación da cultura e lingua.

En segundo lugar, as transformacións sociopolíticas dos sécs. XIX e XX –e entre elas, as formulacións do galeguismo e do nacionalismo político– son elementos motrices do xurdimento dos medios de comunicación en Galicia –e tamén dos medios en lingua galega.

E, en terceiro lugar, dende os anos 60 do séc. XX a emerxencia do concepto e do discurso da normalización lingüística incorpora un novo elemento teórico para darlle pulo á reivindicación dun cambio no status social, legal e político do galego. O discurso normalizador tivo unha fonda recepción no contexto político-social galego e impregnou, en diferente medida, o discurso e a praxe política das distintas organizacións galegas. Ademais, para a súa elaboración teórica, o discurso normalizador sinala os medios



de comunicación como un dos elementos relevantes que lle permitirá á lingua en proceso de normalización atinxir un status de ‘normalidade’.

A historia social da lingua galega dá un salto cualitativo no século XIX. Ata daquela, a supervivencia do idioma pasou polo mantemento dunha sociedade e economía tradicional, ademais dunha estrutura sociopolítica estable. A partir de 1800 os cambios económicos e políticos arrastran outras transformacións socioculturais, administrativas e educativas que van afectar ao modo de vida e aos costumes dos cidadáns galegos.

Dende unha perspectiva sociolingüística, neste século asistimos ao cambio na situación de contacto lingüístico. Todas as transformacións socioeconómicas van comezar a socavar lentamente o poderío demográfico do galego. E, o que é aínda máis importante, o proceso sociolingüístico de fondo vai mudar: a situación de contacto galego-castelán devén na substitución social do galego polo castelán. Este proceso substitutorio vai ser moi lento, feito comprensible dada a paseniña modernización e cambio económico da Galicia do XIX, o cal sen dúbida tivo o efecto positivo de ralentizar o impacto do abandono do galego.

Algunhas das características deste proceso sociolingüístico substitutorio foron as seguintes:

A. Redución xeral do uso do galego e das funcións sociais para as que se utiliza a lingua galega; aumenta, paralelamente, o uso do castelán nas familias e nas comunidades locais e tamén medra a presenza do castelán nos usos informais e cotiáns.

A1. Bilingüismo social con diglosia. A lingua galega aínda ten unha distribución demográfica moi ampla.

A2. Tendencia cara á desaparición do monolingüismo en galego e cara ao aumento do bilingüismo inicial; principia o monolingüismo en castelán entre a poboación urbana autóctona. A presenza do castelán no repertorio dos falantes supón un cambio nos esquemas e estratexias de elección lingüística intragrupal precedentes.

A3. Motivos da presenza social meirande do castelán: as clases altas abandonan o galego (en palabras do mesmo Manuel Murguía); comezo da urbanización e mellora do aparello administrativo do Estado (incluído o ensino, por exemplo).

B. Ruptura no proceso de transmisión primaria da lingua galega nas familias.

C. Mantemento xeral de actitudes desfavorables ante o galego como lingua, como instrumento de comunicación cotiá e como símbolo de identidade.

C1. A mobilidade social asóciase co castelán e a falta de mobilidade (inmobilismo, atraso, etc.) asóciase co galego. En consecuencia, castelán e galego diverxen na valoración de prestixio que se percibe nelas. Polo tanto, infravaloración da lingua galega e aparición de distintas actitudes lingüísticas negativas e de diferentes prexuízos.

C2. Ademais, a urbanización e a modernización comportan unha preocupación meirande pola presentación social dos individuos (e a importancia da lingua neste proceso é obvio).

D. Nulo apoio institucional, ausencia de oficialización e escaso pulo social.

Aínda que conserva unha base numerosa de falantes habituais, o galego apenas se escribe e se le e ten unha utilización moi residual nos usos orais formais (actos públicos e oficiais). O galego segue resistindo como variedade oral informal fóra dos circuitos dos usos sociais prestixiados. Ademais, a consideración social da lingua galega era negativa: carecía de prestixio social e de ningún tipo de axuda e recoñecemento institucional.

En resumo, o castelán comeza a ser, xa no século XIX, unha lingua necesaria para a comunicación e para obter unha presentación social positiva. Tamén se vai convertendo, nese sentido, nunha variedade máis neutral e menos marcada ca o galego. É dicir, o castelán comeza a ser valorado simbólica e instrumentalmente ao mesmo tempo que se mantén a estigmatización do galego.

Unha das consecuencias principais das transformacións fraguadas no século XIX é o avance da castelanización e a conseguinte desgaleguización. De feito, conséntase que este é o momento do gran cambio: cara ao 1830 o galego predominaba amplamente, pero a finais de século a introdución do castelán e o abandono do galego eran alarmantes (tal como indicou Murguía no seu discurso de entrada na Real Academia Galega en 1906). Temos que supoñer, en cambio, que a situación a finais do século XIX non sería tan alarmante. O que si notan algúns dos observadores da época é o cambio no proceso de fondo: do mantemento do galego ao proceso de substitución social polo castelán.

Non deixa de ser paradoxal que sexa precisamente neste momento de cambio profundo na situación de contacto cando comece a agromar a preocupación pola secular postergación política e social da lingua e da cultura galegas.

Freixeiro Mato (1997: 78) considera que no século XIX hai tres etapas con respecto á reivindicación social da lingua galega: *a)* no período 1800-1840 comezan as primeiras manifestacións da singularidade política e social de Galicia; *b)* nos vinte e tres anos que median entre 1840 e 1863, ano de publicación de *Cantares gallegos*, de Rosalía de Castro, temos a primeira xeración galeguista: os denominados como ‘provincialistas’ (Francisco Añón, etc.); e, finalmente, *c)* ata fin do século, desenvólvese a segunda xeración galeguista (a de Rosalía, Curros e Pondal) e o rexionalismo político (Murguía, Alfredo Brañas).

Algo complexo resulta caracterizar que entendemos por *galeguismo* (cfr. Beramendi, 2007). Algúns autores consideran que se trata dun movemento de reivindicación sentimental, cultural e política de Galicia que se substancia historicamente baixo formas moi diferentes nas súas aspiracións político-identitarias: por exemplo, rexionalismo, autonomismo, federalismo, nacionalismo soberanista, independentismo serían manifestacións do galeguismo. Tamén se considera que todas esas aspiracións galeguistas poden convivir e simultanearse e non se seguen necesariamente unhas ás outras en función dun hipotético crecemento da conciencia nacional.

Actualmente o concepto de *nacionalismo* ten que ver sempre cunha opción política concreta e materializada en forma de partidos presentes no panorama electoral galego, mentres que *galeguismo* é unha noción de matices máis culturais e reivindicativos, non tanto relacionado coa política coma co exercicio persoal e grupal de defensa do acervo cultural relacionado coa cultura e lingua galegas.

O xurdimento de xornais en lingua galega durante o século XIX non se pode separar do momento político xeral de España, tras o intento frustrado da I República e a Restauración, e dos movementos políticos e ideolóxicos do rexionalismo galego. A relación entre este movemento e o nacemento de cabeceiras xornalísticas que procuraban espallar os novos idearios sociopolíticos foi evidente. E algo moi semellante podemos afirmar no caso do nacemento do nacionalismo galego durante o primeiro terzo do século XX: o xornal *A Nosa Terra* convértese, primeiro, no voceiro das Irmandades da Fala en 1916, e, segundo, en voceiro do Partido Galeguista en 1931.

A prensa desempeñou un papel moi relevante na difusión dos puntos de vista do ideario sociopolítico dos provincialistas (Beramendi, 2007). No último terzo do século XIX un conxunto de publicacións bilingües ou integramente en galego van supoñer un expoñente do galeguismo político e do reencontro da intelectualidade coa identidade cultural galega.

O xurdimento da prensa en galego no último terzo do século XIX, como xa indicamos, non se pode desvincular da necesidade daquel rexionalismo nacente de se dotar de medios de expresión que espallasen o seu ideario na sociedade galega do momento. A partir deses proxectos pioneiros a presenza do galego nos medios impresos ten dúas facianas complementarias: por unha banda, a utilización da lingua maioritaria de Galicia víase como unha necesidade para acadar unha ampla difusión de ideoloxías e de propostas sociopolíticas concretas; e por outra banda, a reclamación do seu uso activo na produción mediática establecíase como un elemento prioritario na conformación dunha identidade diferenciada e superadora de prexuízos e atrasos diversos.

Decatámonos facilmente da importancia que tiveron os medios de comunicación nas reivindicacións galeguistas e nacionalistas. E, ademais, ao ser a reivindicación lingüística relativamente central na conformación do ideario galeguista/nacionalista, a utilización do idioma nos medios tornouse un tópico de capital relevancia na delimitación do discurso e da praxe reivindicadora do nacional.

Segundo Hermida Gulías (1992), o rexurdimento foi o precursor da normalización lingüística do galego por varios motivos: porque as reivindicacións lingüísticas tiñan vencellos políticos, porque a cuestión da normativización estivo relegada a un segundo plano, porque se emularon actuacións realizadas en comunidades semellantes á nosa e porque se buscaba non só prestixiar o idioma, senón tamén conseguir aumentar a súa presenza noutros ámbitos sociais.

Mariño (1998: 398-402), pola súa parte, fai un balance do que supuxo o rexurdimento para a lingua galega. Dende o punto de vista da planificación lingüística podemos tirar os seguintes datos significativos: avanzouse no terreo do cultivo poético; elaboración de prosa e teatro, aparición de publicacións periódicas integramente en galego (isto foi unha novidade relevante); produción gramatical e lexicográfica publicada dende 1860. Agás a gramática de Saco y Arce (1868), ningún traballo foi comparable aos que fixera Sarmiento, pero en cambio tiveron moita máis transcendencia social. Formulouse, de forma explícita, un debate público sobre o porvir do idioma de Galicia, aínda que tal debate só lle interesaba a unha minoría cultivada que se atopaba na disxuntiva de abandonar definitivamente o galego (cousa que xa fixeran as clases sociais ás que pertencían) ou loitar pola súa recuperación; pero renunciando a metas altas para a lingua: non se reclamaba a introdución no ensino, na vida relixiosa ou nas diferentes administracións civís.

Xa no século xx, a prensa galegófona ponse novamente ao servizo dos movementos políticos e sociais emerxentes, como xa vimos. En maio de 1916 creouse na Coruña a Irmandade dos Amigos da Fala Galega, que se manterá ata 1931 cando se dissolve

para ingresar no recentemente creado Partido Galeguista xunto con outras organizacións nacionalistas afíns. Nese mesmo ano de 1916 Antón Villar Ponte publicou na Coruña *A nosa afirmación rexional* e comezará a edición do xornal emblemático do nacionalismo galego: *A Nosa Terra. Idearium das Hirmandades*, como dixemos arriba. En 1917 formouse en Ourense o grupo ou xeración Nós, liderado por Vicente Risco, editores da revista *Nós*.

Da información dispoñible podemos supoñer que o proceso substitutorio continuou o seu rumbo durante o século xx e que o seu ritmo foi moito máis alto consonte foi aumentando a intensidade da industrialización e da modernización de Galicia, entre outros factores decisivos. A partir da guerra civil comeza un período diferente no que observamos os resultados dos seguintes elementos:

1. Comeza o retorno de emigrantes procedentes de América Latina.
2. Acentúase a perda progresiva do illamento económico e social en que se vivía en moitas partes de Galicia a través da mellora das comunicacións terrestres e mais da ampliación das tarefas produtivas, co que vai desaparecendo a autosuficiencia económica de moitas familias en vilas e aldeas.
3. Continúa a extensión da escolarización secundaria e a progresión, lenta pero constante, da educación universitaria a máis sectores da poboación urbana e non urbana.
4. Continúa con máis intensidade o tránsito do campo á cidade, sobre todo cara aos núcleos urbanos atlánticos: Vigo, A Coruña, Pontevedra, Ferrol e Santiago.
5. A presión sociocultural e política do franquismo, a partir de 1939, sobre todas as linguas vernáculas peninsulares enmarcou un contexto pouco proclive para o mantemento dos valores identitarios, culturais e lingüísticos propios.

O franquismo foi un momento especialmente decisivo para a evolución da situación sociolingüística da lingua galega.

O primeiro terzo do séc. xx fora moi intenso e relevante para o espallamento das preocupacións galeguistas e para a extensión dos usos públicos do galego nun cambio cualitativo con respecto aos momentos históricos anteriores. Ademais, a década dos 30, coa instauración da II República e os importantes debates que deron lugar ao Estatuto de autonomía de Galicia (que de feito fora aprobado días antes da rebelión militar de 1936), supuxo un punto de inflexión na visibilidade política e social da lingua galega. Sería probable que, de non mediar unha rebelión militar e un cambio político, o novo Estatuto permitiría oficializar a lingua galega cun status legal importante.

O franquismo supuxo para a lingua galega unha prohibición, se cadra non *de iure* pero si *de facto*, e unha invisibilización pública: o galego volveu ás familias, ás casas e aos usos orais informais. Aínda que non se pode supoñer que esta xeira represora fose o único factor causal da continuación do proceso substitutorio, agravouno fondamente e agrandou de forma severa algúns dos maiores problemas que tiña a consideración social do galego: a súa valoración negativa en termos de status social, ao non ser considerado un idioma comparable ao castelán, senón máis ben unha variedade lingüística só apta para a lírica e o folclore, etc. Todo ese universo valorativo negativo que se intentara desmontar dende o Rexurdimento volveu actualizarse con novos folgos e con toda intensidade durante a ditadura.

E, ademais, estamos describindo unha situación política que comezou en 1936, é dicir, hai só 70 anos, e que rematou hai pouco máis de 30 anos: isto significa que as consecuencias de todo o que sucedeu nese período están vixentes nas vivencias e no *substrato* cultural e vital das xeracións maiores que aínda viven na Galicia actual.

Nos corenta anos que dura o franquismo, ademais, prodúcese un despregamento demográfico e económico importante en España e Galicia. Trátase dun novo período de transformacións na realidade da sociedade española que acelera o proceso substitutorio. Ao non dispor de mecanismos axeitados de defensa ante a inci-

dencia desas novas transformacións socioeconómicas, o galego viuse exposto a un desgaste aínda máis fondo de falantes iniciais e habituais.

O concepto da normalización lingüística xorde na sociolingüística catalá e valenciana dos anos sesenta (cfr. Aracil, 1982; Ninyoles, 1972, 1977; Boix & Vila, 1998). Mentres que na sociolingüística norteamericana empezara a traballarse no denominado *Language planning* dende os anos 50, mediante os traballos de, entre outros, Einar Haugen, cun perfil moi tecnocrático, lingüístico e formal (cfr. Ricento, 2000), a comezos dos anos sesenta principia en certas comunidades de Europa e na provincia canadense de Quebec un movemento de reivindicación sociopolítica cun compoñente lingüístico moi salientable. Tratábase de comunidades históricas, con lingua de seu, que por continxencias diversas non acadaran un recoñecemento legal e político satisfactorio por parte dos estados dos que formaban parte. Ademais, todas as linguas propias pasaban por procesos máis ou menos avanzados de substitución lingüística, de maneira que se establecía un paralelismo entre a decadencia lingüística das variedades propias e a falta de recoñecemento das comunidades nacionais<sup>2</sup>.

Neste contexto xorde a noción de 'normalización lingüística' en forma de discurso da sociedade civil que ansía un recoñecemento lingüístico oficial e pleno por parte dos poderes públicos para as linguas históricas en proceso de substitución polas respectivas linguas oficiais dos estados.

A diferenza do *language planning* anglosaxón, a normalización lingüística preséntase como un movemento social, con obxectivos políticos e lingüísticos, de abaixo a arriba (da sociedade civil cara ao goberno) e cun forte compoñente cívico e asociativo. No contexto da España franquista, os cada vez máis activos movemen-

2. A maior parte das linguas tamén tiñan problemas diversos de codificación, estandarización e desenvolvemento terminolóxico e funcional, de maneira que o discurso da normalización incluía ao mesmo tempo unha dimensión lingüística e formal, que en Galicia se deu en chamar 'normativización'.



tos políticos e sociais opostos á ditadura nas comunidades con lingua propia asumiron e desenvolveron o discurso da normalización das linguas propias con distinta intensidade.

A normalización lingüística tiña como obxectivo o recoñecemento oficial das linguas propias, a restauración social e institucional do seu coñecemento e uso e a resolución dos problemas formais e lingüísticos, no caso de existiren. Trátase dun conxunto de obxectivos encamiñados á procura dunha recuperación integral da lingua: a súa forma lingüística, os seus usos sociais e o seu status legal. O que comeza sendo un movemento sociopolítico de ‘abaixo a arriba’ (da sociedade cara aos poderes públicos) remata sendo un discurso glotopolítico institucional, asentado na praxe das institucións e administracións (de ‘arriba a abaixo’, xa que logo).

A recepción durante os anos sesenta e setenta do discurso na normalización lingüística en Galicia realízase, en primeiro lugar, por parte dos sectores e organizacións nacionalistas que incorporan os obxectivos normalizadores ás súas reivindicacións políticas e culturais de liberación e emancipación nacional. De inmediato arguméntase, en segundo lugar, unha gran responsabilidade dos medios de comunicación no proceso de normalización lingüística. Así, por exemplo, sinala Ledo Andión (1993: 56) o seguinte:

Os medios de comunicación, entendidos como unha das formas de institución social, son un dos ámbitos no que o idioma pode servir de síntoma, de indicador, da posición de cada empresa editora verbo dos dereitos colectivos nacionais posto que a súa decisión sobre o uso do idioma responde máis a razóns de *idearium* que non comerciais. Forman parte, os diarios, da aparelaxe legal e institucional que poderá vir potenciar ou neutralizar –segmentándoa– a normalidade idiomática, a extensión do galego a calquera forma, soporte, nivel, espacio ou audiencia.

Hermida Gulías (2004b: 131) incide no valor referencial e simbólico na lingua nos medios de comunicación tanto para os falantes da lingua como para o resto da sociedade:

O uso que os medios de comunicación fan dunha lingua minoritaria ten interese dende o ámbito da sociolingüística xa que a existencia de medios que se expresen nunha lingua B, ou a simple aparición desta nos redactados na lingua A, serve para demostrarlles aos seus falantes, a súa valía como código comunicativo en calquera circunstancia e a súa capacidade para adecuarse á expresión de calquera tema. De por parte, a presenza da lingua B nos medios faina visíbel aos ollos de quen non a fala.

O papel crucial dos medios de comunicación nos esforzos de revitalización da lingua galega foi visible dende o principio do discurso da normalización lingüística. Xa en 1978 o lema do especial das letras galegas do xornal *A Nosa Terra* foi 'Por uns medios de comunicación galegos', onde se sinala:

A importancia da existencia duns medios de comunicación no noso idioma, centrados na atención sobre da nosa propia realidade e sobre un coñecemento crítico da situación do mundo, fornecedores dunha información ben situada, é tan sintomática que os países ceibes e populares se aproximan a esta caracterización.

Ese papel dos medios de comunicación no proceso de normalización lingüística é recoñecido polos cidadáns galegos, tal como se recolle nunha das preguntas do MSG 1992. A pregunta 110 interpelaba sobre quen e en que medida debería responsabilizarse da normalización do galego. O 74,6% opinaba que os medios de comunicación teñen moita ou bastante responsabilidade nos procesos de recuperación, porcentaxe alta en sintonía coa que tamén se lles adxudicaba á Xunta de Galicia (89%), aos concellos (81%), ás familias (77,1%) e ao ensino (78,6%). En cambio, só o 50% dos cidadáns consideraban que as empresas tiñan un papel relevante na normalización do galego.

Así como no discurso e no proxecto da normalización lingüística os medios de comunicación foron considerados un obxectivo clave para a revitalización da lingua minoritaria, noutros modelos e propostas teóricas os medios están nun segundo plano<sup>3</sup>.

Concretamente, no modelo de recuperación de linguas en proceso de substitución elaborado por Joshua Fishman, denominado *Reversing language shift* (cfr. Fishman, 1991), a presenza da lingua minoritaria nos medios é considerada como un obxectivo secundario, subordinado e posterior ao asentamento da lingua na familia e na comunidade e, mesmo en traballos posteriores, este autor sinala que os medios de comunicación tenden a interferir na transmisión da lingua minoritaria máis do que tenden a axudar nese proceso de transmisión e acaba referíndose de forma crítica ao que considera o 'fetichismo' dos medios para os activistas lingüísticos (Fishman, 2001: 473).

Os medios de comunicación non poden suplantar o lugar que ocupan na determinación da vitalidade das linguas a transmisión familiar e os usos lingüísticos na comunidade. Pero é innegable que o ámbito da comunicación mediática constitúe no mundo actual un elemento primordial para a produción e reprodución das linguas, sendo tamén moi especialmente para as linguas chamadas minoritarias.

Para contrarrestar e matizar este tipo de perspectivas negadoras do papel dos medios tanto nos procesos substitutorios coma nas dinámicas recuperadoras, podemos salientar catro elementos para ter en conta (Cormack, 2004: 3) dende a experiencia das situacións actuais:

- 1) Os medios electrónicos poden ter un papel simbólico importante para as comunidades, converténdose nun sinal de que a lingua minoritaria e a comunidade poden

3. Ou simplemente non aparecen, como ocorre coas propostas de Crystal (2003) ou de Yamamoto (1998). No caso de David Crystal, cando enuncia o que denomina como 'requisitos para a revitalización lingüística', non inclúe os medios de comunicación en ningún dos seis requisitos que enuncia.

responder ás demandas do mundo actual máis que ser considerados –a lingua minoritaria e a comunidade que a fala– como un obxecto do pasado.

- 2) Os medios poden supoñer un estímulo económico real para a xente nova interesada en facer carreira traballando na lingua minoritaria.
- 3) Os medios son importantes á hora de desenvolver unha esfera pública dentro da comunidade.
- 4) Tamén son importantes os medios en relación a como se representa a comunidade para si mesma e para os foráneos.

En definitiva, a pregunta fundamental é: como poden ser utilizados os medios para apoiar unha lingua socialmente minorizada (Cormack, 2007: 52).

No caso galego, co recoñecemento legal da lingua galega e coa creación da Xunta de Galicia nos primeiros anos oitenta, comeza unha xeira nova para a lingua marcada pola institucionalización da normalización lingüística. A partir dese momento iníciase un proceso novo na historia social do galego consistente na oficialización dunha política lingüística dirixida a institucionalizar e a fomentar a lingua que ten lugar nas diferentes administracións (autonómica, local, xustiza, etc.) e que ten como obxectivo galeguizar a mesma administración e ampliar os coñecementos e os usos lingüísticos da cidadanía en xeral e nos diferentes sectores e ámbitos sociais.

A situación sociolingüística en Galicia, que xa comezara a cambiar nos anos sesenta, muda considerablemente a partir do recoñecemento oficial e a institucionalización dos primeiros anos oitenta do século pasado. Como consecuencia dos esforzos dos sectores sociais e políticos que termaban do discurso da normalización lingüística e como efecto imitativo do que estaba a acontecer noutras partes do Estado, o galego incorpórase ao Estatuto de autonomía, aprobado en 1981, e apróbase a Lei de normalización lingüística en 1983, na que o galego figura como lingua propia de Galicia e cooficial xunto co castelán.

O proceso de abandono do galego polo castelán camiñou moi lentamente durante o século xx debido, con toda probabilidade, ao illamento, dispersión e subdesenvolvemento da sociedade galega. De non ser por iso, hoxe o avance do proceso substitutorio sería con toda probabilidade moito máis notorio e, se cadra, moito máis dramático para a saúde social e demográfica do galego.

Un dos efectos da institucionalización foi precisamente o aumento das competencias lingüísticas en galego. A secular analfabetización en galego da maioría galegófona deu paso a unha ampla capacitación, tanto lectora como escritora, grazas aos efectos do sistema educativo e dos medios de comunicación audiovisuais, nomeadamente a radio e a televisión de Galicia. Cos datos dispoñibles no principio do século xxi, case a totalidade da poboación residente en Galicia entende o galego, nove de cada dez son capaces de falalo e sete de cada dez son capaces de ler textos en galego.

Outra das consecuencias da institucionalización, xunto cos efectos dos cambios sociais e culturais da Galicia de fin do século xx, é a relaxación dos prexuízos e das actitudes negativas ante a lingua galega e ante os seus falantes. Aínda que tales avaliacións negativas non están totalmente erradicadas, hoxe asistimos a unha importante posta en valor do galego que vai máis alá do mero valor cultural e solidario que tiña antano.

Deixando a un lado o perfil sociolingüístico que se debuxa dende os datos macrosociolingüísticos, podemos concretar algúns aspectos básicos da situación social actual da lingua galega.

En primeiro lugar, o proceso de substitución do galego polo castelán continúa en marcha sen que a xeira de institucionalización e oficialización fose quen de cambiar o rumbo do proceso de fondo. Continúa a perda lenta –pero progresiva– de falantes iniciais de galego e, en consecuencia, segue en marcha a ruptura interxeracional da transmisión primaria do galego (no seo das familias e de pais/nais a fillos/as). Tocante aos usos lingüísticos, o resultado práctico é o aumento considerable dos usos bilingües, a tendencia cara á desaparición do monolingüismo en galego e o aumento lento de monolingües habituais en castelán.

En segundo lugar, nunha análise por ámbitos e sectores de uso social das linguas, enxergamos un aumento considerable de presenza social do galego naqueles ámbitos máis intervídos: ensino non universitario, medios de comunicación públicos e administracións (autonómica e local). A vitalidade da lingua é menor no caso de sectores con menor dependencia das decisións emanadas da Xunta de Galicia: universidades, etc. Ademais, o galego segue tendo unha visibilidade social deficiente naqueles sectores sociais nos que prevalece a lóxica de mercado, nos que hai pouco control gobernamental e naqueles en que predominan os prestixios socio-lingüísticos que derivan das lóxicas económicas, mercantís e empresariais. Finalmente, o caso da Administración de xustiza constitúe un caso á parte dado que, sendo un ámbito institucionalizado de dependencia pública, os avances galeguizadores son mínimos e iso malia os esforzos da Administración e de entidades cívicas diversas favorables a unha maior inserción do galego nas actividades deste ámbito.

### III. ESCENARIOS DA COMUNICACIÓN EN GALICIA

Neste capítulo presentamos un percorrido por diversos aspectos que axuden a contextualizar os medios de comunicación e a súa relación coa lingua en Galicia. Para isto faremos, en primeiro lugar, un breve e non exhaustivo repaso polo marco legal e unha análise das iniciativas parlamentarias máis relevantes para o tópico que nos ocupa. En segundo lugar, faremos unha descrición do sistema institucional no que se insire a política comunicativa e a planificación lingüística dos medios de comunicación en Galicia. En terceiro lugar, achegarémonos aos actores sociais máis relevantes, especialmente aos grupos de comunicación galegos; e, por último, faremos unha breve descrición dos xornalistas galegos, atendendo á súa organización, perfís profesionais e sociolingüísticos.

#### 1 ESCENARIO LEGAL E LEXISLATIVO

O marco lexislativo galego en materia de comunicación vén determinado polo corpus lexislativo español e as directivas europeas, ademais da lexislación aprobada polo Parlamento de Galicia. Faremos un percorrido cronolóxico pola lexislación aprobada dende a instauración da democracia en España, atendendo especialmente aos aspectos que afectan ás cuestións lingüísticas e comunicativas (para unha compilación xenérica da lexislación lingüística relacionada co galego cfr. Graña Martínez, 2001).

Na Constitución española de 1978 no artigo 20º, parágrafo 3º recolle:

A lei regulará a organización e o control parlamentario dos medios de comunicación social dependentes do Estado ou de calquera ente público e garantirá o acceso a ditos medios dos grupos sociais e políticos significativos, respectando o pluralismo da sociedade e das diversas linguas de España.

O texto constitucional dispón, deste xeito, a necesidade de regulacións posteriores para o sector de comunicacións, mencionando explicitamente a necesidade de respectar, entre outras cousas, as minorías lingüísticas. Dado o espírito que acompañou a redacción do texto e mais os antecedentes políticos predemocráticos, as mencións ás singularidades lingüísticas de España e á súa riqueza parecen ineludibles, polo que regular o seu acceso aos medios de titularidade pública parece hoxe en día un avance lóxico que no seu momento foi fundamental para visibilizar a situación sociolingüística en todo o estado.

En relación con isto, o Estatuto de RTVE, na Lei4/1980, do 10 de xaneiro, recolle a sensibilidade pola protección das linguas cooficiais que recollía a Constitución. Así, no artigo 4º, dise:

A actividade dos medios de comunicación do Estado inspírase nos seguintes puntos:

[...]

c) O respecto ao pluralismo político, relixioso, social e lingüístico.

Isto supón unha constatación das mesmas intencións dos redactores do texto fundamental da nosa democracia. Os redactores do estatuto de RTVE optaron por non reflectir o apartado 3 do artigo 3º da Constitución, que especifica que «a riqueza das distintas modalidades lingüísticas de España é un patrimonio cultural que será obxecto de especial respecto e protección», que se pode entender como máis proactivo.

A primeira referencia, sequera vaga, do corpo xurídico que ampara a presenza do galego nos medios de comunicación atopámola no Estatuto de autonomía, Lei orgánica 1/1981, do 6 de abril, do Estatuto de autonomía para Galicia, no artigo 5º, parágrafo 3:

Os poderes públicos de Galicia garantirán o uso normal e oficial dos dous idiomas e potenciarán o emprego do galego en tódolos planos da vida pública, cultural e informativa, e disporán os medios necesarios para facilitar o seu coñecemento.



Tal e como ditaba a constitución, o Estatuto desenvolve a cuestión lingüística dunha forma máis intervencionista, introducindo os conceptos de «uso normal» e «potenciación do emprego». A referencia aos medios é moi vaga e xenérica, pero posibilita a utilización dos medios de comunicación públicos como instrumentos normalizadores.

A Lei 3/1983, do 15 de xuño, de normalización lingüística, dedica o seu título IV ao uso do galego nos medios de comunicación. O texto oficial foi debatido en pleno e aprobado por unanimidade polas forzas políticas (AP, UCD, PSOE, PCG e EG). Malia isto, algúns sectores políticos nacionalistas mostráronse en desacordo co texto (para unha lectura crítica deste e outros textos legais, García Negro, 1991). A Lei foi a terceira promulgada polo executivo galego. Os lexisladores semellaban ser conscientes da importancia dos medios de comunicación públicos e privados na expansión do coñecemento e o uso do galego, recollendo uns artigos que posteriormente inspirarán as regulacións relativas á creación dos medios autonómicos e á política lingüística cos medios de comunicación privados dos seguintes executivos.

#### Artigo 18º

O galego será a lingua usual nas emisoras de radio e televisión e nos demais medios de comunicación social sometidos á xestión ou competencia das institucións da Comunidade Autónoma.

#### Artigo 19º

O goberno galego prestará apoio económico e material ós medios de comunicación non incluídos no artigo anterior que empreguen o galego dun xeito habitual e progresivo.

#### Artigo 20º

Serán obrigas da Xunta de Galicia:

fomentar a produción, a dobraxe, a subtitulación e a exhibición de películas e outros medios audiovisuais en lingua galega.

Estimular as manifestacións culturais, representacións teatrais e os espectáculos feitos en lingua galega.

Contribuír ao fomento do libro en galego, con medidas que potencien a produción editorial e a súa difusión.

A interpretación (e cumprimento) do artigo 19º será obxecto de intensos debates públicos con ecos no Parlamento e nos medios de comunicación, como veremos máis abaixo. Algunhas voces teñen interpretado este artigo como un estímulo para conseguir «canto antes» a publicación de xornais escritos integramente en galego (García Ramos, 1990). A Lei foi recorrida, ditando o Tribunal Constitucional unha sentenza que declara inconstitucional parte do seu articulado que, non obstante, non afecta ás regulacións relativas aos medios de comunicación.

Antes da creación da CRTVG, o Parlamento español aprobará a Lei 46/1983, do 26 de decembro, que regula a terceira canle de televisión. Nela establécese a posibilidade de que, en casos de concorrencia para adquisición de programas ou para a transmisión de programas ou acontecementos deportivos de carácter internacional, as comunidades autónomas con lingua propia poidan, nas condicións especificadas, retransmitilos na lingua da comunidade.

A creación da radio e televisión públicas galegas supuxo un fito para o proceso de normalización. O seu impacto será obxecto de análise no capítulo IV. A sección 1ª do cap. IV da Lei 9/1984, do 11 de xullo, de creación da compañía de radiotelevisión de Galicia, no seu artigo 16 especifica:

Os principios que han de inspirar a programación dos medios xestionados pola Comunidade Autónoma de Galicia son os seguintes:

a) O respecto á Constitución e ao Estatuto de Autonomía de Galicia e a promoción e difusión da cultura e lingua galega, así como a defensa da identidade da nacionalidade galega.

b) O respecto ao pluralismo político, relixioso, social, cultural e lingüístico.

A lexislación que regula o espazo publicitario é escasa. O Decreto 101/85, do 23 de maio, sobre a utilización do idioma galego na etiquetaxe e publicidade dos produtos que se comercializan en Galicia, unicamente establece:

Co fin de fomentar a utilización do idioma galego nas actividades mercantís, a Consellería de Sanidade e Consumo outorgará coas condicións que se determinen regulamentariamente:

[...]

Premios e mencións honoríficas ás empresas que na publicidade dos seus produtos ou servizos, realizada empregando o idioma galego, reflectan [a difusión de ideas ou valores propios de Galicia].

Con todo, o decreto tivo un escaso ou nulo desenvolvemento.

Galicia foi a comunidade autónoma pioneira de España na regulación do marco de concesións das emisoras de FM, entre as que se incluían as radios públicas locais. Os decretos 156/1989, de 27 de xullo, e 35/1992, de 6 de febreiro establecen os criterios lingüísticos que se introducen nos requisitos da convocatoria. Así, para as emisoras de carácter educativo ou cultural e as municipais determinouse que as «horas de programación en galego, que non poderá ser inferior ao 50% do tempo total de emisión», non así as comerciais, ás que so se lles pide que indiquen na solicitude o número «mínimo» de horas que van emitir. Entre as obrigas dos concesionarios están, entre outras, a promoción e o emprego da lingua propia de Galicia. En 1991 aprobouse nas Cortes Xerais a Lei 11, do 8 de abril, de organización e control das emisoras municipais de radiodifusión sonora, na que tamén se menciona que un dos principios polos que se rexerán as novas emisoras será o do respecto polo pluralismo lingüístico.

No espazo das emisións televisivas regularanse posteriormente as canles privadas na Lei 10/1988, do 3 de maio. Na cuestión lingüística os lexisladores optaron por introducir no seu articulado mencións á obrigatoriedade de utilizar unhas porcentaxes mínimas de programación e de difusión mensual de películas

«emitidas en expresión orixinal española», sen mencionar especificamente as linguas en status de cooficialidade co castelán.

A lexislación en materia de audiovisual está plasmada na Lei 6/1999, do 1 de setembro, do audiovisual de Galicia. A puxanza do sector do audiovisual en Galicia é unha das razóns para que se promulgase unha lexislación propia encamiñada a desenvolver un sector cualificado de «estratéxico» no desenvolvemento da mesma Lei (López García, 2000b). As referencias á cuestión lingüística son as seguintes:

Artigo 1º.

2. É obxecto desta lei regular a actividade cinematográfica e audiovisual (videograma) e o apoio á produción, comercialización e difusión de cine e vídeo galegos, e en galego, así como as relacións destes cos outros medios audiovisuais.

3. Os poderes públicos de Galicia recoñecen a importancia cultural, económica e social das actividades cinematográficas e do audiovisual, do papel que poden desempeñar como creación artística, información, coñecemento e imaxe de Galicia, a prol da consecución da normalización cultural e lingüística de Galicia, polo que os consideran sector estratéxico e prioritario.

Artigo 4º.

As actividades recollidas nesta lei basearanse nos seguintes principios:

[...]

b) A promoción e a difusión da cultura e normalización da lingua galega, así como a defensa da identidade galega.

Artigo 6º.

A Administración da Comunidade Autónoma de Galicia manterá as seguintes liñas fundamentais de actuación no sector audiovisual:

[...]

2) Favorecer a promoción da cultura e lingua galega dentro e fóra de Galicia, en especial naquelas zonas nas que existan comunidades galegas no exterior.

Artigo 8º:

As accións de fomento do sector audiovisual en Galicia terán os seguintes obxectivos:

[...]

g) Promover a utilización do idioma galego mediante o seu uso nos medios audiovisuais, especialmente apoiando a súa utilización en salas de exhibición e promovendo a asistencia a elas en concellos de máis de 35.000 habitantes.

O 22 de setembro de 2004 o Pleno da Cámara do Parlamento de Galicia aprobou por unanimidade o Plan xeral de normalización da lingua galega (PXNLG) (doc. núm. 17629, BOPG núm. 622, do 7 de setembro de 2004). Aínda que o plan non ten rango de lei, si é unha iniciativa parlamentaria fundamental, dado que insta ao goberno para a súa aplicación, avaliación e presentación periódica de plans de actuación e balance de resultados. O plan divídese nunha serie de sectores transversais e verticais que abranguen a totalidade do espectro social e institucional galego.

Dentro do DAFO, que afecta á totalidade da situación do proceso de normalización, contéplase como fortalezas principais a existencia da RTVG, sobre todo como elemento de promoción de funcións prestixiadas e da súa capacidade de difusión da lingua na emigración e en internet. Por unha banda, as debilidades radican en que non se conectou coa audiencia xuvenil e urbana e nos modelos lingüísticos «con graves deficiencias» que ofrece. Por outra banda, tamén sinalan que hai unha presenza moi escasa da lingua galega no conxunto dos medios, especialmente nos privados.

O PXNLG está presentado como unha serie de diagnósticos sectoriais para os que se formulan uns obxectivos e un conxunto de accións destinadas a incrementar a presenza do galego

na sociedade. As medidas principais destinadas aos medios de comunicación (sector 3, área A) son as seguintes:

- Imprimirlle á programación da CRTVG un carácter de maior modernidade.
- Incrementar os medios para a formación en galego dos traballadores das radios e televisións, tanto públicas coma privadas, esixindo nas de titularidade pública para as novas contratacións un nivel lingüístico de calidade.
- Facer un seguimento da calidade lingüística, especialmente a oral, dos medios de comunicación en Galicia.
- Establecer normas para que os entrevistadores na Radio e Televisión de Galicia utilicen sempre o galego, a non ser en casos en que a condición do entrevistado recomende utilizar outra lingua.
- Emitir programas na TVG sobre a lingua, que teñan rigor, amenidade e que xeren interese ao redor da lingua.
- Elaboración na CRTVG dunha axenda de especialistas nos máis diversos temas, cunha opinión autorizada e con dominio da lingua galega, aos que poder acudir cando a actualidade informativa esixa o comentario ou a valoración do especialista.
- Dar maior presenza ás culturas de fala portuguesa en programas da TVG. Establecer algún acordo con canles de televisión do Brasil.
- Negociación coa TVE para que aumente o tempo de emisión en lingua galega na desconexión territorial nunha proporción que sexa respectuosa coa maioría de galegofalantes habituais.
- Recuperar Radio4 como emisora de RNE e que emita integramente en galego.
- As emisións de TVE dirixidas a emigrantes galegos faranse en galego con subtítulos en castelán, de se considerar necesario.

- Acordar coas radios e TV locais un aumento progresivo do emprego do galego.
- Negociación coas TV locais e coas cadeas privadas con presenza en Galicia para a emisión de películas dobradas ao galego.
- As concesións de licenzas para novas emisoras de radio e TV irán acompañadas do compromiso dun aumento progresivo do uso do galego.
- Promover un congreso ou encontro de TV locais, encamiñado a discutir as estratexias para aumentar o uso do galego nas súas emisións.
- Alentar a formación de pequenos grupos comprometidos coa plena normalización da lingua galega.
- Chegar a acordos cos principais xornais de Galicia para que publiquen en galego as entrevistas feitas nesta lingua.
- Acordos cos diarios de maior tirada para ir aumentando a presenza do galego, ata chegar en 10 anos a un mínimo dun 30%.
- Subvencións á produción en galego a cambio dunha porcentaxe, e non a priori.
- Promover un xornal deportivo en lingua galega.
- Promover máis axudas a xornais locais e comarcais que se redacten en lingua galega.
- A Administración galega realizará a súa publicidade en Galicia en galego.
- Acordos coas empresas de publicidade e rotulación para que lle ofrezan sempre ao cliente a posibilidade de realizalas en lingua galega.
- Negociación cos xornais e cos demais medios de comunicación para que sistematicamente lle recorden ao cliente a posibilidade de facer os anuncios e a publicidade en galego.
- Facilitarlles ás axencias de publicidade un argumentario a prol da publicidade en galego.

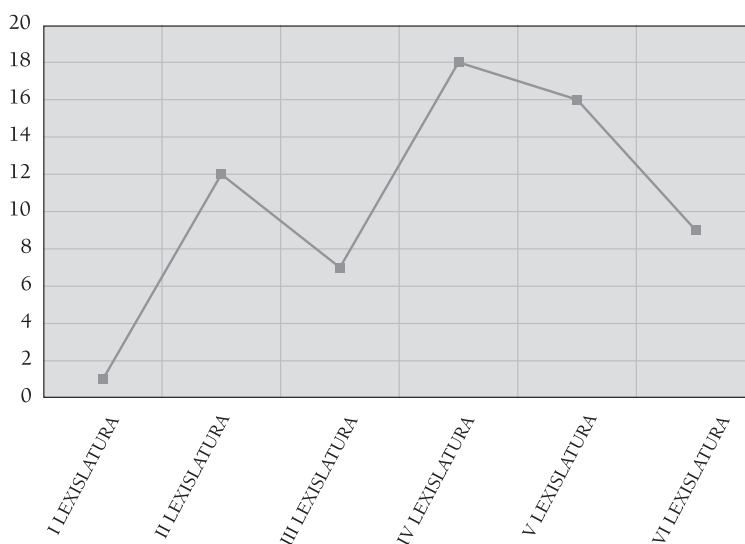
- Animar os centros de ensino encargados de formar os publicistas para que o seu alumnado practique publicidade en galego.
- Distribución dunha lista completa de topónimos na súa forma oficial ás axencias de publicidade e empresas de rotulación.

As medidas do PXNLG para o sector da comunicación tentan resolver algúns dos seus problemas máis evidentes. O primeiro paquete de medidas (1-7) está destinado a mellorar a calidade das emisións da TVG e da radio galega, así como crear unhas condicións laborais para os seus traballadores que faciliten o emprego do galego. As medidas 8-10 son para que sexan aplicadas polo organismo estatal Radio Televisión Española, quedando fóra do ámbito de actuación do Goberno galego, que dados os recortes orzamentarios para o ente anunciados polo plan da Sociedade Estatal de Participacións Industriais ao abeiro do acordo subscrito cos sindicatos e a dirección de RTVE o 12 de xullo de 2006, parecen pouco viables.

A preocupación pola incidencia dos medios de comunicación no galego no Parlamento está reflectido na cantidade de iniciativas presentadas polos diferentes grupos políticos con representación na cámara. Como podemos ver no gráfico 1, a evolución cuantitativa é irregular. Os momentos de maior actividade parlamentaria relacionada cos medios de comunicación e a lingua céntranse en períodos en que algún evento concreto marcou unha iniciativa maior, como as dedicadas a impulsar a presenza do galego na publicidade da Televisión de Galicia e da Radia Galega nos seus inicios e o control sobre os criterios utilizados para a concesión de axudas públicas aos medios de comunicación na IV e V lexislaturas.



Gráfico 1. Evolución do número de iniciativas parlamentarias relacionadas coa lingua e os medios de comunicación (I-VI lexislaturas)



Durante a primeira lexislatura só se produce unha iniciativa, que finalmente acabará sendo unha das máis relevantes no relativo á relación entre lingua e medios de comunicación, a creación da CRTVG, que foi unha iniciativa de proxecto de lei «da Creación da compañía de RTVG» presentada polo Goberno e publicada no DOG o 4 de abril de 1984, como xa mencionamos anteriormente.

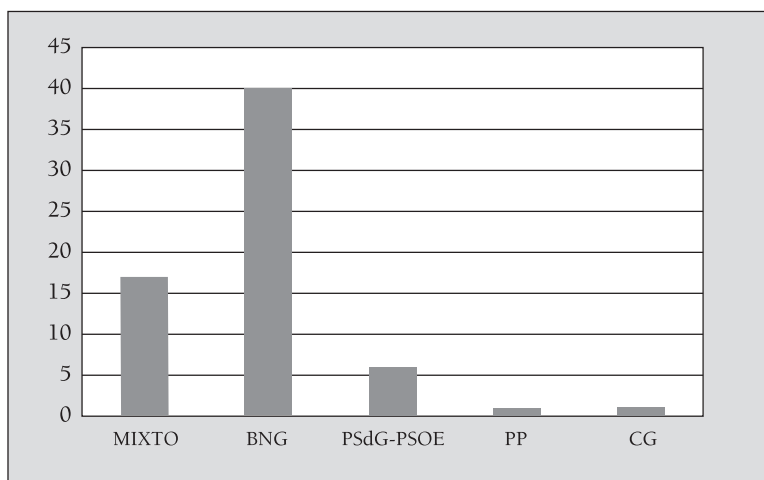
Na segunda lexislatura hai unha actividade parlamentaria importante en relación cos medios e a lingua. Un número relevante das iniciativas estiveron orientadas a controlar o uso do galego como lingua habitual na radio e na televisión públicas de Galicia, especialmente no eido da publicidade. Relacionado con isto hai tamén unha serie de intervencións que conducen á aprobación dunha proposición non de lei en comisión que xurdiu como iniciativa do Grupo Mixto sobre a aplicación do artigo 18 da LNL, a cal determina que o galego é a lingua usual nos medios de comunicación sometidos á xestión ou competencia da institu-

ción da Comunidade Autónoma, proposición que foi aprobada. Houbo tamén unha proposición non de lei para garantir a corrección lingüística na radio e na televisión co mesmo resultado. Tamén se reflicte por primeira vez no Parlamento, en forma de pregunta oral no Pleno, a preocupación sobre o cumprimento do artigo 19 da Lei de normalización lingüística, referido ao uso «habitual e progresivo» do galego nos medios de comunicación subvencionados.

Na terceira lexislatura hai unha actividade menor, descende sensiblemente o número de iniciativas relativas ao uso do galego nos medios públicos. Nese sentido, comparece o director xeral da Compañía de RTVG e os directores xerais da TVG e da Radio Galega para informaren da política lingüística seguida nos dous medios de comunicación de titularidade pública. Tamén son formuladas dúas preguntas sobre a publicidade emitida na Radio Galega e sobre o uso do galego nos medios de comunicación de titularidade pública. Tamén se debate unha proposición non de lei sobre os criterios seguidos na nova programación da TVG, o aumento da produción allea e as medidas para a defensa da lingua, cultura e os intereses galegos, que resulta rexeitada. Como vemos no gráfico 2, a maioría das iniciativas parlamentarias relacionadas cos medios de comunicación e a lingua parten de posicións nacionalistas. Quedan tamén reflectidos na actividade parlamentaria algúns acontecementos históricos na difusión da lingua: a aparición dun xornal en galego, o impacto das canles privadas de televisión e a desaparición de Radio 4, que concitou unha iniciativa conxunta do grupo mixto, BNG e PP para a continuidade das súas emisións en galego.

No período político que comprende a IV lexislatura prodúcense unha serie considerable de iniciativas orientadas a controlar a acción de goberno na televisión e na radio públicas, insistindo nas áreas en que xa se fixera nas anteriores lexislaturas: o uso do galego nos programas e na publicidade. A emisión dos espazos publicitarios, e especialmente a lingua en que se emitían, suscitou unha parte importante das iniciativas de todo o período

Gráfico 2. Número de iniciativas parlamentarias relacionadas coa lingua e os medios de comunicación segundo o grupo que as promoveu (I-VI lexislaturas)

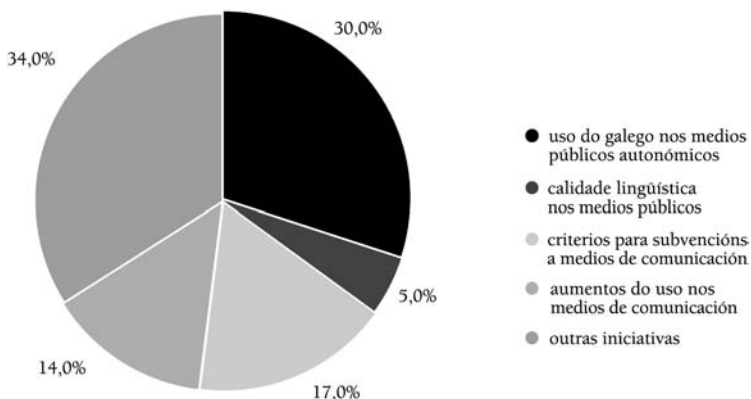


autonómico, sendo unha parte importante das que contabilizamos como as destinadas ao control do uso do galego nos medios públicos autonómicos (gráfico 3). É moi salientable a preocupación e interese dos parlamentarios nos criterios utilizados por parte da Xunta para a concesión de axudas e subvencións aos medios de comunicación galegos en cumprimento do artigo 19 da Lei de normalización lingüística. O resto de intervencións deste período podemos consideralas máis anecdóticas.

Ao longo da V lexislatura podemos observar a insistencia da oposición, maiormente do grupo do Bloque Nacionalista Galego, por someter a control os criterios na concesión de axudas públicas aos medios de comunicación, así como o cumprimento do artigo 18 da Lei de normalización lingüística, no que se regula o uso do galego nos medios de titularidade pública. Tamén nesta lexislatura se promove dende o Parlamento unha maior presenza de galego na oferta da televisión estatal (TVE).

É característica da VI lexislatura a ausencia de iniciativas relacionadas con dous temas que resultaron frutíferos noutros

Gráfico 3. Porcentaxes de iniciativas parlamentarias relacionadas coa lingua e os medios de comunicación segundo o seu contido (I-VI lexislaturas)



períodos: o control das subvencións aos medios e o uso do galego na televisión e radio públicas. A maioría da actividade recollida no libro de sesións está máis relacionada coa política comunicativa do goberno ca co uso da lingua nos medios de comunicación.

## 2 ESCENARIO INSTITUCIONAL

O órgano encargado da execución da política xeral da Xunta de Galicia en materia de comunicación e audiovisual é a Secretaría Xeral de Comunicación, dependente da Presidencia da Xunta. É o órgano que establece as relacións cos medios de comunicación social e o que desenvolve as tarefas relacionadas coa publicidade institucional. Ademais, dentro da Xunta, encárgase da coordinación dos gabinetes de comunicación das diferentes áreas de goberno e da xestión da imaxe corporativa do Goberno galego. Dependendo dela, ademais da estrutura administrativa e de xestión e do gabinete de prensa, a Compañía de Radiotelevisión de Galicia e a Dirección Xeral de Comunicación, que é a que exerce as competencias de dirección e coordinación das actuacións en materia de telecomuni-

cacións, audiovisual e multimedia. Aínda que a relación cos medios se establece dende esta última xerarquía, as cuestións relativas á promoción da lingua galega nos medios de comunicación son competencia da Secretaría Xeral de Política Lingüística.

A Compañía de Radiotelevisión de Galicia xestiona a radio e a televisión públicas galegas. Os orzamentos de 2006 para a compañía foron de algo máis de 139 millóns de euros, do que máis do 85% estaba destinado á televisión. Como xa vimos, un dos fins principais da compañía é a difusión da lingua. Analizaremos con máis detalle as accións da CRTVG nos capítulos dedicados á radio e á televisión. Tense sinalado que a CRTVG, xunto co ensino, foron os elementos que xogaron un papel máis favorable para o idioma galego (Cidadanía, 2001).

Forma parte tamén do conglomerado de comunicación pública o Consorcio do Audiovisual Galego, o Consello Asesor de Telecomunicacións e Audiovisual, o Centro Multimedia de Galicia e o Centro Galego das Artes da Imaxe.

Aínda que os fins principais do Consorcio do Audiovisual Galego están centrados na promoción do sector audiovisual en Galicia, tamén o é, e así está recollido nos seus estatutos, «promover a utilización do idioma galego mediante o seu uso nos medios audiovisuais, especialmente apoiando a súa utilización en salas de exhibición e promovendo a asistencia a elas».

O Consello Asesor de Telecomunicacións e Audiovisual é o máximo órgano asesor do Goberno da Comunidade Autónoma de Galicia en materia de telecomunicacións e audiovisual. Correspóndelle emitir informes e estudar propostas e medidas para o Goberno en materia de telecomunicacións. É un órgano consultivo do Goberno que tamén ten funcións de arbitraje en eventuais conflitos entre os cidadáns e a Administración no marco das súas competencias.

O Centro Multimedia de Galicia é un centro de coordinación da rede de Centros de Comunicación orientada á formación. O fin principal é achegar aos cidadáns o acceso ás novas tecnoloxías, sobre todo a través de programas de formación multimedia.

Por último, o Centro Galego das Artes da Imaxe é o organismo dedicado á conservación, documentación e difusión da imaxe. Encárgase da recuperación e catalogación de obras do patrimonio audiovisual e fotográfico, así como a programación de eventos orientados a mellorar o coñecemento das artes da imaxe e á promoción exterior da produción audiovisual galega.

Como acabamos de mencionar, o organismo principal que desenvolve as competencias xerais de planificación lingüística é a Secretaría Xeral de Política Lingüística, departamento que tivo o rango de dirección xeral entre os anos 1983 e 2005. Segundo Monteagudo e Bouzada (2002), os ámbitos principais de desenvolvemento da política lingüística en Galicia foron os eixes da xa descrita Lei de normalización lingüística, que constitúen:

- O galego como materia e lingua vehicular no ensino.
- O galego como lingua da Administración autonómica.
- O galego como lingua dos medios de comunicación públicos autonómicos.

Así, o resto de actuacións, entre as que evidentemente se atopan as relacionadas cos medios de comunicación privados, resultaron «dunha incidencia menor» no período que analizan (1980-2000). As accións do departamento autonómico estiveron orientadas a favorecer o cumprimento da lei a través da capacitación lingüística dos axentes e sistemas de tradución e da supervisión efectiva dese cumprimento. A pesar desta aseveración, a Secretaría Xeral de Política Lingüística, como órgano responsable da promoción e difusión da lingua, dedica unha parte importante dos seus recursos á promoción do galego nos medios de comunicación privados. Os programas de fomento do galego nos medios tamén estiveron, nas primeiras etapas, adscritos a departamentos distintos, como a Consellaría de Presidencia, por exemplo. A evolución dos esforzos orzamentarios para a promoción do galego dende 1983 ata a actualidade pasa por catro períodos fundamentais.

1. 1983–1985. Este período está caracterizado por un gasto escaso (120 000–320 000 €) e concentrado na formación de profesorado.

2. 1986–1992. Neste período prodúcese un incremento importante no seu primeiro ano (case o 200%) ata situarse nos 3,9 millóns de € no último ano do período.
3. 1993–2005. Nesta etapa incorpórase a «débeda histórica», o que supón que haxa un incremento espectacular o primeiro ano e que ao final dese período haxa un orzamento total para o programa de «fomento da lingua galega» de 19 830 935 €.
4. 2005. Prodúcese un fito que merece que se delimite un último período. Neste ano chegan ao goberno o BNG e o PSdG. A DXPL eleva o seu rango ao de Secretaría Xeral e pasa a depender da Presidencia da Xunta de Galicia co ánimo de centralizar as accións do departamento e dotalo de certa transversalidade. Nos primeiros orzamentos aprobados polo bipartito (2006 e 2007) non se produce un incremento destacable na partida destinada ao fomento da lingua.

A distribución do gasto relativo ao fomento do galego nos medios de comunicación inaugúrase en 1984, ano en que se destinan uns 120 000 € a este fin, case a metade do total do orzamento que naquela época a Consellaría de Presidencia destinaba á normalización lingüística. Durante a segunda etapa empezan a convocarse as axudas para a publicación de suplementos didácticos en galego en xornais e revistas e para a prensa escolar en galego. En 1992 prodúcese un grande incremento na partida destinada á promoción do galego nos medios de comunicación sociais, pásase de 240 000 € a 670 000 €, aproximadamente. A partir de 1993, ano en que se centraliza ese gasto na DXPL, o fomento da lingua galega nos medios dispón de contías cada vez máis notables, arredor dos 1,8–2,5 millóns de euros segundo o exercicio ata chegar ás cantidades que se manexan no momento da redacción deste traballo. De feito, a partida orzamentaria máis grande nos orzamentos de 2006 da SXPL é a titulada «Convenios cos medios de comunicación», que ascende a 6 400 000 €, cantidade idéntica á destinada ao mesmo concepto en 2003, 2004 e 2005. En 2002 a

partida foi de 5 870 728 €, sendo tamén a de maior contía de todas as do programa correspondente ao «Fomento da Lingua Galega» da Xunta de Galicia.

Tradicionalmente, unha parte desa partida destinábase á CRTVG, o cal suscitou críticas dalgúns sectores da militancia lingüística e da comunidade académica (Monteagudo e Bouzada, 2002) por entenderse que entre os fins da radio e da televisión públicas xa se atopaba a promoción do galego. Entre as accións que a Dirección Xeral de Política Lingüística desenvolveu dende a súa creación en relación coa promoción do galego nos medios tamén se atopa a firma de convenios de colaboración con diferentes periódicos para a edición ou distribución de produtos editoriais en lingua galega, polo que o montante total é superior ás cantidades orzamentadas.

As accións que se desenvolven con cargo á partida dos orzamentos deberan estar orientadas ao cumprimento do artigo 19 da Lei de normalización lingüística, aínda que se ten constatado a impresión de que se contravén no relativo á progresividade da presenza da lingua galega nos medios de comunicación. Rodríguez (1996) afirma que a lingua galega se converte nunha chave para transferir fondos públicos ás publicacións «que non son conflitivas» malia que neses medios non se faga un uso do galego habitual e progresivo, como se sinala na lei. Neste mesmo traballo, o autor critica que se utilizan criterios que discriminan as publicacións non diarias ou que se elaboraron ordes *ad hoc* como a destinada a subvencionar «publicacións diarias escritas integramente en galego», pensada exclusivamente para *O Correo Galego* (agora editado co nome de *Galicia Hoxe*). Como vimos máis arriba, a cuestión sobre os criterios utilizados para a concesión de axudas públicas para a promoción do galego nos medios de comunicación privados estivo moi presente no labor de control que sobre o executivo autonómico fixo o Parlamento de Galicia, sobre todo na cuarta e quinta lexislaturas. Estes criterios son, cando menos, pouco claros na maior parte dos casos. Resulta ademais difícil seguir o cumprimento do estipulado nas distintas ordes e axudas,



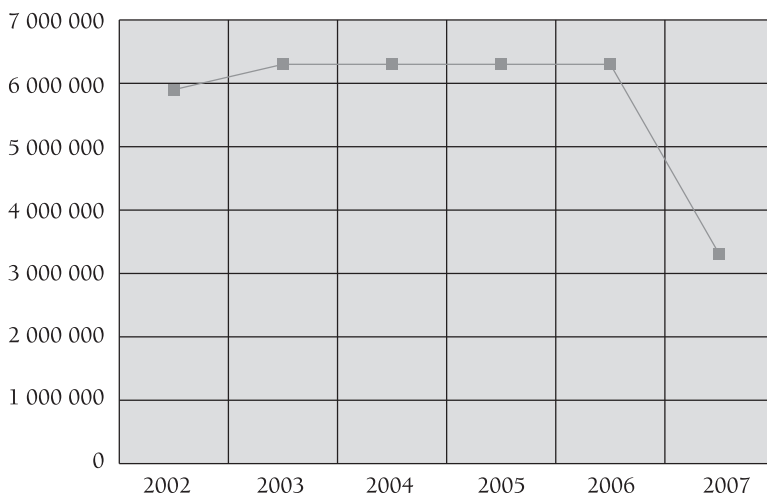
xa que sería, cando menos, un labor custoso e complicado. Non hai constancia dun seguimento sistemático. Ademais das axudas públicas oficiais existe unha gran cantidade de convenios de colaboración asinados con empresas de comunicación que inclúen nas súas cláusulas medidas para a galeguización dos contidos do medio en cuestión, pero dada a maior opacidade desta forma administrativa de gasto, o control no cumprimento do estipulado resulta aínda máis difícil.

Os diferentes departamentos encargados de aplicar a política lingüística do Goberno autonómico foron acusados de actuar cunha lóxica de funcionamento reactiva, movida polo efecto da presión da iniciativa social, sen asumir un papel de liderado (Monteagudo e Bouzada, 2002). Estes mesmos autores sinalan ademais que na relación entre a normativa, no caso dos medios de comunicación o xa citado título IV da Lei de normalización lingüística, e a efectividade na implantación desta houbo un desfaseamento. Despois de constatar unha relación escasa entre os recursos gastados e o incremento do galego nos xornais, chaman a atención sobre tres efectos perniciosos: ineficiencia (déixanse de investir estes recursos noutras áreas), ineficacia (semella imposible calquera tipo de mellora na galeguización dos medios) e un efecto perverso para a imaxe do departamento dado que continúa repartindo estes fondos á marxe da esixencia dun cumprimento efectivo das axudas.

Se cruzamos dous indicadores recollidos neste traballo podemos crer que hai fundamento para esta crítica. Entre 1993 e 2003 a presenza de galego nos medios de comunicación escritos, que son os principais receptores das axudas públicas para o fomento da lingua galega, pasaron dun pouco máis do 3% a un 6,8% (véxase cap. IV). O montante do gasto nese período destinado a aumentar a presenza de galego nos medios superou os 40 millóns de euros (grafico 4).

A Mesa pola Normalización Lingüística publicou un informe en 2001 ([www.amesanl.org](http://www.amesanl.org)) no que denuncia que en 1999 se firmaron acordos entre a DXPL e distintos medios de comunicación

Gráfico 4. Evolución dos orzamentos da SXPL dedicados a medios de comunicación



para acadar unha porcentaxe de contidos en galego do 8%, obxectivo que segundo ese mesmo informe non se acadou e que non impediu que se volvesen asinar convenios no ano 2000 «con eses mesmos medios».

Durante o 2006 a SXPL iniciou unha serie de negociacións cos medios impresos para aumentar a presenza do galego nos xornais e dotar os contidos en galego de transversalidade, evitando que se identificara a lingua unicamente con temas relacionados coa cultura e a educación. Tamén se elaborou unha estratexia para fornecer de recursos de tradución automática ás principais cabeceiras galegas coa intención de facilitar a tradución da información escrita en castelán ao galego. Tamén se eliminou a transferencia de capital á TVG, producíndose a redución máis importante de todos os capítulos do programa de lingua galega nos orzamentos de 2007, precisamente no coñecido de «Convenios con medios de comunicación» –rachando deste xeito unha evolución tradicionalmente ascendente–, de 6 400 000 € a 3 400 000 €.

### 3 OUTRAS INICIATIVAS INSTITUCIONAIS: UNIVERSIDADES E CONSELLO DA CULTURA GALEGA

Fóra do ámbito do executivo, a Administración pública conta con outras iniciativas en que a intersección entre a lingua e os medios de comunicación ten suscitado atención. Son iniciativas eminentemente enmarcadas no ámbito académico e no desenvolvemento das funcións do Consello da Cultura Galega.

Por unha banda, a Facultade de Xornalismo da Universidade de Santiago de Compostela é a que forma na actualidade unha boa parte dos profesionais dos medios de comunicación en Galicia. Ofrece as licenciaturas de Xornalismo e Comunicación Audiovisual. Nos plans de estudos de ambas as dúas cúrsanse materias de lingua galega e, no caso de xornalismo, lingua galega oral como materia obrigatorio de segundo ciclo. Con todo, a cuestión lingüística e identitaria forma parte transversal de diferentes materias dos seus programas. Entre as liñas de investigación atópanse varios proxectos en que a lingua galega e a súa difusión é materia de estudo. Entre as iniciativas máis destacadas habería que mencionar o Observatorio do Audiovisual, constituído en 1998 no seo do Departamento de Ciencias da Comunicación da USC. O observatorio realiza diversas investigacións difundidas a través de publicacións. Este labor céntrase en proxectos relacionados coa comunicación na periferia atlántica, o estudo das políticas televisivas e a súa influencia nos procesos identitarios, propostas para a integración de servizos comúns das televisións que emiten en linguas minoritarias, a catalogación das producións audiovisuais galegas e informes sobre o estado do sector audiovisual. Tamén é labor deste grupo de investigación o impulso do estudo da audiencia da radio en Galicia, cubrindo a totalidade dos concellos do país.

A Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación da Universidade de Vigo, de máis recente creación, ofrece, entre outros, os estudos de Publicidade e Relacións Públicas e Comunicación Audiovisual, ambas no campus de Pontevedra. O plan de estudos da primeira destas dúas carreiras ofrece un abano

de materias importante relacionadas co galego (Lingua Galega, Técnicas de Expresión Oral en Galego, Industrias Culturais en Lingua Galega, Redacción Publicitaria en Galego...). A titulación de Comunicación Audiovisual ten no seu programa a materia de Lingua Galega.

Por outra banda, a Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega comezou a funcionar en 1990 co propósito de establecer un censo das publicacións periódicas editadas en Galicia. Esta concepción inicial foise ampliando para dar cabida aos medios audiovisuais e ás publicacións periódicas da rede ata conformar un panorama completo do sistema de medios en Galicia. Ten como principal obxectivo o estudo dos fenómenos comunicativos do sistema galego de medios, a través da recollida sistemática de datos e da súa posterior análise e interpretación.

Os proxectos da Sección e do Arquivo de Comunicación do Consello da Cultura Galega materializan unha dobre vertente de recuperación da memoria histórica e tamén de estudo e debate da situación actual da comunicación en Galicia e das relacións entre o xornalismo e a cultura. Pola súa vez, en cada un dos campos contémpanse dúas tendencias, por un lado o estudo e investigación e, polo outro, a divulgación e o debate. No primeiro ámbito englobase o estudo das publicacións de proximidade, o seguimento dos cambios que se están a producir na oferta televisiva e radiofónica e as análises de contido (seguimento da presenza cultural nos medios galegos). Ademais, os encontros e as xornadas de debate e divulgación serven para reunir periodicamente diferentes expertos para debater situacións de actualidade e tendencias na sociedade da información. No segundo ámbito, centrado na recuperación da memoria histórica, desenvólvense proxectos como o estudo dos primeiros textos editados en galego na prensa no século XIX, a recuperación da primeira cabeceira periódica galega e o labor dos xornalistas galegos que cultivaron o xénero da opinión ao longo de dous séculos, entre outros.

#### 4 ACTORES SOCIAIS E GRUPOS PROFESIONAIS

Os grupos de comunicación privados en Galicia están construídos, sobre todo, ao redor dos xornais máis importantes da comunidade. Son empresas familiares que creceron de forma importante dende finais dos anos oitenta. A estratexia máis común foi a de diversificar produtos relacionados coa comunicación destinados, principalmente, a mercados fortemente intervidos (televisión e radio) e a clientes do sector público (Xunta, deputacións, concellos). Tamén se crearon empresas para prestar servizos á matriz do grupo, pero non exclusivamente.

Ademais, están presentes as iniciativas de capitais que proveñen de fóra de Galicia que absorberon produtos de comunicación galegos ou gañaron licenzas para a explotación de espazos radiofónicos e de televisión coa chegada das canles da Televisión Dixital Terrestre.

As críticas ao sistema de comunicación galego céntranse principalmente en dous feitos. Por unha banda, na incapacidade dos actores principais (empresarios e Xunta de Galicia) de favorecer un sistema en que os capitais galegos controlen o mercado das comunicacións en Galicia, coas consecuencias negativas que isto supón. Exemplos disto serían as críticas ao alto índice de concentración do sector da radiodifusión controlado por grupos españois non galegos ou as licencias de TDT (Álvarez Pousa, 1999; Martínez Hermida, 2006). Por outra banda, responsabilízase á Xunta de manter economicamente o sector coas diferentes liñas de axudas, publicidade, convenios de colaboración, etc., o que poría en cuestión o «compromiso social de informar con independencia, veracidade, exactitude e ecuanimidade» (Otero Llovo, 2004).

##### *4.1 Principais grupos de comunicación galegos*

A Corporación Voz de Galicia S.A. é o grupo de comunicación máis importante da comunidade autónoma galega, con presenza en Galicia, León e Madrid. Está integrada por máis dunha

vintena de sociedades que actúan en todos os campos da comunicación e conta con mil empregados. Propiedade de Santiago Rei Fernández-Latorre, a súa empresa matriz é La Voz de Galicia, fundada en 1882. En 1997 a corporación Voz adquiriu o 84% do capital de *Diario de León*, primeiro periódico daquela provincia e segundo de Castela e León por número de lectores. O grupo tamén explota licenzas de radiofonía a través das oito emisoras de RadioVoz, que ofrecen programación propia as 24 horas do día nas principais cidades galegas, e da radiofórmula Europa FM. En 1985 nace Voz Audiovisual, empresa dedicada principalmente ao desenvolvemento e produción de series de ficción, programas de entretemento, tv-movies, películas e documentais. Os produtos máis destacados son as películas *O menor dos males* e *De bares*; as series de televisión *Mareas Vivas*, *Terra de Miranda* e *As leis de Celavella* e o programa *Con perdón*, todos con niveis de audiencia importantes. O Grupo Voz tamén explotará unha das dúas licenzas de Televisión Dixital Terrestre autonómicas que a Xunta outorgou durante o traspaso de poderes entre o goberno do PP e o bipartito.

O Grupo Correo Gallego está integrado polas empresas Editorial Compostela, Telecable Compostela, Edicións Correo e Anova multiconsulting. Na actualidade o grupo conta cuns 500 traballadores. A orixe do grupo está na fundación do seu produto principal, *El Correo Gallego*, en 1878. Á marxe do periódico, que analizaremos con máis detemento no capítulo III, a Editorial Compostela edita unha serie de produtos como a *Axenda de Comunicación* ou a *Guía municipal de Galicia* así como un anuario. En xaneiro de 1994 empeza a edición de *O Correo Galego*, rebautizado en 2003 co nome de *Galicia Hoxe*, único diario en galego. Actualmente editan tamén o xornal gratuíto *Tierras de Santiago*. A Editorial Compostela participa tamén nun pequeno grupo de emisoras de radio, dende 1998 coñecido como Radio Obradoiro. Outra das empresas do grupo é Telecable Compostela, que explota licenzas de televisión por cable e produce contidos audiovisuais. Un dos produtos máis coñecidos desta empresa é a serie emitida pola TVG *Pratos Combinados*, de grande éxito de audiencia, xunto

con *Libro de Familia*, de máis recente creación. Dende 1997 a sección de artes gráficas do grupo está explotada pola empresa Edicións Correo, que imprime os xornais do grupo e no seu momento tamén o diario *As para Galicia* e o *Diario Oficial de Galicia*. A última empresa do grupo é Anova multiconsulting, dedicada á organización de eventos e á obtención de datos demoscópicos. O grupo obtivo ademais 4 licenzas para explotar emisoras locais de Televisión Dixital Terrestre.

O Grupo El Progreso está construído arredor da empresa familiar que controla o diario *El Progreso* de Lugo, diario líder daquela provincia. A editorial publica tamén o *Diario de Pontevedra*. Recentemente lanzaron un diario gratuíto integramente en galego, *LV*. De xeito parecido aos outros grupos galegos, tamén participa en negocios relacionados coa produción, como a Productora TV El Progreso e Lugopress S.L., creada en 1997 e dedicada a actividades diversas que van da produción de documentais e curtametraxes á edición de libros e á organización de conferencias. Participan tamén na televisión local con Localia de Lugo e na actividade da imprenta con Artes Gráficas El Progreso.

La Región S.A. é a empresa editora dos diarios *La Región*, de Ourense, e *Atlántico Diario*, de Vigo. Case a totalidade das accións da empresa están controladas pola familia Outeriño. Os negocios relacionados co audiovisual explótanse dende La Región TV, que presta para a TVG servizos de produción, e Telemiño, televisión local de Ourense.

Editorial La Capital é a editora de *El Ideal Gallego*, de distribución na comarca da Coruña. Editorial La Capital non constitúe propiamente un grupo de comunicación, senón que é unha sociedade que edita diversos produtos. Entre os xornais de información xeral que edita atópanse, ademais do mencionado, os *Diario de Ferrol*, *Diario de Arousa* e *Diario de Bergantiños* e un xornal deportivo, *Deporte Campeón*. Tamén edita cabeceiras de periodicidade mensual e quincenal, como *A Comarca do Morrazo* e *Mercavedra*, e algunhas outras publicacións non periódicas. Conta tamén cunha produtora audiovisual.

Constitúen outros grupos de comunicación iniciativas empresariais como o Grupo Araguaney, Productora Faro e Filmanova, entre outras.

#### *4.2 Outros grupos de comunicación que actúan en Galicia*

A Editorial Prensa Ibérica, grupo de prensa rexional con presenza en moitas cidades de España e tamén en Portugal, edita dous diarios en Galicia: *Faro de Vigo* e *La Opinión de A Coruña*. O *Faro de Vigo* conta cuns 150 traballadores entre redacción, administración e repartimento e desenvolve a súa actividade na factoría de Chapela (Redondela). Atópase asociada a esta empresa Celta de Artes Gráficas, rotativa que imprime, ademais do *Faro*, unha parte da tirada de *ABC*, *Sport* e *Correo do Minho*. *La Opinión* é un xornal de recente creación, ten a súa área de influencia na provincia da Coruña e conta cuns 70 traballadores, dos que a metade son xornalistas. Esta empresa tamén é a maior concesionaria de licenzas de Televisión Dixital Terrestre Local en Galicia, con demarcacións en Santiago, A Coruña, Ferrol, Pontevedra, Vigo, Ourense e Carballo.

O mercado radiofónico atópase moi atomizado no que atinxe á súa distribución empresarial, sen constituír grupos de comunicación tal como os entendemos neste apartado. Faremos unha descrición do complexo empresarial da radio no capítulo IV.

#### *4.3 Agrupacións profesionais*

O Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia constituíuse en xullo de 2000. O proceso de creación do colectivo foi longo e complicado. Dende 1996 iniciáronse unha serie de reunións coas distintas asociacións de xornalistas que había espalladas polas catro provincias co ánimo de crear un colexio profesional. As polémicas que definiron o proceso estiveron relacionadas principalmente coa admisión ou non de xornalistas en exercicio sen a titulación académica correspondente. Na actualidade só poden ingresar aqueles



profesionais que teñan o título de Licenciado en Xornalismo, Imaxe ou Comunicación Audiovisual. Os fins da corporación son os de defender os dereitos dos seus colexiados e favorecer o libre desenvolvemento da profesión segundo os preceptos legais que amparan a actividade informativa e a ética periodística. Dentro das iniciativas que promove destaca o Observatorio Galego de Medios, órgano de vixilancia cívica da actividade xornalística vencellado á organización independente Media Watch Global. Cómpre destacar, en relación co interese desta publicación, que a lingua oficial do colexio é o galego.

O resto do tecido asociativo dos profesionais da comunicación en Galicia está formado por unha serie de entidades locais e outras sectoriais. A Asociación de Prensa da Coruña, Asociación da Prensa de Lugo, Asociación da Prensa de Santiago de Compostela-APSC e Asociación da Prensa de Vigo forman o primeiro grupo. Entre as agrupacións sectoriais atópanse as diferentes asociacións de publicistas da Coruña, Pontevedra e Lugo e a dos Xornalistas Gráficos de Prensa e Tv. Destacan pola importancia económica e estratéxica dos seus asociados a Asociación de Empresas Galegas do Audiovisual (AEGA) e a Asociación Galega de Produtoras Independentes (AGAPI).

O perfil dos xornalistas galegos está descrito pormenorizadamente pola Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega (Túñez e López García, 2000). Neste traballo fíxose un censo dos profesionais da comunicación que amosaba un total de 1955 na data en que se elaborou (están excluídos aqueles xornalistas sen ocupación identificada e todos aqueles que traballaban en vilas na posterior mostraxe que elaborou o equipo investigador). Sabemos que os traballadores da comunicación en Galicia traballan eminentemente en centros urbanos e especialmente en Santiago de Compostela e que seis de cada dez son homes. A actividade en que están ocupados a maioría dos profesionais é a prensa, na cal traballa case a metade, repartíndose o resto entre radio, televisión, gabinetes e outras actividades. Os investigadores acometeron tamén o estudo das condicións de traballo deste colecti-

vo, investigando o tipo de contratos que tiña, a duración da xornada laboral e mais se había desaxustes nas tarefas que se lles asignaban aos xornalistas en virtude dos seus contratos, entre outras cousas. Os resultados din que había unha terceira parte con contratos eventuais e que había casos de traballadores que desempeñaban funcións distintas das que estipulaba o seu contrato, fundamentalmente na radio. Tamén resulta salientable que a media de horas traballadas supera as 40 horas semanais.

Pero resulta de máis interese para este traballo os datos que achegaron sobre a situación sociolingüística do colectivo. Estes amosaban que o 43% dos xornalistas falaban habitualmente galego no traballo<sup>1</sup>. Os datos mostraban que había unha probabilidade algo maior de que fosen mulleres, cunha idade entre os 40 e os 50 anos. Segundo o medio en que están empregados, os xornalistas falan habitualmente máis galego na televisión, nos gabinetes, axencias e na docencia. Pola súa banda, no medio radiofónico e de prensa emprégase maioritariamente o castelán. Por sectores, hai un maior uso do galego no sector público. En cambio, os investigadores constataban dous datos preocupantes: por unha banda, máis da metade dos entrevistados afirmaban que as accións que a empresa levaba a cabo para a normalización do galego non eran boas ou simplemente non existían e, por outra banda, no que se refire ó uso do galego na redacción das informacións, na prensa alcanzábanse os peores resultados, manifestando o 15% dos entrevistados que non usaría o galego aínda que se lles ofrecese un servizo de corrección lingüística.

Noutros traballos anteriores constatouse que, no tocante ao perfil lingüístico dos profesionais, a maioría deles son castelanfalantes habituais. No traballo de Goyanes *et al.* (1996: 152) case o 29% non fala nunca galego, o 36% utilízao só ocasionalmente e un 16% úsao sempre.

1. Este dato non se obtivo dun ítem no cal os entrevistados contestaban acerca da súa lingua habitual, senón en virtude da lingua en que se desenvolvía a entrevista. A medición da lingua habitual dos galegos ten presentado dificultades, con todo, a solución do Mapa Sociolingüístico de Galicia (Seminario de Sociolingüística, 1995), distinta desta, parece máis axeitada.

En diversos estudos investigouse ata que punto a decisión de non utilizar o galego podía responder a unha decisión persoal dos xornalistas ou ao seguimento dunha decisión da empresa en cuestión. Case o 50% dos profesionais preguntados en Goyanes *et al.* (1996) decántase por considerar que se trata dunha decisión persoal.

Corrobora este feito a observación que xa fixeran Goyanes *et al.* (1996) ao sinalaren que o 81,25% dos xornalistas non estudaran lingua galega no bacharelato e que o 49% se declararan ‘culpables’ da escasa presenza do galego na prensa escrita, consecuencia dunha rutina, inercia e comodidade castelanófona.

Con todo, a predisposición dos profesionais é receptiva cara a ampliar a utilización do galego como idioma da redacción. Así, o 66,4% aseguraba en 1996 que estaría disposto a escribir en galego, mentres que a porcentaxe de profesionais non dispostos a facelo chegaba ao 30%.

En cambio, respecto da viabilidade dun xornal integralmente en galego, pregunta formulada por Goyanes *et al.* (1996: 125 e ss.) en 1990, o 58,6% dos profesionais eran pesimistas ante esta posibilidade fronte a un 39,9% que consideraba que si era posible e un 5,5% non tiña criterio sobre esta cuestión.

Convén apuntar que entre a maioría dos xornalistas galegos está asentada a idea de que as informacións publicadas en galego son menos lidas ca as publicadas en castelán. Así opinaba o 57,3% en 1996 fronte ao 34,7% que indicaba que o idioma de redacción non era determinante á hora de ler un texto.



#### IV. A SOCIOLINGÜÍSTICA DOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Neste capítulo describimos a relación entre os medios de comunicación e a sociolingüística, atendendo preferentemente a aquelas cuestións que poden ou deben incidir na extensión de usos do galego neste ámbito. O obxectivo é analizar a presenza da lingua galega nos medios de comunicación impresos, na radio, na televisión e nos soportes electrónicos nunha dobre dimensión diacrónica e sincrónica, tendo en conta a diversidade de medios que agrupamos tras estas denominacións. Esta análise, que servirá para mostrar un estado da cuestión sobre medios e lingua galega, complétase cunha revisión das causas aducidas para que a lingua galega teña un papel secundario nos medios galegos ata a actualidade.

##### 1 RADIO

A utilización de modulacións electromagnéticas para a comunicación é un fenómeno amplamente difundido e abrangue a televisión, a radiodifusión, a telefonía móbil e o radar, entre outros. Con todo, e dada a popularidade que alcanzou nun primeiro intre a aplicación do descubrimento á transmisión de sinais de audio, o habitual é referirse a este fenómeno simplemente como «radio», como todos sabemos. O descubrimento tivo múltiples paternidades, utilizándose nun primeiro intre para a comunicación de telegrafía, ao final do século XIX. Na década de 1920 empezan a emitir o seu sinal as primeiras radios comerciais e o fenómeno esténdese rapidamente por todo o mundo. Como xa vimos, a radio chegou algo máis tarde a Galicia, aínda que a súa popularización foi tamén inmediata.

Entre as radios públicas que emiten no espazo radiofónico galego atópase o conxunto de emisoras de Radio Nacional de España, cunha complexa estrutura técnica. Na actualidade RNE en Galicia ten máis de 50 frecuencias entre onda media e frecuencia

modulada. O centro que funciona como cabeceira territorial é a emisora da Coruña, cunha delegación en Santiago e emisoras en Lugo, Ourense, Vigo e Pontevedra. As programacións atópanse diferenciadas en catro espazos diferentes. RNE 1 é unha radio convencional con contidos variados. RNE 5 é unha radiofórmula de noticias con boletíns periódicos de novas actualizadas. Completa a programación RNE 2, ou Radio Clásica, con emisións de música culta, eminentemente, e RNE 3, unha fórmula musical popular. Só RNE 1 e RNE 5 teñen desconexións territoriais con contidos feitos dende Galicia. As radios musicais do ente público emiten integramente a programación central das cadeas. Cómpre lembrar que entre 1985 e 1991 emitíu RNE 4 cunha programación galega e en galego (véxase o cap. II). Cando RNE decidiu deixar de emitir en todos os centros territoriais esta programación agás en Cataluña, produciuse unha importante reacción no ambiente político e cultural galegos. Unha característica de RNE é que se financia exclusivamente con orzamentos públicos, polo que non emite publicidade.

O modelo de radio pública autonómica en Galicia está exemplificado na Radio Galega. A Radio Galega está integrada na Compañía de Radiotelevisión de Galicia, sociedade de titularidade pública, creada ao abeiro da Lei de Galicia 9/1984, do 11 de xullo. Os fins da Radio Galega non son unicamente informativos, xa que, como indica a lexislación que a inspira, debe potenciar tamén a cultura e a lingua galegas así como axudar á conformación dunha identidade propia e á cohesión do tecido social e xeográfico do país. O financiamento da cadea, ao igual que ocorre coas radios municipais, é mixta, é dicir, os ingresos divídense entre as subvencións da Xunta e a venda de espazos publicitarios. O sinal da radio autonómica cobre actualmente a totalidade do territorio de Galicia, alcanzando tamén o norte de Portugal e as zonas occidentais de Asturias e Castela e León a través de trinta e cinco emisoras e reemisoras. Tamén é posible captar o seu sinal vía satélite para Europa a través de Hispasat. A programación que ofrece a emisora pública é única e non conta con desconexións locais de ningún tipo. A

principios de 2008 a Radio Galega conta cun cadro de persoal de 165 traballadores, do que o 59% son homes e o 41% mulleres. A Radio Galega emite 24 horas de programación en galego. A súa dotación é, dende o punto de vista técnico, moi importante. Conta con cinco estudos de produción na sede central de San Marcos en Santiago, ademais dunha rede de delegacións e estudos nas sete cidades galegas.

En 2004 a Radio Galega pon en marcha unha proposta de radiofórmula coñecida como «Radio Galega Música», que emite 24 horas ao día música de diferentes estilos musicais, incluíndo música galega e en galego. Tamén funciona actualmente «Son Galicia Radio», que emite exclusivamente música galega. Estes novos produtos transmítense por modulación dixital (DAB) e en *simulcasting* a través das portadoras da Televisión Dixital Terrestre (TDT), ademais de 11 novas frecuencias de FM. Toda a programación da Radio Galega pode tamén recibirse a través da súa web [www.crtvg.es](http://www.crtvg.es), na que tamén se ofrece un servizo de «radio á carta».

A dimensión local ten unha relación específica coa radiodifusión. Tense sinalado que as condicións comunicativas fan da radio un medio eminentemente local, xa que pode prestar atención ás persoas do contorno cotián dos oíntes, ademais de contar coas vantaxes económicas de operar en pequenos mercados con pouca competencia (Iglesias & Merayo, 1997). Segundo estes mesmos autores, os motivos para a creación dunha radio municipal obedecen a tres obxectivos que son, en boa medida, os dos promotores destas iniciativas en Galicia. En primeiro lugar, as radios locais pretenden informar da súa realidade á marxe das grandes canles; isto permite unha maior empatía psicolóxica e xeográfica cos oíntes. En segundo lugar, a radio funciona como intermediaria entre a Administración e os habitantes do concello, atendendo ao segundo dos obxectivos: a radio local é un elemento democrático. Por último, e ligado aos anteriores, a radio municipal pretende fomentar a participación, constituíndose nun elemento dinamizador da sociedade.

O accidentado inicio da radiodifusión municipal en Galicia coa interrupción da emisión por parte da garda civil de Radio As

Mariñas (véxase o cap. II) chama a atención sobre a evolución da radio local en Galicia, poñendo de manifesto a relación da radio local coas radios libres e comunitarias. Dende esta primeira experiencia, as emisoras municipais tiveron que iniciar o proceso de legalización das súas emisións que duraría máis de trece anos. Algúns concellos evitaron tramitar solicitudes para explotar licenzas de radiofonía mentres non se consolidase un marco xurídico ao respecto. Con todo, ata a aprobación da Lei de organización e control das emisoras municipais en 1991 había media ducia de emisoras funcionando de forma ilegal. A lei permite, unha vez que sexa autorizado polo Consello da Xunta, que as emisoras de radio sexan xestionadas polos concellos ou por sociedades interpostas. Tamén se permite que se financien complementariamente con publicidade; co tempo, isto foi motivo de certa polémica no panorama mediático galego.

O crecemento das radios municipais en Galicia permitiu que se chegase a autorizar o funcionamento de 60 emisoras. Por exemplo, en novembro de 1996 operaban en Galicia 32 emisoras municipais, atopándose 16 concellos máis na tramitación dunha licenza (Iglesias e Merayo, 1997). No ano 2000, case dez anos despois da legalización do sector, unicamente 35 concellos puxeran en marcha as emisións con regularidade, contando cunha programación estable só 27 deles. Eran as emisoras de Arteixo, Arzúa, Betanzos, Boiro, Boqueixón, Cerceda, Culleredo, Eume, Fene, Fisterra, Melide, Negreira, Neria, Oleiros, Ordes, A Pobra, Sada e Touro na provincia da Coruña; Quiroga, As Nogais, Foz e Valadouro en Lugo; Allariz en Ourense e A Estrada, Lalín, Pontearreas, Salnés e Tui en Pontevedra. En 2002 funcionaban 45 e oito máis atopábanse con concesións provisionais outorgadas polo Consello da Xunta en 2001, 2002 e 2003 (López García, 2000b, 2002, 2004).

Na actualidade a radio municipal vive un momento baixo (López García, 2007), con só 25 emisoras en activo e con funcionamento real nos 67 concellos que teñen licenza. Algunhas emisoras abandonan a emisión por falta de orzamento ou por cambios



nas composicións das corporacións locais e outras acabaron cedendo o seu dial a emisoras comerciais, o que en principio é unha práctica á marxe da legalidade vixente. A maior parte das que funcionan atópanse asociadas a EMUGA (Emisoras Municipais Galegas), xurdida en 1988 por iniciativa dos concellos pioneiros da radio municipal. Algunhas das emisoras emiten certos contidos comúns baixo a marca Radiofusión, proxecto promovido pola devandita asociación.

O panorama das radios privadas de contidos xeralistas está dominado principalmente polas grandes cadeas estatais. Estas mesmas cadeas son tamén as que explotan as radiofórmulas de máis éxito. O espazo que ocupan as cadeas de capital galego é moi minoritario, tanto en número de frecuencias como en horas de programación.

Unión Radio é unha agrupación empresarial moi heteroxénea e particular. Constitúena o grupo de empresas que comercializan as emisoras do Grupo Prisa: Cadena SER, 40 principais, Cadena M80, Cadena Dial e Máxima FM. É o grupo de radio comercial máis importante de Galicia e conta con máis de 30 emisoras. A maioría delas son xestionadas por pequenas empresas familiares. A singularidade desta estrutura empresarial está en que, en moitos casos, estas iniciativas familiares comparten a titularidade das emisoras con empresas xornalísticas locais e co mesmo Grupo Prisa. Algunhas delas comercializan tamén os contidos de Localia TV. De todo isto resulta un conglomerado empresarial moi atomizado que se caracteriza pola heteroxeneidade de criterios na programación local das distintas emisoras e tamén na configuración tecnolóxica destas (Pousa Estévez, 2004). O Grupo Prisa e os seus asociados en Galicia tamén obtiveron 6 licenzas de TDT local.

A Cadena COPE ten 26 emisoras de radio en Galicia, a maioría da súa propiedade. A COPE pertence maioritariamente á Conferencia Episcopal Española e outros grupos accionariais menores como as dioceses, os dominicos ou os xesuítas. No proceso de concesión de novas licenzas de radio impulsado pola

Xunta en 1998 a COPE foi a principal beneficiada, facéndose cunha cuarta parte delas. Esta mesma empresa é a concesionaria dunha das dúas canles autonómicas de Televisión Dixital Terrestre que a Xunta outorgou en xullo de 2005.

Onda Cero, despois da súa saída do grupo Telefónica e a súa adquisición polo Grupo Editorial Planeta, recompuxo a súa estratexia de implantación no sistema radiofónico galego. Actualmente conta con 25 emisoras espalladas por todo o territorio galego que explotan, ademais dos contidos de Onda Cero, Radio Marca do Grupo Recoletos.

En 2004 o grupo Vocento empeza a emitir a través de Punto Radio unha programación nova liderada polo xornalista Luís del Olmo. Dada a situación do mapa radiofónico, o grupo optou por utilizar a fórmula de «federación de emisoras», asociándose con Cadena Noroeste, empresa galega coñecida pola súa marca Radio Líder e que, xunto a un reducido número de emisoras propias e frecuencias non legalizadas, emitía en asociación con 15 emisoras municipais que prestaban a súa frecuencia á emisora comercial, algo expresamente prohibido pola lei, constituíndo un dos exemplos paradigmáticos da desregulamentación da radio en Galicia (Pousa Estévez, 2007).

Completan o panorama de empresas de radiodifusión en Galicia RadioVoz, propiedade da Corporación Voz de Galicia, e Radio Obradoiro, do Grupo El Correo Gallego, grupos empresariais que describimos no capítulo III. Radio Obradoiro ten dúas emisoras e RadioVoz oito frecuencias en Galicia, que se corresponden coas emisoras das sete cidades galegas e mais a que está instalada en Bergantiños. O resto de emisoras galegas ou que emiten en Galicia non teñen unha programación que poidamos considera xeralista.

En canto ás audiencias, é destacable a presenza importante da Radio Galega como segunda no ránking de cadeas xeralistas e cunha presenza, aínda tímida, de Radio Galega Música entre as cadeas musicais (táboas 1, 2 e 3).

*Táboa 1. Audiencia acumulada de cadeas xeralistas en Galicia, 2006*

|              | Luns a venres        |      | Luns a domingo       |      |
|--------------|----------------------|------|----------------------|------|
|              | Absolutos (en miles) | %    | Absolutos (en miles) | %    |
| SER          | 299                  | 12,4 | 307                  | 12,7 |
| Radio Galega | 203                  | 8,4  | 177                  | 7,3  |
| COPE         | 138                  | 5,7  | 129                  | 5,3  |
| Onda Cero    | 104                  | 4,3  | 91                   | 3,7  |
| RNE R1       | 53                   | 2,2  | 64                   | 2,7  |
| RadioVoz     | 17                   | 0,7  | 20                   | 0,8  |
| Punto Radio  | 7                    | 0,3  | 5                    | 0,2  |

Fonte: EGM, 3ª vaga 2006

*Táboa 2. Audiencia acumulada de cadeas de temática musical en Galicia, 2006*

|                   | Luns a venres        |      | Luns a venres        |      |
|-------------------|----------------------|------|----------------------|------|
|                   | Absolutos (en miles) | %    | Absolutos (en miles) | %    |
| C40               | 309                  | 12,8 | 258                  | 10,7 |
| Dial              | 107                  | 4,4  | 97                   | 4    |
| M80               | 102                  | 4,2  | 82                   | 3,4  |
| EuropaFM          | 67                   | 2,8  | 55                   | 2,3  |
| C100              | 57                   | 2,4  | 59                   | 2,5  |
| Kiss FM           | 46                   | 1,9  | 50                   | 2,1  |
| RNE R3            | 42                   | 1,8  | 32                   | 1,3  |
| Radio Clásica RNE | 14                   | 0,6  | 10                   | 0,4  |
| Radio Galega Mús. | 9                    | 0,4  | 6                    | 0,3  |
| Máxima FM         | 8                    | 0,4  | 6                    | 0,3  |
| Onda Melodía      | 1                    | 0,1  | 1                    | 0    |

Fonte: EGM, 3ª vaga 2006

Táboa 3. Audiencia acumulada de cadeas de temática informativa en Galicia, 2006

|             | Luns a venres        |     | Luns a venres        |     |
|-------------|----------------------|-----|----------------------|-----|
|             | Absolutos (en miles) | %   | Absolutos (en miles) | %   |
| Radio Marca | 33                   | 1,4 | 27                   | 1,1 |
| RNE 5       | 19                   | 0,8 | 19                   | 0,8 |

Fonte: EGM, 3ª vaga 2006

### 1.1 A lingua galega na radio

Como xa indicamos no capítulo II, ademais de feitos anecdóticos como o da primeira emisión radiofónica de Radio Galicia feita en galego, a presenza do galego na radio é escasa, en boa medida pola coincidencia temporal da introdución da radio en Galicia co Franquismo. Nos anos 60 coinciden unha serie de acontecementos que permiten unha lenta incorporación do galego nas emisións radiofónicas. A institucionalización do Día das Letras Galegas en 1963 propicia que, sequera de forma anecdótica, algúns programas inclúan o 17 de maio certos contidos en galego. Nesa década vanse incorporando algúns programas culturais de desigual regularidade con emisións en galego. A agrupación Cultural O Facho mantivo durante varios anos un programa en Radio Nacional na Coruña. Ramón Piñeiro, no seu discurso de ingreso na Real Academia Galega, «A lingoaxe i as línguas» (Piñeiro, 1967), chama a atención sobre o feito de que os medios de comunicación, e concretamente a radio, empezan a abandonar unha actitude hostil cara á lingua, «iniciaron a súa contribución, que sen dúbida aumentará, en favor do prestixio cultural e social da lingua». Como xa apuntamos, durante a ditadura foron moito máis numerosas as emisións en galego nas emisoras da diáspora, podendo escoitarse o galego máis frecuentemente pola radio en América e Europa ca en España.

Coa morte de Franco e nos últimos anos da ditadura empeza a relaxarse un tanto esta exclusión da lingua galega do medio

radiofónico. A chegada de Radio Popular a Galicia significou unha maior presenza de galego nas ondas. De feito, e sobre todo a partir da década de 1970, Radio Popular apoia decididamente a lingua nas súas emisoras galegas. Por exemplo, o 17 de maio de 1977 radia 18 horas en galego. As emisoras que formaban parte da rede galega, dada a súa autonomía practicamente total (dispuñan de case o 90% de programación propia), puideron ensaiar unha experiencia de «radio galega» que serviu durante anos de exemplo e estímulo na incorporación do galego ao medio. Resultou especialmente significativa neste sentido a actitude de Radio Popular de Vigo e dos seus responsables naquel momento, José Andrés Hernández Vicente e Gerardo González Martín. Da man de profesionais como Víctor Freixanes e Xosé María Palmeiro inícianse as primeiras emisións cunha programación estable en galego e con certo carácter autonómico, xa que a programación de Radio Popular coordinábase dende Vigo naquel momento. O resto de experiencias nos primeiros anos 80 son anecdóticas. O proceso de centralización das emisoras a partir dos anos 80 afectou moi negativamente a esta incipiente experiencia galeguizadora, xa que a tendencia a emitir cada vez máis contidos en cadea imposibilita a presenza de galego nas radios comerciais.

O grande avance na presenza do galego na radio vén da man dos poderes públicos autonómicos e dos medios que estes impulsan. Así, co inicio das emisións da Radio Galega en 1985, cambia o panorama radiofónico dende un punto de vista sociolingüístico, xa que hai unha emisión de 24 horas en galego na totalidade do territorio. Foi tamén interesante o tempo que emitiu Radio 4, aínda que o seu peche supuxo un retroceso. O efecto de arrastre da radio pública na presenza do galego no medio tivo maior incidencia no sector da comunicación pública ca no privado. Deste xeito, hoxe en día é fácil comprobar que case a totalidade da programación que emiten as emisoras municipais se produce en galego.

Presentar datos sobre o uso de galego na radio ten a dificultade de que non existen traballos que recollan esta realidade de

forma uniforme nin actualizada. Con todo, resulta bastante fácil facer unha avaliación dos contidos das radios públicas e das principais radios comerciais en función da lingua habitual das súas desconexións territoriais<sup>1</sup> ou locais. A Radio Galega emite as 24 horas en galego, sendo ademais a segunda en audiencia, como xa constatamos anteriormente.

RNE emite a totalidade das súas desconexións territoriais en galego. Estas están distribuídas como recolle a táboa 4 (de luns a venres):

*Táboa 4. Desconexións ao galego de RNE*

|       |              |               |               |
|-------|--------------|---------------|---------------|
| RNE 1 | 7.45 – 8.00  | 13.30 – 14.00 |               |
| RNE 5 | 7.45 – 8.00* | 9.15 – 9.30** | 19.45 – 20.00 |

\* en simultaneidade con RNE 1

\*\* desconexión provincial

Isto supón que un 3,1% da programación ordinaria de RNE 1 e o 4,15% da emitida por RNE 5 en Galicia é en galego.

Na radio comercial existe unha gran diversidade. A política de subvencións por parte de Secretaría Xeral de Política Lingüística e outros organismos públicos ten unha influencia positiva no emprego de galego na radio. Malia isto, hai que salientar que existe pouca claridade nos criterios que rexen estas subvencións e que o seguimento do cumprimento resulta moi complicado polo custo e dificultade que suporía un control rigoroso. A presenza do galego nas radios comerciais estivo historicamente influída por cuestións circunstanciais. Así, e como tivemos ocasión de comentar no capítulo II, a actitude de locutores e xornalistas determinados xunto coa sensibilidade dalgúns empresarios conseguiron que se galeguizasen algunhas emisoras, como a devandita Radio

1. RNE utiliza normalmente a nomenclatura «desconexión territorial» para as desconexións autonómicas. As radios comerciais adoitan referirse a estas mesmas desconexións como «rexionais». Nós utilizaremos indistintamente calquera das dúas formas.

Popular de Vigo. Fenómenos deste tipo pódense atopar con menor intensidade noutras emisoras en que a actitude persoal dalgúns profesionais supuxo que certos contidos aparecesen en galego, como entrevistas, programas culturais, informativos locais, etc. Hoxe en día, e dada a complexidade administrativa dalgunhas emisoras comerciais (vimos no capítulo III que algunhas das principais emisoras comerciais estaban formadas por conglomerados empresariais complexos), existe unha gran diversidade (en realidade habería que dicir ausencia) de criterios na política lingüística respecto da radio privada.

A Cadena SER ten unha única emisora en propiedade en Galicia, Radio Galicia, en Santiago. Dende esta emisora emítense os boletíns informativos para toda a comunidade. O resto de emisoras son asociadas e nelas a política informativa, e dende logo a política lingüística, non segue uns criterios homoxéneos. De feito, a inclusión de espazos en galego depende de factores diversos. O esquema de desconexións territoriais da SER é o seguinte:

*Táboa 5. Desconexións territoriais da SER*

| En galego     | Con algúns contidos en galego<br>(desconexións locais) | En castelán   |
|---------------|--------------------------------------------------------|---------------|
|               |                                                        | 6.50 - 7.00   |
|               | 7.20 - 7.30                                            |               |
|               |                                                        | 7.50 - 8.00   |
|               | 8.20 - 8.30                                            |               |
| 8.57 - 9.00   |                                                        |               |
|               |                                                        | 12.20 - 12.30 |
|               | 12.30 - 14.00                                          |               |
|               |                                                        | 14.05 - 14.14 |
|               | 14.15 - 14.30                                          |               |
|               | 19.05 - 19.50                                          |               |
|               |                                                        | 19.50 - 19.57 |
| 19.57 - 20.00 |                                                        |               |
|               |                                                        | 20.25 - 20.30 |

Igual que acontece co resto de emisoras comerciais estatais, o groso da programación está elaborada nos estudos centrais das cadeas en castelán. Así, as desconexións da Cadena SER representan o 16,5% do seu tempo de emisión total. Como vemos na táboa, a lingua habitual da maior destas desconexións é o castelán, a pesar de que hai algúns espazos locais con maior presenza de galego e se respecte a lingua dos entrevistados e as declaracións feitas en galego. A porcentaxe de emisión integramente en galego é do 0,4% diario de luns a venres, formando un total de seis minutos.

A estrutura de propiedade da SER posibilita unha grande autonomía nas programacións locais, polo que estes tempos de emisión en galego aumentan naquelas emisoras locais en que hai maior sensibilidade nos seus profesionais pola cuestión lingüística ou naquelas en que os empresarios detectan unha maior demanda. Por exemplo, é sensiblemente maior a presenza de emisións en galego en Radio Coruña e Radio Lugo e menor en Radio Pontevedra e Radio Vigo.

Onda Cero emite os informativos rexionais para Galicia en galego de acordo coa seguinte táboa:

*Táboa 6. Desconexións de Onda Cero*

| En galego     | Con algúns contidos en galego |
|---------------|-------------------------------|
| 7.20 – 7.30   |                               |
| 8.20 – 8.30   |                               |
| 12.30 – 12.35 |                               |
|               | 12.35 – 14.00                 |
| 14.20 – 14.30 |                               |
|               | 19.00 – 19.55                 |
| 19.55 – 20.00 |                               |

A programación galega de Onda Cero, ben sexa rexional ou local, representa o 12,5% do tempo da súa emisión. A distribución



da presenza de galego en Onda Cero é de entre un 2,1% e un 2,7% diario, dependendo da emisora. Ademais hai que engadirlle que nun 9,7% do tempo total diario existe, segundo a propia emisora, a posibilidade de que aparezan contidos en galego, aínda que sen unha directiva clara ou explícita, en función do locutor ou dos contidos.

A COPE ten uns criterios lingüísticos homoxéneos para as súas emisións, independentemente de que sexan desconexións locais ou rexionais. O esquema da súa programación propia para Galicia é o que segue:

*Táboa 7. Desconexións da COPE*

| En galego     | En castelán   |
|---------------|---------------|
|               | 6.57 - 7.00   |
| 7.20 – 7.26   |               |
|               | 7.50 – 8.00   |
|               | 8.30 – 8.36   |
| 12.05 – 12.15 |               |
|               | 12.15 – 13.30 |
|               | 13.35 – 13.50 |
|               | 13.50 – 14.00 |
|               | 19.07 – 19.10 |
| 19.30 – 20.00 |               |
|               | 22.05 – 22.07 |

As desconexións autonómicas e locais da COPE representan o 11,8% do total da súa programación diaria de luns a venres. A presenza diaria de espazos emitidos integramente en galego é do 3,2%, a máis alta das catro principais emisoras xeralistas que emiten en Galicia e con base fóra dela (RNE, Onda Cero, SER e COPE).

A estratexia de RadioVoz é semellante á do resto das emisoras. Na súa rede de difusión respéctase a lingua dos interlocutores e detéctase un maior uso do galego na programación da fin de semana.

Radio Líder emite, dende a súa única emisora, unha programación integramente para Galicia e dende Galicia, combinando a radio xeralista coa radiofórmula musical. Unha parte da súa programación é compartida tamén con Punto Radio. A política lingüística desta última é a mesma ca a de Radio Líder, sendo o castelán a lingua habitual de todos os seus programas, converxendo en galego cos interlocutores que empreguen esta lingua. As desconexións locais e rexionais de Punto Radio correspóndense coas seguintes franxas horarias:

*Táboa 8. Desconexións de Radio Líder*

| En castelán   |
|---------------|
| 7.20 – 7.30   |
| 8.10 – 8.30   |
| 12.00 – 14.00 |
| 14.30 – 15.00 |
| 15.00 – 16.00 |
| 19.00 – 20.00 |

Como podemos ver, a lingua das desconexión é, por defecto, o castelán, aínda que a emisora respecta, como é habitual no medio en Galicia, a lingua do interlocutor, converxendo en galego con aqueles entrevistados, tertulianos, etc. que empreguen esta lingua.

Radio Obradoiro emite unha programación xeralista ademais dalgúns espazos musicais. A presenza da lingua galega é importante, a pesar de que a totalidade dos informativos se difunden en castelán, respectando a lingua preferida dos entre-

vistados e as declaracións feitas en galego. Aínda que o tempo de emisión en galego é importante, ao longo da súa programación hai espazos que inclúen numerosos cortes musicais. No caso desta emisora non podemos falar de desconexións, xa que a súa programación é única. As horas de emisión en galego son as seguintes:

*Táboa 9. Programación en galego de Radio Obradoiro*

| Programación en galego |
|------------------------|
| 8.00 – 12.00           |
| 14.00 – 15.00          |
| 15.00 – 16.00          |
| 21.00 – 22.00          |

O conxunto das emisións en lingua galega acada o 28,7% (case 7 horas diarias), a pesar de que o programa matinal de Radio Obradoiro non é un programa en que se escoita falar galego todo o seu tempo de emisión pola peculiaridade das súas interrupcións musicais.

Canto aos contidos en lingua galega da radio municipal, a maioría da produción propia é en galego. Aínda que isto é moi positivo, o certo é que este tipo de programación supón, no conxunto, unha parte minoritaria da programación. Aproximadamente, a metade do tempo de emisión está dedicado á música, por exemplo, ou parte das súas desconexións están en castelán, como as emisoras locais que emiten contidos de cadeas de radio comerciais ou de RNE (Pousa Estévez, 2007).

Como mostra este repaso da lingua dos contidos das emisoras, unha característica da radio comercial en Galicia é que na condución dos programas, que como vemos son maioritariamente en castelán, os locutores tenden a adaptarse á lingua das persoas coas que falan. Isto produce que se poida escoitar unha alternancia

de código case constante (dependendo da emisora e do locutor en boa medida) que é normal na nosa comunidade e que certamente non supón un problema para a audiencia, pero pode resultar sorprendente para un observador externo. Este fenómeno reforza a sensación de certa normalidade cara ás estratexias conversacionais bilingües, pero tamén axuda a consolidar tópicos sobre a adscripción dunha e outra lingua a falantes prototípicos; por exemplo, políticos e persoas da rúa que se expresan en galego e deportistas e profesionais de diferentes áreas que se expresan en castelán.

A diferenza do que ocorre con outros medios de comunicación, a radio non identifica unha lingua cun xénero determinado, senón que en función dos intereses e sensibilidades dos locutores e empresas e das dinámicas da programación se respecta normalmente a lingua das persoas que participan en faladoiros, entrevistas e declaracións. Unha das causas disto podemos atribuírla ao feito de que entre o profesional da radio non hai tanta especialización como no da prensa, por exemplo, en que normalmente os hai dedicados a áreas concretas, como cultura, sociedade, política, etc. Tamén é importante para explicar este fenómeno a aceptación dos oíntes polos espazos emitidos en galego, efecto dunhas boas actitudes lingüísticas cara ao idioma e dunha competencia oral pasiva excelente, como comentamos no capítulo I. Isto non supón, aínda así, un incremento na presenza de espazos emitidos integramente en galego.

Os espazos informativos, xeralmente de entre tres e dez minutos, con algunha excepción, como sinalamos anteriormente, son os únicos segmentos estables emitidos integramente en galego no conxunto das emisoras de implantación estatal. É certo tamén que estes case nunca se emiten ás horas en punto ou ás medias horas, considerados referencias estándares de emisión informativa, e case en ningún medio se ofrecen durante a totalidade da xornada. Durante as fins de semana e as noites a programación en galego practicamente desaparece das emisoras comerciais.

Vimos no capítulo III que o esforzo orzamentario que fai a Administración para galeguizar os medios é importantísimo. Unha

análise de custo-beneficio intuitiva pode facernos reflexionar sobre a desproporción nos gastos para unha presenza de emisións en galego tan pequena proporcionalmente. Aínda así, sería inxenuo non identificar unha parte desa presenza coa política de subvencións ou de espazos patrocinados co compromiso de facelos en galego. Neste senso, debemos redundar na falta de transparencia que houbo, e nalgunha medida segue habendo, nos criterios para a concesión de axudas, como xa vimos neste mesmo capítulo.

### *1.2 Causas da desgaleguización da radio e futuro da lingua neste medio*

Con carácter xeral, podemos sinalar que nas emisoras comerciais a presenza do galego está moi condicionada pola programación centralizada, que ocupa a gran maioría do tempo de emisión. Isto limita moito a posibilidade de crecemento de emisións en galego, xa que o seu teito se atopa no tempo máximo das desconexións que supoñen en todos os casos das cadeas xeralistas unha porcentaxe pequena da súa produción, entre o 10 e o 20%, sendo o resto programación en cadea. Ademais, a tendencia non é favorable ao aumento de desconexións, máis ben ao contrario. Poderíamos afirmar que estruturalmente é inviable que o sector da radio en Galicia estea maioritariamente instalado en galego.

Tamén inflúe negativamente o feito, relacionado co anterior, de que o castelán funcione como imaxe de marca coas asociacións derivadas: centralidade e carácter estatal. Nese sentido, a inclusión de programación en galego outórgalle un nivel local ou autonómico que, nalgúns casos, pode ser entendido polos programadores como «indeseable».

Na radio non existe a posibilidade da utilización de recursos propios doutros medios como a tradución ou a subtitulación. Isto motivou que durante moitos anos nalgunhas emisoras comerciais houbera unha directriz de non enviar aos seus estudos centrais declaracións en galego. Isto obriga a que algúns líderes fagan declaracións bilingües para obter os seus espazos nas franxas de

emisións estatais, o que ten derivado á utilización da versión castelá nas emisións territoriais. Hoxe en día podemos afirmar que esta situación está máis normalizada, xa que a maioría dos partidos realizan declaracións nas dúas versións co compromiso das emisoras de emitir cada unha na programación que lle corresponda.

Con diferenza ao que ocorre, por exemplo, en Cataluña, as axencias de publicidade e os anunciantes non fan publicidade radiofónica en galego, ou fan menos, como norma xeral, salvante a que é producida para a Radio Galega. Isto crea certa distorsión, xa que as cadeas comerciais non reciben un estímulo para utilizar a lingua galega da súa fonte principal de ingresos.

Algúns autores tamén teñen indicado como responsable a Administración autonómica. Por exemplo, Rodríguez (2004) afirma:

O poder político só fixo fronte ao que lle era máis doado cumprir e no fondo, máis doado controlar: a creación de medios públicos radiofónicos de alcance autonómico. Así xurdiron en 1985 a Radio Galega, impulsada pola Administración autonómica, e Radio Catro, propiciada polo Goberno central a través de Radio Nacional e que desaparecería poucos anos despois. Isto reduciu en gran medida –con todas as ocasionais excepcións que se queiran– o espazo galego de radio a un único medio continuado co conxunto de Galicia como punto principal de referencia da súa programación, a unha única voz continuada con acento galego: a Radio Galega.

Non obstante, os procesos de concesións de licenzas por parte da Xunta de Galicia, á marxe das polémicas políticas que suscitaron, non conseguiron unha galeguización do sector, sumado a un incumprimento por parte das empresas concesionarias dos termos que as obrigaban a incluír unha produción propia e a presenza do idioma galego nas súas emisións radiofónicas (Pousa Estévez, 2000). Polas razóns que fosen, os distintos gobernos autonómicos puxeron a infraestrutura radiofónica en mans de empresas mediáticas para as que a cuestión idiomática é irrele-

vante, non respectando sequer as desconexións territoriais, como xa tivemos ocasión de comentar. No futuro, se os poderes políticos consideran que é desexable unha galeguización do medio, deberán velar máis rigorosamente polo cumprimento das obrigas ou clarexar dende o inicio que os criterios idiomáticos non son importantes nos concursos.

Se comparamos con outros medios de comunicación, aínda que en conxunto podemos manter que a radio é un medio desgaleguizado, tamén é certo que a presenza da radio autonómica, e en menor medida a das radios municipais, ten como efecto que escoite a radio habitualmente en galego case a terceira parte da audiencia da radio xeralista en Galicia. Isto outórgalle unha responsabilidade especial a estas emisoras, xa que para que se poida producir un certo efecto arrastre é fundamental que as radios públicas aspiren a un liderado do sector, ofrecendo unha programación de calidade que lles permita obter unha audiencia maior e influente.

A radio dixital abre un futuro en que existiría unha posibilidade de inclusión de radios temáticas con programación propia e en galego. Con todo, a recente renuncia á adxudicación das licenzas aducindo razóns de mercado non fai pensar que este novo medio de radiodifusión sexa unha realidade inminente en Galicia.

## 2 TELEVISIÓN

Dende a chegada da televisión a Galicia no ano 1961 ata a actualidade a súa transformación foi extraordinaria. Malia que nos primeiros anos o acceso ao medio era moi restrinxido, pronto se converteu nunha tecnoloxía que excitou a fantasía de xeracións enteiras. A presenza dos receptores de televisión nos comercios de electrodomésticos, xunto a outros aparellos vinculados á modernización socioeconómica de Galicia, supuxo un cambio de enorme transcendencia na vida cotiá da maioría das persoas.

A pesar de certas dúbidas iniciais sobre a súa consolidación é obvio dicir que a televisión transformou a organización dos espa-

zos vitais –coa televisión ocupando un lugar destacado na estancia–, mudou tamén a organización do tempo de lecer, mudaron, en fin, a percepción da realidade, os hábitos de compra, o acceso á información e moitas cousas máis. A consolidación deste medio supuxo, en fin, a mediatización da experiencia.

Os 25 anos que seguiron á chegada da televisión a Galicia supuxeron, ademais, un control e unha limitación informativa de gran calado. Durante todo ese tempo os galegos só tiveron acceso a unha televisión xeralista que distribuía, dende 1967, os seus contidos en dúas canles. A pesar de que esa televisión xorde co obxectivo de ser un servizo público, non debemos esquecer que se trataba dun servizo público nas mans, inicialmente, da estrutura propagandista do franquismo e, posteriormente, dos distintos gobernos democráticos.

Un primeiro paso cara ao aumento da pluralidade informativa dáse a partir de 1985, coa chegada da TVG e dende principios dos 90 coa chegada das canles privadas. Xa nos anos 90 e no que levamos de século XXI, a oferta ampliouse exponencialmente e hoxe nun fogar galego poden recibirse, a través de formatos e de tecnoloxías diferenciadas, máis de 100 canles diferentes.

Este extraordinario desenvolvemento do medio propiciou o xurdimento de iniciativas deseñadas para a fidelización dunha audiencia a cada paso máis fragmentada. Os índices de audiencia son instrumentos, hoxe en día, determinantes para a reestruturación do mercado e para a captación de recursos económicos. Por iso, todos os soportes televisivos fundamentan a súa programación tendo en conta tales índices. Mesmo a televisión de servizo público non é allea a estas dinámicas empresariais.

Entre os anos 2004 e 2006 a evolución das audiencias en Galicia das principais canles de televisión aparece recollida na táboa 10:



Táboa 10. Audiencias de televisión xeralista en Galicia (2004-2006)

|           | 2004 | 2005 | 2006 |
|-----------|------|------|------|
| TVE1      | 21,9 | 20   | 20,1 |
| La2       | 7,5  | 6,1  | 5,2  |
| Antena 3  | 20   | 21,2 | 20,4 |
| Telecinco | 23,5 | 23,8 | 22   |
| Cuatro    |      | 0,9  | 6,7  |
| La Sexta  |      |      | 1,2  |
| TVG       | 17,4 | 17,2 | 14,2 |

Fonte: López García *et al.*, 2007

TVE1 dominou as audiencias ata o ano 2004, momento en que se viu superada por Telecinco. Antena 3 mantívose durante estes anos arredor dun 20%, mentres que a TVG vén sufrindo unha progresiva baixada nas audiencias, sobre todo se temos en conta que o seu pico foi en 2000 cun 19%. Este descenso ten que ver, en parte, coa irrupción de Cuatro e de La Sexta nestes últimos anos (e coa medición das televisións locais). De feito, os índices de audiencias son aínda máis axustados entre as canles veteranas. O caso de Cuatro é moi significativo cun crecemento de case 6 puntos nun ano.

Nos programas informativos o liderado cambia e pasa a mans da TVG, a preferida pola poboación galega para este tipo de contidos. Por exemplo, no terceiro trimestre de 2005 a cota de pantalla da TVG na franxa horaria de 14 a 14.20 foi do 35,9%, moi superior ao de Antena 3, que ocupou o segundo lugar cun 20% de *share* nesa mesma franxa horaria.

Atendendo á cobertura informativa prioritaria, é preciso distinguir entre as seguintes tipoloxías televisivas:

1. Televisión de cobertura internacional
2. Televisión de cobertura estatal
3. Televisión de cobertura autonómica

#### 4. Televisión de cobertura local ou de proximidade

En Galicia, á marxe de televisión de cobertura internacional (accesible a través de cable ou satélite), temos as seguintes canles de televisión:

- Cobertura estatal: La Primera (TVE1), La 2 (TVE2), Antena 3, Cuatro, Telecinco, La Sexta
- Cobertura autonómica: TVG
- Cobertura local: 25 emisoras (véxase táboa 11).

Dende os anos 80 véñense producindo en Galicia iniciativas televisivas vinculadas co que se denomina televisión local, televisión comunitaria, televisión de pequena escala ou televisión de proximidade (Casais, 1999; López, 2000; Martínez Hermida, 2001, 2002, 2003; Martínez Hermida & Rodríguez Vázquez, 2004; Rodríguez Vázquez, 2001, 2006).

As televisións de proximidade ou televisións locais supuxeron un novo formato comunicativo en que a participación cidadá se viu estimulada, favorecendo a dinamización da vida sociocultural dos contornos poboacionais en que se sitúan (Casais, 1999). Así, entre 1982 e 2007 o mapa televisivo local mudou completamente. Dende as primeiras emisións ata o momento actual as televisións locais tiveron que facer fronte aos enormes desafíos formulados por un sector que só tardiamente foi regulado (1995).

A relación das televisións locais que actualmente operan en Galicia aparece recollida na táboa 11. Con formatos e modelos de xestión diferentes, a principios de 2007 o mapa da televisión de proximidade en Galicia confórmano 25 emisoras: 11 na provincia da Coruña, 7 na provincia de Pontevedra, 4 na provincia de Ourense e 3 na provincia de Lugo<sup>2</sup>. A cobertura vai dende o ámbito municipal

2. Somos conscientes de que esta relación pode non axustarse á realidade. De feito, a *Guía da comunicación*, editada pola Xunta de Galicia, inclúe 35 iniciativas (<http://guia-comunicacion.xunta.es/node/433>, consultado en marzo 2007), pero precisa ser actualizada. Entre outros erros inclúese como televisións distintas a Radio-TV Eume e a RTV As Pontes 25 UHF, cando se trata da mesma emisora. Con todo, a táboa 11 recolle aquelas emisoras que teñen produción propia e unha programación estable e non inclúe aquelas que unicamente «enlatan» contidos.

*Táboa 11. Relación de licenzas de televisión local por provincias (2007)*

| Provincia  | Televisión                         |
|------------|------------------------------------|
| A Coruña   | BerTV                              |
|            | Localia TV. A Coruña               |
|            | Localia TV. Canal 29. Ferrol       |
|            | Localia TV. Santiago de Compostela |
|            | Radio Televisión de Cerceda 28 UHF |
|            | RTV As Pontes 25 UHF               |
|            | Telecoruña Canal, 41               |
|            | Telesalnés Barbanza                |
|            | Televisión Barbanza                |
|            | TV Cerceda                         |
|            | TV Ferrol Canal 31                 |
| Lugo       | Localia Telelugo                   |
|            | Radio Televisión de Quiroga        |
|            | Televinte Chantada                 |
| Ourense    | Auria TV                           |
|            | Bemposta TV                        |
|            | Cablevisión do Carballiño          |
|            | Telemiño                           |
| Pontevedra | Canal Dez TV                       |
|            | Canal Tea TV                       |
|            | Estrada Televisión                 |
|            | Localia TV. Vigo                   |
|            | Telesalnés                         |
|            | Televigo                           |
|            | TV Pontevedra Localia              |

ao provincial ou ao comarcal<sup>3</sup>. O modelo de xestión varía dende televisións públicas (con financiamento comercial na maior parte dos casos) ata aquelas que dependen dos grandes grupos mediáticos estatais, pasando por iniciativas privadas locais. Cómpre dicir que algunhas destas canles aproveitan as novas redes de TVL para ofrecer só programación temática (cine, por exemplo), carecendo da máis mínima estrutura informativa propia para dar conta de aconteceres locais e para implicarse comunitariamente, o cal debería ser o principal argumento para unha televisión local. As sinerxías coa comunidade, co tecido empresarial, coas institucións locais, etc. fan das televisións de proximidade espazos comunicativos de capital importancia para a cohesión social. Con todo, a evolución das iniciativas de televisión local tenden a un esvaemento dos valores que xustificaron a súa emerxencia no panorama mediático (Carrasco Solla, 2003).

Por outra parte, a evolución do mapa das televisións locais formula algunhas eivas salientables derivadas, fundamentalmente, dunha lexislación moi insatisfactoria (Rodríguez Vázquez, 2001; Martínez Hermida & Rodríguez Vázquez, 2004). Por iso, a diferenza doutros soportes, a relación de televisións locais é aínda moi variable. De feito, hai constancia de moitas iniciativas que fracasaron dende a aparición da televisión de proximidade (TeleGroucho, TeleBoqueixón, Morraso-Tv Moaña, etc.). En 1995 había en Galicia 38 televisións locais, en 1997 reducíronse a 33, en 1999 eran 35, en 2001 contabilizábanse 37, en 2002 o número volvía ser de 35 (Román Portas, 1997; García Orosa, 2002; Varela Ramos, 2003). Este

3. Nos seus inicios as televisións locais localizábanse preferentemente nas vilas. Aquelas iniciativas que agromaban nas cidades fracasaban debido á enorme fragmentación do mercado televisivo operante nos espazos urbanos. Non obstante, esta realidade está a mudar e agora é nas cidades onde se visibilizan as oportunidades de negocio. Para Martínez Hermida (2003: 141), «dende a vila, as emisoras podían controlar facilmente a xeografía natural da comarca, sobre o plano do sistema de comunicación xeográfica tradicional en Galicia. Agora a loita por un espazo está nas cidades grandes, onde á parte da oferta e a complexidade temática, batallan con outras televisións locais, se cadra con maiores investimentos e apoios dos medios grandes xa instalados neses núcleos dende hai tempo».

mapa variará, sen dúbida, coa adxudicación das licenzas dixitais das que é competente a Xunta de Galicia (Rodríguez Vázquez, 2006).

Dende a perspectiva da tecnoloxía utilizada temos, por un lado, as televisións que codifican os sinais por ondas electromagnéticas (analóxicas) e, polo outro, aquelas que o fan de forma binaria (dixitais). Na actualidade estamos no proceso de transición da primeira das tecnoloxías á segunda. O apagamento analóxico vaise producir en España no ano 2010. A partir dese momento só se emitirá en dixital.

Polo que respecta ao sistema de recepción nos fogares, Galicia presenta a seguinte evolución histórica: ondas electromagnéticas (antenas convencionais), satélite (analóxico e dixital), televisión por cable e televisión por ondas terrestres, cuxo nome comercial é Televisión Dixital Terrestre (TDT) e que tamén se vale das antenas convencionais pero é necesario dispoñer tamén dun receptor de TDT.

Por último, nesta clasificación das televisións temos que dar conta dos contidos, diferenciando entre televisións xeralistas e televisións temáticas ou especializadas en contidos específicos (informativos, deportivos, culturais, educativos, cine, documentais, etc.).

### *2.1 A evolución da utilización da lingua galega na televisión*

Nas sociedades periféricas a televisión ten un papel fundamental na definición e consolidación dos valores identitarios. Dende a súa aparición, esta tecnoloxía foise convertendo no medio arredor do cal se organizan e se vehiculan boa parte dos contidos e das representacións dos grupos lingüísticos en tanto que grupos sociais.

A potencialidade que ten a televisión é extraordinaria; no caso dun grupo lingüístico minoritario é fundamental dotarse dun medio destas características para poder integrar sensibilidades e saberes, ademais de constituírse no principal medio universalizador da cultura propia.

Coa posta en marcha da TVG, o idioma galego atopou un medio fundamental para a súa extensión, convertendo a televisión nunha relevante axencia de produción lingüística. De feito, a soa existencia da canle autonómica permitiu unha gran difusión da lingua entre o conxunto da poboación galega. A importancia da TVG como medio difusor non só da variedade estándar senón tamén das variedades tradicionais, do galego coloquial, etc. debe ser recoñecida, mesmo que aceptemos que a calidade lingüística do medio ten que seguir mellorando (véxase o cap. VI).

O que acabamos de sinalar non debe ocultar que a lingua galega se atopa nunha situación de desequilibrio con respecto ao castelán no global das emisións televisivas. Lembremos que en Galicia o mapa televisivo confórmano 6 canles xeralistas (máis Canal+) e 35 televisións de proximidade ou televisións locais. A isto hai que engadir as decenas de cadeas que chegan por satélite ou por cable, ademais das novas licenzas de TDT que teñen cobertura xa na maior parte do territorio galego. Pois ben, a presenza do galego só está garantida na TVG e na súa canle internacional. No resto, agás algúns programas da TVE-G e algunhas experiencias de televisión de proximidade, non acada nin o nivel do anecdótico; simplemente non existe. Malia que durante anos Antena 3 mantivo delegación en Galicia e Telecinco realizaba desconexións territoriais, a lingua galega nunca pasou dun uso moi puntual nas dúas canles.

E iso tendo en conta que xa en 1988, ano da aprobación da Lei das televisións privadas, o Parlamento galego instara ás futuras canles privadas para que utilizasen o galego nas súas emisións e que uns meses antes de principiar as súas emisións esa era a intención daquelas nas emisións que estaban programadas para Galicia (Cendán Fraga, 1988).

Antes da constitución da TVG, a lingua galega escoitouse por primeira vez na TVE. Dende o ano 1974, cando se inicia a programación propia da televisión estatal, a lingua galega tivo unha presenza destacada nas desconexións para Galicia. Durante a época en que Luis Mariñas foi director do Centro Territorial da TVE en

Galicia sae á antena o programa *Panorama de Galicia* e nel o galego era a lingua case exclusiva. Aínda que na primeira etapa do programa intercalábanse informacións en galego con aquelas outras en castelán, co tempo as noticias en galego supuxeron o 90% (Cendán Fraga, 1998: 63). O *Panorama*, antecesor do actual *Informativo Galicia 1ª edición* da TVE en Galicia, supuxo, pois, o primeiro chanzo na visibilidade da lingua na televisión (López García 2003).

Co tempo, e a medida que se ía ampliando a oferta comunicativa na TVE en Galicia, a lingua galega foise convertendo no idioma vehicular da cadea. Nos anos 80 mesmo se emitiu un programa quincenal denominado *Galego* cuns contidos que penduraban arredor da lingua. Durante anos esta canle ofreceu en galego practicamente toda a súa programación, agás o programa semanal *Desde Galicia para el mundo*, en antena dende 1993 e destinado á poboación galega residente no exterior, e algunhas series emitidas polos canais temáticos da compañía. Coa reestruturación levada a cabo nestes últimos dous anos na RTVE, os centros territoriais van reducir considerablemente a súa programación; no caso de Galicia, das aproximadamente dúas horas diarias en galego que emite a finais de 2006 a TVE-G (informativos, documentais, deportes, programas infantís, etc.) pasa unicamente a un informativo diario de media hora de duración en 2007.

Como dixemos, polo que respecta ás canles privadas, o único que hai que salientar é que o seu compromiso coa realidade sociolingüística de Galicia foi practicamente nulo. Antena 3 mantivo durante anos unha delegación territorial, mais de pouco serviu para a visibilidade da lingua.

Nos vindeiros anos espérase aumentar a visibilidade do galego en termos absolutos. Co funcionamento das novas licenzas de televisión local dixital poderase chegar a un número máximo de 63 novas concesións (tres por cada unha das 21 definidas polo Plan Técnico Nacional da TDT para Galicia). O relevante é que estas licenzas, que teñen unha validez de 5 anos prorrogables por outros 5, obrigan aos adxudicatarios a emitir como mínimo 32 horas semanais de programas orixinais e a empregar o idioma galego de xeito

usual nas súas emisións. A produción propia debe representar, polo menos, o 60% da emisión, sendo a metade desta porcentaxe en lingua galega. Agardamos que a lexislación se cumpra neste caso e que non teñamos que lamentar outra oportunidade perdida.

Como dixemos, coa aparición da TVG o medio comeza a expresarse en galego de xeito habitual. Non debemos esquecer que entre os principios que han ter en conta os responsables da compañía e que deben regular a súa programación están a «promoción e difusión da cultura e lingua galegas, así como a defensa da identidade da nacionalidade galega»<sup>4</sup>. De feito, a TVG, xunto coa RG, dende o principio tivo un papel crucial non só na información senón sobre todo na formación sociolingüística (Soengas Pérez, 2004).

Malia que nos seus inicios a CRTVG alternaba a presenza de ambas as linguas, de xeito máis evidente na TVG, co tempo o galego pasou a ser a lingua de uso exclusivo, seguindo o espírito do título IV da Lei de normalización lingüística (1983). Xa que logo, a partir dese intre o galego acada unha enorme visibilidade pública e, ao mesmo tempo, comezan a apreciarse determinadas reaccións a favor e en contra (Maneiro Vila e Cabaleiro Durán, 1993). Por unha parte, nunha primeira etapa, prodúcese un conflito entre o galego estandarizado que se escoitaba na televisión e as distintas variedades orais de galego tradicional. Argumentábase que o televidente non asumía como propia a variedade seleccionada para as emisións, especialmente nos informativos e na dobraxe das películas estranxeiras (Abad, 1999). Son ben coñecidas algunhas anécdotas que evitamos repetir aquí (véxase o cap. VI).

Por outra parte, a extensión do galego estándar na TVG foi un paso decisivo na emerxencia dunha nova elite que tiña como principal elemento de referencia o dominio do galego «da tele». Este grupo estaba constituído por intelectuais, *urbanitas* e novos falantes. En palabras de Abad (1999: 83) «acometeuse unha especie de normativización salvaxe» que produciu «retraemento e

4. Artigo 16 da Lei 9/1984, do 11 de xuño, de creación da Compañía de Radio Televisión de Galicia.



medo» entre a poboación que falaba un galego tradicional. A televisión chegou a ser utilizada como unha estratexia para desenvolver unha determinada política lingüística afastada do consenso (Martínez Hermida, 1994).

Parte deste problema estribaba en que os profesionais das primeiras etapas do ente público non estaban formados en Galicia e en moitos casos eran castelanfalantes. A fonética en xeral e a dicción en particular de moitos xornalistas que traballaban na TVG era moi insatisfactoria dende o punto de vista lingüístico (Regueira, 1994) e son os profesionais do medio os que en 1989 esixen a creación dunha comisión de formación permanente que permitise o deseño de estratexias destinadas á mellora das competencias lingüísticas orais e escritas (Ledo Andión, 1998).

A TVG apostou tamén pola difusión do estándar escrito, xa que dende o 15 de decembro de 1995 principia as emisións regulares do primeiro teletexto en galego da historia. No seu primeiro ano emitíronse 14 853 páxinas integramente en lingua galega (Ledo Andión, 1999).

Malia todas as críticas que se lle poden facer ao galego usado na TVG, non cabe dúbida de que este medio tivo un papel moi relevante non só na dinamización lingüística senón, sobre todo, na mellora das actitudes lingüísticas da poboación galega. Quizais esa sexa a achega máis salientable dos medios de comunicación públicos. A normalidade coa que o galego se foi imponendo na TVG supuxo un cambio de enorme transcendencia: a lingua xa non era usada só no medio rural e por persoas situadas nas capas máis desfavorecidas socialmente, senón que pola TVG o filtro do galego acadaba tamén as elites socioeconómicas e culturais: artistas, deportistas, intelectuais, políticos, mestres, médicos, avogados, etc. O medio fixo de catapultador da lingua e axudou a construír unha nova representación social da lingua artellada arredor dos valores da modernidade.

Pero non todo é en galego na TVG, xa que segue existindo a excepción da publicidade. Aínda que nos últimos anos houbo un avance significativo no aumento de espazos comerciais en galego,

os spots en castelán seguen a ser moi abundantes. A diferenza do que aconteceu na Radio Galega, que nun momento dado reorganizou a súa política lingüística e só acepta anuncios en lingua galega, a TVG non deu ese paso. En boa parte a responsabilidade desta situación cae do lado das grandes axencias de publicidade que operan con lóxicas centralistas e homoxeneizadoras.

Sabido é que os profesionais da publicidade na elaboración das campañas traballan cos modelos culturais máis comúns, que na época actual son os que reflicten a estrutura social do medio urbano. Por este motivo, do mesmo modo que practicamente toda a publicidade que recibimos en Galicia utiliza como modelos todo un conxunto de asociacións referenciais que evocan a urbanidade, o recurso á lingua castelá debe situarse nese mesmo modelo cultural: nos espazos urbanos galegos a utilización do galego é menor, razón pola que queda fóra da publicidade, xa que é un produto comunicativo propio do medio urbano. Vemos, pois, que as asociacións da clase, hábitat e lingua contra as que se intentou loitar a partir do século XIX e que parecían superadas nos intercambios comunicativos cotiáns da poboación galega non están nin moito menos superadas polos creadores de publicidade do século XXI<sup>5</sup>.

En 1996, o 44% da publicidade emitida pola TVG utilizou o galego e xa daquela o máximo responsable da CRTVG, Francisco Campos, sinalaba que «canto máis fagamos pola publicidade da TVG en galego, máis reforzaremos comercialmente a nosa canle, porque está demostrado que é eficaz a publicidade neste idioma e hai menos operadores que compiten nese sector» (Ramallo e Rei Doval, 1997: 195).

5. Ademais de recorrer a modelos culturais estándar, as racionalidades que operan na toma de decisións da xestión publicitaria no mercado galego teñen moi pouco en conta a dimensión bilingüe do devandito mercado, polo que o habitual é facer caso omiso das diferenzas lingüísticas e culturais, «and assume that uniformity is the norm (particularly within any given national market)» (Grin 1994: 270). Para dar conta do efecto da publicidade nas vendas dun contexto que el denomina «intensive multilingual advertising», Grin (1994) propón un modelo en que ademais das variables tradicionais como o «prezo» ou a «calidade» se teña en conta o efecto da variedade lingüística utilizada.

Ademais, a existencia da televisión local propiciou un salientable aumento da lingua galega nos medios. Unha parte moi significativa das iniciativas de televisión local apostaron dende o principio polo uso do galego e isto, como sinala Ana Isabel Rodríguez Vázquez, é se cadra máis salientable por tratarse en moitos casos «de empresas privadas non sometidas ós controis das leis sobre normalización lingüística que rexen no caso das empresas públicas de comunicación» (Rodríguez Vázquez, 2001: 753). Coincidimos con esta autora en que a aparición das televisións locais constitúe unha excelente oportunidade de visibilizar a riqueza dialectal do galego «fronte ó galego homoxéneo que emprega a TVG, pois os lingüistas impoñen ós xornalistas unha normalización lingüística que moitas veces elimina as características típicas das zonas onde se dan as múltiples variedades lingüísticas que hai en Galicia» (Rodríguez Vázquez, 2001: 24).

Na mostra que esta autora analiza na súa tese de doutoramento, atopa que o 50% das canles utilizan o galego como lingua vehicular na elaboración das noticias. Nalgúns casos o uso do galego é anecdótico, como en Televigo; noutras, como é o caso de Telélugo, a porcentaxe chega ao 68%.

Na táboa 12 presentamos datos do uso do galego na maioría das televisións locais que dispoñen de produción propia en Galicia. Os datos proceden dunha enquisa telefónica levada a cabo no mes de marzo de 2007 en cada unha delas.

A táboa ilustra un uso maioritario de galego nas canles que se atopan en vilas e que teñen unha ampla difusión no rural. É o caso, entre outras, de BerTV (Carballo), Telesalnés Barbanza (A Pobra do Caramiñal), Radio Televisión Quiroga (Quiroga), Cablevisión do Carballiño (O Carballiño), Canal Tea TV (Ponteareas) ou Estrada Televisión (A Estrada). Entre as televisións locais urbanas o castelán é maioritario, aínda que hai algunhas excepcións, como é o caso de Localia TV tanto en Santiago como en Lugo. Nestas casos, a produción propia emítese en galego. Non ocorre o mesmo nas outras emisoras da compañía do grupo Prisa, nas que o castelán é ou ben lingua exclusiva ou ben maioritaria

(Localia TV A Coruña, Localia TV Ferrol, Localia TV Vigo e Localia TV Pontevedra).

É evidente que as televisións locais de ámbito urbano non mostran un especial interese pola lingua galega. Certo é que emiten para contornos en que o galego non ten os índices de uso que si ten nas vilas ou no rural, pero tamén é certo que o seu compromiso é practicamente nulo. E isto é debido a que en moitas ocasións están orientadas segundo os intereses dos grupos económica e politicamente influentes na zona, o cal, en palabras de Campoy (2003: 339), «é unha das causas do alarmante afastamento dos discursos destas canles da cultura e da identidade dos seus receptores, reflectida na progresiva retirada da lingua galega das televisións locais, así como da redución crecente da produción propia na súa programación».

Táboa 12. Lingua de uso habitual nas principais televisións locais

| Provincia  | Televisión                         | Lingua de uso habitual     |
|------------|------------------------------------|----------------------------|
| A Coruña   | BerTV                              | Galego                     |
|            | Localia TV. A Coruña               | Castelán                   |
|            | Localia TV. Canal 29. Ferrol       | Castelán maioritario       |
|            | Localia TV. Santiago de Compostela | Galego                     |
|            | Radio Televisión de Cerceda 28 UHF | Galego                     |
|            | RTV As Pontes 25 UHF               | Galego                     |
|            | Telecoruña Canal, 41               | Castelán                   |
|            | Telesalnés Barbanza                | Galego                     |
|            | Televisión Barbanza, S.L.          | Galego                     |
|            | RTV Cerceda                        | Galego                     |
|            | TV Ferrol Canal 31                 | Castelán                   |
| Lugo       | Localia Telulugo                   | Galego (producción propia) |
|            | Radio Televisión de Quiroga        | Galego                     |
|            | Televinte Chantada                 | Galego                     |
| Ourense    | Auria TV                           | Castelán maioritario       |
|            | Cablevisión do Carballiño          | Galego                     |
| Pontevedra | Telemiño                           | Castelán maioritario       |
|            | Canal Dez TV                       | Galego                     |
|            | Canal Tea TV                       | Galego                     |
|            | Estrada Televisión                 | Galego                     |
|            | Localia TV. Vigo                   | Castelán                   |
|            | Telesalnés                         | Galego                     |
|            | Televigo                           | Castelán                   |
|            | Localia TV Pontevedra              | Castelán maioritario       |

Fonte: elaboración propia

## *2.2 Hipóteses sobre as causas da desgaleguización das televisións*

Para considerar as causas da desgaleguización da televisión cómpre ter en conta que, en xeral, estamos ante un medio moi centralizado. As empresas de comunicación de ámbito estatal, que son a inmensa maioría, tenden a non descentralizar contidos. Unha proba disto é que as desconexións para Galicia que mantivo durante anos Antena 3 foron canceladas. Durante o período que si había desconexións a lingua galega non tiña relevancia.

Hai que ter en conta tamén as escasas medidas levadas a cabo para favorecer a extensión dun espazo comunicativo galego que poida actuar como acicate e modelo para seguir das prácticas lingüísticas nos medios, sobre todo para o fomento do galego nas televisións locais e nas novas televisións dixitais terrestres.

Polo que respecta ás televisións locais, cómpre sinalar que moitas das iniciativas que se puxeron en marcha en Galicia teñen un futuro incerto. O interese dos grandes grupos estatais neste mercado fai que a aposta polo galego sexa aínda máis precaria. Ademais, a competencia que se augura coa transición á dixitalización requirirá unha maior especialización e nese sentido ábrese unha porta para unha maior visibilidade da lingua.

Outro dos aspectos que debemos contemplar é a falta de masa crítica a favor da galeguización dos medios en xeral. A Administración non se ve presionada polos administrados no seguimento dunha lexislación que xa promulga a protección dos valores identitarios de Galicia coa cultura e a lingua en lugar destacado. As televisións con produción propia deberán cumprir a lexislación vixente e apostar por incrementar as horas en galego dentro da súa programación. Non facer isto constituirá un esvaeamento das lóxicas que están detrás da creación destes novos formatos de televisión, do mesmo xeito que se transcenden o seu ámbito natural de difusión do local, por exemplo, ao comarcal ou ao provincial, de ser o caso.

## 3 PRENSA

O longo percorrido de algo máis de dous séculos que leva andado a prensa en Galicia foi obxecto de diferentes traballos que nos permiten ter hoxe unha perspectiva completa e multidimensional (véxase Pérez Pais, 1974; Luca de Tena, 1976; Goyanes *et al.*, 1996). Dende a aparición de *El Catón Compostelano* en 1800, que pasa por ser o primeiro xornal publicado en Galicia, ata as cinco cabeceiras de prensa gratuíta distribuídas nas principais cidades galegas en 2007, transcorreron máis de 200 anos de iniciativas e proxectos xornalísticos dirixidos á sociedade galega co obxectivo, ás veces explícito, de axudar a crear unha determinada opinión pública, de transmitir ideas políticas e sociais e de transformar e cambiar a sociedade do momento.

Dende 1880 ata a actualidade contabilízanse máis de 4000 títulos de xornais galegos publicados dentro e fóra de Galicia (cfr. López & García Orosa, 2002; López, 2000), dos cales case o 90% se publicou en Galicia, algo máis do 6% foi editado en América e o resto en España, Europa ou ten unha orixe incerta (cfr. Pérez Pais, 1974: 225-26). Por exemplo, só no período de 1874 a 1936, ambos inclusive, editáronse en Galicia 1573 publicacións xornalísticas, cunha media de 25 publicacións creadas cada ano (Santos, 1985).

Canto aos distintos tipos de medios impresos, as tipoloxías existentes son variadas e, tendo en conta que o noso obxectivo aquí é sociolingüístico e non xornalístico, teremos en conta dúas clasificacións que nos parecen oportunas. Por unha banda, López & García Orosa (2002) consideran a existencia de tres tipos de medios impresos en Galicia:

- 1) Prensa de penetración: a editada fóra de Galicia, principalmente en Madrid e Barcelona.
- 2) Prensa rexional, que ten difusión na maior parte do territorio galego (*La Voz de Galicia* e *O Correo Galego/Galicia Hoxe*), e prensa local (o resto de cabeceiras diarias que se editan en Galicia: por exemplo, *Faro de Vigo*, *La Región*, etc.).

- 3) Prensa de fronteira: cabeceiras procedentes doutras comunidades autónomas próximas.

E, por outra banda, afondando na dimensión político-territorial que ten o que denominamos no parágrafo anterior como prensa rexional e prensa local, Álvarez Pousa (1999: 160-2) formula unha clasificación de cinco tipos:

- 1) Diarios de estratexia e vocación rexionalista (*La Voz de Galicia*).
- 2) Diarios de estratexia rexionalista e vocación nacional (*O Correo Galego/Galicia Hoxe*).
- 3) Diarios provincialistas de estratexia autonómica (*Faro de Vigo*, *La Región*, *El Progreso*, *El Ideal Gallego* e *Atlántico Diario*).
- 4) Diarios locais de estratexia autonómica (*El Correo Gallego*).
- 5) Diarios ‘cantonalistas’ (*Diario de Pontevedra*).

O panorama dos medios impresos en Galicia foi mudando considerablemente nos distintos momentos históricos que percorreu (véxase o cap. II). No período que vai dende 1975 ata a actualidade (cfr. López García e García Orosa, 2002) a prensa en Galicia pasa por transformacións económicas e de modelo de negocio, cambios que conducen á situación actual de relativa estabilidade.

Na actualidade, Galicia conta con doce diarios de información xeral, un diario deportivo, un semanario, cinco cabeceiras de distribución gratuíta e diferentes publicacións locais e comarcais. Tocante á prensa diaria, sen contar a prensa gratuíta, o resto de medios impresos poñen no mercado preto de trescentos cincuenta mil exemplares diarios. No tocante á difusión, Galicia ten unha media de 94 exemplares por cada 1000 habitantes, por debaixo da media española (105 exemplares) e europea (217 exemplares).

O estudo da evolución da difusión da prensa galega permite asegurar que, a pesar do elevado número de cabeceiras, un só diario concentra a metade da difusión (*La Voz de Galicia*), o que o consolida como diario ‘rexional’. Todas as outras cabeceiras, excepto *Galicia Hoxe*, son locais ou comarcais e dispoñen de implanta-



ción nas zonas próximas. A aceptación destas cabeceiras dificulta a penetración dos diarios de información xeral de Madrid.

A irrupción en 2005 da prensa gratuíta nas principais cidades galegas introduciu un novo elemento no mercado mediático impreso con consecuencias en termos de audiencias e de publicidade que aínda están por ver e por analizar. Dende esa data ata hoxe, as iniciativas que se puxeron en marcha foron: *Metro Directo*, *20 Minutos*, *Que!*, *ADN*, *Tierras de Santiago* e *LV*, cunha distribución total en Galicia que supera os 200 000 exemplares diarios (López García, 2007).

Galicia conformou durante os últimos anos un sistema informativo propio, caracterizado por empresas de carácter familiar, con mercados locais moi delimitados, consolidados cunha oferta de información local e co abaratamento dos custos pola distribución nun ámbito territorial reducido. Convén sinalar que nos anos 80 do século xx a prensa galega levou a cabo unha primeira reconversión tecnolóxica e industrial que «tivo como consecuencia a renovación das redaccións e dos sistemas de xestión das empresas xornalísticas» (Campos Freire, 1991: 75).

Como consecuencia da conformación dun sistema informativo con empresas propias, Galicia foi na última década do século pasado a quinta comunidade autónoma con menor índice de penetración de prensa central. Soamente unha cuarta parte dos xornais vendidos dentro da comunidade autónoma eran editados fóra das súas fronteiras.

Con todo, durante os últimos anos a difusión da prensa central rexistrou un incremento paulatino superior ao dos rotativos galegos. Ademais, as empresas xornalísticas de Madrid e Barcelona atoparon un oco de mercado sen cubrir polos xornais galegos: a prensa especializada. Os rotativos deportivos e económicos tiñan a finais da década pasada case o 16% do mercado galego.

En xeral, os xornais galegos están moi vinculados á zona á que levan unidos dende a súa fundación. *El Progreso*, por exemplo, véndese principalmente en Lugo e son moi poucos os exemplares que chegan ao resto da comunidade. Esta mesma situación é apli-

cable ao resto das cabeceiras que se venden en Galicia, excepto no caso de *La Voz de Galicia*.

Polo tanto, só dous xornais –*La Voz de Galicia* e *Galicia Hoxe* (aínda que este último ten a maior parte da implantación en Santiago e na súa comarca)– diríxense ao ‘mercado galego’ como unidade, mentres que os outros rotativos conservan estratexias, produtos e mercados diferentes. Con todo, son os xornais editados en Madrid os que optaron por un mercado galego unitario e, malia ter correspondentes nas principais cidades galegas, non ofrecen información específica para cada provincia.

En definitiva, Galicia presenta un panorama informativo estable, autosuficiente na maioría da prensa que consome, cun modelo propio relativamente estable ao longo dos últimos vinte anos.

Unha tipoloxía de medios impresos debe tamén ter en conta a prensa local e comarcal. A este respecto, López García (1995: 117-20) distingue tres tipos de cabeceiras: prensa comarcal, prensa asociativa comarcal (procedente de asociacións culturais, veciñais, etc.) e prensa gratuíta comarcal.

En Galicia existiu dende finais do século XIX e principios do XX unha importante rede de publicacións radicadas en certas localidades e comarcas. Moitas destas publicacións non lograron sobrevivir durante o franquismo, e as que o fixeron débéronlle tal circunstancia á adhesión á ditadura, como ocorreu con *La Voz de Ortigueira*, *La Comarca del Eo* e *Las Riberas del Eo*, todas na provincia da Coruña.

Mentres que nos anos setenta distintos colectivos sociais e empresariais intentaron viabilizar proxectos mediáticos impresos de ámbito local e comarcal, todos eles sen éxito, houbo que agardar aos anos oitenta para asistir ao nacemento de medios locais con distintos períodos de supervivencia *Badal* (Viveiro, 1982, pechada en 1983) ou *Barbanza* (1988, na comarca do mesmo nome) ata *A Peneira* (Ponteareas, 1984), *O Norte* (Negreira), *O Salnés* (O Grove) ou *A Folla* (Escadorón).

Precisamente é este xurdimento e consolidación dunha rede, relativamente estable e densa, de publicacións locais e comar-

cais unha característica distintiva do sistema mediático galego, que xorde nas últimas décadas do século xx e que nace para desempeñar funcións específicas e complementarias coa prensa diaria (López García, 1996: 303):

O papel dos medios comarcais na Galicia de fin de século consiste en servir de soportes para unha información veraz, plural e participativa no panorama comunicativo. (...). Trátase de actores distintos na política galega de comunicación, xa que mentres os diarios pertencen ás empresas convencionais de comunicación, as publicacións comarcais corresponden ó grupo de iniciativas asociativas e locais.

### *3.1 A evolución da utilización da lingua galega na prensa escrita*

O obxectivo deste apartado é analizar o nivel de uso da lingua galega nos distintos tipos de publicacións xornalísticas impresas a partir de 1977 ata a actualidade. A elección deste ano vén marcado pola existencia de investigacións e traballos diversos que comezan a ofrecer datos cuantitativos, e ás veces tamén observacións cualitativas, sobre a presenza da lingua galega nos diferentes medios impresos diarios. Ademais, co retorno da democracia prodúcese unha eclosión de medios impresos e un proceso acelerado de renovación e de modernización dos medios de comunicación galegos, o cal nos leva a interesarnos pola evolución diacrónica recente.

Por unha banda, analizaremos a evolución dos indicadores de uso do galego nos medios e, por outra, examinaremos, cando sexa posible, a información sobre as seccións e os contidos para os cales se emprega a lingua galega nos diferentes xornais<sup>6</sup>.

6. Ademais das fontes secundarias que a continuación concretaremos, dispuxemos da información recompilada pola Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega na base de datos de medios impresos. Trátase dunha base de datos histórica de medios de comunicación impresos en Galicia. Precisamente un dos campos desta base de datos é a relativa á 'lingua do medio', con indicación da porcentaxe aproximada de uso do galego en cada medio.

Do panorama de medios impresos dende 1977 ata a actualidade podemos sinalar algúns aspectos xerais. Por un lado, poucas foron as iniciativas de medios maioritaria ou exclusivamente en lingua galega que se puxeron en marcha neste período. No caso da prensa diaria e da prensa gratuíta, as iniciativas foron poucas e recentes. Por outro lado, tocante á prensa local e comarcal, a situación é moi favorable ao galego, tendo en conta que a maioría deste tipo de cabeceiras inclúe só ou maioritaria-mente o galego na súa redacción. Porén, a diferenza da prensa diaria, o seu impacto social é moito menor. E, finalmente, puxéronse en marcha distintas iniciativas de publicacións xerais, con éxitos e fracasos diversos.

Non debemos esquecer, en calquera caso, que cando formulamos interpretacións sobre a situación do galego nos medios impresos estamos pensando en primeiro lugar –e ás veces só– na prensa diaria. En cambio, se nos centramos noutros ámbitos da prensa, por exemplo na local e comarcal ou na especializada, aparece ante nós unha nova situación na cal a lingua galega goza dunha nada desdeñable vitalidade. Estes dous aspectos complementarios teremos ocasión de consideralos neste apartado.

Pérez Pais (1974: 230) distinguía catro grupos de publicacións periódicas no tocante ao tratamento da cuestión lingüística:

- a) as publicación redactadas exclusivamente en castelán;
- b) as publicacións en que se combina o castelán con outras linguas (entre as que non se atopa o galego);
- c) as publicacións en castelán con espazos en galego;
- d) as publicacións en galego.

Tendo en conta a diversidade de medios impresos, trataremos nesta sección por separado a situación da lingua galega nos medios impresos diarios, nos medios locais e comarcais e nas publicacións non diarias.

En primeiro lugar, con respecto aos medios de comunicación impresos diarios, imos comentar a información dispoñible sobre o uso que realizan da lingua galega. Utilizaremos fontes secundarias diversas para o labor que nos propoñemos nesta

sección<sup>7</sup>, e que recollemos na táboa 13<sup>8</sup>. A existencia de fontes de información e de estudos con datos relevantes levaron a tomar a decisión de non efectuarmos medicións ou calas históricas propias.

Rico López (1992) presenta datos de uso do galego na prensa diaria editada en 1977, 1982 e 1987 mediante un control dos números publicados no mes de xaneiro dos ditos anos. Tivéronse en conta dous indicadores de galeguización: por unha banda, cuantificouse o número de insercións en galego e, por outra, o seu tamaño e o tema (tipo de contido).

O traballo realizado por Helena Goyanes, Manuel C. Núñez Singala, Patricia Romero e Miguel Tüñez (cfr. Goyanes *et al.*, 1996) é moito máis ca unha medición das porcentaxes de galego nos medios impresos. Trátase dun achegamento completo a esa casuística dende catro perspectivas complementarias: a calidade da información editada en galego (plano lingüístico), os datos cuantitativos de presenza do galego nos anos 1990 e 1993, a opinión dos lectores dos xornais e as opinións dos profesionais dos medios. Os datos de presenza de galego nos anos 1990 (mes de outubro) e 1993 (mes de novembro) en nove diarios obtivéronse a partir de tres seccións xornalísticas: información, opinión e publicidade.

Dos anos 1995 e 1997 recollemos na táboa 13 a información fornecida pola profesora Carme Hermida (cfr. Hermida Gulías, 2004b: 133) a partir de senllas recollidas de datos realizadas como traballos de curso en materias na titulación de Xornalismo na Universidade de Santiago de Compostela. Non se tiveron en conta nestes cómputos a existencia, dende 1994, do xornal *Galicia Hoxe*, publicado en galego.

7. Cómpre deixar constancia da diversidade metodolóxica das mostras deseñadas nos diferentes estudos cuantitativos que imos comentar a continuación. Como o noso obxectivo neste apartado é o de mostrar o perfil evolutivo da presenza do galego nos medios impresos diarios, non consideramos necesario utilizar fontes de información estritamente comparables no seu deseño e na súa significación.

8. A táboa 13 recolle a síntese do que despois se analiza polo miúdo (táboas 13, 14, 15, 16 e 17).

O profesor Xesús Ferro Ruibal ofrécenos información cuantitativa e cualitativa sobre a situación do galego nos medios impresos no ano 1998 (cfr. Ferro Ruibal, 1998). Analízase a súa presenza na prensa diaria durante o mes de novembro de 1998; e faise unha cala específica (con indicación de contidos) tres días dese ano: sábado, domingo e luns do mes de outubro de 1998. Non queda clara, en todo caso, a metodoloxía de recollida de datos no tocante concretamente á presenza do galego (centímetros, módulos, número de insercións).

Finalmente, dispoñemos de información máis recente, correspondente aos últimos sete anos, a partir de dúas fontes diferentes: por unha banda, a Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega levou a cabo un traballo, titulado *A lingua das novas*, mediante unha cala cuantitativa de uso do galego nos medios en 2002. E, por outra banda, Carme Hermida realiza outra cala no ano 2003 (cfr. Hermida Gulías, 2004b).

Para a confección da táboa 13 presentamos as porcentaxes de presenza da lingua galega nos diferentes medios impresos diarios existentes no treito temporal do que dispomos de información cuantitativa (entre 1977 e 2004), a partir das fontes que acabamos de comentar nos parágrafos anteriores. No gráfico 5 mostramos a evolución da media de uso cada ano, con e sen o cómputo de *O Correo Galego/Galicia Hoxe* en 1998 e 2002.

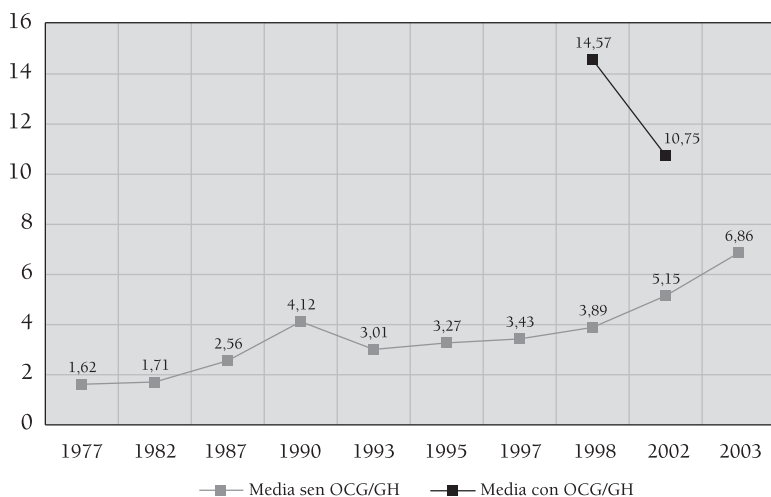
Táboa 13. Porcentaxe de utilización da lingua galega (1977-2003) nos medios impresos informativos segundo o tamaño das insercións en galego

|                                      | 1977        | 1982        | 1987        | 1990        | 1993        | 1995        | 1997        | 1998            | 2002            | 2003        |
|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|-----------------|-------------|
| <i>Atlántico Diario</i>              | —           | —           | —           | 4,20        | 2,62        | 2,81        | 2,85        | 2,38            | 3,76            | 5,69        |
| <i>Diario 16 de Galicia</i>          | —           | —           | —           | 3,24        | 2,73        | —           | —           | —               | —               | —           |
| <i>Diario de Arousa</i>              | —           | —           | —           | —           | —           | —           | —           | —               | 7,72            | 11,69       |
| <i>Diario de Ferrol</i>              | —           | —           | —           | —           | —           | —           | —           | —               | 5,09            | 6,61        |
| <i>Diario de Pontevedra</i>          | 0,71        | 0,44        | 1,01        | 2,96        | 2,34        | 2,75        | 3,5         | 3,74            | 7,5             | 9,42        |
| <i>El Correo Gallego</i>             | 2,68        | 1,62        | 6,12        | 9,07        | 5,08        | 4,65        | 5,16        | 5,31            | 5,82            | 8,58        |
| <i>El Ideal Gallego</i>              | 2,01        | 2,27        | 1,95        | 3,01        | 1,35        | —           | 1,05        | 1,64            | 2,76            | 3,43        |
| <i>El Progreso</i>                   | 0,77        | 1,27        | 3,13        | 2,63        | 3,42        | 3,02        | 4           | 4,10            | 5               | 7,83        |
| <i>Faro de Vigo</i>                  | 1,15        | 2,25        | 2,41        | 2,98        | 2,47        | 1,8         | 2,95        | 3,94            | 3,89            | 5,39        |
| <i>O Correo Galego/ Galicia Hoxe</i> | —           | —           | —           | —           | —           | —           | —           | 100             | 94,08           | —           |
| <i>La Opinión</i>                    | —           | —           | —           | —           | —           | —           | —           | —               | 3,22            | 3,53        |
| <i>La Región</i>                     | 1,28        | 1,32        | 1,77        | 3,61        | 2,97        | 4,77        | 5,05        | 3,92            | 6,4             | 6,94        |
| <i>La Voz de Galicia</i>             | 2,76        | 2,78        | 1,5         | 5,39        | 4,13        | 4,11        | 3,95        | 6,13            | 5,56            | 7,20        |
| <b>MEDIA ANUAL</b>                   | <b>1,62</b> | <b>1,71</b> | <b>2,56</b> | <b>4,12</b> | <b>3,01</b> | <b>3,27</b> | <b>3,43</b> | <b>a: 14,57</b> | <b>a: 10,75</b> | <b>6,86</b> |
|                                      |             |             |             |             |             |             |             | <b>b: 3,89</b>  | <b>b: 5,15</b>  |             |

A primeira observación dos datos do cadro anterior é a escaseza de lingua galega nestes medios analizados: do 1,62% en 1977 ao 6,86% en 2003. A edición dun diario integramente en galego fai medrar a porcentaxe media, tal como se mostra nas medicións de 1998 (a e b) e 2002 (a e b), pero o seu impacto sobre a media anual segue sendo baixo.

Unha segunda observación lévanos a considerar a tendencia da evolución diacrónica. Neste caso, efectivamente, constatamos que a evolución vai na dirección de incorporar en maior medida a lingua galega ano tras ano. A excepción é o ano 1990, en que se constata unha suba que non se confirma nos anos posteriores.

Gráfico 5. Evolución no uso do galego nos medios impresos diarios por anos (período 1977-2003)



Unha terceira observación ten que ver coa evolución dos distintos xornais. Dende 1977 a 2004 todos os xornais aumentaron a superficie de lingua galega. Por exemplo, dos medios que existían en 1977 e que se seguen editando en 2003, os que máis aumentan a presenza do galego nos seus contidos son *Diario de Pontevedra*



(case 9 puntos), *El Progreso* (7 puntos), *La Región* (6,5 puntos), *El Correo Gallego* (6 puntos), *La Voz de Galicia* (5 puntos) e *Faro de Vigo* (4,5 puntos). O que menos: *El Ideal Gallego* (1,5 puntos).

Se temos agora en conta a evolución máis recente, de 2002 a 2003 todos os xornais aumentan a porcentaxe de galego nas súas edicións impresas, aínda que ese aumento é pequeno. Os que máis aumentan son o *Diario de Arousa* (4%), *El Progreso* (3%), *Atlántico Diario* (2%), *Diario de Pontevedra* (2%), *El Correo Gallego* (2%) e *La Voz de Galicia* (2%). E entre os que menos aumentan atopamos a *Faro de Vigo* (1,5%), *Diario de Ferrol* (1,6%), *El Ideal Gallego* (1%), *La Opinión* (0,2%) e *La Región* (0,5%).

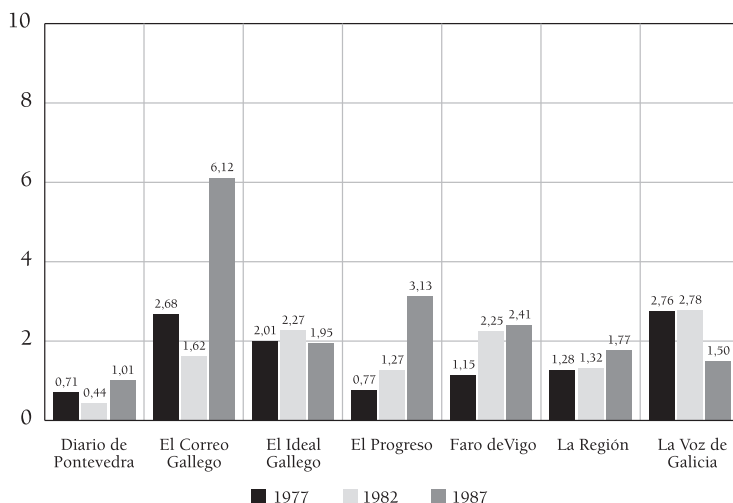
Comezamos a partir de aquí unha revisión dalgúns dos aspectos máis relevantes destas calas de datos cuantitativos que nos axuden a entender o *canto* e o *que* da presenza do galego nos medios impresos diarios. Teremos en conta os datos e as observacións realizadas por Rico López (1992) para os anos 1977, 1982 e 1987, por Goyanes *et al.* (1996) para 1990 e 1993, por Túñez López e López García (en proceso de edición) para 2002 e por Hermida Gulías (2004b) para 2003.

No período 1977-1987, analizado por Rico López (1992), cúmprianse dez anos dende a restauración efectiva da democracia en España e, segundo reconece o autor, as expectativas de cambio no tocante á galeguización da prensa eran extremadamente altas. A realidade posterior, porén, foi diferente do que predicían as expectativas creadas.

No gráfico 6 podemos comprobar a escasa penetración da lingua galega nas publicacións diarias da época<sup>9</sup>, tendo en conta as sete publicacións diarias do momento.

9. No traballo de Rico López (1992) mídese a presenza de contidos en galego de dous xeitos diferentes: segundo o tamaño das insercións sobre o total de superficie dos xornais e segundo o número de espazos en galego sobre o total de espazos de cada xornal. Nas porcentaxes que incluímos neste gráfico temos en conta o tamaño que ocupan as insercións en galego sobre o total de páxinas dos diarios; non consideramos aquí, en cambio, o número de novas, artigos, etc. en galego, dato que daría unha porcentaxe algo diferente da anterior.

Gráfico 6. Utilización da lingua galega no período 1977-1987



Fonte: Rico López (1992)

A media anual vai en paseniño aumento: 1,62% en 1977, 1,71% en 1982 e 2,60% en 1987. Con todo, en palabras do mesmo autor, estas medias son ‘anecdóticas’ e aínda máis: «temos que recoñecer que son porcentaxes que deberían incitar a facer unha profunda reflexión aos máximos responsábeis tanto dos propios xornais como das institucións galegas».

Por xornais, *El Correo Gallego* é o que máis avanza na superficie dedicada ao galego nestes dez anos considerados, mentres que *Diario de Pontevedra*, *El Ideal Gallego*, *La Voz de Galicia* e *La Región* teñen en 1987 unha media de uso do galego inferior ao 2%.

A situación e evolución da presenza de galego nos anos 1990 e 1993 foi analizada no traballo de Helena Goyanes, Manuel Núñez Singala, Patricia Romero e Miguel Túñez (cfr. Goyanes *et al.* 1996). Dos nove diarios publicados nese lapso temporal obtivéronse datos de uso lingüístico de tres seccións xornalísticas: información, opinión –no que se incluíron textos de opinión, humor e cartas ao director– e publicidade. Do total de páxinas editadas

Táboa 14. Porcentaxe (en %) de utilización do galego nos principais medios de comunicación impresos 1990-1993

|                             | Información |      | Opinión |      | Publicidade |      | Totais |      |
|-----------------------------|-------------|------|---------|------|-------------|------|--------|------|
|                             | 1990        | 1993 | 1990    | 1993 | 1990        | 1993 | 1990   | 1993 |
| <i>Atlántico Diario</i>     | 1,81        | 0,80 | 1,90    | 1,12 | 0,49        | 0,70 | 4,20   | 2,62 |
| <i>Diario 16 de Galicia</i> | 1,19        | 1,50 | 0,28    | 0,43 | 1,77        | 0,80 | 3,24   | 2,73 |
| <i>Diario de Pontevedra</i> | 0,87        | 1,74 | 0,07    | 0,06 | 2,02        | 0,54 | 2,96   | 2,34 |
| <i>El Correo Gallego</i>    | 4,78        | 2,20 | 0,81    | 0,64 | 3,48        | 2,24 | 9,07   | 5,08 |
| <i>El Ideal Gallego</i>     | 0,73        | 0,51 | 0,05    | 0,11 | 2,23        | 0,73 | 3,01   | 1,35 |
| <i>El Progreso</i>          | 0,36        | 1,41 | 0,34    | 0,90 | 1,93        | 1,11 | 2,63   | 3,42 |
| <i>Faro de Vigo</i>         | 0,33        | 0,52 | 0,62    | 0,99 | 2,03        | 0,96 | 2,98   | 2,47 |
| <i>La Región</i>            | 1,41        | 0,87 | 0,38    | 0,65 | 1,82        | 1,45 | 3,61   | 2,97 |
| <i>La Voz de Galicia</i>    | 0,62        | 0,83 | 2,55    | 1,60 | 2,22        | 1,70 | 5,39   | 4,13 |
| MEDIAS                      | 1,34        | 1,15 | 0,77    | 0,72 | 1,99        | 1,14 | 4,12   | 3,01 |

Fonte: Goyanes *et al.* (1996)

polos nove medios, a presenza media da lingua galega foi de algo máis do 4% en 1990 e dun 3% en 1993.

Ao analizar a presenza do galego segundo o tipo de contidos, constatamos que nestes dous anos a publicidade é o bloque temático en que o galego goza de maior espazo: o 56,9% de todo o publicado en galego corresponde a insercións publicitarias en 1990 e case o 40% en 1993. Despois da publicidade, observamos que a sección de información (case o 30% en 1990 e case o 40% en 1993) é o segundo bloque temático con máis presenza do galego, sendo no de opinión (case 14% en 1990 e 21% en 1993) onde menor porcentaxe consegue.

*Táboa 15. Distribución da lingua galega por contidos 1990-1993*

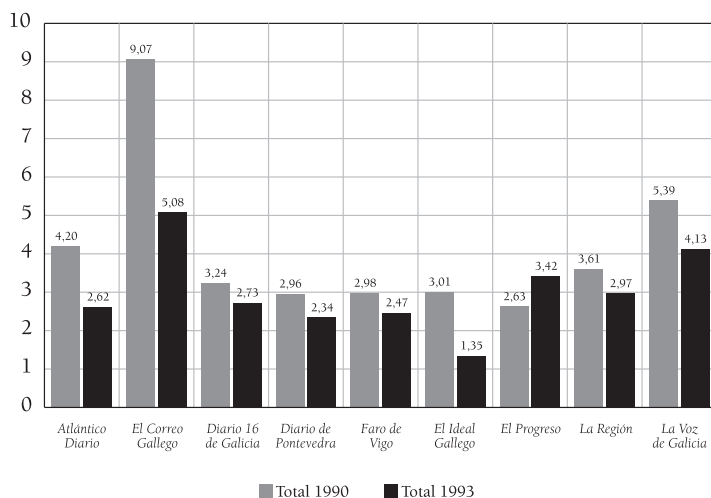
|                             | Información |       | Opinión |       | Publicidade |       |
|-----------------------------|-------------|-------|---------|-------|-------------|-------|
|                             | 1990        | 1993  | 1990    | 1993  | 1990        | 1993  |
| <i>Atlántico Diario</i>     | 43,7        | 30,24 | 11,68   | 27,01 | 45,25       | 42,75 |
| <i>El Correo Gallego</i>    | 52,7        | 43,28 | 8,90    | 12,49 | 38,40       | 44,23 |
| <i>Diario 16 de Galicia</i> | 36,94       | 54,89 | 8,69    | 15,82 | 54,37       | 29,29 |
| <i>Diario de Pontevedra</i> | 29,31       | 75,62 | 2,57    | 2,29  | 68,12       | 22,09 |
| <i>Faro de Vigo</i>         | 10,88       | 21,05 | 21,06   | 40,15 | 68,06       | 38,8  |
| <i>El Ideal Gallego</i>     | 24,5        | 37,65 | 1,62    | 8,13  | 73,88       | 54,22 |
| <i>El Progreso</i>          | 13,65       | 40,17 | 12,95   | 25,28 | 73,4        | 34,55 |
| <i>La Región</i>            | 39,21       | 29,4  | 10,64   | 21,9  | 50,15       | 48,7  |
| <i>La Voz de Galicia</i>    | 11,6        | 20,39 | 47,2    | 38,3  | 41,2        | 41,31 |
| MEDIAS                      | 29,16       | 39,18 | 13,92   | 21,26 | 56,98       | 39,54 |

Fonte: Goyanes *et al.* (1996)

Con todo, convén ter en conta a evolución da situación: con respecto a 1990, observamos que tres anos despois baixa considerablemente a media de contidos publicitarios en galego (menos do 17%) e aumenta proporcionalmente o de contidos informativos (aumento do 10%) e de opinión (aumento do 7%).

No gráfico seguinte podemos observar a media de uso do galego en cada medio impreso. Neste período volve sobrancear a media de *El Correo Gallego*, que se achegaba en 1990 ao 10% de contidos en lingua galega, seguido a certa distancia por *La Voz de Galicia* (5,4%). Porén, tanto nun coma noutro xornal, así como no resto de cabeceiras, prodúcese un descenso xeneralizado en 1993, atribuíble principalmente á caída da contratación publicitaria en lingua galega. *El Progreso* está situado nunha terceira posición tocante á utilización do galego e, ademais, é o único diario que aumenta a media de uso do galego de 1990 a 1993. O resto de xornais están na banda do 2% de utilización do galego, ou por baixo, e todos eles reducen a presenza do galego na medición efectuada en 1993.

Gráfico 7. Media (en %) de uso da lingua galega nos principais medios impresos en 1990 e 1993



As conclusións dos autores/as deste traballo van na dirección de seguir constatando o carácter residual e anecdótico na porcentaxe de utilización do galego, sendo aínda máis grave a situación tendo en conta que na escasa porcentaxe de uso da lingua galega está

incluída a publicidade, principalmente institucional, e as informacións de servizos, como, por exemplo, a programación da TVG.

Menciónase explicitamente a despreocupación por parte das empresas xornalísticas polo mantemento dun nivel mínimo de utilización do galego nos seus medios respectivos (*ibid.*: 76). Ademais, en vez de existir unha evolución positiva, no sentido de aumentar esa cativa porcentaxe, a tendencia é a contraria no período 1990-1993.

Este estado periférico e residual do galego nos medios diarios e o seu escaso aumento dende as medicións anteriores, realizadas a finais dos setenta e durante os anos oitenta, resulta aínda máis curioso tendo en conta os cambios sociopolíticos asentados durante a década dos oitenta co despregamento da autonomía e a institucionalización da lingua galega.

Respecto dos contidos, a publicidade é o xénero en que máis cabida ten o galego, xa que en 1990 supón máis do 50% dos textos producidos en galego nos xornais, sendo a procedencia desta publicidade galegófona a que provén de actores institucionais (Xunta de Galicia, concellos, deputacións e universidades). De feito, a caída da contratación publicitaria en 1993 sería unha explicación razoable do descenso de porcentaxe de espazos en galego nese período de tres anos (40%).

Tras a publicidade, as seccións de opinión, de cultura e de servizos son as que acubillan máis espazo para o galego, e tamén no caso dos servizos, xa que moitos deles xa se orixinan en galego (programación da TVG ou disposicións do *Diario Oficial de Galicia*).

A Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega levou a cabo un traballo exhaustivo de análise do uso das linguas nos medios impresos diarios con datos de 2002 (cfr. Tüñez López e López García, en proceso de edición). Nese ano o panorama mediático diario contaba cunha novidade respecto das medicións anteriores: a presenza dun xornal integramente en galego, *O Correo Galego* (con posterioridade denominado comercialmente como *Galicia Hoxe*), editado polo grupo de *El Correo Gallego* en xaneiro de 1994.

Os doce diarios editados en 2002 publican cada día un total de 855 páxinas (676 páxinas de información e 179 de publi-

cidade), das cales unha media aproximada de 92 están en lingua galega. Delas, 51 corresponden ao diario *Galicia Hoxe* e as 41 restantes éditanse nos outros once xornais. Desas 41 páxinas en galego, 23 son de información e 18 de publicidade.

No seguinte cadro podemos observar as porcentaxes de uso da lingua galega en cada xornal, tendo en conta por separado a publicidade e a redacción, así como as medias globais, contabilizando a media con e sen a presenza do xornal *Galicia Hoxe*.

*Táboa 16. Proporción de contidos en galego sobre a superficie total dos xornais en 2002*

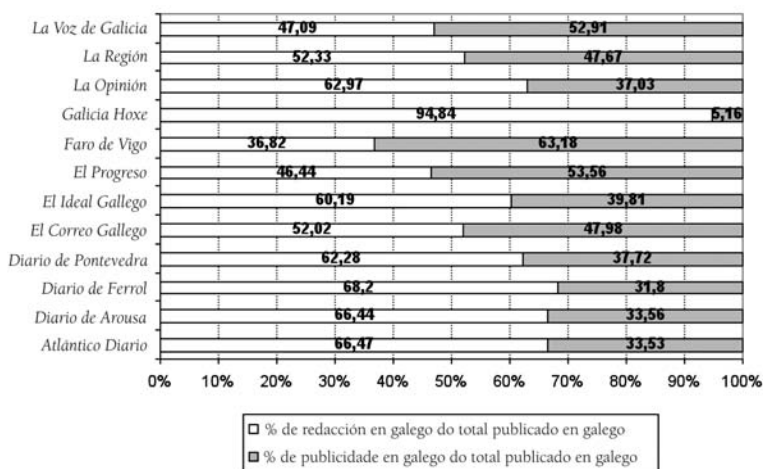
|                             | Redacción   | Publicidade | Total        |
|-----------------------------|-------------|-------------|--------------|
| <i>Atlántico Diario</i>     | 2,5         | 1,26        | <b>3,76</b>  |
| <i>Diario de Arousa</i>     | 5,13        | 2,59        | <b>7,72</b>  |
| <i>Diario de Ferrol</i>     | 3,47        | 1,62        | <b>5,09</b>  |
| <i>Diario de Pontevedra</i> | 4,67        | 2,83        | <b>7,5</b>   |
| <i>El Correo Gallego</i>    | 3,03        | 2,79        | <b>5,82</b>  |
| <i>El Ideal Gallego</i>     | 1,66        | 1,1         | <b>2,76</b>  |
| <i>El Progreso</i>          | 2,32        | 2,68        | <b>5</b>     |
| <i>Faro de Vigo</i>         | 1,44        | 2,45        | <b>3,89</b>  |
| <i>Galicia Hoxe</i>         | 89,23       | 4,85        | <b>94,08</b> |
| <i>La Opinión</i>           | 1,98        | 1,24        | <b>3,22</b>  |
| <i>La Región</i>            | 3,35        | 3,05        | <b>6,4</b>   |
| <i>La Voz de Galicia</i>    | 2,62        | 2,94        | <b>5,56</b>  |
| MEDIAS SEN GH               | <b>2,9</b>  | <b>2,26</b> | <b>5,15</b>  |
| MEDIAS CON GH               | <b>8,33</b> | <b>2,42</b> | <b>10,75</b> |

Fonte: Túñez López e López García (en proceso de edición)

Con respecto á redacción, das 676 páxinas diarias de información publicadas, 606 páxinas (o 89%) publícanse en castelán e 71 páxinas (10%) publícanse en galego, incluíndo no cómputo a

*Galicia Hoxe*. De non incluímos este xornal, a porcentaxe de información en galego no resto de cabeceiras apenas superaría o 3% (23 páxinas dun total de 628). Ademais de *Galicia Hoxe*, os diarios con máis superficie en galego son *Diario de Pontevedra* e *Diario de Arousa* (ambos os dous con máis do 6%), mentres que os que menos uso fan da lingua galega son *La Opinión* (2,23%), *El Ideal Gallego* (2,2%) e *Faro de Vigo* (1,9%).

Gráfico 8. Contidos en lingua galega: publicidade e textos propios



Fonte: Tüñez López e López García (en proceso de edición)

Seguindo coa redacción, os autores deste estudo ofrecen unha desagregación dos diferentes tipos de pezas e a súa realización en lingua galega. Por unha banda, as pezas informativas representan o 65,85% do total do publicado en lingua galega, mentres que o resto de xéneros informativos presentan medias inferiores: os artigos de opinión (15,39%), información de servizo (7,24), entrevistas (6,35), cartas ao director (2,53), humor (2,29), etc.

Pero, por outra banda, se temos en conta a presenza proporcional do galego en cada xénero informativo, comprobando o peso que cada xénero ten sobre o total do xornal, os datos difiren



dos anteriores. Así, malia que a maior parte do que se publica en galego corresponde a información, os textos informativos en galego (3,04%) son moi minoritarios ao comparalos cos que se publican en castelán. En cambio, o galego está moi presente nas pezas de humor (16,38%), nas cartas ao director (11,69%), nos artigos de opinión (10,81%) e nas entrevistas (9,65%).

Tamén é significativo observar os contidos para os que se usa o galego nas diferentes pezas informativas. Así, predominan os temas que podemos denominar como 'sociais' (29% das novas publicadas en galego), nos que se amorean sucesos, saúde, medio ambiente, etc., 'culturais' (27,5%) e de ámbito político (22%), sempre a nivel local ou autonómico, nunca estatal ou mundial. A este respecto, os autores do estudo (cfr. Túniz López e López García, en edición) sinalan que:

Nesta análise dos contidos, identifícase unha situación de diglosia na que ao galego lle resultan vedados certos espazos ou usos, (...). Salvando o caso das informacións políticas (...), as informacións *duras*, as que teñen relevancia e consecuencias máis aló de si mesmas, redáctanse en castelán, mentres que o galego fica reservado a espazos de actualidade *branda*: sociedade, cultura... (p. 192).

A teor do que acabamos de mostrar e comentar, a maioría dos medios diarios non consideran que o galego sexa apropiado para ser usado nas pezas informativas, mentres que si o é para facer chistes ou para redactar os artigos de opinión. Tamén hai presenza do galego nas entrevistas, o que se pode entender como unha demanda ou presión por parte da fonte para que se reflicta no texto escrito a lingua en que se produciu a entrevista. E tamén hai unha presenza relevante do galego na sección de cartas ao director. A este respecto tamén é obrigado sinalar que hai unha enorme invisibilidade do galego sobre todo precisamente en xéneros coma as entrevistas. É moi frecuente que moitas entrevistas que se desenvolveron en galego (polo menos por parte do entrevistado) aparezan transcritas en castelán.

Cómpre dicir que os suplementos culturais de varios dos xornais redáctanse exclusivamente en galego. Este é o caso do

«Faro da Cultura» (*Faro de Vigo*), de «Revista das Letras» ou «Hoxe Venres» (*Galicia Hoxe*) ou de «Luces» (*El País*).

No tocante á publicidade, tal como sinalamos anteriormente, dúas de cada dez páxinas dos xornais galegos corresponden á publicidade (o 20,93% da superficie total). Das 180 páxinas de publicidade diaria total 158 están en castelán. Malia que a presenza do galego é moi reducida con respecto á do castelán, esta é maior ca a que ten o galego na redacción: máis dunha de cada dez páxinas de publicidade están en galego (o 11,56%; se non temos en conta a superficie publicitaria de *Galicia Hoxe*, o 10,44%). É rechamante que o xornal con toda a superficie redaccional en galego só teña nesa lingua o 50% da publicidade que insire. Os medios con máis publicidade en galego son o *Diario de Arousa*, *El Correo Gallego*, *Diario de Pontevedra* e *La Región*. As dúas cabeceiras con menos galego na publicidade son *Diario de Ferrol* e *El Ideal Gallego*.

Respecto dos anunciantes, case a metade das insercións publicitarias (47%) proceden dalgunha administración pública, nomeadamente a Xunta de Galicia e os concellos galegos. As empresas privadas son responsables do 20,40% dos módulos en lingua galega, mentres que asociacións e fundacións promoven o 16,63% da publicidade en galego; con menores porcentaxes atópanse os partidos políticos (7%), os propios xornais en autopromocións (5,9%) e anuncios clasificados (menos do 3%).

Chama a atención que dúas de cada dez páxinas (22,2%) que os xornais empregan para autopromoverse estean en galego, o que duplica a presenza na media do galego na superficie publicitaria. Este recurso á autopromoción en galego supón aparentemente un recurso simbólico sen ningún tipo de transcendencia práctica, xa que non se modifica a praxe castelanófona do medio.

Como conclusións da situación en 2003, os doce xornais diarios analizados publican cinco (5,11%) de cada cen páxinas en galego, sendo maior a proporción de publicidade ca de redacción en galego. Esta cativa porcentaxe indica un lixeiro avance respecto das medicións anteriores, correspondentes a 1990 e 1993. Aínda que aumenta a presenza do galego na maioría dos xornais, faino

con forza en *La Región*, *El Progreso* e *Diario de Pontevedra*, algo menos en *La Voz de Galicia* e *Faro de Vigo*, mentres que *El Ideal Gallego*, *Atlántico Diario* e *El Correo Gallego* baixan a media de contidos en galego con respecto ás cifras de 1990. Os datos dispoñibles sobre os contidos permitíronnos observar que non se utiliza por igual o galego para informar ou para inserir publicidade. Parece máis apropiado o galego para anunciar un produto ou vender o propio xornal ca para facer información.

No ano 2003, os lectores dispoñen de dezasete cabeceiras de información diaria, incluída a prensa gratuíta: quince están redactadas maioritariamente en castelán con algunhas insercións en lingua galega; e dúas, o xornal *Galicia Hoxe* e o gratuíto *De luns a venres* están redactadas en galego (agás parte da publicidade).

Hermida Gulías (2004b) analizou a cantidade e mais o tipo de contidos que se publicaron en galego nos once xornais anteditos (queda fóra do cómputo, xa que logo, o diario *Galicia Hoxe*). A media de uso de galego, calculada segundo a súa superficie fronte ao castelán, é de 6,86%, porcentaxe resultante de 411 646,88 cm<sup>2</sup> de lingua galega fronte a 5 997 478,4 cm<sup>2</sup> redactados en castelán.

Mostramos a continuación as medias de cada xornal con especificación dos contidos en galego nos tres tipos de seccións principais: redacción, opinión (inclúense neste apartado opinión, humor e cartas ao director) e publicidade (incluíuse aquí a sección de necrolóxicas).

*Táboa 17. Proporción de contidos en galego sobre a superficie total dos xornais en 2003*

|                             | Redacción   | Opinión     | Publicidade | % EN GALEGO  |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| <i>Atlántico Diario</i>     | 2,2         | 0,64        | 2,53        | <b>5,69</b>  |
| <i>Diario de Arousa</i>     | 8,35        | 0,12        | 3,22        | <b>11,69</b> |
| <i>Diario de Ferrol</i>     | 3,91        | 0,81        | 1,89        | <b>6,61</b>  |
| <i>Diario de Pontevedra</i> | 5,84        | 0,43        | 3,15        | <b>9,42</b>  |
| <i>El Correo Gallego</i>    | 3,74        | 1,08        | 3,76        | <b>8,58</b>  |
| <i>El Ideal Gallego</i>     | 1,97        | 0,12        | 1,34        | <b>3,43</b>  |
| <i>El Progreso</i>          | 3,56        | 0,86        | 3,41        | <b>7,83</b>  |
| <i>Faro de Vigo</i>         | 1,55        | 0,84        | 3           | <b>5,39</b>  |
| <i>La Opinión</i>           | 1,09        | 0,6         | 1,84        | <b>3,53</b>  |
| <i>La Región</i>            | 2,14        | 0,9         | 3,9         | <b>6,94</b>  |
| <i>La Voz de Galicia</i>    | 2,5         | 0,86        | 3,84        | <b>7,20</b>  |
| % EN GALEGO                 | <b>3,31</b> | <b>0,69</b> | <b>2,96</b> | <b>6,86</b>  |

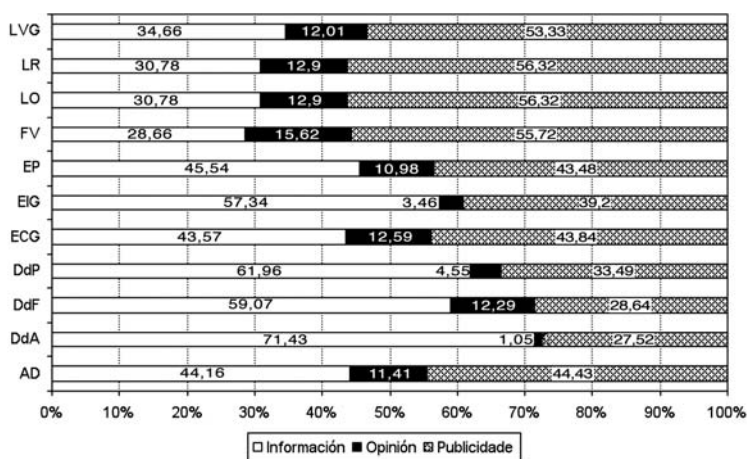
Fonte: Hermida Gulías (2004b)

Á vista dos datos desta táboa, a sección de opinión segue constituíndo un recinto pouco propicio para o galego en todos os xornais sen excepción, situándose entre o 0,12% no caso do *Diario de Arousa* e de *El Ideal Gallego* e o 1,08% de *El Correo Gallego* do total.

Segundo a autora, estes datos lévannos a establecer unha distinción entre tres tipos de xornais (cfr. Hermida Gulías, 2004b: 135). Un primeiro grupo, formado por *Atlántico Diario*, *El Correo Gallego*, *El Progreso* e *La Opinión*, presenta un certo equilibrio entre o uso do galego na sección de información e de publicidade. Un segundo grupo, conformado polo *Diario de Arousa*, *Diario de Ferrol* e *Diario de Pontevedra*, presenta unha sección de información máis galegófona ca de publicidade. E un terceiro grupo de xornais, finalmente, presenta a tendencia contraria: o bloque de publicidade ten

máis pegada do galego ca o bloque de información. Neste caso atópanse *El Ideal Gallego*, *Faro de Vigo*, *La Región* e *La Voz de Galicia*.

Gráfico 9. Distribución dos distintos bloques de contidos no total publicado en galego



Fonte: Hermida Gulías (2004b: 136)

A teor destes datos, Hermida Gulías (2004b: 137) constata que «(...) o aumento de porcentaxe de uso do galego se asenta no aumento da información feita neste idioma, que é o único dos bloques en que globalmente aumenta a súa presenza».

Tras máis de 25 anos de prensa en democracia, os datos de uso do idioma galego nos medios impresos diarios son elocuentes: dispoñemos dun medio maioritariamente en lingua galega (*Galicia Hoxe*) e os outros medios, predominantemente castelanófonos, foron aumentando lentamente os espazos que lle dedican á información e á publicidade en lingua galega. Nestes anos a evolución do uso tende a aumentar pero con moita lentitude.

Como xa sinalamos, respecto dos diarios gratuítos que comezaron a distribuírse nas cidades de Galicia en 2005, dende finais de 2006 editase un integramente en galego (con nome comercial de *De luns a venres*), promovido polo grupo editor de *El Progreso*.

Se abandonamos a prensa diaria e nos centramos na prensa local e comarcal, a situación muda notablemente, e dun xeito ben favorable para a presenza da lingua galega. Aínda que carecemos de información cuantificable para achegar aquí, debemos indicar que, segundo López García (1997: 7), «algo máis del 70% de las publicaciones editadas a comienzos del presente año [1997] tenía más del 60% de los textos –información y publicidad– en la lengua de Rosalía».

O papel dos medios locais e comarcais é moi relevante na utilización do galego como idioma de redacción. De feito, como consideraremos no seguinte apartado, algúns autores indican que, no último terzo do século xx, máis do 70% das publicacións comarcais de información xeral editadas en Galicia estaban escritas en lingua galega (cfr. López García, 1996: 307).

A oferta máis galegófona dos medios locais parece responder precisamente a ese obxectivo de diferenciación formal e funcional destes medios con respecto á prensa diaria non local. Este feito leva a considerar os medios locais como auténticos motores, polo menos na dimensión a pequena escala que ocupan, do proceso de normalización da lingua galega nos medios de comunicación, cubrindo o enorme baleiro lingüístico que deixa a prensa non local.

E, en terceiro lugar, quedan por considerar as publicacións impresas non diarias (semanais, mensuais, etc.). Cómpre comentar o caso do xornal *A Nosa Terra*, que se volveu editar con periodicidade semanal no ano 1977. Xa tivemos ocasión de comentar no capítulo anterior a longa historia desta cabeceira impresa que, en decembro de 1977, publica o seu número 0 dunha nova etapa que se consolida a partir de 1978. Naquela altura da España posfranquista, este xornal nacía cunha liña editorial nacionalista na que se quería incidir na defensa de Galicia, no seguimento da conflitividade social, na atención aos problemas das clases populares e na normalización lingüística e cultural.

Outros medios non diarios cunha ampla experiencia son *A Peneira*, publicada bimensualmente, ou *Tempos Novos*, con periodicidade mensual.

### 3.2 *Hipóteses sobre as causas da desgaleguización dos medios impresos*

A primeira constatación que cómpre realizar é que a escasa galeguización dos medios impresos non é unha excepción no panorama do sistema mediático galego (como acabamos de ver nos apartados dedicados á radio e á televisión). Porén, é o dos medios impresos un dos sectores sociais nos que probablemente menos se ten avanzado na extensión da lingua galega tras a volta á democracia en 1975. Os medios impresos demostran, na súa maioría, un compromiso frouxo coa lingua galega e nese sentido afirma García Palmeiro (2004: 132) que os medios impresos «invócana moito pero emprégana pouco». Houbo, sen dúbida, estratexias empresariais e iniciativas galeguizadoras nos medios impresos ao longo da historia e tamén na actualidade, pero chama a atención dous tipos de incongruencias:

- a) que a media de uso do galego na prensa diaria non se fose aproximando ás porcentaxes de uso do galego na sociedade;
- b) que ante a situación sinalada no punto anterior non xurdisen máis voces críticas e proxectos galeguizadores dende o tecido socioempresarial galego, dende os profesionais dos medios impresos e dende as institucións públicas.

Das análises e reflexións realizadas por distintos autores nestes anos é imposible illar causas ou motivacións únicas para explicar esta ausencia do galego nos medios impresos diarios. Dada esa falta de monocausalidade, que debemos asumir como hipótese de traballo, optaremos por presentar un conxunto de reflexións enfocadas dende os catro actores que desempeñan un papel central no universo mediático na actualidade: as empresas editoras, os profesionais, a sociedade galega e as institucións públicas<sup>10</sup>.

10. En Túniz López e López García (en edición) faise referencia a outro factor, que se considera transversal ás empresas, profesionais e audiencia: trátase dos 'hábitos de consumo'. Este elemento causal na desgaleguización tratarémolo en cada caso por separado.

Con respecto ás empresas editoras, sobre elas conflúen certamente todas as opinións críticas sobre a escaseza de contidos en galego. No discurso 'oficial' dos medios hai sempre unha aposta por Galicia e pola súa cultura. Porén, ese discurso favorable non se plasma nun compromiso práctico claro nin nunha política de incentivos cara á galeguización das edicións impresas. Aínda que esta cuestión nunca suscitou unha formulación teórica por parte dos editores e empresarios da comunicación de Galicia, o certo é que eles tenden a negar calquera tipo de motivación ideolóxica nesa actitude favorecedora do castelán. Pola contra, tenden a adxudicarlle toda a responsabilidade desa non galeguización dos seus medios a outros elementos externos á propia ideoloxía da empresa, entre eles os seguintes.

Por unha banda, alúdese á situación sociolingüística da sociedade galega. Este é, sen dúbida, un argumento moi complexo. A presenza demográfica do galego foi e segue sendo enorme, como sinalan as enquisas, os censos e a observación participativa, e, malia o descenso importante producido nas cidades e ámbitos urbanos galegos nas últimas décadas, os usos galegófonos seguen sendo cuantitativamente moi altos. Ademais, gran parte do día a día social, cultural e político realízase en galego. En cambio, o galego segue sufrindo unha importante mingua de prestixio social, sobre todo nas cidades galegas, nos sectores socioeconómicos emerxentes, etc.

Pero se temos en conta que a maior parte dos xornais diarios se editan nas cidades galegas, e que na maioría destes contornos urbanos tenden a ser maioritarios os usos bilingües galego-castelán, pódese entender a aposta castelanófona dos medios como unha estratexia lingüística e simbólica consciente.

Polo tanto, a única hipótese realista sobre esta cuestión é que os editores son unicamente sensibles á falta de prestixio social que ten aínda o idioma galego, e á cal eles mesmos contribúen, pero en cambio non son sensibles a outros elementos sociolingüísticos claramente favorables ao galego.

Ademais, alúdese á existencia de rutinas e costumes castelanófonas tanto nos xornalistas como na mesma sociedade galega.



Argumentase neste sentido que a sociedade non demanda medios en galego debido a unha falta de costume que converte en opción neutral –e, xa que logo, preferente– o castelán e en opción marcada o galego.

Este argumento, que está directamente relacionado coa visión que se teña da evolución e da situación da sociedade galega actual, é facilmente rebatible acudindo aos datos que publicamos no capítulo VII desta monografía ou no traballo doutros autores como, por exemplo, Álvarez Pousa (1999: 107-8), cando indica que os datos procedentes de distintas enquisas de opinión sinalan que hai un público galego interesado nun xornal integramente en galego.

E, finalmente, alúdese ao perfil sociocultural do lector ao que van dirixidos os medios escritos en Galicia. Afirmase que temos pouco hábito de lectura en galego debido a que a poboación se atopa escasamente alfabetizada en galego, o cal suscita dificultades de comprensión e de actitude ante os contidos impresos en galego.

Intúese dende as empresas, polo tanto, un rexeitamento por parte dos lectores/as a cambiar a lingua preferente de lectura dos medios (do castelán ao galego). Este argumento, sinalado por editores e tamén polos xornalistas, non pasa de ser unha observación sen apoio empírico coa información dispoñible a partir das investigacións máis actuais de opinión dos propios lectores de medios.

Comprobamos, en resumo, que os responsables derivan o feito da non galeguización dos medios diarios impresos cara aos outros dous actores directamente implicados: xornalistas e sociedade. Pero os argumentos que se manexan son anticuados, por seren característicos dunha situación sociolingüística e sociocultural xa pasada, ou parciais e inexactos, por estaren baseados en observacións limitadas. Semella que as empresas editoras prefiren seguir supoñendo escenarios sociolingüísticos que xa quedaron totalmente desfasados.

Se acudimos á distinción entre políticas lingüísticas explícitas e implícitas, pódese argumentar que os editores dos medios galegos propoñen unha política lingüística *explícita* favorable ás

dúas linguas, e aparentemente moi implicadas na cultura galega, mentres que paralelamente practican unha política lingüística *implícita* castelanófono. Os motivos?: por inercia, por ideoloxía e por falta de espírito innovador.

A este respecto afirmaba Margarita Ledo xa en 1993 (cfr. Ledo Andión, 1993: 56) que «a súa decisión [das empresas editoras] sobre o uso do idioma responde a razóns de *idearium* que non comerciais». Se esta hipótese fose certa, poderíamos engadirlle que, ademais de ideoloxía, as empresas editoras non queren recoñecer os cambios sociolingüísticos que operaron na sociedade galega contemporánea e refugan de se constituír en espazos lingüisticamente plurais.

Con respecto aos profesionais (cfr. cap. III. 4 e tamén Goyanes *et al.*, 1996; Túniz e López García, 2000; Túniz López e López García, en proceso de edición) cómpre sinalar dous aspectos. Por unha banda, neste colectivo obsérvase, igual ca no resto da sociedade galega, un cambio xeracional, en termos culturais e sociolingüísticos, por exemplo, que arrinca dende os principios dos anos oitenta. Ademais, a creación nos anos noventa da Facultade de Xornalismo cambia radicalmente a formación e a proxección lingüística dos novos licenciados/as. Por outra banda, a implicación do xornalismo nos obxectivos de normalización lingüística é tan morno como na media da sociedade galega. Como vimos anteriormente, o perfil dos profesionais e as súas actitudes non son demasiado favorecedoras dunha presenza de galego nos medios en que traballan. Todo isto conduce a que os profesionais do xornalismo tendan a reproducir as inercias lingüísticas dos medios en que traballan, a que non teñan unha especial preocupación pola dimensión simbólica da lingua galega, etc. Polo tanto, malia que a responsabilidade dos profesionais se dilúe na política lingüística implícita ou explicitamente desgaleguizadora das empresas mediáticas, o papel deles é incuestionable á hora de manter e consolidar tales dinámicas pouco favorables ao galego.

E respecto á sociedade galega, cómpre sinalar que a cidadanía galega se afixo a consumir produtos escritos en galego mentres

a súa práctica lingüística oral se realizaba principalmente en galego. Esta diverxencia derivaba da prohibición do galego durante o franquismo e da súa invisibilización na produción de textos escritos para a maioría da poboación galega. Esa situación mantívose mentres as competencias lectoras foron baixas e a produción de textos escritos en galego tamén era baixa. Unha vez que eses elementos van mudando pasenñamente, afrontamos un novo contexto societario no cal os elementos definitorios son outros ben diferentes.

Que na actualidade sete de cada dez individuos teñan capacidade para ler en galego sitúanos nun escenario moi diferente do que existía anos atrás.

No Mapa Sociolingüístico de Galicia do ano 1992 (MSG-1992), ante a pregunta de que lle parece que a información deportiva ou os sucesos dos xornais estean escritos en galego, o 32,8% responde que estarían totalmente de acordo, o 27,8 bastante de acordo, o 24,4% serían indiferentes e o 15% restante estaría bastante ou totalmente en desacordo<sup>11</sup>.

E no tocante, finalmente, ás institucións, a política lingüística cara á galeguización dos medios impresos tivo diferentes facetas, dependendo do actor ou axente participante (cfr. cap. III). Como vimos, dende a Xunta de Galicia esa política lingüística consistiu en activar o mecanismo das subvencións. Dende as institucións universitarias, coa participación directa tamén da Xunta de Galicia, puxéronse en marcha infraestruturas básicas para a formación en xornalismo (na USC), en publicidade (na UV) e en comunicación audiovisual (nas tres universidades, con diferentes ciclos e especializacións) durante os últimos quince anos. E dende o Consello da Cultura Galega, a posta en marcha da Sección de Comunicación e do Arquivo da Comunicación supuxeron un empurrón á investigación e á reflexión sobre os medios en Galicia, tamén sobre os medios impresos. A modo de resumo, podemos

11. Outras dúas preguntas incluídas no MSG-1992 eran a de se se debía usar máis o galego na publicidade (pregunta 81) e a de se ten que haber máis programas de radio e TV en galego (pregunta 80).

afirmar que na prensa diaria observamos a confluencia de todos os elementos problemáticos que conducen a un escenario negativo para a vitalidade do galego: empresas cunha política lingüística, explícita ou implícita, pouco innovadora e escasamente sensible aos cambios que está a experimentar a sociedade galega contemporánea; profesionais mediatizados pola política lingüística da empresa, con pouca sensibilidade lingüística e cunha formación lingüística claramente mellorable, sobre todo nos menores de 40 anos; unha sociedade galega pouco motriz e implicada nos obxectivos da revitalización da lingua galega; e unhas institucións públicas que, utilizando principalmente o recurso da subvención, naufragaron no establecemento dunha política real de promoción do galego mediante axudas económicas. Seguen existindo experiencias galeguizadoras, plenamente consolidadas, na prensa, pero principalmente na prensa non diaria (local e comarcal e na especializada).

Que observacións podemos tirar de todo o visto nos apartados anteriores? Con respecto á evolución no uso, constatamos que as expectativas de cambio no rumbo lingüístico dos medios diarios que se aventuraban –ou que se cadra se querían intuír– nos principios da transición democrática non se cumpriron en absoluto. Dito xa con toda claridade por Goyanes *et al.* (1996: 186):

(...), a realidade é que a lingua propia continúa a ser a gran fracasada, condenada ao rito e ó retiro da opinión e da cultura, sen que as empresas teñan asumido aínda a súa cota de responsabilidade nin na consolidación da lingua, nin tampouco da súa calidade.

Tamén Ledo Andión (1993) afirmaba que os editores e as empresas de comunicación tronzan o incipiente cambio cualitativo que se comeza a vivir durante a transición democrática, cunha mudanza substancial da visibilidade mediática do galego grazas a unha ampliación significativa das seccións e dos temas para os que se utilizaba a lingua. Chega un momento, argumentase, que os editores deciden dar marcha atrás e volver a unha situación de *diglo-*

*sia temática*: só lle dan paso ao galego para certos temas e en certos xéneros xornalísticos (opinión, cultura, etc.).

A sociedade galega cambiaba tras a ditadura e a efervescencia sociopolítica do momento construíase tamén en galego, de maneira que era probable a hipótese de que os medios de comunicación impresos reflectisen esa realidade na lingua en que se producía. Ademais, o discurso da normalización lingüística camiñaba na dirección de que, sendo o galego a lingua demográfica maioritaria da sociedade do momento, este feito sociolingüístico tivese o recoñecemento mediático correspondente. Xa que logo, as expectativas de cambio eran razoables e a consecución do Estatuto de autonomía en 1981 e mais a aprobación da Lei de normalización lingüística en 1983 tamén alimentaban esa hipótese favorable á galeguización do sistema mediático impreso.

En cambio, mentres se esperaba un cambio cuantitativo e cualitativo gradual, só houbo unha escasa implantación de medios exclusivamente galegófonos e unha moi residual e anecdótica presenza de contidos en galego nos medios castelanófonos, que representan a maioría do panorama mediático galego. Todo isto levou a que algunhas voces (cfr. Ledo Andión, 1993) falasen abertamente de *desencanto* e de *frustración* ao comprobar como aquelas expectativas iniciais non se viron satisfeitas (sobre as causas desta situación lingüística dos medios deterémonos no apartado seguinte). Con todo, non debemos esquecer a excepción que supón o panorama dos medios locais e comarcais cun máis que puxante e saudable termo medio de galeguización dos seus contidos.

Outra práctica seguida sistematicamente é a tradución ao castelán de moito material xerado en galego. A este respecto pronunciouse o Parlamento de Galicia mediante unha proposición non de lei aprobada en 1995.

Do percorrido histórico que realizamos nos apartados anteriores deducimos unha escasa aposta mediática polo galego no caso das publicacións diarias, que se concreta no baixo número de cabeceiras que o incorporan como lingua principal ou única, e na baixa porcentaxe de utilización naqueles medios que se publican co cas-

telán como lingua principal. Porén, o sistema de medios impresos que se editan en Galicia conta cun semanario integramente en galego (*A Nosa Terra*), cunha prensa comarcal e local maioritariamente galegófona e con publicacións mensuais e trimestrais tamén en galego.

Non debemos esquecer, con todo, que cando pensamos na situación do galego nos medios impresos, pensamos en primeiro lugar e ás veces só na prensa diaria. Se nos centramos noutros ámbitos da prensa, por exemplo na local e comarcal ou na especializada, aparece ante nós unha nova situación na cal a lingua galega goza dunha importante vitalidade.

Resulta claro que os medios impresos están editados por empresas concretas e que a súa aposta pola maior ou menor presenza do galego é un bo termómetro para coñecer a sensibilidade e o nivel de implicación de certa parte do tecido empresarial galego na incorporación da lingua galega ás súas actividades, que, por outra banda, están dirixidas á sociedade galega. E, paralelamente, a capacidade de inducir realidade e de crear pautas de comportamento fan destas empresas un elemento central na potenciación ou na neutralización das propostas lingüísticas da sociedade.

Convén reflexionar sobre a política de subvencións aos medios impresos. Seica os seus resultados son totalmente anecdóticos, polo menos no que atinxe á prensa diaria.

Con respecto ás novas tecnoloxías, ábreanse novas posibilidades de galeguización grazas á incorporación de ferramentas de tradución para os sitios web. Neste sentido, experiencias como a web en galego de *La Voz de Galicia* ou a posibilidade de consultar en galego as edicións web de xornais editados en castelán supón un novo vreiro de indubidable interese para a presenza do galego neste tipo de medios xornalísticos electrónicos.

Unha das medidas recollidas no Plan Xeral de Normalización da Lingua Galega (PXNLG), concretamente a 3.1.17 na sección de medios de comunicación (cfr. cap. III), establece que se debe chegar a acordos cos diarios de maior tirada para acadar o 30% –como mínimo– de contidos en galego nun prazo de 10 anos.

Entre 1993 e 2003, a presenza do galego aumentou nun 3,85% (de 3,01% en 1993 ata 6,86 en 2003), a razón de 0,38% de suba anual. Nese período temporal as subvencións públicas nos medios de comunicación impresos diarios ascendeu, nun cálculo conservador, a aproximadamente un millón de euros por ano (cfr. Cidadanía, 2001: 114; Álvarez Pousa, 1999: 222). Xa que logo, o aumento de 0,38% anual foi acadado grazas ao investimento público dun total de 10 millóns de euros (no capítulo anterior vimos como o cálculo para as subvencións ao conxunto de medios se aproximaba aos 40 millóns de euros nese mesmo período).

Para chegar ao 30% de contidos en galego, tal como se formula no PXNLG, serían precisos algo máis de sesenta anos (concretamente, 60,9 anos) de continuar o mesmo ritmo de investimento que se produciu durante o período 1993-2003. Daquela, en setembro de 2067, aproximadamente, Galicia verá cumprida a medida do PXNLG pero despois de investir máis de 160 millóns de euros<sup>12</sup>.

E fagamos agora o cálculo, sen ter que esperar ata a última parte do século XXI, para conseguir en 10 anos acadar esa porcentaxe do 30%. Se no período 1993-2003 foron precisos 10 millóns de euros para acadar un aumento de case 4 puntos porcentuais, para conseguir pasar do 6,86% actual ao 30% desexado precisaríamos conseguir un aumento anual dun 2,3% na utilización do galego; daquela, precisaríase un investimento total de case 60 millóns de euros, a un ritmo de 6 millóns de euros cada ano (cantidade á que cumpriría engadirlle o 3%, media de inflación anual, algo máis de 18 millóns en total; resultado: 78 millóns de euros).

En resumo: de continuar o ritmo das últimas décadas, para chegar ao 30% de presenza de contidos en galego nos medios impresos actuais en 10 anos, tal como se aprobou no PXNLG, sería

12. O cálculo é o seguinte: un millón por ano dá 60 millóns de euros en sesenta anos; engadíndolle o aumento inflacionario, ao 3% de inflación anual durante este período, aos 60 millóns hai que engadirle 108 millóns; total: 168 millóns de euros.

preciso investir nese período 78 millóns de euros, é dicir, 7,8 millóns anuais durante eses 10 anos. No caso de manter o esforzo investidor que se realizou durante a década de 1993-2003 (é dicir, un millón de euros anuais), o obxectivo do 30% acadaríase no ano 2067, despois de 60 anos de investimento dunha cantidade superior aos 160 millóns de euros.

Outra forma de ver a relevancia do investimento da Administración nos medios para subvencionar o galego está relacionada coa cantidade de profesionais formados en lingua galega, preferentemente licenciados/as en filoloxía galega, que se poderían contratar para que a calidade lingüística dos medios non sexa un impedimento, nin unha escusa, para o aumento progresivo da presenza da lingua galega.

#### 4 MEDIOS ELECTRÓNICOS

O xornalismo en rede é algo máis ca unha alternativa ao xornalismo tradicional. As tecnoloxías emerxentes transformaron o xeito de entender a comunicación mediada e posibilitaron a chegada de novos axentes no proceso de produción comunicativa. Coa chegada de internet produciuse un cambio de enorme transcendencia. Agora manexamos información procedente de grandes compañías mediáticas pero tamén procedente de individuos illados que converten a web nun espazo de comunicación compartida. O receptor transfórmase en relator de aconteceres fóra das dinámicas mediáticas tradicionais. Agora xa non só se narran os aconteceres que «interesan» aos grandes grupos mediáticos senón que calquera pode actuar como mediador. Internet propiciou a emerxencia de novos formatos relacionados coa comunicación. A principal novidade é a interactividade; o receptor pode converterse en emisor non só de avaliacións en tempo real das novas que se producen na rede senón que pode chegar a ser un relator lexitimado pola lóxica do sistema. Calquera pode posicionar a súa palabra nun medio aberto, sen o sometemento ás limitacións dos medios convencionais.



O panorama dos medios galegos en internet responde ao nivel de desenvolvemento desta tecnoloxía entre nós. Por exemplo, na prensa escrita unha boa parte das iniciativas seguen a ver a rede como un espazo de reprodución das mesmas novas que se xeran nos soportes tradicionais. Son poucos os medios que apostan por contidos diferenciados en internet. Con todo, a tecnoloxía favoreceu un achegamento a un novo público e serviu como acicate para unha nova forma de narrar e presentar os contidos. A posibilidade de interacción que ofrece a rede propiciou a cesión da palabra ao interlocutor, que pode converterse, tamén, nun fornecedor de información para a comunidade.

Tomamos a definición de medios electrónicos de Limia Fernández *et al.* (2006: 204), para os que o cibermedio é «aquele emisor de contidos que ten vontade de mediación entre feitos e público, utiliza fundamentalmente criterios e técnicas xornalísticas, usa a linguaxe multimedia, é interactivo e hipertextual, actualízase e publícase na rede Internet». Esta caracterización non está exenta de críticas, obviamente, pero parécenos que acouta con nitidez o campo dos novos medios. Pois ben, segundo a base de datos *Infotendencias*, que almacena rexistros sobre cibermedios, Galicia conta con 69 medios electrónicos (Salaverría 2005, *apud* Limia Fernández *et al.* 2006), o que supón o 5,4% de todos os que hai no Estado español. O 65,2% son de información xeral e o 34,8% de información especializada.

Moitas das iniciativas que podemos atopar en internet pertencen a empresas que xa contan cun medio de comunicación clásico. Por exemplo, case todos os xornais teñen una versión web na que se reproducen practicamente os mesmos contidos que a versión en papel. Nalgúns casos, a actualización, un dos trazos definitorios dos novos medios, é escasa ou inexistente. Outros medios emerxen dentro do formato electrónico e non coñecen versión en papel.

Con respecto á lingua, cómpre facer unha precisión técnica. Nos últimos anos avanzouse considerablemente no desenvolvemento de software de tradución automática para textos escritos. De

tal maneira que hoxe é posible ler en galego moitas webs orixinalmente escritas en castelán. Hai programas que fan isto de xeito rutineiro e que se adaptaron moi ben á tradución das cabeceiras electrónicas. Isto posibilitou que o usuario poida acceder á información en galego redactada orixinalmente en castelán.

Pero non todo é tradución. De feito, a produción comunicativa en lingua galega na rede é máis abundante que a que atopamos nos formatos clásicos, especialmente nos medios especializados. De feito, o uso da lingua varía notablemente en función do tipo de medio. Segundo datos de Limia Fernández *et al.* (2006), o uso do galego é maioritario nos medios de información especializada, cunha porcentaxe do 58% de uso desta lingua, mentres que nos medios xeralistas o castelán é o idioma de referencia (67%).

Fronte á prensa en papel, o panorama é máis favorable ao uso do galego. En Galicia só se poden adquirir dous xornais redactados en galego, *Galicia Hoxe* e *De luns a venres*, mentres que na rede se atopan, entre outras iniciativas, as de *Vieiros* [[www.vieiros.com](http://www.vieiros.com)], *Código Cero* [[www.codigocero.com](http://www.codigocero.com)], *Culturagalega.org* [[www.culturagalega.org](http://www.culturagalega.org)], *Xeración web* [<http://www.xeracion.com/>] e as versións electrónicas de *Galicia Hoxe* [[www.galicia-hoxe.com](http://www.galicia-hoxe.com)] e *De luns a venres* [<http://www.l-v.es>]. Todos eles se actualizan diariamente, actúan como xornais electrónicos (máis ou menos especializados) e ofrecen os seus contidos en galego. Outras propostas mediáticas que utilizan exclusivamente o galego na rede son o semanario *A Nosa Terra* [[www.anosaterra.com](http://www.anosaterra.com)], *A Peneira* [[www.apeneira.com](http://www.apeneira.com)], publicado dúas veces ao mes, *Novas da Galiza* [[www.novasgz.com](http://www.novasgz.com)], con periodicidade mensual e editado nunha normativa lingüística non oficial, ou *Andaina* [[www.andainamulleres.org](http://www.andainamulleres.org)], revista galega de pensamento feminista.

Con todo, a tecnoloxía de tradución actual permite ver o resto das cabeceiras en galego, utilizando tradutores automáticos. Por exemplo, *La Voz de Galicia* permite a elección entre a versión en castelán ou a versión en galego.

Un xénero distinto é o das webs que virtualizan contidos informativos pero que non contan coa estrutura clásica dos medios

de comunicación e non se actualizan a diario. Entre este tipo de medios hainos moi comprometidos coa lingua galega, como por exemplo *Canalciencia.com* [[www.canalciencia.com](http://www.canalciencia.com)] ou *Arroutheadanoticias.com* [[www.arroutheadanoticias.com](http://www.arroutheadanoticias.com)].

O galego tamén está presente noutros medios pero xa non de forma exclusiva. Por exemplo, no xornal electrónico *Xornal.com* [[www.xornal.com](http://www.xornal.com)] redáctanse en galego boa parte das colaboracións externas pero a lingua ten menos visibilidade na produción propia.

Un dos aspectos máis salientables no panorama comunicativo do último lustro é o fenómeno *blog*. Estas bitácoras electrónicas permiten que todas as voces teñan cabida na rede e nalgúns casos operan como auténticos medios de comunicación, interactivos, actualizables a diario, etc. Segundo a I Enquisa a blogueiros/as Galegos/as realizada polo Observatorio para a Cibersociedade<sup>13</sup> a lingua dominante nos blogs feitos en Galicia é o galego; de feito, tres de cada catro blogs utilizan só o galego. Segundo Canabal (2006, <http://www.consellodacultura.org/enblogs>), o incremento das bitácoras en Galicia foi exponencial, pasouse de 2 blogs en 2001 a 189 en 2005. Por tratarse dun fenómeno emerxente non é fácil prever a vitalidade e a evolución deste medio pero o que non cabe dúbida é de que a súa presenza esta sendo un resorte de visibilidade da nosa lingua.

Outra iniciativa salientable é o fenómeno *Chuza!* [[www.chuza.org](http://www.chuza.org)], sitio de novas galegas que emprega un control editorial non xerárquico. Isto significa que calquera persoa pode enviar historias e son os propios usuarios os que as valoran sen que haxa un editor que controle o proceso.

13. [http://www.cibersociedad.net/actividades/informe\\_enquisa\\_2006.pdf](http://www.cibersociedad.net/actividades/informe_enquisa_2006.pdf). Os datos da enquisa presentáronse en abril de 2006 no marco da ENBLOGS'06, organizada polo Consello da Cultura Galega.



## V. OPINIÓNS E VALORACIÓNS SOBRE A PRESENZA DA LINGUA NOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Neste capítulo faremos unha descrición das actitudes e das opinións que teñen os principais actores implicados na conxunción de medios de comunicación e lingua. Para obter a información realizouse unha entrevista a expertos e actores relevantes no proceso de planificación do galego e a súa relación cos medios de comunicación. Dirixiuse o cuestionario a xornalistas, persoal académico, directivos de medios de comunicación, profesionais da publicidade e políticos. Foron seleccionados pola relevancia do seu cargo, o coñecemento que tiñan no sector ou o seu prestixio profesional. O procedemento consistiu na redacción dun cuestionario (véxase anexo 1) que se remitiu por correo a uns oitenta expertos que foron seleccionados polo seu coñecemento da realidade que se estuda ou pola súa posición estratéxica no sector. O cuestionario contaba cunha serie de preguntas ás que os entrevistados poderían responder con liberdade de extensión e temas, pola súa natureza aberta. A recompilación da información produciuse en 2004. Os temas tratados pretendían cubrir unha serie de tópicos que permitisen analizar as causas da desgaleguización dos medios de comunicación, así como obter avaliacións subxectivas (contrastables cos datos empíricos obtidos noutros capítulos) do proceso histórico que marcou a evolución da presenza do galego nos medios de comunicación. Tamén se pediron avaliacións sobre a traxectoria de medios concretos e sobre o sector da publicidade. O procedemento analítico para extraer a información consistiu nunha análise de contidos.

En primeiro lugar, tentouse que os informantes destacasen os fitos na galeguización do espazo mediático galego. A primeira pregunta era a seguinte:

1.- Sinale cáles foron os acontecementos máis relevantes que ocorreron dende 1980 ata a actualidade con respecto á presenza da lingua galega nos medios de comunicación.

- En que ámbitos e tipo de medios se avanzou máis.
- Cales foron os ámbitos e medios máis remisos á galeguización.

A resposta maioritaria, case unánime en realidade, que dan os profesionais dos medios e o resto de expertos que participaron na proba é a da creación da compañía da CRTVG e o inicio das emisión da Televisión de Galicia e da Radio Galega. Unha das xustificacións ás que se alude para comprender este avance ten moito que ver con que se partía dunha situación en que o audiovisual en galego era practicamente inexistente. Tamén se sinala, máis marxinalmente, a aparición de emisoras de radio locais ou comarcais. Os feitos máis positivos que se citan están, xa que logo, relacionados con estes medios. Tamén teñen presenza as voces que destacan como fitos a aparición doutros dous medios de comunicación: *O Correo Galego*, despois *Galicia Hoxe*, malia que tamén se observa unha escasa difusión deste medio en comparación co resto de diarios, e *Vieiros*, que destaca entre as demais iniciativas aparecidas en internet.

Como acontecemento máis positivo, a creación da CRTVG e o comezo da emisión da TVG e da Radio Galega.

Na televisión e na radio os aspectos máis positivos foron o comezo da emisión da TVG e da Radio Galega, así como dalgunhas emisoras locais ou comarcais (nalgúns casos cunha audiencia considerable); pero coido que non contrarrestan a incidencia das emisións de carácter máis xeral, totalmente castelanizadas, nin o pulo globalizador das novas tecnoloxías. No ámbito máis estritamente galego, un aspecto que considero moi negativo (ou, polo menos, unha ocasión perdida para conseguir algo positivo) foi a distribución das frecuencias de radio que se fixo ao longo deste período.

[Galicia Hoxe] cumpre un papel de relativa importancia (serve de recurso didáctico para as aulas, etc.), pero a súa escasa difusión (e outras cousas...) non lle permite ser un referente social.

Na internet é moi positiva a creación dalgúns portais en galego. Destacaría, pola súa vocación xornalística, a Vieiros.

Algúns entrevistados entenden que estes feitos non deben ocultar o negativo da situación xeral e as eivas que se observan nos medios citados, como a presenza masiva do castelán nos demais medios audiovisuais e a falta da calidade lingüística da TVG e da RG.

O modelo de lingua oral transmitido é inauténtico

Falar ben galego non é necesario para traballar nun medio galegófono

Algúns dos informantes observaron que, en conxunto, o ámbito en que máis avanzou a galeguización dos contidos foi a radio, a pesar de críticas como a que acabamos de ler.

O medio de comunicación no que máis se avanzou foi a radio, onde é posible escoitar a nosa lingua en practicamente todas as cadeas, sexan estatais ou locais, de titularidade privada ou pública.

Nos anos 90 é salientable a aparición de radios locais que emiten practicamente sempre en galego.

No caso concreto deste medio, hai varias críticas cara ao modelo de regulación do sector, que supostamente afectaría negativamente á galeguización.

Avanzouse algo en medios audiovisuais, aínda que agora todo recuou de novo coa posta en marcha de moitas TV locais en castelán e a adxudicación da Xunta de moitas emisoras de FM a grupos

mediáticos castelanófonos que incumpriron flagrantemente a cláusula de emisión en galego do 50%.

[...] un aspecto que considero moi negativo (ou, polo menos, unha ocasión perdida para conseguir algo positivo) foi a distribución das frecuencias de radio que se fixo ao longo deste período.

Entre os aspectos negativos desta etapa, en contestación á segunda parte da pregunta que inquiría sobre os medios onde menos avanzou o galego, a resposta é tamén case unánime: a prensa diaria. Algúns entrevistados tamén estenden o conxunto dos medios menos galeguizados ao dos medios privados estatais en xeral.

Sen dúbida o peor foi a prensa escrita, no que houbo mesmo retrocesos a respecto de 1980.

A prensa escrita e en xeral todos os medios de comunicación de ámbito privado (televisións, xornais, etc.).

Os informantes atopan principalmente dúas causas que explican a falta de interese deste sector polo galego. Por unha banda, considérase que os responsables de tales medio teñen pouco interese pola cuestión.

Os [medios] impresos nunca quixeron arriscar na cuestión da lingua.

A presenza do galego nos medios está cada vez máis limitada polas presións dos donos dos xornais sobre os escasos xornalistas que ousan redactar en galego.

Por outra banda, algúns dos profesionais e expertos en medios de comunicación que contestaron as preguntas do cuestionario coincidiron en que había unha escasa presenza de galego



nos medios escritos por cuestións relacionadas coa dinámica do mercado.

A falta de receptividade dos medios con respecto á galeguización do soporte está directamente vencellada ao mercado

[O ámbito máis remiso á galeguización foi] probablemente o dos medios escritos pola escaseza de lectores endémica e moito máis grave aínda de lectores en galego.

Ademais dos aspectos anteditos, atopamos unha observación particular dun dos participantes sobre a cuestión relativa ao estímulo que puido supoñer para a iniciativa privada o feito da creación de medios de comunicación públicos galegos.

Cando empezou a emitir a RG todas as cadeas españolas (COPE, SER, Ondas Galicia, etc.) comezaron a emitir case todos os informativos para Galicia en galego, e mesmo moitos programas en galego. [...] Como despois comprobaron que a calidade da RG era ínfima, [...] aquelas emisoras españolas volveron tranquilamente ao castelán. Non funcionou o «efecto arrastre».

En segundo lugar, tentouse conseguir un balance subxectivo sobre a evolución da galeguización dos medios. A pregunta foi:

2. Se ten que comparar a situación do galego nos medios de comunicación en 1980 e a situación na actualidade, como avaliaría a evolución da situación?

- A presenza do galego aumentou ou diminuíu?
- Cales foron os motivos do aumento ou da diminución?

Observamos nas respostas unha maior disparidade que na pregunta anterior. A resposta maioritaria entende que a presenza do galego aumentou, pero non hai acordo no grao do incremento e, sobre todo, na relación dos produtos comunicativos en galego e

castelán. Exemplificamos esta diversidade de opinións con dúas posturas extremas.

A palabra para definir esa evolución podería ser «espectacular». Recordo o soño inalcanzable que era pensar no ano 84 na posibilidade de ter unha radio e unha televisión que falasen só en lingua galega.

Sen dúbida, nalgúns eidos como o audiovisual o galego está hoxe máis presente ca en 1980; pero a cuestión non é esa, senón se ese incremento é proporcional á multiplicación de mensaxes, horas de emisión, etc. que se produciu neste período en castelán e, sobre todo, se estivo ao nivel do papel que teñen os medios na sociedade actual e do seu potencial galeguizador ou desgaleguizador. Dende esta perspectiva, máis ca dende o cálculo porcentual estrito, é obvio que o posible aumento foi moi cativo e absolutamente insuficiente.

Hai un número pequeno de suxeitos que cren que a situación é de estancamento, non observan unha evolución en ningún sentido, e un caso dun suxeito que distingue dous períodos, un de estancamento máis recente e un de evolución positiva na década dos 80. Estes casos, igual ca os do conxunto que pensa que a evolución foi negativa, fan unha descrición pesimista da situación e expoñen a situación nunha clave adversa para os intereses do galego.

Canto aos motivos desa evolución, algunhas respostas atribúen o descenso a cuestións de mercado, do mesmo xeito que vimos na pregunta anterior, responsabilizando aos consumidores, que en última medida son os que non crean a demanda. Como vemos no segundo dos exemplos que seguen, a negación desta «realidade» é entendida como partidista e negativa.

[O motivo do descenso foi] a aparición de novos medios nun escenario comunicativo marcado pola liberalización e a desregulación, que tivo como consecuencia a fragmentación da oferta.

Os diferentes estudos que se realizan constatan que o uso do galego por parte dos mozos vai a menos, especialmente nas grandes cidades e as súas áreas metropolitanas, que abranguen arredor da metade da poboación galega. Os medios privados responden a esta realidade. Se fose rendible o produto en galego, as empresas privadas farían produto en galego. Isto, que parece lóxico, é sistematicamente negado por algunhas entidades que promoven o uso do galego e polos sectores nacionalistas, que insisten en que o galego vende o mesmo no ámbito comercial e presionan ás empresas para que o utilicen en contra do seu criterio, o cal abre unha fronte de conflito e propicia que a xente tenda a identificar o galego cunha determinada postura política. Iso é malo para o galego.

Nunha frecuencia parecida aparecen as respostas dos que opinan que a falta de uso está determinada por actitudes «antigaleguistas» ou «españolistas» dos editores. Nalgunha ocasión acusa-se ao propio Estado ou ás forzas políticas españolas de ser os axentes responsables do descenso do uso do galego na prensa escrita.

Os donos das cabeceiras nin cren no idioma nin nas posibilidades de construír este país.

Os motivos da diminución (aumento non hai de maneira significativa) hai que os buscar na adscrición ideolóxica profundamente antigalega e clasista das direccións e empresas propietarias dos xornais. Buscan mitigar dende os medios o cambio de conciencia negativa da poboación galega sobre a súa lingua.

A terceira razón, algo menos frecuente, sinala como culpables aos responsables da política lingüística autonómica e, nalgún caso concreto, á política de subvencións aos medios. Algunhas respostas individuais relacionaron o descenso coa calidade lingüística dos medios e o tipo de programación e temas tratados nos produtos feitos en galego.

Os motivos do aumento da presenza do galego nos medios aparecen redactados nas respostas dos informantes de forma máis sucinta e, como indicamos, son máis escasos. Principalmente son tres: un relacionado co aumento dos esforzos investidos por parte da Administración, outro relacionado co aumento do sentimento nacionalista e un terceiro que traslada a responsabilidade ao conxunto da poboación, resaltando a mellora do status do galego. Unha das respostas relaciona ese aumento coa influencia da Facultade de Ciencias da Información da Universidade de Santiago de Compostela nos novos profesionais da comunicación.

Coa terceira pregunta ampliouse o espectro da avalización subxectiva do ítem anterior enfocando nunha serie de medios concretos. A súa redacción foi a seguinte:

3.- Avalíe o nivel de contidos en lingua galega que presentan os seguintes medios de comunicación na actualidade:

- Os principais xornais galegos impresos: *La Voz de Galicia*, *Faro de Vigo*, *El Correo Gallego*, etc.
- Televisión de Galicia (TVG).
- Radio Galega (RG).
- Emisoras de radio de titularidade estatal.
- Emisoras de radio de alcance galego.
- Televisións locais.
- Televisións de ámbito estatal.
- Prensa non diaria.
- Medios de comunicación electrónicos (a través da internet).

Para os principais xornais impresos a opinión é unánime, entendendo todos que o nivel de contidos é escaso. Cando os informantes nomean un xornal, o máis frecuente é que sexa, por esta orde, *La Voz de Galicia*, *Faro de Vigo* e *El Correo Gallego*. Os reproches cara á calidade céntranse maioritariamente na adscrición dos contidos en galego case exclusivamente a temas relacionados coa cultura, a Administración e o xornalismo de opinión.

[Existe unha] relativa presenza en temas de opinión (de autor) e vinculados a Administración e cultura. Escasa nas restantes seccións, nalgunhas nula (deportes, economía, etc.)

Ademais denúncianse actitudes negativas como que se «recomende» a certos articulistas de opinión que redacten en castelán e a tradución de declaracións públicas feitas orixinalmente en galego. Hai un par de mencións á edición íntegra en galego de *Galicia Hoxe*. Unha resposta relaciona como único motivo para a introdución de contidos en galego o «interese nos subsidios da Xunta».

Canto á televisión e radio galegas, todos coinciden en que hai un uso alto de galego. Algúns informantes recordan que as disposicións legais que rexen o seu funcionamento contemplan o uso habitual do galego na programación. Cuantitativamente, só se mencionan como excepcións os casos da publicidade, a pesar de que algunha resposta destaca a evolución positiva deste ámbito, o emprego do castelán nalgúns espectáculos (maiormente musicais) e a converxencia lingüística en castelán con entrevistados non galegos.

Nivel normal como corresponde a un medio en galego, mais cunha presenza aínda grande do castelán a través da publicidade e de persoas convidadas que non se expresan en galego.

Na TVG non se nota tanto a evolución do emprego do galego xa que todo se emite en galego, se cadra, e dende o noso sector profesional [o da publicidade], detectamos unha maior presenza de publicidade en galego.

As críticas máis comúns relacionadas cos contidos céntranse na calidade lingüística, a pesar de que se nomean excepcións de locutores, presentadores e dobraxes de películas e teleseries, na temática dos contidos, e en relación con isto último, no tipo de espectador ao que está dirixida a mensaxe.

O contido da TVG, nin mellor nin peor ca as outras, se cadra pásanse na propaganda informativa da Xunta e en programas dirixidos a manter o voto da xente maior. Ben a programación do cinema (emitido ás tantas da mañá), agora pode verse un filme na TVG, hai uns anos esa entoación e fonética «de piso» botaba para atrás a calquera.

Problemas de calidade lingüística en parte dos comunicadores. Falta de presenza no ámbito urbano. Debe incrementar a audiencia entre as xeracións máis novas.

Nas emisoras de radio estatal os entrevistados coinciden en que hai un uso do galego «baixo» ou «escaso». Os que decidiron dar a impresión persoal que tiñan da evolución diacrónica deste particular consideran que non se observa un aumento e, nalgún caso, menciónase que «desapareceu Radio 4» e tamén que non se cumpren obxectivos normalizadores como que «moitas destas cadeas absorberon emisoras de FM creadas pola Xunta nas que se esixía para a súa concesión a emisión dun 50% do tempo en galego». A única mención á calidade lingüística destes medios de comunicación é negativa.

Para as emisoras de radio de alcance galego débuxase unha situación parecida con algúns matices. Aínda que se recoñece algo máis de heteroxeneidade neste grupo de emisoras, a resposta maioritaria é que hai un uso escaso de galego e as referencias á calidade lingüística son sempre negativas. Hai apreciacións positivas como esta:

Nas emisoras de radio de alcance galego si que se notou [un avance], moitas delas emiten moitos dos seus contados en galego, como Radio Voz ou Radio Líder.

Nas televisións locais a maioría tamén observa un uso moi escaso do galego, pero tamén hai opinións que dan conta dunha heteroxeneidade similar á das radios.

[Hai unha] casuística moi variada que pode ir dende [un uso do galego] medio ata baixo. É unha mágoa que haxa tanta diversidade e escasa coordinación neste ámbito porque son un potencial nada despreciable para o espallamento da lingua e a súa promoción.

Algúns informantes declararon non ter capacidade de xuízo sobre este particular porque só coñecían as emisoras das súas localidades respectivas.

O panorama do uso do galego na televisión estatal non atopa grandes diferenzas na avaliación dos expertos. Todos consideran que o uso é nulo ou mínimo. Os que describen unha evolución fano en termos de estancamento. Aqueles que distinguen entre privadas e públicas fan fincapé na desgaleguización maior destas últimas. Hai unha mención para o programa «Desde Galicia para el mundo» chamando a atención sobre o feito de que se realice en castelán.

Nas televisións públicas penso que a presenza do galego está practicamente como hai vinte anos. Para as privadas, o galego simplemente non existe.

Para o apartado de prensa non diaria as respostas son bastante distintas. Algúns informantes atopan un uso maior, pero localizado en sectores determinados, que nalgúns casos se identifican con ideoloxías determinadas. Algúns informantes, os menos, atopan que, salvo excepcións en castelán, o uso do galego na prensa non periódica é alto. A maioría concide que é ao revés, e cando se mencionan cabeceiras, son as de *A Nosa Terra* e *Tempos Novos*. Para os medios electrónicos a maioría observa un uso baixo, citando, sobre todo, Vieiros como excepción. Algún experto percibiu un progreso importante neste eido.

A cuarta pregunta tentou estimular un discurso que relacionase as cuestións identitarias cos medios de comunicación:

4. Que papel desempeñaron os medios de comunicación galegos na construción dunha identidade galega nos últimos vinte anos?

Nas respostas a esta pregunta atopamos dúas posturas moi diferentes, unha que lle confire aos medios un papel irrelevante ou negativo e outra que lle outorga un rol importante, positivo ou fundamental. A razón desta diferenza parece fundamentarse en concepcións distintas da identidade galega en función de prismas ideolóxicos diferentes. A segunda ten un maior peso no conxunto de expertos.

As visións negativas atopan que os medios reflectiron unha identidade distante da realidade, baseada en estereotipos.

Tampouco contribuíron a unha imaxe moderna e viva do idioma, de Galicia e dos galegos, senón que incidiron nunha identidade tópica e en todos os estereotipos coñecidos: ruralismo, folclore, vellos, festas, etc.

Ofrecen unha visión de Galicia que non contribúe a reforzar a súa propia identidade, senón que a subordina a realidades alleas, ofrecendo en moitas ocasións unha perspectiva distorsionada e caricaturesca do propio país.

En xeral contribuíron a destruíla ou ben a folclorizala e rexionalizala.

As visións positivas, malia que en ocasións non ocultan críticas ao funcionamento dos mesmos medios ou á calidade dos contidos, valoran a difusión masiva da lingua como un elemento clave de normalidade, modernidade e progreso.

[desempeñaron] un papel fundamental por prestixio da lingua, por adaptación a todas as realidades da vida e todas as linguaxes, pola insistencia que conduce á normalidade, pola divulgación dun modelo de lingua...

Creo que o papel da TVG, coas súas luces e sombras, foi positivo, non tanto como debera, pero en certo modo si.



Os medios inflúen considerablemente na construción da identidade dos pobos, especialmente dende o aspecto da reafirmación. En Galicia, a TVG e a RG foron esenciais na reafirmación da lingua, pero son vítimas das carencias presupostarias e da crítica indiscriminada e tópica.

A última pregunta inquiriu sobre a publicidade:

5. Un ámbito directamente vinculado cos medios de comunicación é o da publicidade. Opine sobre a evolución da presenza do galego na publicidade en xeral, e os retos aos que se enfronta a lingua galega neste sector mediático.

O diagnóstico que fan os informantes deste sector é en xeral negativo, aínda que hai algunhas opinións que salientan fitos positivos, como o compromiso de certas grandes empresas. Algúns expertos detectan unha evolución positiva e son moitos os que recoñecen que o groso do mercado da publicidade en galego ten case exclusivamente clientes institucionais.

É importante, pero a maioría é das administracións. É significativo o das empresas, pero non moi importante cuantitativamente.

A presenza do galego na publicidade é a cada paso maior, sobre todo pola conciencia do emprego da nosa lingua polas empresas máis importantes e as institucións, e tamén polo apoio dalgúns medios con tarifas melloradas para a publicidade en galego fronte á que vai en castelán.

É unha das batallas que ten que gañar a lingua galega. Se eliminamos a publicidade institucional (Xunta e universidades, algún concello) non queda gran cousa.

Coincidindo cos argumentos que responsabilizaban ás dinámicas do mercado da baixa demanda de galego nos medios de

comunicación, algúns dos informantes indicaron que os publicistas non observan unha gran demanda de galego, dado que non é unha lingua útil para a publicidade.

Se os empresarios non fan publicidade en galego é porque ven que o galego segue sendo unha lingua con moito menor prestixio ca o castelán.

Algunhas respostas vincularon a publicidade aínda a tópicos coñecidos e amplamente difundidos, como que o galego se utiliza maiormente para promover produtos relacionados con alimentos básicos ou de elaboración galega e con produtos vinculados á agricultura.

Hai un uso claro de publicidade en produtos caseiros.

Aínda chama positivamente a atención ver anuncios en galego... moitas veces vinculados co sector agrogandeiro, preferentemente.

Moitas respostas incluían unha relación de retos e necesidades para que avanzase o galego na publicidade. Estes son diversos, pero podemos facer unha relación dos máis relevantes. Relacionouse a escasa galeguización da publicidade coa figura dos publicistas.

Os xestores da publicidade, con prexuízos nunha gran porcentaxe, con grande influencia da inercia e con non moito interese en dobrar o esforzo que supón unha versión en galego.

Hai unha porcentaxe moi alta de anuncios (en todos os soportes mediáticos) que proveñen de axencias e anunciantes de fóra de Galicia, que saben que aquí non sofren a presión, por exemplo, de Cataluña.

As axencias non ofrecen esta posibilidade.

No mesmo plano, tamén se constata unha ausencia importante de demanda de publicidade en galego por parte dos anunciantes, ben por motivos ideolóxicos, pragmáticos ou relacionados con inercias.

[é preciso] O convencemento de moitos anunciantes, a pesar da interesante normalización que se levou a cabo neste ámbito e das respostas positivas que se reflicten nos estudos de mercado.

Máis unha vez priman intereses alleos e ideolóxicos: os propios anunciadores saben que o galego vende e, porén, empregan o castelán.

Outro atranco importante é o atribuído á falta de calidade e autenticidade dos modelos orais difundidos nos medios.

Cómpre un modelo de lingua que poida ser percibido como propio, próximo, etc. polo destinatario, como algo de seu.

Por último, hai que destacar que tamén se percibe unha ausencia de información ou promoción, probablemente atribuíble aos sectores públicos responsables da planificación lingüística.

Non hai información ás empresas e aos empresarios.

A modo de conclusión do contido deste capítulo faremos as seguintes valoracións: se contrastamos as opinións dos expertos co resto das análises que facemos ao longo da presente monografía atopamos coincidencias importantes. Por exemplo, vemos como case todos salientan a creación da radio e da televisión públicas de Galicia como un fito salientable da galeguización dos medios, a pesar das críticas que se poidan facer á súa xestión e calidade. Do mesmo xeito que constamos no capítulo anterior, os expertos destacan a escasa evolución do galego no sector da prensa escrita principalmente, pero tamén na radio e na televisión, responsabilizando

principalmente aos editores e directivos, pero tamén aos usuarios e consumidores.

Moitos dos problemas detectados coinciden tamén con fenómenos atopados por outras vías de investigación, por exemplo, a adscrición de contidos en galego con contidos culturais e sociais, problemas de calidade lingüística nos medios públicos, a escasa incidencia das subvencións públicas aos medios, así como a dificultade de penetración do galego no eido publicitario. Os aspectos positivos son tamén moitos, destacando a hipótese moi difundida do gran peso que tiveron os medios galeguizados na conformación dun espazo identitario galego.

## VI. ANÁLISE LINGÜÍSTICA

### 1 INTRODUCCIÓN

O obxecto de estudo deste capítulo é considerar a dimensión lingüística da utilización da lingua galega nos medios de comunicación, tanto nos medios escritos coma nos audiovisuais. Para tratar esta cuestión teremos en conta os diferentes temas de debate que se foron suscitando a medida que o galego foi acadando presenza mediática, comezando polos medios impresos e continuando polos audiovisuais.

En moitas ocasións os eixes temáticos de debate e da análise lingüística estiveron centrados na calidade dos textos –escritos e orais– (ou, mellor dito, na falta de tal calidade), pero tamén se cuestionou a ‘autenticidade’ das variedades lingüísticas despregadas nos medios, así como a relación entre a variedade estándar do galego e os lectos audiovisuais, os modelos de lingua apropiados, etc.

Un dos aspectos transversais que incidiu considerablemente nesta cuestión foi a conformación dos rexistros elaborados da lingua, principalmente no caso dos rexistros orais. Tocante á lingua galega oral, lembremos os tres tipos de problemas que tivo o galego no momento en que comeza a súa paseniña expansión funcional nos anos oitenta, a medida que comezou a ter visibilidade pública en diferentes contextos de uso formais (cfr. Regueira, 2000: 20-21): *a)* problemas de modelos de referencia; *b)* problema de prestixio; *c)* problema de fidelidade (autenticidade).

Tocante á estandarización da lingua galega, a relación entre medios, variedade estándar e proceso estandarizador é complexa. Por unha banda, os medios de comunicación tenden a converterse na principal axencia de difusión das variedades (e formas propias do) estándar de calquera lingua, xunto coa institución escolar. E, en moitas ocasións, o éxito das propostas estandarizadoras depende da súa implementación audiovisual, principalmen-

te no caso das emisións televisivas, que teñen unha enorme difusión e éxito social.

Por outra banda, os medios audiovisuais tenden a desenvolver variedades lingüísticas específicas, máis ou menos próximas á variedade estándar correspondente, nun proceso de concreción formal e estilística que se encadra na necesidade de adaptar o código lingüístico aos requirimentos comunicativos propios das transmisións audiovisuais. Ademais, se ben a variedade estándar de calquera lingua adoita concitar as avaliacións máis positivas en termos de prestixio social, as variedades transmitidas polos medios audiovisuais tamén suscitan habitualmente opinións e actitudes moi positivas na cidadanía, converténdose así nun modelo de lingua valorado e imitado.

Se a relación entre medios, variedade estándar e proceso estandarizador é complexa, a historia recente do proceso de estandarización contemporánea da lingua galega fixo que resultase aínda máis complicada aquela relación. Na difusión pública do galego a partir de 1980, entre os que se atopa a presenza da lingua galega nos medios, ese proceso social vai da man da estandarización, e ese proceso foi de todo menos tranquilo.

Outro aspecto que cómpre salientar é que a escasa tradición de uso xornalístico e audiovisual do galego lastrou profundamente a posta en práctica de modelos audiovisuais galegófonos: falta de tradición, de formación lingüística axeitada, un certo desleixo nos profesionais por un idioma cunha estandarización conflitiva, etc.

## 2 A LINGUA GALEGA NOS MEDIOS IMPRESOS

Un obxecto de estudo de longa tradición nas linguas que publican medios impresos é o da calidade do modelo de lingua que redactan os xornalistas e que publica cada medio en cuestión. Ademais de constatar distintas clases de problemas na fixación das formas apropiadas para os medios escritos, analízanse as formas que son correctas e incorrectas dende o punto de vista normativo

e sinálase que os medios tenden a ser innovadores na selección léxica (introdución de estranxeirismos e presenza de neoloxismos no léxico, por exemplo). Noutros casos trátase o que se consideran ‘abusos lingüísticos dos xornais’, que en palabras de Guillermo Rojo consisten en «expresións que violentan de forma innecesaria a estrutura da lingua ou supoñen desviacións fortes do que é uso común» (Rojo, 1991).

Varios foron os traballos en que o galego que utilizan os medios de comunicación impresos en Galicia foi o obxecto de estudo (cfr. Fernández Rei, 1991; Goyanes *et al.*, 1996: 13-71; Hermida Gulías, 1999; 2002).

Por unha banda, Fernández Rei (1991) analiza as interferencias lingüísticas do castelán no galego da prensa escrita, tendo en conta a morfoloxía, sintaxe e léxico, e analiza tamén a escolla de formas diferenciais en galego respecto do castelán, estratexia lingüística levada a cabo mediante cambios semánticos e nivelacións e mediante os procedementos de *sobrealienación* e de *hiperalienación*.

Por outra banda, Goyanes *et al.* (1996) mostran unha ampla selección de interferencias, calcos e préstamos do castelán no galego, tanto no plano morfosintáctico coma no plano léxico. Respecto do léxico, sinalan que «o volume de castelanismos no galego da prensa é moi grande, non só a linguaxe oral está ategada deles» (p. 53). E a continuación poñen exemplos de elementos léxicos diferencialistas que consisten en rexeitar formas plenamente galegas pero coincidentes co castelán e a súa substitución por termos de orixe diversa: dialectalismos, lusismos, arcaísmos, etc.

A continuación, analízase detalladamente como tratan os medios impresos galegos a toponimia galega. Esa análise demostra que a redacción da toponimia maior galega conforme ás recomendación da Comisión de Toponimia da Xunta de Galicia e das recomendacións da Real Academia Galega está lonxe de ser unha realidade, tanto no caso dos topónimos ‘problemáticos’ (A Coruña, as ‘pobras’, etc.) coma no resto de formas recuperadas ou que sim-

plemente presentan diferenzas importantes respecto da súa versión en castelán. E iso dáse malia que as recomendacións das redaccións dos xornais adoitan ser claras no sentido de respectar as formas galegas aprobadas polos organismos oficiais (na liña sinalada pola Lei de normalización lingüística de 1983).

Finalmente, Hermida Gulías (1999), nunha análise sobre a morfosintaxe do galego na prensa, chega ás conclusións de que, por un lado, os erros morfolóxicos son menores ca os sintácticos, o cal corrobora a observación de que se vai estendendo a adecuación da lingua impresa ás normas ortográficas e morfolóxicas do galego estándar; e, por outro, que a maior parte dos erros detectados proceden da translación de estruturas do castelán no galego, indicando que os castelanismos están moi estendidos na prensa escrita.

En todos os traballos mencionados téntase dar unha resposta aos motivos desta expansión de fenómenos lingüísticos de interferencia procedentes do castelán e de erros de redacción de diferente tipo. Por unha banda, alúdese á situación de contacto lingüístico entre as dúas linguas, que favorece a aparición de formas dunha lingua nos enunciados e textos da outra. Por outra banda, sinálase que o descoñecemento, vacilación e inseguridade na redacción en galego, principalmente polo descoñecemento do galego escrito e por falta de fluidez na súa elaboración, estarían na cerna do problema. González Montañés (1992: 7) relata moi graficamente a fonda inercia castelanófona de moitos dos profesionais do xornalismo:

(...) Cando un redactor se senta diante da máquina de escribir e dispón de, se cadra, catro ou cinco minutos para contar unha historia, adoita funciona-lo seu subconsciente xornalístico, o hábito adquirido na facultade e mesmo xa antes no período escolar, de contar algo nunhas determinadas estruturas escritas. É, neste momento, cando máis aflora o castelán periodístico puro e duro, é dicir, cos seus acertos e as súas incorreccións, cos vellos tópicos e as novas incorporacións léxicas desa lingua.



### 3 O GALEGO NOS MEDIOS AUDIOVISUAIS

A partir dos anos oitenta, a presenza da lingua galega nos medios audiovisuais animou a elaboración de traballos diversos, a difusión de opinións e o xurdimento de distintos debates lingüísticos, sociolingüísticos e de política lingüística (cfr., por exemplo, Kabatek, 1991; González Montañés, 1992). Tal como constatamos na sección dedicada á análise da presenza do galego na radio e televisión (véxase o capítulo IV), as emisións da Televisión Española en Galicia e, sobre todo, o comezo das emisións da Televisión de Galicia e da Radio Galega en 1985 supuxeron un fito na historia do galego nos medios audiovisuais.

Dende unha perspectiva lingüística, cómpre situar esta cuestión no plano da ampliación dos usos sociais da lingua galega; en consecuencia, este cambio funcional supuxo para a lingua a necesidade de contar con novas variedades diafásicas (relacionadas cos usos da lingua) adaptadas ás necesidades de comunicación en galego.

A creación da CRTVG e o inicio das emisións regulares en galego na radio e na televisión públicas constituíron un fito de relevancia tanto socio-funcional como lingüística. En primeiro lugar, de relevancia socio-funcional porque o galego acadaba unha presenza cuantitativa importante no panorama das transmisións televisivas da época captadas en Galicia. Nese ano, en 1985, antes do comezo das emisións das televisións privadas e locais, os espectadores/as podían acceder a tres canles: dúas de Televisión Española e a TVG: é dicir, un terzo da oferta de televisión de Galicia emitíase en galego<sup>1</sup>. E nas transmisións radiofónicas, cunha canle exclusivamente en galego nun panorama mediático dominado ata daquela polas emisións en castelán.

1. Con todo, tal como sinalamos no apartado 2.1 do capítulo IV, ese dato porcentual é necesariamente aproximado porque, por unha banda, non toda a programación da TVG se realizaba en galego cando esta comezou a emitir (algúns programas e certas películas que se emitían en castelán; tamén a maioría da publicidade se emitía nesa lingua, etc.); e, por outra banda, se se contabilizaban as desconexións da TVE-G realizadas en galego, a porcentaxe xeral tamén podería mudar.

E, en segundo lugar, de relevancia lingüística, porque a chegada a un novo medio facía que o idioma precisase dunha adecuación acelerada aos requirimentos formais e estilísticos do audiovisual feito en galego. Polo tanto, por primeira vez na historia a lingua galega víase inserida nun medio de difusión social masiva –o audiovisual– no que nunca antes tivera unha presenza extensiva e regular. Os requirimentos formais –lingüísticos, estilísticos e terminolóxicos– para a lingua foron máximos e a situación de partida era, cando menos, complicada.

Naquela altura do proceso, a conformación dos rexistros orais elaborados da lingua era unha tarefa pendente e a estandarización da lingua galega era contestada por diferentes sectores que disentían da liña seguida na selección da variedade e, sobre todo, non concordaban con diferentes partes concretas do proceso de codificación levado a cabo. Ademais, aquel proceso de estandarización, tal como sinalamos na introdución deste capítulo, resolveu a dimensión escrita pero deixou moitas dúbidas e incertezas sobre a parte oral. Esta circunstancia fixo que para moitos en 1982 non quedase definido plenamente un estándar oral da lingua galega, e o que só houbo foi a sinalización de certos elementos tendenciais.

De cara á súa difusión mediática, cumpría elaborar unha planificación lingüística, técnica e rigorosa, no tocante precisamente á relevancia que o factor lingüístico ía ter no día a día das emisións televisivas e radiofónicas: por exemplo, ter en conta inicialmente a necesidade de especificar diferentes tipos de requisitos lingüísticos para os profesionais implicados, a necesidade de concretar as escollas lingüísticas nun libro de estilo, a organización do traballo que se levaría a cabo por parte dos lingüistas e dos servizos lingüísticos nas distintas áreas da CRTVG, etc. En cambio, o xurdimento dos medios públicos galegófonos non foi acompañado desta planificación axeitada da formación e mesmo da selección das persoas que debían desenvolver a actividade lingüística oral (presentadores e locutores, redactores que elaboran textos para seren lidos, etc.). E tampouco se planificou a fixación dun modelo

lingüístico de referencia para os contextos audiovisuais, con criterios e normas xeradas dende a lingua galega. Tendo en conta a tradición de medios castelanófonos, era máis que probable que acabasen chegando mimetizados os ditos modelos a partir do castelán.

A diferenza dos medios escritos, nos que os analistas consideraban principalmente a calidade lingüística dende o punto de vista da fixación da variedade normativa da lingua galega, nos medios audiovisuais abríanse, como mínimo, tres debates diferentes, aínda que sen dúbida con múltiples aspectos partillados, debates que en moitas ocasións non se diferenciaron adecuadamente:

- a) en primeiro lugar, a detección das incorreccións formais –léxicas, gramaticais, etc.– no galego empregado e a cuestión da calidade xeral da lingua oral.
- b) en segundo lugar, a cuestión dos rexistros orais elaborados e a da variedade estándar oral da lingua galega en relación coas emisións audiovisuais.
- c) en terceiro lugar, o contido do modelo específico de variedade lingüística audiovisual desenvolvida e fixada nos medios.

Con respecto ao primeiro aspecto, denunciouse a posta en práctica lingüística de locutores, presentadores, etc. que tiñan unha competencia inadecuada no galego oral, o que redundaba nunha entoación, fonética e prosodia máis próxima ao castelán ca ao galego. Por exemplo, López Dobao (1999: 359-40) indicaba o seguinte ao referirse ao idioma da radio e televisión galegas.

(...), a calidade lingüística das emisións da radio pública galega é moi cativeira. (...), o discurso oral da radio galega está tan lonxe do galego como próximo a pautas fónicas, prosódicas, sintácticas e estilísticas do castelán. Son poucos os profesionais que diante do micrófono demostran un aceptable dominio de recursos que lles permita emitir mensaxes orais con corrección. (...)

O caso da TVG presenta situacións diferentes porque o seu universo referencial é máis amplo e as condicións de produción permiten intervencións máis directas. Desde o punto de vista fonético,

tanto os programas informativos, creadores de modelos de referencia, coma os deportivos presentan un nivel lingüístico paupérrimo. (...). Os modelos expresivos camiñan cada vez máis nun exercicio de mímese, mesmo nos erros, dos modelos dos medios castelanófonos.

Xa dende o inicio das programacións da CRTVG en 1985, diferentes analistas alertaban sobre certas deficiencias lingüísticas e estilísticas da variedade lingüística do galego difundida a través de tales medios, principalmente no tocante ás variedades desenvolvidas por diferentes locutores/as e presentadores/as<sup>2</sup>. Lonxe de seren alertas esporádicas, constituíron un amplo debate suscitado en publicacións académicas e en medios de comunicación escritos. Nesa constatación da baixa calidade lingüística da produción audiovisual da radio e televisión mesturáronse os tres aspectos que sinalamos anteriormente. A este respecto, Regueira (1994: 57) afirmaba que «ningunha razón pode xustificar que tantos profesionais dos medios de comunicación teñan un dominio tan deficiente do galego oral, e o que é peor, que tras anos de exercicio da profesión sigan facendo gala da mesma incompetencia lingüística». Alguén, se cadra nun exceso de xeneralización maliciosa, afirmaba que o idioma da TVG era o peor do mundo (observación recollida en López Dobao, 1990: 257).

Pero non se trataba só do caso da CRTVG. Nun traballo centrado en textos da redacción da TVE-G, González Montañés (1992: 6) analizaba a calidade do galego utilizado e sinalaba algúns exemplos do que considera ‘desaxustes na redacción’:

2. Como non se realizaron traballos de campo específicos, descoñecemos a extensión de tales variedades e en que medida se relacionan esas variedades con determinados individuos que desenvolvían actividades concretas (no caso da tele, presentadores, etc.; no caso da radio, locutores, etc.). Non tendo, xa que logo, esa información pormenorizada, debemos supoñer que a observación sobre a baixa calidade da lingua utilizada se debe a un número alto de participantes nas transmisións audiovisuais, pero non a todos/as, habendo diferentes casos de individuos cunha competencia aceptable ou mesmo alta no galego oral.

Os graos de incorrección son moitos e moi variados e van desde o descoñecemento da fonotáctica da lingua (profesionais instalados lingüisticamente no castelán), problemas de escollo morfolóxica (ben por ignorancia, ben por dialectalismo), falta de dominio léxico (castelanismos, vulgarismos, hipergaleguismos, descoñecemento e incompreensión das propostas innovadoras...) ata erros na estrutura sintáctica e en xeral descoidos e imperfeccións na redacción.

Foi por iso que diferentes autores se encargaron de considerar os diferentes tipos de fenómenos lingüísticos detectados nos medios audiovisuais e as causas que os provocaban. Por exemplo, Regueira (1994) presentaba unha análise detallada dos modelos fonéticos ‘pseudogalegos’. E tamén Kabatek (1991) analizaba a lingua empregada nos novos usos sociais que o galego comezaba a experimentar nos anos oitenta e, concretamente, exemplificaba nese traballo as interferencias do castelán no ‘galego público’ (o dos políticos no Parlamento de Galicia e o dos medios de comunicación). Este autor sinala que a aparición destes fenómenos lingüísticos forma parte dun proceso normal tendo en conta varios factores sociolingüísticos: o bilingüismo dos falantes, a semellanza estrutural entre as dúas variedades en contacto e a non existencia de variedades diafásicas da lingua estándar.

Porén, moitas críticas ao galego televisivo ou radiofónico proviñan de analistas que denunciaban a non utilización das variedades populares do galego e de determinados trazos lingüísticos propios de áreas dialectais concretas. En definitiva, estas críticas centrábanse na ausencia de distintos tipos de elementos lingüísticos marcados social e xeograficamente no galego oral dos medios. Neste punto estamos ante un asunto diferente do da calidade lingüística: débatese sobre a concreción da variedade estándar oral.

Como distintos autores puxeron de manifesto (cfr. Monteagudo, 2003: 116), a atención cada vez meirande que se lle presta á definición do estándar oral procede en gran parte da creación da radio e televisión públicas. Tal como sinalabamos ao comezo deste apartado, as esixencias lingüísticas dos novos medios

foron moi altas para a lingua galega e precisamente a cuestión do estándar oral non quedou totalmente resolta coas NOMIG-1982. A este respecto, López Dobao (1990: 256) afirma que:

(...) se a variedade referencial ou estándar está relativamente asentada no plano ortográfico e morfolóxico, a súa aplicación na formulación dun modelo de idioma para os medios de comunicación, e para a televisión e a TVG en concreto, demóstranos que aínda hai por resolver problemas de estándar léxico e sintáctico, e sobre todo da posibilidade dun estándar oral.

E, finalmente, relacionado coa calidade lingüística das emisións audiovisuais e do estándar oral do galego, preséntase a cuestión do modelo lingüístico propio das transmisións audiovisuais. Por unha banda, ese modelo debía derivar da variedade estándar oral pero axeitada ás necesidades do medio e dos seus usos. Así, por exemplo, compartía coa variedade común a profusión de cultismos e de neoloxismos e unha importante depuración léxica. Pero, por outra banda, algunhas das observacións críticas centrábanse en constatar que ese modelo audiovisual estaba mal configurado –por exemplo, partía dunha interpretación literal da variedade estándar escrita do galego– e que o seu contido se aproximaba moito ao modelo audiovisual dos medios castelanófonos. É dicir, o sociolecto audiovisual do galego carecía de elementos estilísticos xenuínos e diferenciados doutras variedades orais galegas.

Neste sentido, con respecto ao modelo de lingua audiovisual, Dobao (1990: 257-8) expón unha proposta que vai na dirección de apostar por un ‘lecto’ apropiado para a televisión, que pode diverxer doutras propostas unificadoras («determinadas expresións ou palabras útiles e válidas para a linguaxe académica e literaria non son apropiadas para o medio televisivo», pp. 257-8). Sobre os arcaísmos e estranxeirismos (principalmente os de orixe castelá) opta por un ‘diferencialismo prudente’ pero «non sacrificaremos nunca un modelo de lingua rigoroso e adecuado ás nece-

sidades de comunicación e á realidade da fala por cousa do diferencialismo mal entendido» (p. 258).

Tamén é especialmente interesante a proposta de Hermida Gulías (1999) de cara a avanzar nun modelo lingüístico e estilístico para os medios de comunicación que incorporen a lingua galega. Tal como sinala a autora, os medios de comunicación «deben empregar unha lingua que respecte o sistema lingüístico, que teña en conta as consideracións normativas e que, en relación coas variedades xeracionais, diatópicas, diafásicas e diastráticas, opte pola variedade estándar da lingua (...)».





## VII. LINGUA, MEDIOS E CIDADANÍA

O consumo de medios en galego está limitado pola cativa presenza que esta lingua tivo e segue a ter no sector da comunicación de masas. A análise desta realidade foi obxecto de estudo de investigacións de diversa índole realizadas nos últimos 20 anos. Dende a sociolingüística da comunicación de masas prestouse unha certa atención á análise da demanda e do consumo, das actitudes da poboación, etc. Nesta tradición de traballos, enmarcamos o contido deste capítulo. O obxectivo xeral é presentar os datos obtidos a partir dunha enquisa sobre medios de comunicación e lingua galega.

Os obxectivos concretos do capítulo son os seguintes:

- Analizar as pautas de consumo de medios de comunicación en Galicia: TV, radio, cine, xornais, semanarios e internet. Con esta análise pretendemos contrastar a presenza de medios en galego e medios en castelán, ademais de coñecer os perfís do consumidor tendo en conta a lingua como variable estratificadora.
- A avaliación das actitudes e as percepcións dos consumidores a respecto do uso da lingua galega nos medios.
- Coñecer as posibilidades de penetración dun novo medio de comunicación que utilice só o galego como lingua de expresión. Adiantándonos ás conclusións deste apartado, parece obvio que o notorio desequilibrio entre medios que se expresan en castelán e medios que se expresan en galego sexa percibido pola poboación galega como unha realidade superable a curto prazo.

### 1 METODOLOXÍA

Os datos manexados para elaborar esta parte proceden dunha enquisa realizada entre a poboación galega de 18 ou máis anos. Para iso deseñouse unha mostraxe polietápica estratificada

con afixación proporcional en cada un dos estratos. As unidades da primeira etapa son os segmentos censuais, entre os que se seleccionaron aleatoriamente as seccións mostrais. En cada sección mostral, a elección dos entrevistados levouse a cabo seguindo un procedemento de rotas aleatorias controlando cotas de sexo e idade.

Os datos recolléronse mediante entrevistas telefónicas. Para obter estimacións cun determinado nivel de fiabilidade o tamaño da mostra estableceuse en 1200 unidades que, debido a axustes do traballo de campo, quedou finalmente en 1203 entrevistas. Para un valor de  $p=q$  e un nivel de confianza do 95,5%, o erro mostral máximo é do  $\pm 2,9\%$ . Pode verse o axuste entre a porcentaxe poboacional e a mostra real na táboa 18, na que ademais incluímos os concellos que foron seleccionados ao azar como puntos mostrais.

Para garantir a calidade do instrumento fíxose unha supervisión efectiva do 30% das entrevistas no traballo de campo e do 100% en gabinete. O traballo de campo, incluíndo a supervisión, a gravación e a depuración dos datos, foi realizado pola empresa Cidadanía durante os meses de setembro a decembro de 2003.

O instrumento de medida foi un cuestionario estandarizado (anexo 2) cun total de 59 ítems, só excepcionalmente con posibilidade de resposta múltiple (preguntas 18 e 19). O cuestionario ten catro partes diferenciadas: preguntas de categorización social (sexo, idade, etc.), preguntas sobre hábitos lingüísticos do entrevistado, preguntas sobre consumo de medios e preguntas sobre actitudes perante o uso do galego nos medios de comunicación. A porcentaxe de respostas válidas foi moi alta na maioría dos ítems. Para o tratamento dos datos utilizouse o programa SPSS 14.0.

Táboa 18. Distribución xeral da mostra

|                     | %<br>Poboación | %<br>Mostra | Unidades<br>mostrais | Seccións<br>mostrais                                                     |
|---------------------|----------------|-------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 0-2000 hab.         | 4,14           | 4,07        | 49                   | Lobeira, O Bolo                                                          |
| 2001-5000 hab.      | 13,52          | 13,46       | 162                  | Maside, Cartelle, Antas<br>de Ulla, O Saviñao,<br>Becerreá               |
| 5001-10 000 hab.    | 16,24          | 16,29       | 196                  | Cedeira, Brión, Cervo,<br>Guitiriz, Allariz, O Rosal                     |
| 10 001-20 000 hab.  | 19,78          | 19,78       | 238                  | Fene, Muros, Vilalba,<br>O Barco de Valdeorras,<br>A Guarda, Tui, Nigrán |
| 20 001-50 000 hab.  | 10,87          | 10,72       | 129                  | Arteixo, Oleiros,<br>A Estrada, Vilagarcía<br>de Arousa                  |
| 50 001-100 000 hab. | 12,30          | 12,21       | 147                  | Ferrol, Santiago, Lugo,<br>Pontevedra                                    |
| 100 001 e máis hab. | 23,15          | 23,44       | 282                  | A Coruña, Ourense,<br>Vigo                                               |
| Total               | 100            | 100         | 1203                 | 31                                                                       |

## 2 DESCRICIÓN DA MOSTRA

A mostra presenta as características que se recollen nas táboas 19 e 20. Na primeira delas aparece a caracterización social e na segunda o perfil sociolingüístico dos entrevistados. Como se pode ver, hai un predominio dos individuos de entre 41 e 65 anos, con estudos elementais. A distribución por tamaño de hábitat é moi semellante, cun lixeiro predominio dos que viven en vilas pequenas e en espazos rurais.

Táboa 19. Caracterización social da mostra

| PORCENTAXE |                    |      |
|------------|--------------------|------|
| Xénero     | Home               | 48   |
|            | Muller             | 52   |
| Idade      | 18-25              | 12,6 |
|            | 26-40              | 25,9 |
|            | 41-65              | 36,3 |
|            | >65                | 25,2 |
| Estudos    | Sen estudos        | 5,2  |
|            | Estudos elementais | 49,5 |
|            | Estudos medios     | 27,5 |
|            | Estudos superiores | 17,8 |
| Hábitat    | < 10 000           | 39,9 |
|            | 10 001-50 000      | 30,5 |
|            | > 50 000           | 35,7 |

Canto ao perfil sociolingüístico, estamos ante unha mostra en que destacan os falantes bilingües, por un lado, e os monolingües en galego polo outro. Os que se expresan habitualmente en castelán son minoritarios. A gran maioría ten un excelente dominio do galego nas súas destrezas orais, sendo tamén maioritarios os que poden ler e escribir en galego sen dificultade. Con todo, case un terzo dos entrevistados afirma ter moitas dificultades para escribir en galego.

É tamén un terzo o que tivo algún tipo de contacto formal co galego, tanto no ensino regulamentado como noutras modalidades educativas. Dito doutro xeito, estamos maioritariamente ante persoas que aprenderon o galego no seo da familia ou en interaccións sociais de carácter informal.

Táboa 20. Perfil sociolingüístico da mostra

| PORCENTAXE      |                      |      |
|-----------------|----------------------|------|
| Lingua habitual | Galego               | 39,9 |
|                 | Castelán             | 19,1 |
|                 | Bilingüe             | 41   |
| Entender        | Ningunha dificultade | 92,8 |
|                 | Algunha dificultade  | 6,8  |
|                 | Moita dificultade    | 0,4  |
| Falar           | Ningunha dificultade | 82,5 |
|                 | Algunha dificultade  | 14,9 |
|                 | Moita dificultade    | 2,6  |
| Ler             | Ningunha dificultade | 67,6 |
|                 | Algunha dificultade  | 25,6 |
|                 | Moita dificultade    | 6,8  |
| Escribir        | Ningunha dificultade | 38,3 |
|                 | Algunha dificultade  | 33   |
|                 | Moita dificultade    | 28,7 |
| Cursos galego   | Non                  | 61,8 |
|                 | Ensino primario      | 4,4  |
|                 | Ensino secundario    | 19,1 |
|                 | Universidade         | 3    |
|                 | Outros cursos        | 11,6 |

### 3 CONSUMO DE MEDIOS

#### 3.1 Perspectiva xeral

Na sociedade galega, o consumo de medios de comunicación de masas está favorablemente orientado cara aos medios tradicionais do sector audiovisual, TV e radio. Ambos están presentes na practica totalidade dos fogares galegos. Canto ao consumo, a radio é utilizada diariamente como medio de información por un 66% das persoas, mentres que a TV forma parte do día a día dun 92%. Pola súa parte, os medios escritos teñen unha demanda máis reducida: un 48% dos galegos le o xornal a diario e un 25% é afeccionado á lectura de libros.

As novas tecnoloxías aínda están pouco espalladas entre a poboación, cun nivel de penetración moi baixo como consecuencia do atraso tecnolóxico no que aínda se atopa inmersa Galicia. Tal é así que a banda larga segue sendo inaccesible para moitas familias. De feito, a finais de 2003, momento en que se produciron os datos desta enquisa, a cota de consumo diaria apenas superaba o 10% e sete de cada dez galegos nunca navegaran por internet. Certo é que ano a ano se constata un aumento significativo, inferior, en calquera caso, ao do resto do Estado e da Unión Europea. No período 2004-2007, a porcentaxe de fogares galegos con conexión a internet tivo a seguinte evolución:

*Táboa 21. Porcentaxe de fogares con conexión a internet*

|                    | Galicia | España |
|--------------------|---------|--------|
| 2004               | 21,1    | 33,6   |
| 2005 (1º semestre) | 27      | 35,5   |
| 2005 (2º semestre) | 28      | 37     |
| 2006 (1º semestre) | 29      | 39,1   |
| 2006 (2º semestre) | 30,7    | 41,1   |
| 2007 (1º semestre) | 32,3    | 44,6   |

Fonte: INE

Segundo o informe TIC 2005, que recolle os resultados da sociedade da información en Galicia, a nosa Comunidade atópase moi atrasada na maior parte dos indicadores que se empregan para medir os avances na sociedade da información, tanto con respecto ao resto de España como, particularmente, con respecto á UE. O diferencial medio con respecto a España é de 10 puntos e con respecto á media europea de 20. En 2006, en España o índice de penetración de internet acada o 39% e en Europa o 45%. As diferenzas mantéñense na penetración da banda ancha. Segundo datos do INE, Galicia sitúase en penúltimo lugar (antes de Estremadura) nos indicadores de acceso a internet por banda larga:

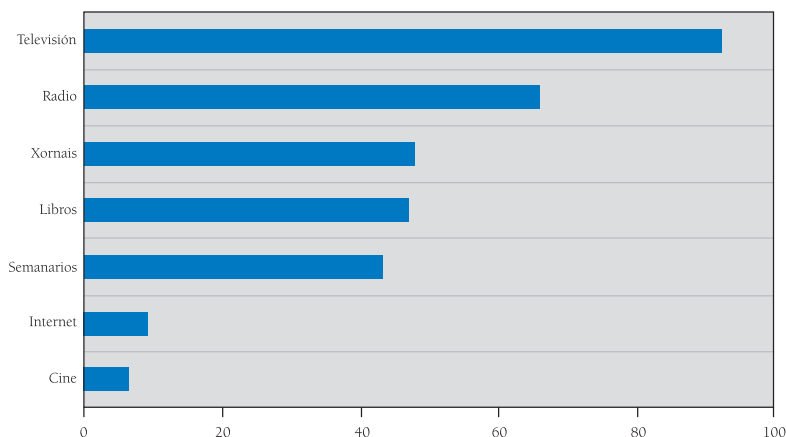
*Táboa 22. Porcentaxe de fogares con conexión a internet por banda ancha*

|                    | Galicia | España |
|--------------------|---------|--------|
| 2004               | 9       | 14,7   |
| 2005 (1º semestre) | 13,8    | 21,1   |
| 2005 (2º semestre) | 18,4    | 24,5   |
| 2006( 1º semestre) | 19,4    | 29,3   |
| 2006 (2º semestre) | 21,9    | 33     |
| 2007 (1º semestre) | 25,7    | 39,2   |

Fonte: INE

Os datos sobre o cine son tamén moi relevantes da escasa vinculación que os galegos temos con este medio. Só un 6% dos galegos vai ao cine unha ou máis veces por semana.

Gráfico 10. Cota de penetración dos medios



Nota: A audiencia mídese como se indica a continuación: *Televisión*: espectadores / día; *Radio*: oíntes / día; *Xornais*: lectores / día; *Libros*: lectores / mes; *Semanarios*: lectores / semana; *Internet*: usuarios / día; *Cine*: espectadores / semana.

### 3.2 Perfil dos consumidores de medios

O consumidor prototípico varía de medio a medio. A lectora habitual de libros é unha muller, de entre 26-40 anos, con estudos superiores e residente nunha cidade grande. Canto ao cine, o seu perfil é o de menores de 40 anos con estudos medios ou superiores e residentes nunha cidade grande. O lector de xornais é un home de entre 26 e 65 con estudos medios ou superiores e residente nunha cidade grande. Nos semanarios, o perfil que atopamos é o dunha muller, menor de 40 anos, con estudos superiores e residente nunha cidade grande. O oínte de radio é un home de 41 a 65 anos con estudos elementais. A espectadora da televisión é unha muller de entre 41 a 65 anos, con estudos elementais. Por último, o usuario habitual de internet é un home, menor de 40 anos, con estudos superiores e residente nunha cidade grande. Así pois, o consumo concéntrase fundamentalmente nos núcleos urbanos e na poboación menor de 40 anos, agás o consumo de xornais,



que mostra un patrón parcialmente diferente. Neste caso, o grupo de idade amplíase ata os 65 anos.

Se atendemos á comparación entre medios, obsérvanse algúns elementos destacables. Así, a idade introduce diferenzas relevantes con respecto ao consumo de medios. A diferenza xeracional é particularmente notoria con respecto ao uso de internet e ao cine. Case a metade dos que navegan a diario na rede ou van ao cine semanalmente teñen entre 26 e 40 anos. A fenda no consumo das novas tecnoloxías é extraordinaria nos maiores de 65 anos.

Aínda que as diferenzas son menores ca noutros medios, tamén a poboación que ten entre 26 e 40 anos constitúe o principal grupo lector de libros. En cambio, xornais e semanarios son máis lidos polo seguinte grupo de idade, os que se sitúan na franxa de 41 a 65 anos. Estes últimos son tamén os principais consumidores de radio e de televisión. De feito, a televisión é o medio coa poboación máis avellentada, cun nivel de penetración moi baixo entre a poboación máis nova. Apenas o 12% dos consumidores de TV ten entre 18 e 25 anos. A enquisa non contemplou os menores de 18 anos, que, como é sabido, constitúe tamén un grupo de idade moi fidelizado con respecto á TV, especialmente os máis cativos.

Non son relevantes as diferenzas entre homes e mulleres con respecto ao consumo de libros, cine e televisión. As máis notorias atopámolas en internet, onde a porcentaxe de homes dobra a de mulleres. O perfil do lector de xornais e o de oínte da radio tamén é un home, aínda que nestes casos as diferenzas son máis axustadas. As mulleres son o consumidor prototipo dos semanarios e da televisión, tamén con pequenas diferenzas.

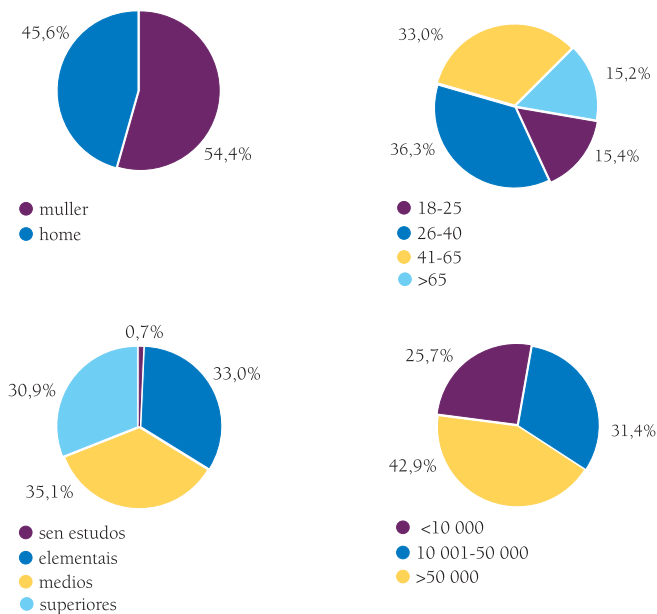
Os estudos constitúen outra variable fundamental para estratificar a demanda de medios de comunicación. As diferenzas máis evidentes recóllense nos medios audiovisuais e nas novas tecnoloxías. Nos medios escritos a comparativa é menos relevante. Se exceptuamos o consumo de televisión, no resto dos medios son as persoas con maior formación educativa as que tiran do consumo. Deste xeito, as persoas que acadaron un nivel de estudos medios ou

superiores son os principais lectores de libros, de xornais e de semanarios. Ademais son os que usan internet e van ao cine. Tamén escoitan a radio con máis frecuencia ca o resto da poboación.

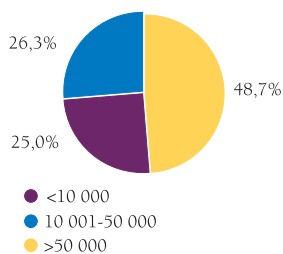
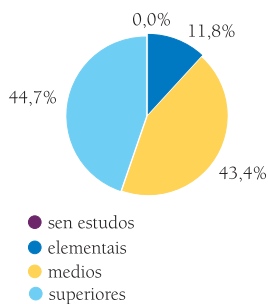
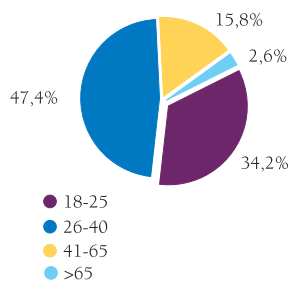
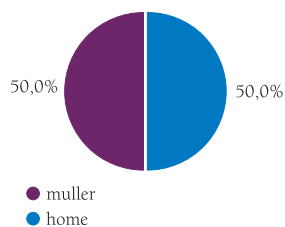
O consumo da televisión está homoxeneamente distribuído por toda a poboación. Como dixemos é o medio máis consumido e non hai diferenzas entre tipo de hábitat. Polo demais, a medida que aumenta o tamaño do lugar de residencia tamén o fai o consumo de medios. As principais diferenzas segundo a procedencia xeográfica danse na lectura de libros e de xornais, ademais da conexión a internet, que aínda sendo moi cativa, como xa comentamos, é lixeiramente maior nas cidades.

### Perfil dos consumidores de medios

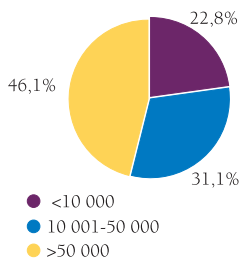
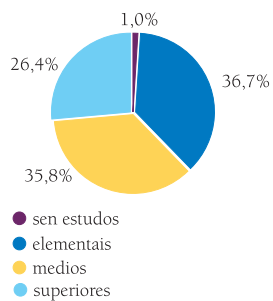
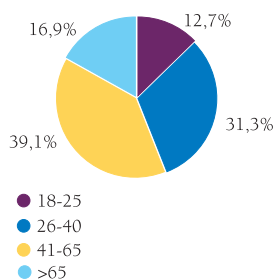
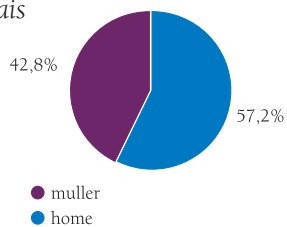
#### *Libros*

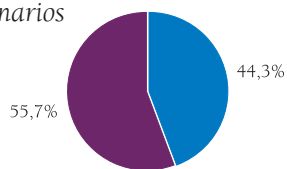


## Cine

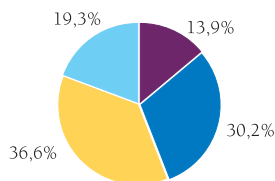


## Xornais

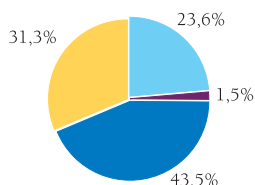


*Semanarios*

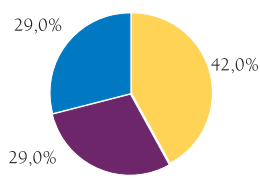
● muller  
● home



● 18-25  
● 26-40  
● 41-65  
● >65



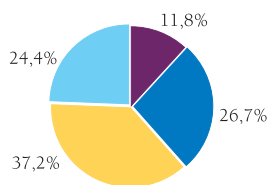
● sen estudos  
● elementais  
● medios  
● superiores



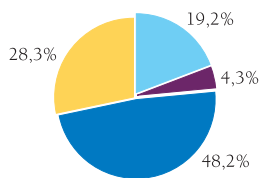
● <10 000  
● 10 001-50 000  
● >50 000

*Radio*

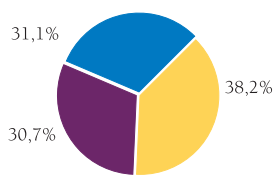
● muller  
● home



● 18-25  
● 26-40  
● 41-65  
● >65

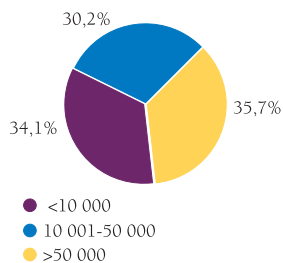
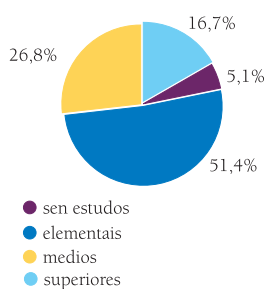
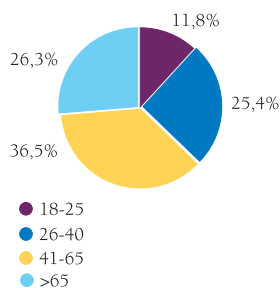
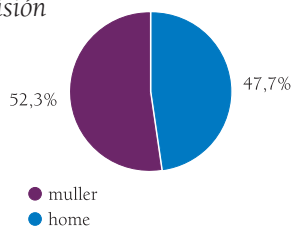


● sen estudos  
● elementais  
● medios  
● superiores

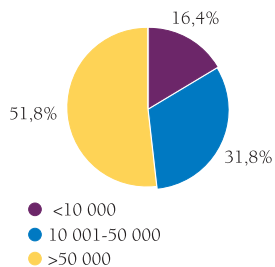
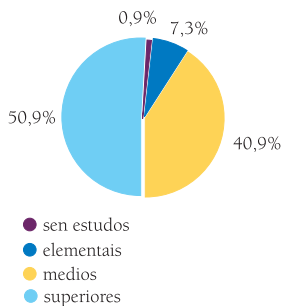
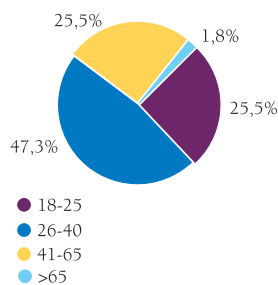
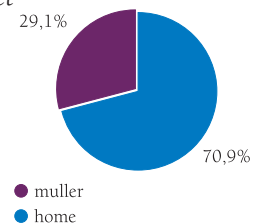


● <10 000  
● 10 001-50 000  
● >50 000

## Televisión



## Internet



### 3.3 Audiencia de xornais

Dada a relevancia social que teñen os xornais e as televisións, incluimos na enquisa unha serie de preguntas destinadas a coñecer, máis polo miúdo, o perfil das audiencias dos principios xornais vendidos en Galicia e das televisións que teñen unha cobertura maioritaria no noso territorio. Comezamos por expoñer os datos sobre os xornais.

Os xornais máis consumidos son *La Voz de Galicia*, seguido a moita distancia polo *Faro de Vigo*, *La Región* e *El Progreso*. De feito, segundo os nosos datos, os lectores habituais de *La Voz* son máis ca os de *Faro*, *La Región* e *El Progreso* xuntos. Trátase de catro soportes distribuídos maioritariamente en Galicia. A primeira cabeceira de cobertura estatal é *El País*, lido habitualmente polo 10% dos galegos<sup>1</sup>. O resto dos soportes xa non acada o mínimo do 10%, polo que os nosos comentarios versarán sobre estes cinco xornais. Debemos aclarar que non estamos medindo lectores diarios senón lectores habituais, entendendo por isto aquelas persoas que, polo menos, varias veces á semana len un determinado xornal. Tampouco se trata de consumo exclusivo; de feito, os entrevistados tiñan a posibilidade de elixir entre a oferta todos aqueles medios que realmente consumían. Trataremos este aspecto máis adiante.

1. Dende o mes de xaneiro de 2007 *El País* inclúe unha edición para Galicia que amplía a oferta informativa sobre este territorio.

*Táboa 23. Clasificación dos medios impresos (lectura habitual, non diaria: máis dunha vez á semana)<sup>2</sup>*

| <b>Xornal</b>                 | <b>%</b> |
|-------------------------------|----------|
| <i>La Voz de Galicia</i>      | 53,3     |
| <i>Faro de Vigo</i>           | 20,4     |
| <i>La Región</i>              | 14,8     |
| <i>El Progreso</i>            | 12,1     |
| <i>El País</i>                | 10,6     |
| <i>El Correo Gallego</i>      | 7,1      |
| <i>El Mundo</i>               | 5,8      |
| <i>Marca</i>                  | 5,7      |
| <i>El Ideal Gallego</i>       | 2,3      |
| <i>Diario de Ferrol</i>       | 2,3      |
| <i>Diario de Pontevedra</i>   | 2,3      |
| <i>La Opinión de A Coruña</i> | 2,2      |
| <i>AS</i>                     | 1,3      |
| <i>ABC</i>                    | 1,1      |
| <i>Galicia Hoxe</i>           | 0,2      |
| Outros                        | 0,9      |

### 3.3.1 Perfís de audiencia de xornais

Os gráficos que presentamos a continuación recollen a caracterización sociodemográfica e sociolingüística das audiencias das cinco cabeceiras con máis lectores en Galicia. Aínda que esta-

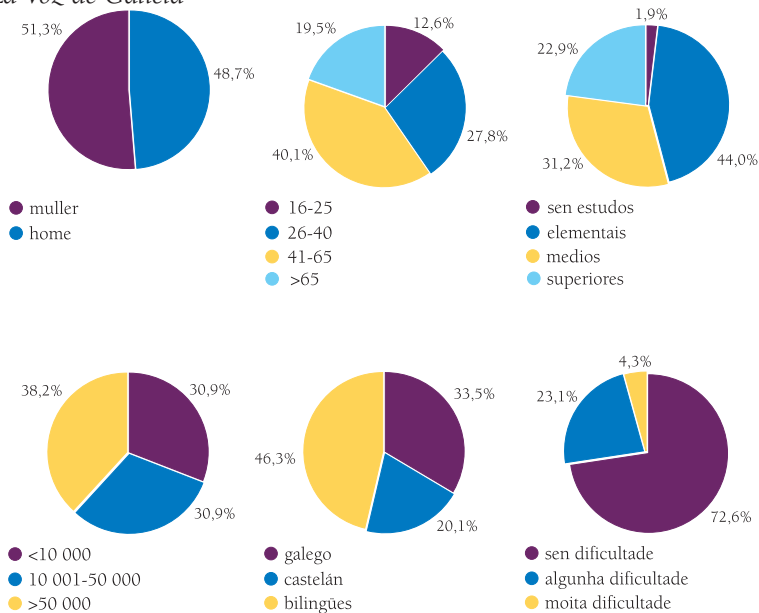
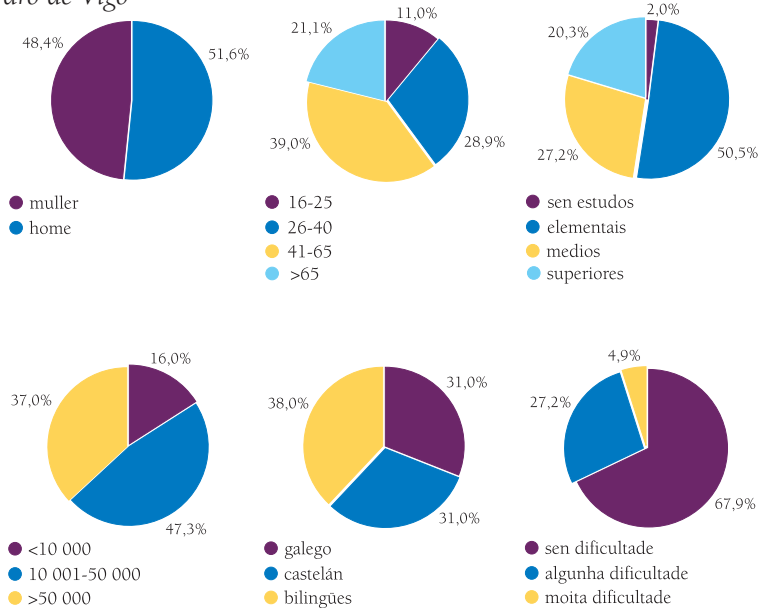
2. Cómpre sinalar que no momento en que se realizou o traballo de campo desta investigación (finais de 2003), a modalidade de prensa gratuíta non tiña presenza en Galicia. Esta é a razón pola que non temos datos sobre audiencia destas cabeceiras.

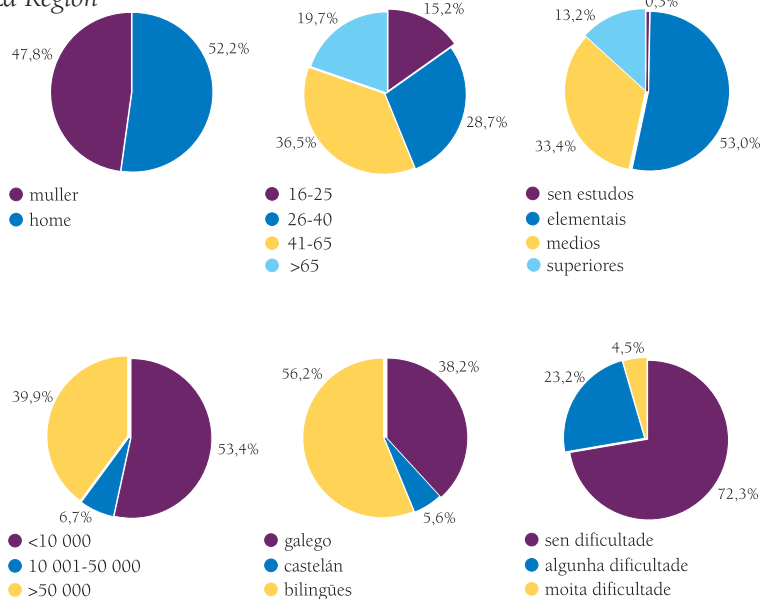
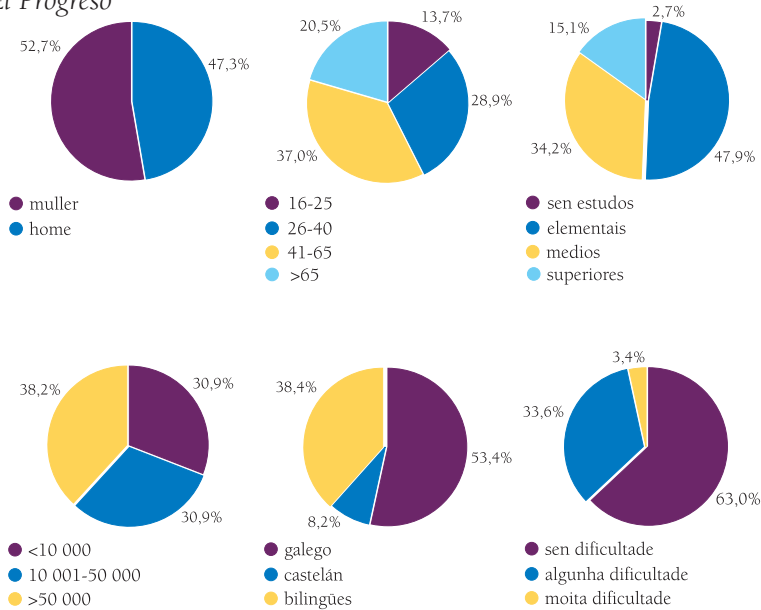
mos ante datos similares, hai algunhas variables que permiten establecer perfís. Así, o lector tipo de *La Voz* é un home de entre 41 e 65 anos, con estudos elementais e habitante urbano. O de *Faro* é tamén dun home de entre 41 e 65 anos, con estudos elementais pero, neste caso, habitante dunha vila grande ou dunha cidade pequena. No caso de *La Región* atopámonos cun home da mesma idade ca nos casos anteriores, tamén con estudos elementais pero residente nunha vila pequena ou no medio rural. O perfil da lectora de *El Progreso* é unha muller de 41 a 65 anos, con estudos elementais e que vive na cidade de Lugo. Finalmente, o lector tipo de *El País* é un home de 41 a 65 anos, con estudos superiores e que vive nunha das sete grandes cidades de Galicia.

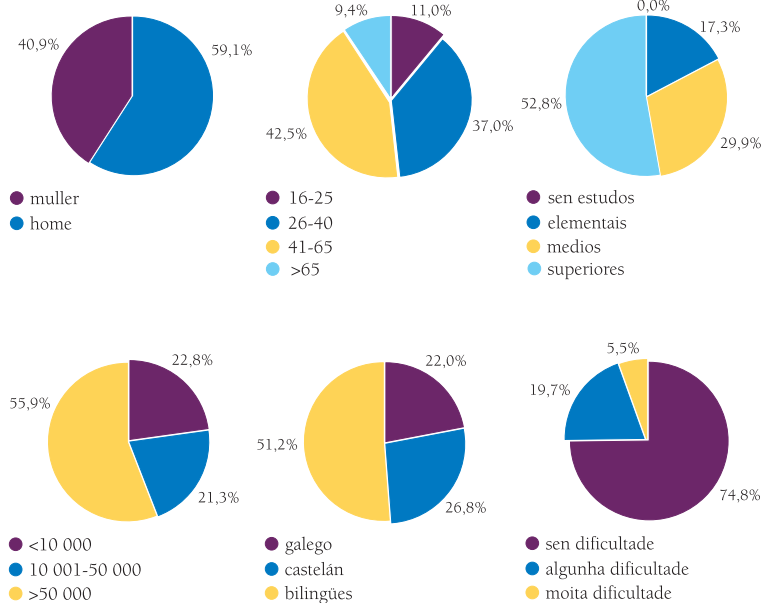
Con respecto á lingua habitual e ao dominio da lectura en galego os resultados son, en xeral, favorables á lingua galega. O perfil máis galegofalante é o de *El Progreso* (82,2%, suma dos monolingües en galego e os bilingües con dominio de galego), seguido de *La Región* (78,1%); un pouco menor pero superando tamén a metade dos lectores sitúase *La Voz de Galicia* (58,9%) e *Faro de Vigo* (53%); *El País* é o xornal que ten unha porcentaxe máis baixa de persoas que adoitan falar galego (43,3%), o que responde ao perfil dun lector tipicamente urbano.

Un dos argumentos máis argüídos polos xornais, para xustificar a irrisoria presenza do idioma galego na prensa, establece que o lector habitual ten dificultades para ler o galego estándar. Deste xeito xustificárase que a aposta por un xornal en galego, ou cando menos cunha maior visibilidade desta lingua, atoparía moitos problemas de comprensión. Pois ben, se analizamos a competencia lectora do lector tipo de calquera dos xornais seleccionados atopámonos con que estamos ante unha falsidade. Aproximadamente sete de cada dez lectores de prensa afirma non ter ningunha dificultade para comprender o galego escrito nos xornais. A proporción dos que teñen moitas dificultades é irrelevante, situándose entre o 3,4% dos lectores de *El Progreso* e o 5,5% dos que adoitan seguir a información de *El País*.



*La Voz de Galicia**Faro de Vigo*

*La Región**El Progreso*

*El País*

Outro aspecto salientable é que a maioría da poboación galega adoita ler máis dun xornal diferente á semana. A media é de 1,4. Os datos mostran que *La Voz de Galicia*, ademais de ser o xornal máis lido en termos absolutos, entra na maioría das combinacións. Por exemplo, oito de cada dez persoas que len *Diario de Ferrol* ou *La Opinión de A Coruña* tamén len *La Voz*. Esta proporción redúcese entre os lectores habituais do resto dos xornais. Con todo, mesmo entre os lectores do outro gran xornal de Galicia, *Faro de Vigo*, o uso da cabeceira coruñesa ten unha presenza salientable.

Táboa 24. Porcentaxe de lectores de... que tamén len habitualmente La Voz de Galicia

|                               |       |
|-------------------------------|-------|
| <i>Diario de Ferrol</i>       | 82,1% |
| <i>La Opinión de A Coruña</i> | 80,8% |
| <i>El País</i>                | 69,3% |
| <i>El Ideal Gallego</i>       | 67,9% |
| <i>El Correo Gallego</i>      | 57,6% |
| <i>El Mundo</i>               | 54,3% |
| <i>El Progreso</i>            | 51,4% |
| <i>Diario de Pontevedra</i>   | 46,4% |
| <i>La Región</i>              | 42,7% |
| <i>Faro de Vigo</i>           | 31,7% |

### 3.4 Preferencias de TV

A TVG ocupa o primeiro lugar entre as canles preferidas pola poboación galega, o que supón un feito moi relevante para a lingua e a cultura galegas. Isto non significa que sexa a que ten un maior índice de audiencia. Para dar conta da preferencia utilizouse a seguinte pregunta: *Cales son os seus canais de TV preferidos?*, que tiña posibilidades de resposta múltiple. Os índices de audiencia do *Estudio General de Medios* son ben coñecidos e pódense consultar en fontes moi diversas. Dende que esta emisora iniciou as súas transmisións, no ano 1985, a cota de pantalla presentou oscilacións relevantes. No período 2000-2004 o *share* mantense entre o 17 e o 20 por cento, o que a converte nunha das canles autonómicas máis competitivas nas franxas horarias de máxima audiencia (López García, 2005: 71; cfr. cap. IV). Ademais, os datos sobre cota de pantalla nos informativos de primeira edición sitúan a TVG moi por enriba das súas competidoras. Segundo datos do Servizo de Investigación de Audiencias de TVE, no terceiro trimestre de 2005 a cota de pantalla da TVG era do 35,9%; en segundo lugar situouse Antena 3 cun 20% e en terceiro lugar Tele 5 cun 16,7%.

Resulta moi alentador que, entre as emisoras xeralistas que operan en Galicia (incluído Canal+), a TVG sexa a única que é preferida por máis do 50% da poboación de Galicia. Non se trata de televidentes exclusivos nin de índices de audiencia, como xa dixemos, senón de medir a preferencia, o cal debe entenderse nunha lóxica de fidelización moi positiva para o medio. É dicir, a metade dos espectadores inclúen a TVG entre as súas canles favoritas, só seguida a certa distancia pola primeira canle da TVE. Parece este un elemento central no papel que a TVG xoga na promoción e dignificación do galego. Que unha comunidade cunha lingua de seu fose quen de deseñar un instrumento tan importante para a comunicación como unha televisión propia constitúe un fito extraordinario na visibilidade da lingua e da cultura. Isto é, de feito, unha aspiración de moitas das comunidades da periferia económica europea.

*Táboa 25. Clasificación TV (preferencia)*

|        |       |
|--------|-------|
| TVG    | 50,9% |
| TVE1   | 41,7% |
| T5     | 36%   |
| La2    | 26,2% |
| A3     | 24,1% |
| Canal+ | 5,7%  |
| Outras | 5,3%  |

### *3.5 Medios e lingua*

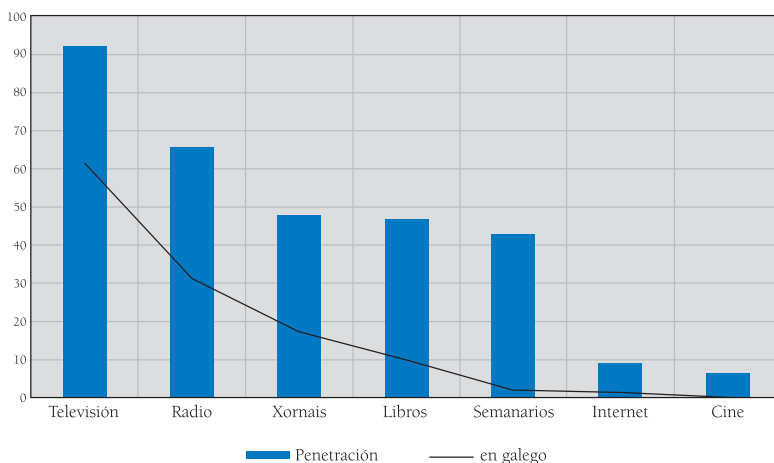
Na Galicia actual, o consumidor pode optar por medios de comunicación en galego ou en castelán. Con todo, e como é ben sabido, esta elección é só parcialmente realista dada a desigual distribución de medios, tanto cuantitativa coma cualitativamente, que atopamos en Galicia. Sirva só de exemplo o que acontece na pren-

sa escrita diaria; mentres que en galego tan só circulan dous xornais, *Galicia Hoxe* e, dende datas moi recentes, na modalidade de prensa gratuíta, *De Luns a Venres*, en castelán podemos elixir entre varias ducias, algúns deles cunha longuísimaa presenza e cun notorio grao de fidelización. Algo parello é perceptible nos medios audiovisuais, onde a TVG debe competir pola audiencia con máis dunha ducia de televisións xeralistas e con decenas de canles dixitais ou de conexión por cable de cobertura nacional. Algo mellor queda o galego se temos en conta as televisións de proximidade, de cobertura local. Nestes medios, moi espallados por toda a xeografía de Galicia, as emisións en galego nos programas de produción propia son notables, especialmente nos asentados en poboacións viliegas ou mesmo rurais. Por todo o dito, os datos que a continuación presentamos deben ser acollidos tendo en conta esta situación.

Nunha realidade como a descrita, é salientable que un 61% da poboación galega utilice diariamente a TVG como medio de comunicación. Dado que non estamos ante opcións excluíntes, hai que ser prudentes á hora de concluír que a TVG é a canle máis seguida polos telespectadores galegos. Con todo, hai un dato adicional que permite ir nesa dirección: como vimos, para a maioría dos galegos a TVG é a canle preferida, seguida da TVE1, de Tele 5 e de Antena 3. O resto das canles, incluídas as televisións locais, comarcais e plataformas, apenas son preferenciais para os galegos.

Escoitar a radio en galego é unha actividade que realiza a diario unha de cada tres persoas. Nos medios escritos, no cine e en internet os datos son máis desalentadores. A raquíta presenza de xornais escritos en galego fai que sexa moi pouco probable o recurso a esta lingua para a lectura diaria. Algo semellante pódese dicir a propósito do cine. Son moi escasas as posibilidades que un galego ten de asistir á proxección dunha película dobrada á súa lingua. Xa que logo, ver unha película en galego é un acontecemento extraordinario. O usuario habitual de internet tampouco acostuma utilizar esta lingua na súa práctica.

Gráfico 11. Cota de penetración dos medios e porcentaxe de persoas que recorren ao galego como lingua de consumo



Nota: A audiencia mídese como se indica a continuación: *Televisión*: espectadores / día; *Radio*: oíntes / día; *Xornais*: lectores / día; *Libros*: lectores / mes; *Semanarios*: lectores / semana; *Internet*: usuarios / día; *Cine*: espectadores / semana.

O gráfico mostra, ademais, que as maiores distancias entre a cota de penetración dun determinado medio e o seu consumo en galego dáse nos semanarios e na lectura de libros: mentres que un 43% dos galegos le semanarios, tan só o fai en galego un 2%; polo que respecta á lectura de libros, as porcentaxes son o 47% para os lectores mensuais e o 10% para os de libros en galego.

### 3.5.1 Indicadores de audiencia e penetración dos medios en galego

A preferencia polo consumo de medios en galego presenta algunhas variacións salientables. Os datos que presentamos a continuación débense poñer en relación cos ofrecidos anteriormente para os medios en xeral. Trátase, nesta ocasión, de analizar a distribución do consumo de medios en galego. Tendo en conta que a

produción de cine en galego é aínda moi cativa, para non desvalorizar a análise ímonos centrar nos demais medios.

O patrón xeral pode describirse así: os medios audiovisuais en galego son preferidos pola xente de máis idade, con menor nivel de estudos e entre os que viven en pequenos núcleos de poboación, mentres que os medios que requiren boas competencias en lecto-escritura na nosa lingua teñen máis adeptos entre a poboación menor de 40 anos, con estudos medios ou superiores e que viven nun espazo urbano. Por exemplo, a medida que aumenta o nivel de estudos, maior é o consumo de produtos comunicativos escritos en galego, especialmente libros, xornais e internet. Pola contra, nos medios audiovisuais (agás o cine) a que opta pola lingua galega é preferentemente a poboación con menos estudos.

Con todo, este perfil xeral precisa algunhas matizacións. En particular, a lectura de libros en galego acada tamén porcentaxes elevadas nos situados na franxa de idade 41-65 e entre os que só teñen estudos elementais. E algo semellante acontece cos lectores de xornais, cun perfil máis homoxéneo entre toda a poboación.

O perfil do consumidor de comunicación en galego difire segundo o medio. Por exemplo, o perfil do lector de xornais e do que navega en galego é unha persoa de mediana idade, con estudos universitarios e habitante nunha cidade; pola súa parte, o consumidor de radio e televisión en galego é unha persoa máis envellecida, con estudos elementais e que vive en pequenas vilas e no rural.

Ao lado do perfil das audiencias, a nosa enquisa facilitou unha aproximación aos datos algo distinta. Interesounos coñecer os indicadores de penetración dos medios de comunicación en lingua galega. Neste caso tratamos de profundar no comportamento cara ao consumo de cada un dos grupos de idade ou de cada un dos grupos clasificados segundo a variable de nivel de estudos, etc.

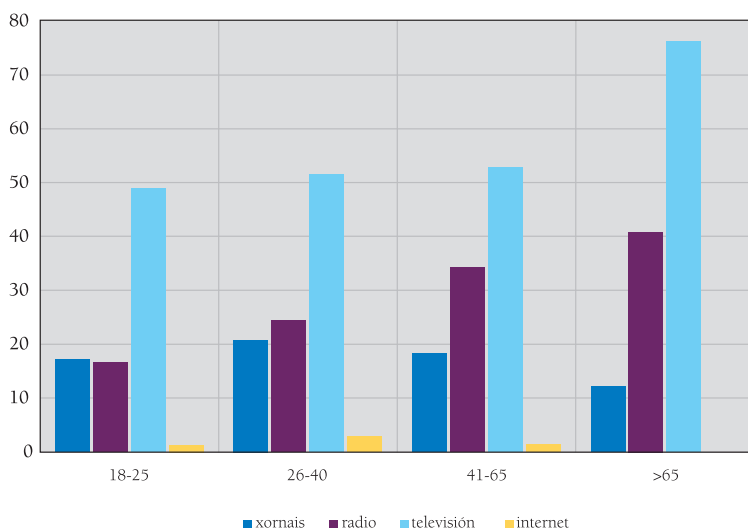
Así, por exemplo, no gráfico 12 podemos observar que tamén entre os máis novos hai un seguimento relevante da televisión en galego. Practicamente a metade das persoas que teñen entre



18 e 25 anos ven diariamente a televisión en galego; claro que esta proporción aumenta significativamente entre os maiores de 65 anos; de feito, apréciase un cambio moi notable entre este grupo e os demais no que ao consumo de televisión en galego se refire.

A radio tamén mostra un progresivo aumento a medida que nos situamos nos grupos poboacionais de máis idade. É distinto o caso da prensa. Obsérvese que entre os de 18 a 25 anos o consumo de prensa e de radio en galego é moi similar. A partir deste grupo hai unha separación cada vez maior entre estes dous medios e xa nos maiores de 65 anos os que escoitan a radio en galego triplican aos que len xornais na nosa lingua.

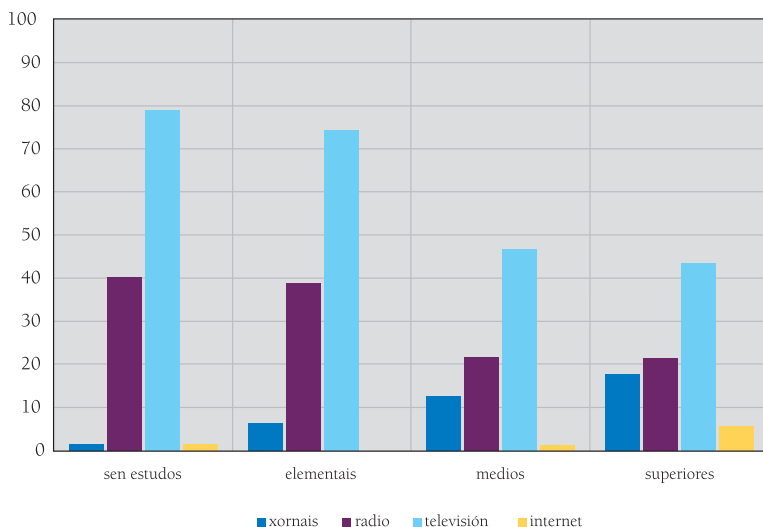
Gráfico 12. Indicadores de penetración do consumo de medios en galego segundo a idade



Polo que se refire aos estudos, e aínda que o patrón é sempre o mesmo en todos os medios, apréciase que a medida que a poboación acadaba niveis máis altos de estudo menor é a penetración dos medios audiovisuais en galego e maior a da prensa e de internet nesta lingua. Mentres que oito de cada dez persoas sen estudos ven a televisión en galego a diario, esta proporción redúcese prac-

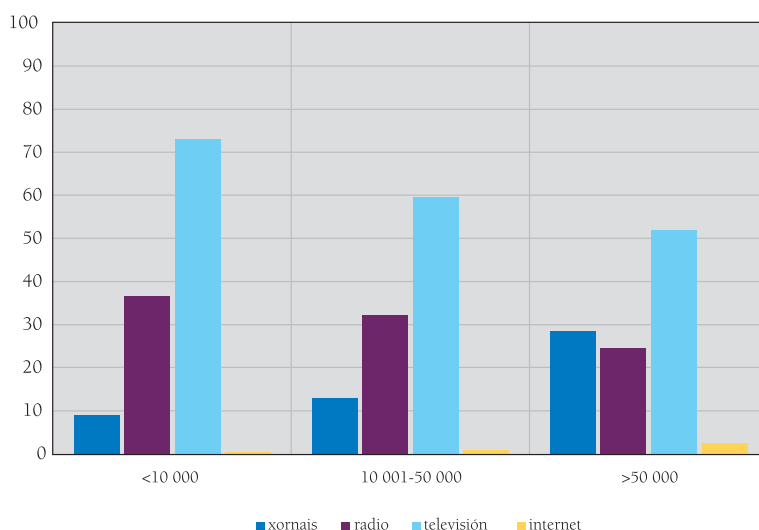
ticamente á metade entre os que teñen estudos superiores. Cos xornais acontece o contrario.

Gráfico 13. Indicadores de penetración do consumo de medios en galego segundo o nivel de estudos



Tamén hai relación entre tipo de hábitat e penetración de medios en galego. Entre os que viven nunha das sete grandes cidades galegas o consumo de xornais en galego sitúase por riba da radio, duplica aos que viven en pequenas cidades e triplica aos que viven en vilas pequenas e no rural. O consumidor compórtase ao revés nos medios audiovisuais.

Gráfico 14. Indicadores de penetración do consumo de medios en galego (hábitat)



#### 4 ACTITUDES PERANTE O USO DO GALEGO NOS MEDIOS

Como é evidente, non hai argumentos racionais que xustifiquen que unha determinada lingua sexa máis válida ca outra para a economía, a ciencia, a cultura ou para o lecer, por exemplo. Pero este é un saber especializado que non sempre é compartido por boa parte da poboación. Como suxeitos, especialistas ou non, estamos constantemente elaborando e manexando representacións sobre as linguas, sobre os seus usos e sobre os falantes; representacións que se nutren de distintas atribucións en función das nosas propias experiencias sociais coas linguas, das nosas percepcións sobre o prestixio social de cada un dos idiomas, da súa (in)visibilidade social, das prácticas comunicativas habituais, de determinadas inercias históricas, etc. En definitiva, como suxeitos operamos nunha nebulosa de representacións sobre a realidade que, con frecuencia, actúan como inducións condutuais.

No marco das ciencias sociais, as actitudes (lingüísticas) defínense como predisposicións a actuar, favorable ou desfavora-

blemente, ante un determinado obxecto. No caso que nos ocupa, este obxecto son as linguas, os seus usuarios e os seus usos. A enorme produción bibliográfica arredor das actitudes lingüísticas non enxerga un consenso sobre a súa relevancia na predición das condutas (*vid.* Becoña Iglesias, 1986, para un repaso histórico desta problemática). Esta é a razón pola que no presente traballo optamos por tomar en consideración os fenómenos actitudinais en si mesmos, evitando toda consideración relacionada co comportamento dos falantes. Así, o cuestionario que serviu como instrumento para producir os datos desta investigación, na súa parte actitudinal, deseñouse principalmente para dar conta das dimensións afectiva e cognitiva das actitudes, descartando ítems relacionados coa dimensión condutual. Para unha análise das actitudes lingüísticas en Galicia recomendamos a consulta do terceiro volume do *Mapa Sociolingüístico de Galicia* (Seminario de Sociolingüística, 1996).

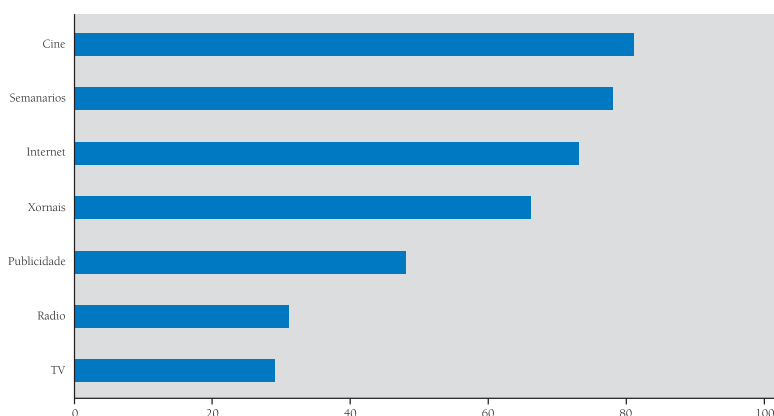
Nas dúas últimas décadas, en Galicia publicáronse numerosos traballos relacionados co eido das actitudes lingüísticas, considerándoas dende perspectivas teóricas e metodolóxicas distintas. Con todo, son aínda escasos os traballos sobre as actitudes relacionadas coa presenza da lingua galega nos medios de comunicación (Ramallo e Rei Doval, 1997; Túñez e López García, 2000, entre outros). E isto é unha eiva notable sobre todo se aceptamos que, para avaliar a situación do galego nos medios de comunicación e, de xeito máis concreto, para facer unha análise prospectiva sobre o futuro desta lingua no sector, cómpre unha análise pormenorizada das actitudes dos consumidores ante esta realidade. Por iso, cando decidimos abordar esta cuestión, incluímos no cuestionario varias preguntas relacionadas coa medición das actitudes xerais da poboación sobre o binomio lingua-medios de comunicación.

#### *4.1 Valoración da presenza do galego nos medios*

O resultado da enquisa pon en evidencia que os consumidores galegos son moi conscientes da minorización que a lingua galega ten nos medios de comunicación distribuídos na nosa comu-

nidade. De feito, establécense dous grupos moi claros nas variables que inciden na dimensión cognitiva das actitudes. Por un lado, están aqueles medios en que unha maioría considera que o galego ten unha presenza moi cativa, como son o cine (81%), os semanarios (78%), internet (73%) e os xornais (66%), e, por outro lado, están aqueles medios en que os entrevistados consideran que a presenza de galego é axeitada: TV (70%) e radio (68%). Finalmente, no caso da publicidade hai unha polaridade moi nidia, cun 50% que opina que a presenza é suficiente e o outro 50% que opina que é escasa<sup>3</sup>. Cómpre sinalar que esta percepción coincide coa realidade. Certo é que o galego ten unha presenza cativa na totalidade dos medios, pero non é menos certo que algúns soportes, nomeadamente os que pertencen á CRTVG, se expresan en galego.

*Gráfico 15. Porcentaxe de persoas que opinan que a presenza do galego é escasa nos distintos medios de comunicación*



Hai que sinalar que son insignificantes as porcentaxes daqueles que consideran que a presenza do galego é excesiva. En ningún dos medios analizados chega ao 1%.

3. Estas porcentaxes están calculadas sen ter en conta os casos de «Non sabe/Non contesta».

Aínda que a maioría da poboación considera que en boa parte dos medios a presenza do galego é moi mellorable, algúns grupos mostran un posicionamento máis claro ca outros. As táboas que presentamos a continuación recollen as diferenzas máis relevantes segundo as variables sociais e sociolingüísticas tidas en conta neste traballo. Unha ollada atenta permite apreciar algunhas tendencias como as que a seguir se indican e que adoitan ser coincidentes coas destacadas noutros estudos sobre as actitudes lingüísticas en Galicia:

- As actitudes melloran a medida que a poboación é máis nova, en practicamente todos os medios. Se tomamos como exemplo os xornais, observamos que entre un 75 e un 80% dos menores de 40 anos consideran que a presenza do galego é cativa. Esta porcentaxe diminúe nos maiores de 40 anos e de maneira notable entre os que teñen máis de 65 anos.
- As persoas con maior educación formal son as que teñen máis conciencia da escasa presenza do galego nos medios, situándose por riba da media en calquera dos soportes estudados. A porcentaxe supera o 75% nos xornais e nos semanarios.
- Entre os habitantes en cidades grandes é onde máis se percibe a invisibilidade da lingua galega nos medios. Agás no caso de internet, no resto a porcentaxe aumenta a medida que pasamos de asentamentos rurais aos espazos urbanos.
- A percepción da escasa presenza do galego é independente da lingua habitual. Isto é, apréciase tanto nos galegofalantes coma nos castelanfalantes ou nos bilingües, aínda que son estes últimos os que mellor actitude teñen.
- As persoas que teñen un mellor dominio das destrezas de lecto-escritura en galego son as máis críticas coa pouca aparición desta lingua nos medios.
- O feito de realizar algún curso de galego aumenta a conciencia sobre o pouco uso da lingua nos medios de comunicación.

Táboa 26. Consideración de que a presenza do galego é escasa segundo variables sociais

|          |                     | CINE  | TV    | RADIO | XORNAIS | SEMANARIOS | INTERNET | PUBLICIDADE |
|----------|---------------------|-------|-------|-------|---------|------------|----------|-------------|
| Idade    | 18-25               | 92,5% | 41,4% | 38,7% | 75,3%   | 91,1%      | 82,8%    | 54,1%       |
|          | 26-40               | 93,1% | 35,4% | 40,9% | 80,1%   | 89,1%      | 68,5%    | 65,7%       |
|          | 41-65               | 72,3% | 28,7% | 29,9% | 64%     | 74%        | 73,7%    | 47%         |
|          | >65                 | 54,3% | 17,9% | 17,5% | 46,3%   | 56,4%      | 36,4%    | 27,2%       |
| Estudios | Sen estudos         | 64,7% | 18,3% | 20,8% | 35,3%   | 57,1%      | 50%      | 30,6%       |
|          | Estudios elementais | 65,7% | 23,2% | 23,3% | 57,7%   | 67,6%      | 55,2%    | 39,3%       |
|          | Estudios medios     | 88,3% | 35,3% | 38,5% | 75,1%   | 86,4%      | 75,8%    | 59,2%       |
|          | Estudios superiores | 93,1% | 40,1% | 43,4% | 78,9%   | 87,8%      | 75%      | 58,9%       |
| Hábitat  | < 10 000            | 77,3% | 28,1% | 30,6% | 64,1%   | 75,6%      | 76,1%    | 43,2%       |
|          | 10 001-50 000       | 81,6% | 24,2% | 23,4% | 62%     | 75%        | 82%      | 47,1%       |
|          | > 50 000            | 82,8% | 34,8% | 38%   | 71,4%   | 81,4       | 67,4%    | 53,6%       |
| TOTAL    |                     | 80,8% | 29,3% | 31%   | 66,2%   | 77,8%      | 73%      | 48,2%       |

*Táboa 27. Consideración de que a presenza do galego é escasa segundo algunhas variables sociolingüísticas*

|                 |                      | CINE  | TV    | RADIO | XORNAIS | REVISTAS | INTERNET | PUBLICIDADE |
|-----------------|----------------------|-------|-------|-------|---------|----------|----------|-------------|
| Lingua habitual | Galego               | 77,2% | 28,2% | 31,6% | 66,8%   | 74,9%    | 78,8%    | 47,7%       |
|                 | Castelan             | 80,6% | 25,7% | 26,3% | 60,1%   | 73,8%    | 68,7%    | 49,8%       |
|                 | Bilingüe             | 83,5% | 31,9% | 32,8% | 68,6%   | 81,9%    | 72,8%    | 48,1%       |
| Ler             | Ningunha dificultade | 85,2% | 34,4% | 36%   | 72%     | 83,5%    | 76,3%    | 54,4%       |
|                 | Algunha dificultade  | 69,2% | 17,5% | 21,6% | 55,3%   | 64,4%    | 55,6%    | 35,1%       |
|                 | Moita dificultade    | 55,2% | 23,5% | 19,1% | 38,8%   | 52,8%    | 0%       | 35,7%       |
| Escribir        | Ningunha dificultade | 92,3% | 39,6% | 40,8% | 77,8%   | 89,3%    | 79,3%    | 61,6%       |
|                 | Algunha dificultade  | 74,2% | 26,1% | 28,2% | 65,6%   | 74,2%    | 66,1%    | 43,7%       |
|                 | Moita dificultade    | 59,4% | 19,3% | 20,8% | 48,8%   | 59,9%    | 33,3%    | 34,4%       |
| Cursos galego   | Non                  | 67,4% | 22,8% | 23,7% | 56,6%   | 65,9%    | 64,2%    | 39,7%       |
|                 | Ensino primario      | 87%   | 32,1% | 36,7% | 71,7%   | 88,9%    | 57,1%    | 53,8%       |
|                 | Ensino secundario    | 94%   | 38,7% | 40,8% | 80,6%   | 92,6%    | 79,8%    | 63,2%       |
| TOTAL           | Universidade         | 100%  | 40%   | 45,5% | 88,2%   | 90,3%    | 80,8%    | 60%         |
|                 | Outros cursos        | 88,1% | 44,8% | 46,9% | 79,1%   | 90,1%    | 66,7%    | 60,4%       |
|                 |                      | 80,8% | 29,3% | 31%   | 66,2%   | 77,8%    | 73%      | 48,2%       |



## 4.2 *Demanda de galego en distintos medios*

Se analizamos esta demanda con maior concreción, tendo en conta soportes específicos (TVG), delimitando o ámbito de emisión de determinados medios ou incidindo en aspectos comunicativos como a publicidade, a demanda de máis galego confirmase, especialmente nas televisións locais (48%), nas plataformas dixitais (57%), nas televisións de ámbito estatal (42%), nas emisoras de radio de ámbito local (47%) e nas de cobertura estatal (47%). En xeral, a demanda aumenta entre as persoas menores de 40 anos con estudos medios ou superiores e cun notable dominio das destrezas lingüística do galego tanto nas orais coma nas de lecto-escritura. O resto dos entrevistados prefere maioritariamente que a presenza de galego e de castelán sexa similar. Aqueles que consideran que o galego debe reducir a súa presenza son case insignificantes (entre o 1% e o 2%, dependendo do soporte). Dado que este perfil é moi semellante en cada un dos medios estudados, ilustraremos este apartado tomando cadanseu exemplo do sector radiofónico e audiovisual de ámbito local, tal como recolle a táboa 28.

Como vimos, para un 66,2% dos entrevistados a presenza do galego nos xornais é escasa. Pois ben, a maior parte dos lectores de xornais considera que o galego debe aumentar de forma significativa nos medios que consomen habitualmente. Se tomamos a relación das principais cabeceiras galegas, atopámonos con datos como os que recolle a táboa 29. A táboa inclúe dúas columnas con porcentaxes: a primeira indícanos a cantidade relativa de lectores de cada un dos xornais que aparecen á esquerda que consideran que a presenza do galego debe aumentar nos medios en xeral; na segunda columna de datos recollemos a actitude ante a escasa presenza do galego nos xornais dos que son consumidores habituais. Os xornais están ordenados pola primeira columna.

Estes datos lévannos a unha interpretación inapelable: a demanda de galego por parte dos consumidores de prensa é moi significativa. De maneira notable, a demanda supera o 70% dos lectores habituais de *La Región* e de *El Progreso* e sitúase entre o 60

Táboa 28. Demanda de máis galego nas TV e nas emisoras de radio locais

|                 |                      | TV LOCAIS | RADIOS LOCAIS |
|-----------------|----------------------|-----------|---------------|
| Idade           | 18-25                | 58,6%     | 56,7%         |
|                 | 26-40                | 59,8%     | 53,3%         |
|                 | 41-65                | 43,7%     | 45%           |
|                 | >65                  | 34,8%     | 36,5%         |
| Estudos         | Sen estudos          | 35,6%     | 39,6%         |
|                 | Estudos elementais   | 40,5%     | 41,3%         |
|                 | Estudos medios       | 55,7%     | 51,4%         |
|                 | Estudos superiores   | 58,3%     | 55,7%         |
| Habitat         | 5001-10 000          | 47%       | 46,6%         |
|                 | 10 001-50 000        | 43,9%     | 35,8%         |
|                 | > 50 000             | 51,4%     | 56%           |
| Lingua habitual | Galego               | 44,2%     | 41,8%         |
|                 | Castelán             | 48%       | 42,9%         |
|                 | Bilingüe             | 51,1%     | 53,3%         |
| Entender        | Ningunha dificultade | 49,4%     | 48%           |
|                 | Algunha dificultade  | 30,4%     | 33,3%         |
|                 | Moita dificultade    | 0%        | 20%           |
| Falar           | Ningunha dificultade | 49,4%     | 48,5%         |
|                 | Algunha dificultade  | 41,8%     | 39%           |
|                 | Moita dificultade    | 31,8%     | 40%           |
| Ler             | Ningunha dificultade | 53,2%     | 49,9%         |
|                 | Algunha dificultade  | 37,6%     | 40,2%         |
|                 | Moita dificultade    | 33,3%     | 42,2%         |
| Escribir        | Ningunha dificultade | 58,2%     | 54,9%         |
|                 | Algunha dificultade  | 45,3%     | 44,9%         |
|                 | Moita dificultade    | 36,2%     | 37,5%         |
| Cursos galego   | Non                  | 40,5%     | 39,9%         |
|                 | Ensino primario      | 66%       | 54%           |
|                 | Ensino secundario    | 59,7%     | 56,7%         |
|                 | Universidade         | 53,1%     | 47,1%         |
|                 | Outros cursos        | 56,2%     | 62,1%         |
| TOTAL           |                      | 47,9%     | 46,9%         |

e o 70% en *La Opinión de A Coruña*, *Atlántico Diario*, *La Voz de Galicia*, *Diario de Arousa* e *Faro de Vigo*.

*Táboa 29. Lectores habituais de... que consideran que a presenza do galego debe aumentar na prensa de información xeral e no seu xornal habitual*

| Xornal                        | O galego debe aumentar en xeral | O galego debe aumentar no meu xornal |
|-------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| <i>La Opinión de A Coruña</i> | 80%                             | 61,5%                                |
| <i>La Región</i>              | 75,7%                           | 70,3%                                |
| <i>Atlántico Diario</i>       | 71,4%                           | 66,7%                                |
| <i>Diario de Ferrol</i>       | 71,4%                           | 57,1%                                |
| <i>La Voz de Galicia</i>      | 70,9%                           | 62,6%                                |
| <i>El Progreso</i>            | 69%                             | 71,7%                                |
| <i>Diario de Arousa</i>       | 66,7%                           | 60%                                  |
| <i>El Correo Gallego</i>      | 66,7%                           | 49,4%                                |
| <i>El Ideal Gallego</i>       | 66,7%                           | 57,1%                                |
| <i>Faro de Vigo</i>           | 63,3%                           | 61,2%                                |
| <i>Diario de Pontevedra</i>   | 60,7%                           | 57,1%                                |

Esta demanda dunha presenza máis significativa da lingua galega na prensa parece razoable dada a escasísima visibilidade da lingua nos soportes impresos. En ningún xornal a presenza total de galego (redacción e publicidade) supera o 8% e no caso de *El Ideal Gallego* (2,8%), *La Opinión de A Coruña* (3,2%), *Atlántico Diario* (3,8%) e *Faro de Vigo* (3,9%) a porcentaxe é practicamente inapreciable. Se prescindimos da publicidade emitida en galego, que na súa maior parte procede de institucións públicas (concellos e Xunta, sobre todo), as porcentaxes de uso do galego só superan o limiar do 5% no *Diario de Arousa* (cfr. cap. IV).

A demanda explícita dunha maior presenza da lingua galega nos medios está estreitamente relacionada coa responsabilidade que os suxeitos outorgan a estas organizacións na dinamización

lingüística. Xa en 1996, 3 de cada 4 galegos consideraban que os medios de comunicación deberían asumir un papel máis relevante na vitalidade e na extensión da lingua (cfr. Seminario de Sociolingüística, 1996). Non obstante, o sector ten moito que avanzar e moito que achegar á dinamización da lingua. Como xa se dixo (cfr. cap. II.3), para unha lingua minoritaria os medios de comunicación poden constituír axencias fundamentais na produción e nalgúns casos na reprodución lingüística.

#### 4.3 Cota de mercado dunha nova empresa de comunicación

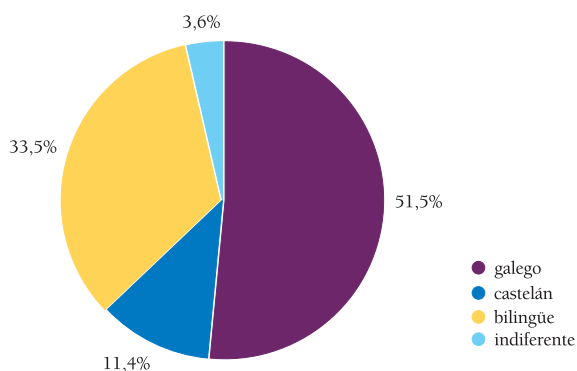
Dende hai tempo, en Galicia véñse producindo un debate a respecto de se hai espazo para un novo xornal redactado exclusivamente en galego. Nos últimos anos apareceron noticias na prensa nesa dirección especulando con esta posibilidade tanto por parte de empresas galegas como doutras de ámbito estatal. Ningún destes proxectos conseguiu dar o paso definitivo. Ben é certo que, dende o ano 2007, nas sete cidades galegas se pode conseguir o xornal gratuíto *De Luns a Venres*, do grupo *El Progreso* de Lugo, o que supón, se cadra, unha excepción ao que acabamos de sinalar. O certo é que este grupo de comunicación optou precisamente por unha cabeceira redactada integramente en galego, acadando así un valor engadido no cada día máis saturado mercado da prensa gratuíta, pero a súa distribución límitase, como xa dixemos, ás sete cidades galegas.

Pero onde non houbo cambios foi respecto da prensa diaria tradicional e só *Galicia Hoxe* sae diariamente en lingua galega. Este xornal ten unha distribución<sup>4</sup> moi localizada na cidade de Santiago e non supón, polo tanto, unha aposta comunicativa de alcance supraterritorial. É de imaxinar que os grupos de comunicación que poidan nalgún momento querer poñer no mercado un medio xeralista en galego terán que ter en conta as opinións dos consumidores ao respecto. Pois ben, entre a poboación

4. Os datos de difusión de *Galicia Hoxe* non están sometidos á auditoría de OJD.

ción galega é moi significativa a porcentaxe dos que demandan un novo xornal en galego. Para a maioría da poboación a lingua preferida para un previsible novo xornal editado en Galicia é o galego (51%), mentres que os que preferirían que o castelán tivese máis presenza ca o galego acada ao 11%. O resto, un 33%, opta por un xornal cunha presenza similar das dúas linguas, o cal, e dada a situación actual, sería xa moi positivo para aumentar a visibilidade da lingua nos medios escritos.

Gráfico 16. Preferencia lingüística dun novo xornal



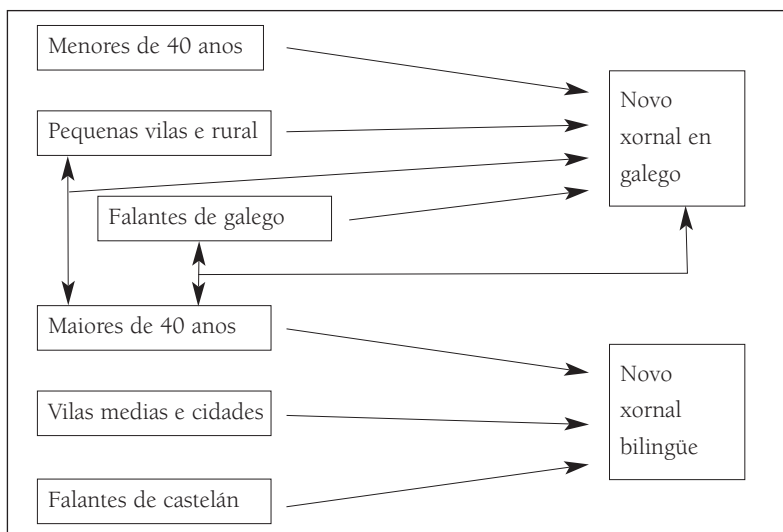
Estas preferencias están estratificadas socialmente tendo en conta variables como a idade, o nivel de estudos acadado, o tamaño do hábitat de residencia ou a lingua habitual. A maior demanda do galego para un novo xornal dáse entre a poboación menor de 40 anos, con estudos medios ou superiores que vive en entidades de poboación de menos de 10 000 habitantes e falante habitual de galego ou bilingüe con predominio desta lingua. En calquera caso, non se constata ningún grupo social que aposte por un novo xornal redactado só en castelán. Mesmo entre a poboación máis remisa, que é a que le o galego con moita dificultade e carece de estudos, as porcentaxes de preferencia dun xornal en galego son sempre superiores ás da opción en castelán. A preferencia por un novo xornal bilingüe é porcentualmente maior a medida que aumentan a idade

Táboa 30. Preferencias dun novo xornal

|                    |                         | Porcentaxe<br>que prefire un<br>novo xornal<br>en galego | Porcentaxe<br>que prefire un<br>novo xornal<br>en castelán | Porcentaxe<br>que prefire un<br>novo xornal<br>bilingüe |
|--------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Idade              | De 18 a 25 anos         | 67                                                       | 3                                                          | 26                                                      |
|                    | De 26 a 40 anos         | 63                                                       | 7                                                          | 28                                                      |
|                    | De 41 a 65 anos         | 45                                                       | 14                                                         | 37                                                      |
|                    | Maiores de 65           | 40                                                       | 17                                                         | 37                                                      |
| Estudos            | Sen estudos             | 50                                                       | 21                                                         | 24                                                      |
|                    | Primarios               | 49                                                       | 12                                                         | 34                                                      |
|                    | Medios                  | 56                                                       | 11                                                         | 31                                                      |
|                    | Superiores              | 51                                                       | 8                                                          | 38                                                      |
| Hábitat            | < 10 000                | 60                                                       | 12                                                         | 22                                                      |
|                    | 10 001-50 000           | 49                                                       | 10                                                         | 37                                                      |
|                    | > 50 000                | 44                                                       | 12                                                         | 41                                                      |
| Lingua<br>habitual | Só galego               | 58                                                       | 10                                                         | 26                                                      |
|                    | Máis galego             | 57                                                       | 9                                                          | 30                                                      |
|                    | Máis castelán           | 46                                                       | 13                                                         | 38                                                      |
|                    | Só castelán             | 34                                                       | 17                                                         | 47                                                      |
| Ler                | Ningunha<br>dificultade | 56,5                                                     | 8,2                                                        | 32                                                      |
|                    | Algunha<br>dificultade  | 41,3                                                     | 15,7                                                       | 38                                                      |
|                    | Moita<br>dificultade    | 41,3                                                     | 25                                                         | 32,5                                                    |
| Escribir           | Ningunha<br>dificultade | 64,5                                                     | 4,5                                                        | 27,4                                                    |
|                    | Algunha<br>dificultade  | 50,4                                                     | 11,9                                                       | 34,3                                                    |
|                    | Moita<br>dificultade    | 37,2                                                     | 19,9                                                       | 38,7                                                    |
| TOTAL              |                         | 51,5                                                     | 11,4                                                       | 33,5                                                    |

e os estudos e tamén entre os habitantes dos espazos urbanos e entre aqueles que teñen como idioma habitual o castelán.

Así pois, estamos ante distintas tendencias que podemos modelar segundo o seguinte cadro, sen esquecer que, agás nos monolingües en castelán, o resto dos grupos sociais prefiren prioritariamente un novo xornal redactado exclusivamente en galego.



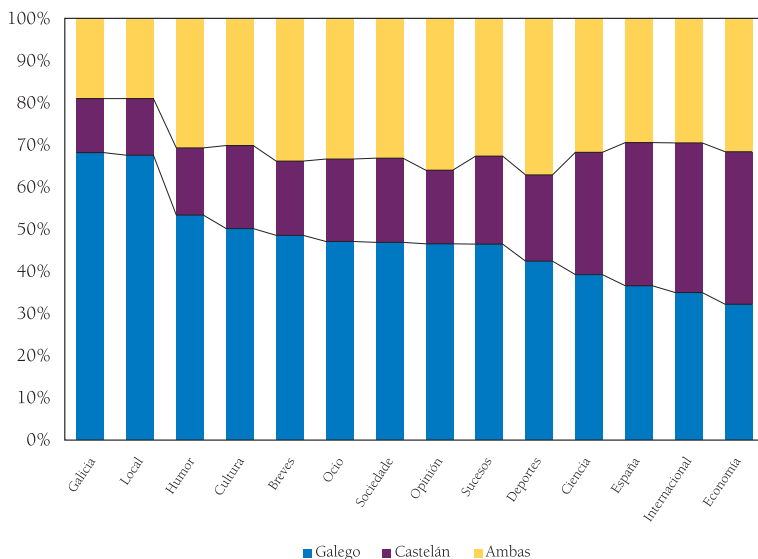
Segundo este modelo, as variables máis explicativas con respecto á demanda dun novo xornal en galego son a idade, o tamaño do hábitat de residencia e o idioma. Xa que logo, tamén os maiores de 40 anos que adoitan falar en galego e/ou que viven nunha vila pequena ou no rural preferirían unha nova cabeceira en galego.

#### 4.4 Preferencias na lingua de cada sección informativa

En concordancia co que sinalamos ao comezo desta sección, en Galicia aprécianse actitudes fundamentadas en prexuízos a pro-

pósito da adecuación das linguas ás seccións en que se estruturan os medios de comunicación. Obviamente, non hai ningunha razón para falar de que o castelán é máis axeitado ca o galego para a sección de «Internacional» ou que o galego o é para a sección de «Galicia», salvo que entendamos o verbo «adecuar» con relación a unhas determinadas circunstancias; neste caso, non parece tan «irracional» soste que o galego é unha lingua máis «esperable/dese-xable» ca o castelán para as noticias xeográfica, cultural e socialmente máis próximas e o castelán para as máis distantes. Só en termos de preferencia se poden entender as respostas dos entrevistados á adecuación da lingua para cada unha das seccións:

Gráfico 17. Preferencias idiomáticas nas distintas seccións



Expoñemos a continuación os perfís dos que prefiren o galego, o castelán e os que cren que ambas as dúas linguas son igualmente axeitadas para unha determinada sección:



Táboa 31. Perfis relacionados cos idiomas nas distintas seccións

|           | Galego                                                                                                                         | Castelán | Ambas                                                                                             |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Galicia   | -tendencia xeral                                                                                                               |          |                                                                                                   |
| Local     | -tendencia xeral                                                                                                               |          |                                                                                                   |
| Humor     | -tendencia xeral                                                                                                               |          | -monolingües en castelán                                                                          |
| Cultura   | -tendencia xeral                                                                                                               |          |                                                                                                   |
| Breves    | -menores de 65 anos<br>-vilas grandes, pequenas e rural<br>-monolingües en galego e bilingües                                  |          | -maiores de 65 anos<br>-ciudades<br>-monolingües en galego                                        |
| Ocio      | -menores de 65 anos<br>-vilas grandes, pequenas e rural<br>-monolingües en galego e bilingües                                  |          | -maiores de 65 anos<br>-ciudades<br>-monolingües en castelán                                      |
| Sociedade | -menores de 65 anos<br>-vilas grandes, pequenas e rural<br>-monolingües en galego e bilingües                                  |          | -maiores de 65 anos<br>-ciudades<br>-monolingües en castelán                                      |
| Opinión   | -menores de 65 anos<br>-vilas grandes, pequenas e rural<br>-monolingües en galego e bilingües                                  |          | -maiores de 65 anos<br>-ciudades<br>-monolingües en castelán                                      |
| Sucesos   | -menores de 65 anos<br>-vilas grandes, pequenas e rural<br>-monolingües en galego e bilingües                                  |          | -maiores de 65 anos<br>-ciudades<br>-monolingües en castelán                                      |
| Deportes  | -homes<br>-menores de 65 anos<br>-ata estudos medios<br>-vilas grandes, pequenas e rural<br>-monolingües en galego e bilingües |          | -mulleres<br>-maiores de 65 anos<br>-estudios superiores<br>-ciudades<br>-monolingües en castelán |

|               | Galego                                                                                                                                  | Castelán                                                                                                  | Ambas                            |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Ciencia       | -menores de 65 anos<br>-vilas grandes, pequenas e rural<br>-monolingües en galego e bilingües                                           | -maiores de 65 anos<br>-monolingües en castelán                                                           | -maiores de 65 anos<br>-ciudades |
| España        | -homes<br>-menores de 40 anos<br>-estudos medios e superiores<br>-vilas grandes, pequenas e rural<br>-monolingües en galego e bilingües | -mulleres<br>-maiores de 40 anos<br>-ata estudos elementais<br>-monolingües en castelán                   | -ciudades                        |
| Internacional | -homes<br>-menores de 40 anos<br>-estudos medios e superiores<br>-vilas pequenas e rural<br>-monolingües en galego e bilingües          | -mulleres<br>-maiores de 40 anos<br>-ata estudos elementais<br>-vilas grandes<br>-monolingües en castelán | -ciudades                        |
| Economía      | -menores de 40 anos<br>-vilas pequenas, rural<br>-monolingües en galego                                                                 | -maiores de 40 anos<br>-vilas grandes, cidades<br>-bilingües e monolingües en castelán                    |                                  |

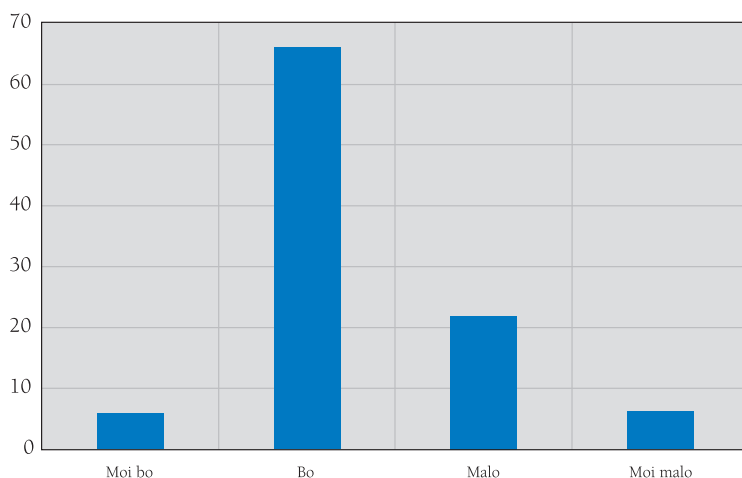
#### 4.5 Opinión sobre o galego da TVG

A reflexión metalingüística da poboación é o último dos aspectos actitudinais que analizamos. O galego empregado na TVG é avaliado favorablemente pola maior parte dos entrevistados. Para un 66% a calidade da lingua é boa, mentres que o 22% considera que é mala. Os casos extremos, «moi boa» (5,9%) e «moi mala» (6,2%), presentan porcentaxes substancialmente máis reducidas. Cómpre dicir que non ao non tratarse de profesionais da lingua, non sabemos nada sobre o que os entrevistados entenden por calidade lingüística. En calquera caso, o feito de que se valore positivamente a variedade

lingüística que adoita escoitarse na canle autonómica permite concluír que esta é asumida como unha variedade de referencia, mesmo de prestixio. Ademais, pode considerarse a hipótese de que a alta valorización positiva dos máis galegófonos sexa debida a que valoran o aspecto funcional e non tanto a «calidade lingüística».

Dado o papel central que a TVG ten na dinamización, normativización e dignificación da lingua, mediante a creación e divulgación dun modelo cultural e lingüístico, é un feito moi positivo que para os falantes a variedade utilizada sexa aceptada como unha variedade prestixiada, o cal non sempre coincide coa valoración que fan os expertos. De feito, unha das principais críticas que se lle fixo á TVG nos seus inicios tiña moito que ver coa calidade lingüística dos seus profesionais, en moitos casos cunha dicción e unha fonética non sempre próximas ás distintas variedades do galego. Co paso do tempo isto foi cambiando, aínda que segue a ser motivo de crítica por parte dos profesionais (cfr. cap. VI).

Gráfico 18. Opinión sobre o galego da TVG



A valoración da lingua aumenta entre os habitantes de espazos rurais, entre os maiores de 40 anos e entre a xente con

menos nivel de estudos. É dicir, hai unha correlación proporcional entre o uso do galego e a valoración positiva do utilizado pola TVG. Isto é un aspecto que cómpre ter en conta no momento de pensar nun modelo de lingua para a canle pública. Son os grupos sociais que tradicionalmente mantiveron un estreito contacto co galego, ata convertelo na súa lingua familiar e de uso cotiá, aqueles que máis aprecian as variedades lingüísticas da TVG. Por exemplo, entre os que consideran que o galego da TVG é bo/moi bo, o 78,8% ten máis de 65 anos, porcentaxe que descende ata o 67,5% entre a poboación de entre 18 e 25 anos. Maiores diferenzas atópanse se tomamos os estudos como variable de estratificación; entre as persoas sen estudos a porcentaxe dos que avalan a calidade do galego chega ata o 93,1%, mentres que entre os que teñen estudos universitarios a porcentaxe baixa substancialmente ata o 50,5%.

*Táboa 32. Avaliación do galego da TVG*

|         |                    | MOI BO | BO    | MALO  | MOI MALO |
|---------|--------------------|--------|-------|-------|----------|
| Idade   | 18-25              | 2%     | 65,5% | 25,7% | 6,8%     |
|         | 26-40              | 1,7%   | 64,2% | 26,8% | 7,4%     |
|         | 41-65              | 7,1%   | 66,2% | 20,1% | 6,6%     |
|         | >=65               | 10,8%  | 68%   | 17,3% | 4%       |
| Estudos | Sen estudos        | 12,1%  | 81%   | 5,2%  | 1,7%     |
|         | Estudos elementais | 8,97%  | 71,9% | 16,7% | 2,5%     |
|         | Estudos medios     | 2,2%   | 63,3% | 24,7% | 37,2%    |
|         | Estudos superiores | 1,5%   | 49%   | 37,2% | 12,2%    |
| Hábitat | < 10 000           | 9      | 73,8  | 14,1  | 3,1      |
|         | 10 001-50 000      | 5,6    | 65,6  | 22,9  | 5,9      |
|         | > 50 000           | 3,2    | 58,9  | 28,5  | 9,4      |
| TOTAL   |                    | 5,9%   | 66%   | 21,9% | 6,2%     |

Co que acabamos de comentar, resultará obvio que a variable da lingua habitual sexa moi relevante para explicar as distintas valoracións que do galego da TVG coexisten entre os distintos grupos sociais. Os falantes de castelán son os que peor avalían o galego que se escoita na TVG. E, ao contrario, a maior presenza de galego mellor valoración. Cómpre sinalar que non se trata de dominio da lingua, senón de uso efectivo. De feito, non detectamos diferenzas significativas entre persoas con ou sen dificultade para entender ou para falar o galego.

*Táboa 33. Avaliación do galego da TVG segundo a lingua habitual*

|        |               | MOI BO | BO    | MALO  | MOI MALO |
|--------|---------------|--------|-------|-------|----------|
| Lingua | Galego        | 7,9%   | 72%   | 15,2% | 4,9%     |
|        | Máis galego   | 4,6%   | 71,9% | 19,9% | 3,6%     |
|        | Máis castelán | 3,7%   | 58%   | 30,3% | 8%       |
|        | Castelán      | 5,2%   | 52,4% | 31,4% | 11%      |
| TOTAL  |               | 5,9%   | 66%   | 21,9% | 6,2%     |

Outro aspecto salientable é que a valoración positiva aumenta entre a audiencia real da TVG. Oito de cada dez persoas que seguen asiduamente a programación da canle galega consideran que o galego que se escoita é bo ou moi bo, mentres que para as persoas que non adoitan ver a TVG esta proporción baixa a seis de cada dez.

*Táboa 34. Avaliación do galego da TVG segundo audiencia TVG*

|               |     | MOI BO | BO    | MALO  | MOI MALO |
|---------------|-----|--------|-------|-------|----------|
| Audiencia TVG | Si  | 9,2%   | 72,1% | 14,6% | 4,1%     |
|               | Non | 2,4%   | 59,4% | 29,7% | 8,4%     |
| TOTAL         |     | 5,9%   | 66%   | 21,9% | 6,2%     |

## 5 CONCLUSIÓN

Ao igual que acontece no resto do Estado, a poboación galega dedica unha parte importante do seu tempo ao consumo de medios de comunicación, preferentemente de televisión, radio e xornais. A penetración de internet é aínda inferior á media estatal e ir ao cine segue sendo unha práctica esporádica en Galicia. Constátase un perfil de consumidor distinto para cada un dos medios.

Polo que respecta ao consumo de medios en galego hai que dicir que este é escaso. A principal razón é a pouca oferta coa que o consumidor se atopa. Nunha sociedade estruturada arredor dun mercado libre resulta, cando menos, infrecuente que determinadas demandas non se vexan satisfeitas. As empresas de comunicación que actúan en Galicia están desatendendo un produto, a lingua galega, cun alto nivel de rendibilidade.

A poboación galega acadou nos últimos anos un elevado dominio das destrezas lingüísticas; o aumento foi moi notorio nas destrezas de lecto-escritura. Isto, xunto co aumento da demanda a unha actitude favorable co galego nos medios, lévanos a concluír que estamos nun momento en que a viabilidade dun xornal xeralista, con cobertura galega e integramente en galego, parece máis certa que nunca. A nosa análise apunta nesa dirección.

Os consumidores galegos mostran unha amplísima concordanza coa necesidade de que aumente o uso do galego nos medios de comunicación. Esta demanda é xeneralizada para todos os medios pero é máis notoria no cine, nos semanarios, en internet e nos xornais, que, na práctica, son nos que a lingua galega está máis invisibilizada.

## VIII. CONCLUSIÓN

Este capítulo ten como obxectivo presentar un resumo dos principais aspectos sociopolíticos, sociolingüísticos, económicos e sociais que debemos ter en conta para considerar a situación da lingua galega nos medios de comunicación, utilizando como ferramenta analítica a técnica DAFO.

A técnica DAFO trata de ordenar nun cuadrante sinxelo cales son as debilidades, ameazas, fortalezas e oportunidades que son percibidas por un grupo concreto respecto dunha circunstancia determinada. Trátase de reflectir, por unha banda, os puntos fortes que se deben desenvolver –fortalezas e oportunidades– e, por outra banda, os puntos débiles que cómpre afrontar –debilidades e ameazas.

Dentro dos puntos fortes, as *fortalezas* son entendidas como elementos ou factores de carácter positivo e internos ao propio grupo. As *oportunidades*, en cambio, son factores positivos pero de carácter externo ao grupo. Neste sentido, as fortalezas son circunstancias relativas ao presente e as oportunidades son potencialidades futuras.

Respecto dos puntos débiles, as *debilidades* son os factores ou circunstancias internas, relativas ao presente e de carácter negativo, mentres que as *ameazas* son os factores ou circunstancias externas, relativas ao futuro e de carácter negativo.

Na exposición dos catro factores do DAFO delimitaremos unha selección de aspectos relevantes en cada caso (usos, competencias, etc.) e, dentro deles, ofreceremos unha caracterización sintética seguida dunha listaxe dos principais puntos que debemos ter en conta.

### 1 DEBILIDADES

Como acabamos de sinalar, as debilidades son os factores ou circunstancias internas, relativas ao presente e de carácter nega-

tivo. Estruturamos as debilidades que presenta a lingua galega no sector dos medios de comunicación en varios apartados diferentes: as que están relacionadas cos usos, coas competencias, coas ideoloxías, coa normalización do galego, etc.

#### A) Usos

A escaseza da oferta mediática en galego continúa malia o cambio cualitativo que supuxo a creación da CRTVG e a aparición de novos medios elaborados só ou principalmente en galego. Os usos lingüísticos nos medios non avanzaron na mesma medida en que si avanzaron noutros ámbitos sociais:

- Os medios usan o castelán como lingua *de facto* e así o levan facendo dende sempre.
- Nos medios privados a presenza do castelán é hexemónica.
- Tendencia a deformar a realidade lingüística da sociedade: tradúcense ao castelán os materiais producidos en galego. Esta deformación invisibiliza a importante presenza do galego na vida política, social, sindical, etc.
- A lingua de traballo da maioría dos xornalistas é o castelán.
- As páxinas web da maioría dos medios de comunicación galegos están en castelán. Neste sentido, cómpre recoñecer que outras están en galego (caso da CRTVG) e noutros casos están xa en galego (no caso dos medios galegófonos) ou permiten a opción de galego (web de *La Voz de Galicia*).
- A calidade lingüística dos medios escritos e dos medios audiovisuais é un asunto que segue aberto. Aínda que moito cambiou a situación ata o momento actual, a falta de criterios de calidade dende o principio das emisións radiofónicas e televisivas e o desleixo dos medios escritos supuxeron unha tacha.



## B) COMPETENCIAS

O aumento xeneralizado das competencias en galego non agocha o mantemento dunha bolsa de profesionais dos medios e de público –lectores, oíntes e televidentes– afeito á comunicación en castelán, principalmente no caso de persoas de máis de 45 anos. Esta situación viuse agravada na prensa pola incerteza normativa e na radio e na televisión pola falta de planificación na elaboración e difusión das modalidades do galego audiovisual:

- Moitos profesionais, sobre todo os das xeracións anteriores á introdución da lingua galega no ensino obrigatorio, declaran competencias escasas en galego –oral e escrito–, o cal se xunta cunha alta inseguridade á hora de manexaren os rexistros formais deste idioma.
- Non houbo esixencia de coñecemento de galego para os profesionais dos medios de comunicación, nin nos públicos nin nos privados, nin nos galegófonos nin nos castelanófonos.
- Detéctanse certos problemas no coñecemento do galego estándar escrito.
- A falta de fixación clara do estándar oral introduciu elementos de dúbida e de discusión sobre a pertinencia e autenticidade de certas formas lingüísticas.
- Tamén cómpre mencionar a inexistencia de modelos estilísticos propios para os medios audiovisuais en galego, o cal fixo que se adaptasen modelos e recursos lingüísticos procedentes do castelán.

## C) IDEOLOXÍAS

Os responsables dos medios xustificaron a ausencia da lingua galega nos seus medios por mor das reaccións adversas dos lectores, anunciantes, etc.:

- Percíbese dende os medios que o público non ten hábito de ler en galego.

- Os editores, empresarios e outros actores mediáticos argumentan que o público non demanda medios en lingua galega.
- Percíbese por parte dos responsables dos medios que a comunicación en galego é menos rendible ca en castelán, formulando o argumento de que o galego non vende.
- Moitos responsables dos medios non lle conceden fiabilidade aos datos que fan fincapé nunha boa predisposición do público cara á existencia e creación de medios escritos e audiovisuais en galego.

#### D) NORMALIZACIÓN DA LINGUA GALEGA

Os medios non se consideran actores relevantes no proceso de revitalización da lingua galega, derivando o compromiso lingüístico cara a outros actores da sociedade galega, principalmente os institucionais:

- A maior parte dos medios de comunicación galegos non se consideran axentes activos no proceso de recuperación da lingua galega.
- Faise unha crítica do que se consideran ‘excesos’ nas accións institucionais de normalización lingüística.
- Os medios de comunicación foráneos seguen unha política lingüística pouco favorable ao galego, tanto na liña editorial como na praxe xornalística.

#### E) FERRAMENTAS E RECURSOS

Fronte á amplitude e diversidade de recursos para o xornalismo en castelán, a lingua galega carecía de ferramentas informáticas e lingüísticas que facilitasen o labor dos profesionais dos medios:

- As ferramentas e recursos de tipo informático e lingüístico eran poucos e sempre chegaban moito despois dos existentes para o castelán.
- Faltou unha difusión axeitada dos recursos lingüísticos diversos existentes para facilitar o traballo en galego por parte dos profesionais dos medios (ofimáticos, informáticos, etc.).

## F) CARENCIAS

Bótase en falta unha maior diversidade de produtos mediáticos que utilicen a lingua galega. Tamén é constatable a dificultade que a lingua ten para ser utilizada en certos tipos de xéneros xornalísticos (por exemplo, os considerados xéneros ‘duros’: economía, internacional, etc.), sendo tamén moi salientable a evolución moi lenta da publicidade en galego:

- Certos tipos de produtos xornalísticos son moi escasos: revistas musicais, produtos dirixidos ao público infantil e xuvenil, revistas de mulleres, xornais de economía, etc.
- O uso do galego nos medios de comunicación está confinado a certas seccións (por exemplo, cultura e publicidade).
- A publicidade realizada en galego procede maioritariamente dos actores institucionais (Xunta, concellos, deputacións, universidades, etc.). O sector privado apenas bota man do galego para publicitarse.
- Contribuíuse a asentir a idea de que o galego non é lingua apropiada para certos temas: economía, política, internacional ou deportes, por exemplo.

## G) ACHEGAS INSTITUCIONAIS

A subvención foi a principal ferramenta planificadora empregada e os seus resultados foron ineficaces –non aumentou apenas a porcentaxe de emprego do galego– e ineficientes –o custo foi moi alto e a galeguización escasa:

- A política lingüística institucional cara aos medios de comunicación privados, baseada nas subvencións, constituíu un fracaso completo, á vista dos resultados obtidos e do gasto ocasionado. Se o obxectivo da política subvencionadora era aumentar a presenza efectiva do galego nos medios impresos, resultou unha política ineficaz; e se consideramos a relación entre o custo en forma de subvencións anuais e o beneficio galeguizador obtido, resultou unha política ineficiente.

- Ademais, non se realizou un seguimento e unha avaliación da eficacia e eficiencia da política subvencionadora ano a ano e medio a medio, se cadra porque tales obxectivos nunca foron definidos explicitamente polos responsables políticos.
- O único éxito desta política lingüística foi, se cadra, o mantemento de *Galicia Hoxe*, xornal que se segue editando malia a súa exigua difusión diaria. En calquera caso, non parece que deba ser un obxectivo da política lingüística institucional manter, con subvencións ano tras ano, medios de comunicación que compiten nun mercado aberto.

#### H) DEMANDA SOCIAL

A demanda social de medios en galego nunca foi especialmente significativa, o que axuda a explicar o desleixo das empresas mediáticas polo galego e tamén axuda a entender as enormes dificultades daqueles proxectos empresariais que si tiñan na lingua un activo importante:

- Non hai presión social significativa para unha galeguización efectiva dos medios de comunicación. Asumindo que na elección do consumo mediático a cuestión lingüística é secundaria para a maioría da poboación, os cidadáns tenden a acomodarse á lingua do medio sen esixir ningún tipo de cambio lingüístico.
- Neste sentido é significativa a escaseza de iniciativas galeguizadoras que callasen en proxectos estables.
- Esa realidade non é exclusiva dos medios de comunicación: a sociedade galega, en xeral, non considera a lingua galega como un elemento central da axenda socio-política.

## 2 AMEAZAS

As ameazas son os factores ou circunstancias externas, relativas ao futuro e de carácter negativo.

### A) DESCENSO NOS USOS

Fronte ao ascenso dos usos formais e públicos, a lingua galega perde posicións como lingua de uso informal e espontáneo, de uso familiar, e como variedade transmitida ás novas xeracións:

- Descenso continuado nos usos sociais do galego, especialmente nos usos orais espontáneos.
- Os sectores sociais galegófonos non transmiten o galego en tanta medida como transmiten o castelán os grupos castelanófonos.
- Malia o aumento importante da consideración social do galego, segue estando presente na sociedade galega unha valoración da lingua en termos de pouco status social. Esa valoración escasa en termos de prestixio actúa como un lastre para a xeneralización de usos.
- Contradición entre usos sociais (en descenso) e actitudes (aparentemente positivas cara ao galego).

### B) VALORACIÓNS SOBRE AS LINGUAS

A discutible asunción por parte da sociedade dunha dimensión utilitarista e internacionalista das linguas supón unha limitación para a extensión do galego nos medios de comunicación. Se prevalece a interpretación de que imos cara a unha sociedade conformada por unhas poucas linguas fortes, entre elas o castelán, a valoración sobre o galego sempre estará varios pasos por detrás do castelán:

- Considérase o abandono do galego como un proceso natural (e case inevitable).
- Considérase o papel forte do castelán a nivel do Estado e a nivel internacional.

### C) VALORACIÓNS NO USO DO GALEGO

Relacionado co descenso de usos sociais temos a outra cara da mesma moeda: a detección de usos simbólicos e cerimoniais en galego que, para unha parte importante da poboación, debilita a consideración do galego como variedade útil e viva:

- Percíbese unha certa ritualización e cerimonia nos usos públicos do galego, sobre todo nos políticos e nos gobernantes. Malia que a presenza do galego neses ámbitos é un elemento positivo, a percepción dunha relativa inautenticidade no despregamento lingüístico público acaba sendo moi prexudicial para as actitudes cara ao idioma.
- O galego segue percibíndose como unha variedade lingüística popular, de uso principalmente oral e informal, de certas elites culturais e de ámbitos políticos.

## 3 FORTALEZAS

As fortalezas son entendidas como elementos ou factores de carácter positivo e internos ao propio grupo, relativas a unha situación presente (a diferenza das oportunidades, que constitúen potencialidades futuras).

### A) INDICADORES SOCIOLINGÜÍSTICOS

A situación sociolingüística do galego é moi sólida no tocante á adquisición da súa competencia lingüística e á percepción positiva da súa presenza na sociedade galega actual e do futuro:

- En todo tipo de análises de opinión feitas en Galicia dende a transición democrática, son especialmente positivas as valoracións sobre a presenza do galego nos medios de comunicación, así como ante todo tipo de preguntas relativas á posibilidade de funcionamento de novos medios en lingua galega.
- Tendo en conta as altas destrezas lingüísticas aprendidas (ler e escribir) en lingua galega, xunto co mantemento

das capacidades para entender e falar, os cidadáns teñen unha plena capacitación para consumir medios escritos e audiovisuais en galego, sendo esta capacidade aínda maior nas xeracións máis novas.

- No avance no status social da lingua galega nas últimas décadas ten un papel crucial a CRTVG coa presenza do galego nas emisións televisivas e radiofónicas. Aínda que os prestixios sociais vinculados coa lingua non son aínda predominantes, estes aumentaron considerablemente grazas ás emisión galegófonas dos medios públicos autonómicos.
- A cidadanía detecta a incongruencia entre a extensión demográfica do galego e a súa representación nos medios de comunicación, principalmente nos impresos.

#### B) OFERTA EN GALEGO NOS MEDIOS

Hai un labor feito moi importante coa existencia dunha certa oferta mediática en lingua galega. Aínda que durante anos se foi a remolque, asistimos na actualidade a unha eclosión de iniciativas e proxectos en galego na prensa, na radio ou na internet:

- Non partimos de cero: hai oferta de medios en galego na radio, na televisión, nos medios impresos diarios, na prensa local e comarcal, etc., aínda que tales medios en galego compiten nun mercado dominado polos medios castelanófonos.
- De especial relevancia atopamos os medios impresos locais, da prensa especializada e da prensa semanal e mensual en galego.
- A televisión en lingua galega, seguindo o modelo da TVG, está plenamente consolidada, aínda que non tivo o peso suficiente para guiar e ser modelo lingüístico para as televisións locais, que apostaron maiormente polo castelán.
- Algo parecido ocorreu no panorama radiofónico: o modelo galegófono da RG está asentado pero segue sen permear cara ás emisoras e cadeas privadas, moitas

delas previas ao nacemento da RG en 1985 e que teñen un peso específico importante.

- A produción propia das emisoras municipais de radio é maiormente en galego. Ademais, dáse en Galicia o fenómeno de que é habitual a converxencia en galego cos invitados e entrevistados que empregan esta lingua na radio.
- A publicidade en galego, aínda que pouca en comparación coa cantidade exhibida en castelán, acada unha alta calidade con moita repercusión social.

#### C) RECURSOS

Certos recursos dispoñibles en galego facilitan o labor dos profesionais dos medios:

- Existencia dunha certa infraestrutura de xestión lingüística nos medios: servizos lingüísticos na TVG e RG, lingüistas en diversos medios (*Galicia Hoxe*, *La Voz de Galicia*).
- Desenvolvemento de ferramentas de tradución automática e de tradutores de páxinas web que favorecen a disposición en galego de medios electrónicos elaborados en castelán.

#### D) OUTROS FACTORES

A formación de profesionais dos medios nas universidades galegas facilita a adquisición de competencia e de prácticas lingüísticas galegófonas que se desenvolven no seu labor diario. Ademais, a consolidación da variedade estándar e dos modelos lingüísticos audiovisuais do galego está axudando considerablemente a darlle estabilidade e a superar un aspecto ata agora especialmente problemático na difusión social dos modelos lingüísticos en galego:

- A posta en marcha de titulacións universitarias, para os profesionais dos medios, permitiu o desenvolvemento dunha formación universitaria feita e pensada dende Galicia cunha importante presenza nos plans de estudos de materias de lingua galega e impartidas en galego.



- Tamén supuxo un cambio cualitativo a posta en marcha de infraestruturas de análise e investigación sobre os medios nas universidades e noutros organismos (CCG, por exemplo), o que permitiu consolidar centros, equipos, observatorios e proxectos de investigación.
- Na medida en que os medios traballan coa lingua, é tamén un aspecto forte a consolidación, paseniña pero constante, da variedade estándar da lingua galega, coas repercusións tan importantes que isto supón principalmente para os medios de comunicación escritos. A calidade lingüística dos medios escritos tende a aumentar grazas á formación dos redactores, á existencia de medios electrónicos e humanos de corrección e revisión e á consolidación da norma común de referencia.
- Tamén está a aumentar a calidade das emisións audiovisuais en galego, se cadra polos mesmos motivos de formación e de consolidación da norma común que mencionamos no parágrafo anterior.

#### 4 OPORTUNIDADES

As oportunidades son factores positivos de carácter externo ao grupo. A diferenza das fortalezas, que son circunstancias relativas ao presente, as oportunidades son potencialidades observadas cara ao futuro.

##### A) INDICADORES SOCIOLINGÜÍSTICOS

Malia as debilidades e ameazas sinaladas anteriormente, a posición sociolingüística da lingua galega é o suficientemente sólida como para agardar unha xeira de revitalización futura en canto se poña en marcha unha política lingüística proactiva:

- Respecto das destrezas lingüísticas, constátase o aumento exponencial da capacidade para ler e para escribir en galego, principalmente nas xeracións que no momento actual teñen menos de 35 anos. Se a isto lle engadimos

o mantemento da capacidade para falar en galego, o panorama competencial é especialmente positivo.

- Tocante aos usos lingüísticos, o galego segue sendo a lingua maioritaria da poboación e, malia o avance da substitución social polo castelán, as cifras globais seguen sendo favorables ao galego.
- Hai unha actitude positiva xeral da poboación ante a lingua galega, valoración moi afastada dos prexuízos latentes e patentes de anteriores momentos na historia de Galicia.
- Constátanse, especialmente na mocidade, unhas actitudes positivas crecentes cara á lingua galega e cara aos referentes positivos que evoca.

#### B) NOVOS MEDIOS

Os novos medios de comunicación, nacidos coa difusión da internet, do xornalismo electrónico e dos novos espazos de comunicación na rede, estanlle dando un pulo importante á lingua galega:

- Asentamento de xornais gratuítos en galego.
- Penetración importante do galego nos cibermedios e nos blogs.

#### C) NOVAS TECNOLOXÍAS

Malia as limitacións actuais, non é difícil enxergar un escenario futuro con ferramentas plurilingües que faciliten a interacción electrónica en lingua galega:

- Existencia de ferramentas para a tradución automática de páxinas web que permitan visualizar as webs dos medios en galego.
- Iniciativas dende a Xunta de Galicia e dende as universidades galegas para o fomento do galego na sociedade da información, que van producir máis recursos e ferramentas de utilidade para os medios, os seus profesionais e o público.

## D) OUTROS FACTORES

Malia que a sociedade galega nunca foi especialmente motriz na reclamación de medios en galego, hai plena receptividade para tales iniciativas. Tamén supón unha ferramenta de indubidable interese o contido relativo aos medios no Plan Xeral de Normalización da Lingua Galega en 2004, aínda por desenvolver plenamente:

- Lexislación favorable, a partir da LNL-1983, para a inserción da lingua galega nos medios públicos e privados.
- Apoio institucional: existencia de implicación institucional mediante o desenvolvemento de políticas lingüísticas públicas.
- Creación de postos de traballo vinculados co galego nos medios de comunicación, o cal supón unha importante posta en valor da lingua no mercado.
- Existencia dun Plan Xeral de Normalización da Lingua Galega que ten unha parte dedicada especificamente aos medios de comunicación.
- A presenza de galego nos medios está plenamente asumida e lexitimada socialmente.
- Hai potencialidade e receptividade no mercado galego para novos produtos xornalísticos impresos elaborados en lingua galega.



## IX. BIBLIOGRAFÍA

- ABAD, T. (1999), «O big-bang mediático. A Fragmentación da fascinación e O Xurdimento da Patria Cuántica», en E. CASAIS *et al.* (1999), *Televisión e sociedade (TV-locais en Galicia)*, Santiago de Compostela, Edicións Lea, 65-96.
- ÁLVAREZ POUSA, L. (1999), *Prensa ameazada. Desde a transición ó fraguismo*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- ÁLVAREZ POUSA, L. (2000), «Poder e lingua nos medios», *Tempos Novos* 36, 44-47.
- AMORÓS i PONS, A. (1999), *Os telexornais nas grellas de programación (1957-1999). Técnicas ó programar*, Vigo, Universidade de Vigo.
- ARACIL, Lluís V. (1982), *Papers de sociolingüística*, Barcelona, La Magrana.
- BECOÑA IGLESIAS, E. (1986), *La relación actitud-conducta*, Santiago, Celta.
- BERAMENDI, X. (2007), *De provincia a nación*, Vigo, Xerais.
- BLANCO CAMPAÑA, X. L. (1999), *Historia da radio en Galicia*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- BOIX, E. & F. X. VILA (1998), *Sociolingüística de la llengua catalana*, Barcelona, Ariel.
- CAMPOS FREIRE, F. (1991), «Linguaxe gráfica e proceso de reconversión tecnolóxica da prensa galega», en G. ROJO *et al.*, *A linguaxe e os medios de comunicación escritos en Galicia*, Santiago de Compostela, Edicións Lea, 73-89.
- CAMPOY, C. (2003), «Televisión en Chantada: un proxecto de televisión por e para a comunidade», en M. A. MARTÍNEZ HERMIDA (coord.), *Televisións locais en Europa: proximidade, programación e políticas de comunicación*, Santiago de Compostela, Universidade, 338-45.

- CARRASCO SOLLA, P. (2003), «A televisión local como obxecto de investigación en Galicia», en M. A. MARTÍNEZ HERMIDA (ed.), *Televisións locais en Europa: proximidade, programación e políticas de comunicación*, Santiago de Compostela, Unidixital, 305-13. [Edición en CD-ROM].
- CASAS, E. et al. (1999), *Televisión e sociedade (TV-locais en Galicia)*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- CENDÁN FRAGA, A. (1998), *A televisión en Galicia*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- CENDÁN FRAGA, A. (2002), *Xornalismo e medios de comunicación en Galicia durante o franquismo*, Sada, Edicións do Castro.
- CORMACK, M. (2004), «Developing minority language media studies», *Mercator Media Forum* 7(1), 3-12.
- CORMACK, M. (2007), «The Media and Language Maintenance», en M. CORMACK & N. HOURIGAN (ed.), *Minority Language media: concepts, critiques and case studies*, Clevedon, Multilingual Matters, 52-68.
- CRYSTAL, D. (2003), *A morte das linguas*, Vigo, Galaxia.
- FERNÁNDEZ FREIXANES, V. (1974), «Radiodifusión», en *Gran Enciclopedia Gallega*, t. XXVI, Xixón, Silverio Cañada (ed.).
- FERNÁNDEZ REI, F. (1991), «A lingua galega na prensa escrita. Interferencias lingüísticas», en G. ROJO et al., *A linguaxe dos medios de comunicación escritos en Galicia*, Santiago de Compostela, Edicións Lea, 29-58.
- FERNÁNDEZ REI, F. (1994), «Contribución das organizacións políticas á normalización da lingua galega (1963-1989)», en R. LORENZO (ed.), *Actas do XIX Congreso Internacional de Lingüística e Filoloxía Románicas*, Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela, volume VI, 51-74.
- FERNÁNDEZ DEL RIEGO, F. (1989), «Breve historia da prensa periódica en Galicia», *Grial* 100, 210-22.

- FERRO RUIBAL, X. (1998), «Porcentaxe de galego na prensa diaria. Dúas catas en outubro e novembro de 1998», *Cadernos de Lingua* 18, 29-52.
- FISHMAN, J. (1991), *Reversing language shift. Theoretical and empirical foundations of assistance to threatened languages*, Clevedon, Multilingual Matters.
- FISHMAN, J. (2001), *Can threatened languages be saved? Reversing language shift revisited. A 21st century perspective*, Clevedon, Multilingual Matters.
- FREIXEIRO MATO, X. R. (1997), *Lingua galega: normalidade e conflito*, A Coruña, Laiovento.
- GARCÍA NEGRO, M. P. (1991) *O galego e as leis. Aproximación sociolingüística*, Vilaboa, Cumio.
- GARCÍA OROSA, B. *et al.* (2002), «Achegas para o mapa das televisións locais en Galicia 2000-2002» (acceso web: [http://www.consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/c\\_tv\\_local\\_achegas.pdf](http://www.consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/c_tv_local_achegas.pdf)).
- GARCÍA PALMEIRO, X. M. (2004), «A prensa en Galicia», en X. LÓPEZ (coord.), *A importancia dos medios de comunicación propios na sociedade mundializada. Actas das XII Xornadas Mar por Medio (Ribadeo, 11-13 agosto 2004)*, 129-33 (<http://www.consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/comunicacion.pdf>).
- GARCÍA RAMOS, D. (1990) *Réxime xurídico da lingua galega*, Santiago de Compostela, Asociación de Funcionarios para a Normalización Lingüística de Galicia.
- GÓNZALEZ MONTAÑÉS, A. (1992), «Algunhas cuestións con respecto ó uso do idioma nos medios de comunicación en galego», *Cadernos de Lingua* 5, 5-26.
- GOYANES, H., M. NÚÑEZ SINGALA, P. ROMERO & M. TÚÑEZ (1996), *A información en galego*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- GRAÑA MARTÍNEZ, V. (2001), *Lexislación da lingua galega (edición de 2001)*, Santiago de Compostela, Xunta de Galicia.

- GRIN, F. (1994), «The bilingual advertising decision», *Journal of Multilingual and Multicultural Development* 15, 269-292.
- HERMIDA GULÍAS, C. (1992), *Os precursores da normalización. Defensa e reivindicación da lingua galega no Rexurdimento (1840-1891)*, Vigo, Xerais.
- HERMIDA GULÍAS, C. (1999), «Un modelo de lingua para os medios de comunicación de masas», en R. ÁLVAREZ & D. VILAVEDRA (coords.), *Cinguidos por unha arela común. Homenaxe ó profesor Xesús Alonso Montero. Tomo I. Semblanza e creación. Lingua. Historia, cultura e sociedade*, Santiago de Compostela, Universidade / Departamento de Filoloxía Galega, 501-18.
- HERMIDA GULÍAS, C. (2004a), «A lingua da publicidade», en R. ÁLVAREZ BLANCO, F. FERNÁNDEZ REI & A. SANTAMARINA (eds.), *A lingua galega: historia e actualidade*, vol. 2, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega / Instituto da Lingua Galega, 361-78.
- HERMIDA GULÍAS, C. (2004b), «Presenza do galego nos medios de comunicación», en X. LÓPEZ (coord.), *A comunicación en Galicia 2004*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 131-48.
- IGLESIAS, P. & A. MERAYO (1997), *As radios municipais en Galicia*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- KABATEK, J. (1991), «Interferencias entre galego e castelán: problemas do galego estándar», *Cadernos de Lingua* 4, 39-48.
- LEDO ANDIÓN, M. (1993), *O diario postelevisivo*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- LEDO ANDIÓN, X. L. (1998), *Prensa galega. O discurso do poder*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- LIMIA FERNÁNDEZ, M., A. ISASI VARELA, J. PEREIRA FARIÑA & X. LÓPEZ GARCÍA (2006), «Modelos de información galega en Internet», *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona* 4(1), 203-22.



- LÓPEZ, B. (2000), «Televisión de proximidade e culturas minoritarias: complexidades dunha relación», en X. LÓPEZ GARCÍA & X. A. NEIRA CRUZ (coords.), *Comunicación e cultura en tempos de redefinición*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 73-82.
- LÓPEZ DOBAO, A. (1990), «Normalización lingüística e medios de comunicación», *A Trabe de Ouro* 2, 247-59.
- LÓPEZ DOBAO, A. (1999), «Un máster de galego na aldea: discursos (e silencios) públicos ó redor do galego oral», en R. ÁLVAREZ & D. VILAVEDRA (coords.), *Cinguidos por unha arela común. Homenaxe ó profesor Xesús Alonso Montero. Tomo I. Semblanza e creación. Lingua. Historia, cultura e sociedade*, Santiago de Compostela, Universidade / Departamento de Filoloxía Galega, 349-66.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (1995), *Detrás da prensa popular*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (1996), «A aportación á loita contra a unificación informativa das publicacións comarcais», en M. LEDO ANDIÓN (ed.), *Comunicación na periferia atlántica*, Santiago de Compostela, Universidade de Santiago de Compostela, 303-307.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (1997), «La prensa popular gallega: un eslabón para la participación ciudadana», en ZER. *Revista de Estudios de Comunicación* 3 (revista electrónica; acceso web: [www.ehu.es/zer/zer3/sumario3.html](http://www.ehu.es/zer/zer3/sumario3.html)).
- LÓPEZ GARCÍA, X. (2000a), *A prensa do terceiro milenio*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (coord.) (2000b), *A comunicación en Galicia 2000*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (2000c), «Prensa», en X. LÓPEZ GARCÍA, *A comunicación en Galicia 2000*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 40-1.

- LÓPEZ GARCÍA, X. (coord.) (2002), *A comunicación en Galicia 2002*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (2003), «La comunicación en Galicia 2000-2003», *ÁMBITOS. Revista Andaluza de Comunicación* 9-10.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (coord.) (2004), *A comunicación en Galicia 2004*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (coord.) (2005), *Tres décadas de televisión en Galicia*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega. [<http://consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/television.pdf/>]
- LÓPEZ GARCÍA, X. (coord.) (2007), *A comunicación en Galicia 2007*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- LÓPEZ GARCÍA, X. et al. (2001), *La prensa diaria en Galicia (1976-2000)*, Santiago de Compostela, Universidade.
- LÓPEZ GARCÍA, X. et al. (2002), «A comunicación en Galicia no século XXI», en M. LEDO & T. VARIS (coords.), *Actas do congreso Galicia-Finlandia. Modos de pensar*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- LÓPEZ GARCÍA, X. & B. GARCÍA OROSA (2002), «La evolución de la prensa en Galicia (1976-1996)», *ZER. Revista de Estudios de Comunicación* 12.
- LÓPEZ MUÑOZ, D. (1989), *O idioma da Igrexa en Galicia*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- LÓPEZ RICO, J. (1993), «As axencias informativas», en M. RIVAS et al., *Informe da comunicación*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 91-100.
- LUCA DE TENA, G. (1976), *Lengua, cultura y periodismo en Galicia 1876-1936*, Madrid, Cuadernos para el Diálogo.
- MANEIRO VILA, A. & A. CABALEIRO DURÁN (1993), *A TVG: unha institución pública imprescindible en Galicia*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- MARIÑO, R. (1998), *Historia da lingua galega*, Santiago de Compostela, Sotelo Blanco.

- MARTÍNEZ HERMIDA, M. A. (1994), *Televisión y vídeo en Galicia. La intervención de la institución autonómica en el sector audiovisual*, Tese de doutoramento, Madrid, Universidad Complutense.
- MARTÍNEZ HERMIDA, M. A. (2001), «Televisión local en Galicia: unha aproximación á comunidade de interese e ás relacións medio-comunidade», *Estudios de Comunicación* 0, 169-78.
- MARTÍNEZ HERMIDA, M. A. (2002). «Televisións de pequena escala», en X. LÓPEZ GARCÍA (coord.), *A comunicación en Galicia 2002*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 139-47.
- MARTÍNEZ HERMIDA, M. A. (ed.) (2003), *Televisións locais en Europa. Proximidade, programación e políticas de comunicación*, Santiago de Compostela, Unidixital. [Edición en CD-ROM].
- MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, M. & A. I. RODRÍGUEZ VÁZQUEZ (2004), «A televisión local en Galicia», en X. LÓPEZ GARCÍA (coord.), *A comunicación en Galicia 2004*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 109-18.
- MONTEAGUDO, H. (1999), *Historia social da lingua galega*, Vigo, Galaxia.
- MONTEAGUDO, H. (2003), «A demanda da norma. Avances, problemas e perspectivas no proceso de estandarización do idioma galego», en H. MONTEAGUDO & X. M. BOUZADA FERNÁNDEZ (coords.), *O proceso de normalización do idioma galego (1980-2000). Volume III. Elaboración e difusión da lingua*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 37-129.
- MONTEAGUDO, H. & X. BOUZADA FERNÁNDEZ (2001), *O proceso de normalización do idioma galego (1980-2000). Volume I. Política lingüística: análise e perspectivas*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- NINYOLES, R. (1972), *Idioma y poder social*, Madrid, Tecnos.
- NINYOLES, R. (1977), *Cuatro idiomas para un estado (el castellano y los conflictos lingüísticos en la España periférica)*, Madrid, Editorial Cambio 16.

- OTERO LLOVO, X. (2004), «A radio en Galicia», en X. LÓPEZ (coord.), *A importancia dos medios de comunicación propios na sociedade mundializada. Actas das XII Xornadas Mar por Medio (Ribadeo, 11-13 agosto 2004)*, 153-158 (<http://www.consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/comunicacion.pdf>).
- PENA, A. (2004), «Televisión, cultura e identidade galega», en X. LÓPEZ (coord.), *A importancia dos medios de comunicación propios na sociedade mundializada. Actas das XII Xornadas Mar por Medio (Ribadeo, 11-13 agosto 2004)*, 108-114 (<http://www.consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/comunicacion.pdf>).
- PÉREZ, X. M. (1992), «A normalización lingüística na Radio e na Televisión de Galicia. Propostas dun xornalista», *Cadernos de Lingua* 6, 137-142.
- PÉREZ PAIS, M. C. (1974), «Prensa», en *Gran Enciclopedia Gallega*, t. XXV, Xixón, Silverio Cañada (ed.), 219-232.
- PÉREZ PAIS, M. C. (1994), «La prensa gallega, Una aproximación histórica», *Galicia en Madrid*, 51, 18-24.
- PIÑEIRO, R. (1967), *A lingoaxe i as línguas*, Vigo, Galaxia.
- POUSA ESTÉVEZ, X. R. (2000), «A radio», en LÓPEZ GARCÍA, X. (coord.), *A comunicación en Galicia 2000*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- POUSA ESTÉVEZ, X. R. (2004), «A radio que vén», en X. LÓPEZ GARCÍA (coord.), *A importancia dos medios de comunicación propios na sociedade mundializada. Actas das XII Xornadas Mar por Medio (Ribadeo, 11-13 agosto 2004)*, 134-41 (<http://www.consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/comunicacion.pdf>).
- POUSA ESTÉVEZ, X. R. (2007), «A radio en Galicia», en LÓPEZ GARCÍA, X. (coord.), *A comunicación en Galicia 2007*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- RAMALLO, F. F. & G. REI-DOVAL (1997), *Vender en galego. Comunicación, empresa e lingua en Galicia*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.

- REGUEIRA, X. L. (1994), «Modelos fonéticos e autenticidade lingüística», *Cadernos de Lingua* 10, 37-60.
- REGUEIRA, X. L. (2000): «Un modelo de estándar oral para a lingua galega», en D. KREMER (ed.), *Actas do V Congreso Internacional de Estudos Galegos*, Sada/Trier, Ed. do Castro, 19-34.
- RICENTO, T. (2000), «Ideology, politics and language policies: Introduction», en T. RICENTO (ed.), *Ideology, politics and language policies: Focus on English*, Amsterdam, John Benjamins, 1-8.
- RICO LÓPEZ, V. M. (1992), «Os xornais e a lingua, 1977-1987», *A Nosa Terra. Decenário 1977-1986*, Vigo, Promocións Culturais Galegas, 166-70.
- RIVAS, M. (1989), «Prensa e lingua: o presente xa non se ten en pé», *Encrucillada* 62.
- RODRÍGUEZ, M. A. (1996), «A Xunta amamanta á prensa», *Galicia Internacional* 11.
- RODRÍGUEZ, M. F. (2004), «A radio no espazo galego de comunicación», en X. LÓPEZ GARCÍA, *A importancia dos medios de comunicación propios na sociedade mundializada. Actas das XII Xornadas Mar por Medio, celebradas os días 11, 12 e 13 de agosto de 2004 en Ribadeo* (acceso web: <http://consellodacultura.org/mediateca/pubs.pdf/comunicacion.pdf/>).
- RODRÍGUEZ VALCÁRCEL, M.<sup>a</sup> X. (2004), «Reflexións sobre o corpus do galego na Revista Gallega (1895-1907)», en R. ÁLVAREZ BLANCO, F. FERNÁNDEZ REI & A. SANTAMARINA (eds.), *A lingua galega: historia e actualidade*, vol. 2, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega / Instituto da Lingua Galega, 417-30.
- RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, A. I. (2001), *Os informativos diarios nas televisións locais de Galicia*, Tese de doutoramento inédita, Santiago de Compostela, Facultade de Ciencias da Información, Universidade de Santiago de Compostela.
- RODRÍGUEZ VÁZQUEZ, A. I. (2006), «A televisión local en Galicia ante a dixitalización. Transformacións e redefinición do

- modelo televisivo de proximidade», *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*, 101-15.
- ROJO, G. *et al.* (1992), *As linguaxes dos medios de comunicación escritos en Galicia*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- ROMÁN PORTAS, M. (1997), *Historia de La Voz de Galicia (1882-1939)*, Vigo, Universidade de Vigo.
- SACO Y ARCE, J. A. (1968): *Gramática gallega*, Lugo, Imprenta de Soto Freire.
- SEMINARIO DE SOCIOLINGÜÍSTICA DA RAG (1995), *Usos lingüísticos en Galicia*, A Coruña, Real Academia Galega.
- SEMINARIO DE SOCIOLINGÜÍSTICA DA RAG (1996), *Actitudes lingüísticas en Galicia*, A Coruña, Real Academia Galega.
- SOENGAS PÉREZ, X. (2004), «O papel da Televisión de Galicia e da Radio Galega na normalización lingüística», en ÁLVAREZ BLANCO, FERNÁNDEZ REI & SANTAMARINA (eds.), *A lingua galega: historia e actualidade*, vol. 1, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega / Instituto da Lingua Galega, 431-37.
- TÚÑEZ, M. & X. LÓPEZ GARCÍA (coords.) (2000), *Condicións laborais e actitudes profesionais nos medios de comunicación*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- TÚÑEZ LÓPEZ, M. & X. LÓPEZ GARCÍA (coords.), *A lingua das novas*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega. [CD-ROM. En proceso de edición].
- VARELA RAMOS, I. (dir.) *et al.* (2003), *Audiovisual galego*, Santiago de Compostela, Xunta de Galicia.
- VENTÍN PEREIRA, J. A. (1986) *La guerra de la radio (1936-1939)*, Barcelona, Mitre.
- YAMAMOTO, A. (1998), «Retrospect and prospect on new emerging language communities», en N. OSTLER (ed.), *Endangered Languages: What Role for the Specialist? Proceedings of the Second FEL Conference*, Bath, Foundation for Endangered Languages.

## ANEXOS





# **1 CUESTIONARIO DELPHI:**

## **A normalización da lingua galega nos medios de comunicación**

**Consello da Cultura Galega**  
**Xullo de 2004**

Solicitámoslle que responda as cuestións que formulamos a continuación, tendo en conta que, aínda que se presentan como preguntas, funcionan ao mesmo tempo como un guión que lle permita a vostede articular a súa opinión sobre o tema desta investigación: a lingua galega e os medios de comunicación en Galicia dende 1980 ata a actualidade, e cara ao futuro.

A técnica DELPHI ten como obxectivo obter unha mostra significativa e contrastada de opinións de expertos respecto dun determinado obxecto de estudo. Para cumprir ese obxectivo procédese a recoller as opinións e reflexións dos principais analistas. É tamén indubidable o interese que esta técnica ofrece á hora de sinalar vieiros de futuro, sendo neste sentido unha ferramenta prospectiva de primeira magnitude.

Toda a información procedente do DELPHI só será manexada polo equipo de investigación. En ningún caso haberá proxección pública de opinións particulares.

### **PREGUNTAS**

1. Sinala cales foron os acontecementos máis relevantes que ocorreron dende 1980 ata a actualidade con respecto á presenza da lingua galega nos medios de comunicación.
  - En que ámbitos e tipo de medios se avanzou máis?
  - Cales foron os ámbitos e medios máis remisos á galeguización?
2. Se ten que comparar a situación do galego nos medios de comunicación en 1980 e a situación na actualidade, como avaliaría a evolución da situación?

- A presenza do galego aumentou ou diminuíu?
  - Cales foron os motivos do aumento ou da diminución?
3. Avalíe o nivel de contidos en lingua galega que presentan os seguintes medios de comunicación na actualidade:
    - Os principais xornais galegos impresos: *La Voz de Galicia*, *Faro de Vigo*, *El Correo Gallego*, etc.
    - Televisión de Galicia (TVG).
    - Radio Galega (RG).
    - Emisoras de radio de titularidade estatal.
    - Emisoras de radio de alcance galego.
    - Televisións locais.
    - Televisións de ámbito estatal.
    - Prensa non diaria.
    - Medios de comunicación electrónicos (a través de internet).
  4. Que papel desempeñaron os medios de comunicación galegos na construción dunha identidade galega nos últimos vinte anos?
  5. Un ámbito directamente vinculado cos medios de comunicación é o da PUBLICIDADE. Opine sobre a evolución da presenza do galego na publicidade en xeral, e os retos aos que se enfronta a lingua galega neste sector mediático.
  6. Que lle parece o papel que desempeñan os seguintes actores sociais respecto do proceso de normalización da lingua galega?:
    - Goberno da Xunta de Galicia.
    - Partidos políticos (PP, BNG e PSdG-PSOE).
    - Organizacións sindicais.
    - Grupos de comunicación de capital galego.
    - Grupos de comunicación estatais.
    - Organizacións sociais da sociedade civil galega.
  7. Considere brevemente as seguintes cuestións relativas á situación e á consideración social da lingua galega nos últimos 25 anos:

- a) nivel de coñecemento e de competencia na lingua galega (capacidade para ler, escribir e falar en galego).
  - b) nivel de uso social da lingua (na familia, no traballo, etc.).
  - c) utilidade da lingua galega (real ou simbólica).
8. Que PUNTOS FEBLES e que AMEAZAS existen na actualidade de cara a que o galego teña unha maior presenza nos medios de comunicación?
9. Que PUNTOS FORTES e que OPORTUNIDADES salientaría vostede para que o galego dispoña dunha maior presenza nos medios de comunicación?
10. Que MEDIDAS considera que se deberían tomar para que a lingua galega tivese unha maior presenza nos medios de comunicación públicos e privados?
11. No ano 2015, como imaxina vostede a situación lingüística dos medios de comunicación en Galicia?



## 2 CUESTIONARIO DA ENQUISA

### A LINGUA GALEGA NOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: SITUACIÓNS E OPINIÓNS

(CONSELLO DA CULTURA GALEGA)

N.º de cuestionario: \_\_Hábitat de residencia: \_\_\_\_Concello: \_\_\_\_\_

1. Sexo: 1.\_\_ Home      2.\_\_ Muller

2. Idade: 1.\_\_15-20      2.\_\_ 20-30      3.\_\_ 30-40  
4.\_\_ 40-50      5.\_\_ 50-65      6.\_\_ >65

3. Nivel de estudos:

1.\_\_ Sen estudos    2.\_\_ Elementais    3.\_\_ Medios    4.\_\_ Superiores

4. Que lingua fala vostede habitualmente?:

- 1.\_\_ Só galego
- 2.\_\_ Máis galego ca castelán
- 3.\_\_ Máis castelán ca galego
- 4.\_\_ Só castelán

Que grao de dificultade ten para?:

|                       | Ningunha<br>dificultade (1) | Algunha<br>dificultade (2) | Moita dificultade<br>(3) |
|-----------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 5. Entender o galego  |                             |                            |                          |
| 6. Falar en galego    |                             |                            |                          |
| 7. Ler en galego      |                             |                            |                          |
| 8. Escribir en galego |                             |                            |                          |

## 9. Realizou algunha vez estudos de lingua galega?:

Non: 1. \_\_

Si: 2. \_\_ Ata o ENSINO PRIMARIO ou a EXB.

3. \_\_ Ata o ENSINO SECUNDARIO (ESO/BUP/COU/FP).

4. \_\_ Na UNIVERSIDADE.

5. \_\_ Outros.

## Con que frecuencia...?:

|                                         | Diaria-<br>mente | Varias<br>veces á<br>semana | Unha<br>vez á<br>semana | Un par<br>de veces<br>ao mes | Con<br>menor<br>frecuencia | Nunca |
|-----------------------------------------|------------------|-----------------------------|-------------------------|------------------------------|----------------------------|-------|
| 10. Le libros                           |                  |                             |                         |                              |                            |       |
| 11. Vai ao cine                         |                  |                             |                         |                              |                            |       |
| 12. Le o xornal                         |                  |                             |                         |                              |                            |       |
| 13. Le semanarios<br>ou revistas xerais |                  |                             |                         |                              |                            |       |
| 14. Le revistas<br>especializadas       |                  |                             |                         |                              |                            |       |
| 15. Escoita a radio                     |                  |                             |                         |                              |                            |       |
| 16. Ve a televisión                     |                  |                             |                         |                              |                            |       |
| 17. Navega por<br>internet              |                  |                             |                         |                              |                            |       |

18. Que xornal ou xornais le habitualmente (máis dunha vez á semana)? [resposta múltiple]

|                               |  |
|-------------------------------|--|
| <i>La Voz de Galicia</i>      |  |
| <i>Faro de Vigo</i>           |  |
| <i>El Correo Gallego</i>      |  |
| <i>La Región</i>              |  |
| <i>El Ideal Gallego</i>       |  |
| <i>Diario de Ferrol</i>       |  |
| <i>La Opinión de A Coruña</i> |  |
| <i>El Progreso</i>            |  |
| <i>Diario de Pontevedra</i>   |  |
| <i>Galicia Hoxe</i>           |  |
| <i>Galicia en Xogo</i>        |  |
| <i>Marca</i>                  |  |
| <i>As</i>                     |  |
| <i>Diario Sport</i>           |  |
| <i>El Mundo Deportivo</i>     |  |
| <i>El País</i>                |  |
| <i>El Mundo</i>               |  |
| <i>ABC</i>                    |  |
| <i>La Razón</i>               |  |
| Outro/s (_____)               |  |

## 19. Cal é o seu canal ou canais de TV preferidos? [resposta múltiple]

|                              |  |
|------------------------------|--|
| TVE1                         |  |
| TVE2                         |  |
| Antena 3                     |  |
| Tele 5                       |  |
| TVG                          |  |
| Canal Plus                   |  |
| TeleVigo                     |  |
| Localia                      |  |
| Televisión Ferrol (Canal 31) |  |
| Tele Coruña                  |  |
| Ourense TV                   |  |
| Outro/s (_____)              |  |
| Ningún                       |  |

## Con que frecuencia realiza as seguintes actividades en galego?:

|                                                | Diaria-<br>mente<br>(1) | Varias<br>veces á<br>semana<br>(2) | Unha vez<br>á semana<br>(3) | Un par<br>de veces<br>ao mes<br>(4) | Con<br>menor<br>frecuencia<br>(5) | Nunca<br>(6) |
|------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|--------------|
| 20. Ler libros                                 |                         |                                    |                             |                                     |                                   |              |
| 21. Ver películas<br>no cine                   |                         |                                    |                             |                                     |                                   |              |
| 22. Ler prensa<br>diaria                       |                         |                                    |                             |                                     |                                   |              |
| 23. Ler semana-<br>rios ou revistas<br>xerais* |                         |                                    |                             |                                     |                                   |              |
| 24. Ler revistas<br>especializadas**           |                         |                                    |                             |                                     |                                   |              |
| 25. Escoitar a<br>radio                        |                         |                                    |                             |                                     |                                   |              |
| 26. Ver a<br>televisión                        |                         |                                    |                             |                                     |                                   |              |

\*Tempos Novos, A Nosa Terra, A Peneira, etc.

\*\*Grial, A Trabe de Ouro, etc.



Como considera vostede que é a presenza do galego...?:

|                    | Escasa<br>(1) | Adecuada<br>(2) | Excesiva<br>(3) | NS/NC<br>(4) |
|--------------------|---------------|-----------------|-----------------|--------------|
| 27. No cine        |               |                 |                 |              |
| 28. Na televisión  |               |                 |                 |              |
| 29. Na radio       |               |                 |                 |              |
| 30. Nos xornais    |               |                 |                 |              |
| 31. Nas revistas   |               |                 |                 |              |
| 32. En internet    |               |                 |                 |              |
| 33. Na publicidade |               |                 |                 |              |

Cal cre que debería ser a presenza do galego...?:

|                                             | Máis<br>presenza<br>do galego | A mesma | Menos<br>presenza<br>do galego | NS/NC |
|---------------------------------------------|-------------------------------|---------|--------------------------------|-------|
| 34. Nos xornais de información xeral        |                               |         |                                |       |
| 35. Nos xornais deportivos                  |                               |         |                                |       |
| 36. Nas televisións locais                  |                               |         |                                |       |
| 37. Nas plataformas dixitais                |                               |         |                                |       |
| 38. Nas televisións de ámbito estatal       |                               |         |                                |       |
| 39. Na TVG                                  |                               |         |                                |       |
| 40. Na publicidade                          |                               |         |                                |       |
| 41. Nas emisoras de radio de ámbito local   |                               |         |                                |       |
| 42. Nas emisoras de radio de ámbito estatal |                               |         |                                |       |

43. Gustaríalle que o xornal que le habitualmente inclúe máis información/opinión en galego?

1\_\_ Si

2\_\_ Non

3\_\_ Indiferente

44. En Galicia, se unha empresa de comunicación prepara a edición dun novo xornal, preferiría vostede que fose en castelán ou en galego?

1\_\_ Castelán

2\_\_ Galego

3\_\_ Nas dúas linguas

4\_\_ Indiferente

Seguindo coa lingua usada polos medios, cal cre que é máis adecuada para as seguintes seccións?

|                       | Castelán | Galego | É indiferente | NS/NC |
|-----------------------|----------|--------|---------------|-------|
| 45. Economía          |          |        |               |       |
| 46. Deportes          |          |        |               |       |
| 47. Cultura           |          |        |               |       |
| 48. Internacional     |          |        |               |       |
| 49. Nacional / España |          |        |               |       |
| 50. Ocio              |          |        |               |       |
| 51. Sociedade         |          |        |               |       |
| 52. Sucesos           |          |        |               |       |
| 53. Ciencia           |          |        |               |       |
| 54. Galicia           |          |        |               |       |
| 55. Local             |          |        |               |       |
| 56. Humor             |          |        |               |       |
| 57. Anuncios breves   |          |        |               |       |
| 58. Opinión           |          |        |               |       |

59. En xeral, Qué opinión lle merece o galego que escoita na TVG?

1\_\_ Moi bo

2\_\_ Bo

3\_\_ Malo

4\_\_ Moi malo

5\_\_ NS/NC

ENTREVISTADOR: Marcar o idioma en que contestou o entrevistado

1\_\_ Galego

2\_\_ Castelán

3\_\_ Nas dúas linguas



### 3 TÁBOAS

Tamaño de hábitat

|                 | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas < 2000  | 49         | 4,1        | 4,1               | 4,1                  |
| 2001-5000       | 162        | 13,5       | 13,5              | 17,5                 |
| 5001-10 000     | 196        | 16,3       | 16,3              | 33,8                 |
| 10 001-20 000   | 238        | 19,8       | 19,8              | 53,6                 |
| 20 001-50 000   | 129        | 10,7       | 10,7              | 64,3                 |
| 50 001-100 000  | 147        | 12,2       | 12,2              | 76,6                 |
| Máis de 100 000 | 282        | 23,4       | 23,4              | 100,0                |
| Total           | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Sexo

|              | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Home | 577        | 48,0       | 48,0              | 48,0                 |
| Muller       | 626        | 52,0       | 52,0              | 100,0                |
| Total        | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Idade

|               | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas 18-25 | 151        | 12,6       | 12,6              | 12,6                 |
| 26-40         | 312        | 25,9       | 25,9              | 38,5                 |
| 41-65         | 437        | 36,3       | 36,3              | 74,8                 |
| >=65          | 303        | 25,2       | 25,2              | 100,0                |
| Total         | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Estudos

|                     | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Sen Estudos | 62         | 5,2        | 5,2               | 5,2                  |
| Estudos elementais  | 596        | 49,5       | 49,5              | 54,7                 |
| Estudos medios      | 331        | 27,5       | 27,5              | 82,2                 |
| Estudos superiores  | 214        | 17,8       | 17,8              | 100,0                |
| Total               | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Lingua habitual

|                          | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|--------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Só galego        | 479        | 39,8       | 39,9              | 39,9                 |
| Máis galego que castelán | 297        | 24,7       | 24,7              | 64,6                 |
| Máis castelán que galego | 196        | 16,3       | 16,3              | 80,9                 |
| Só castelán              | 230        | 19,1       | 19,1              | 100,0                |
| Total                    | 1202       | 99,9       | 100,0             |                      |
| Perdidos Sistema         | 1          | 0,1        |                   |                      |
| Total                    | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Lingua habitual

|                  | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Galego   | 479        | 39,8       | 39,9              | 39,9                 |
| Bilingües        | 493        | 41,0       | 41,0              | 80,9                 |
| Castelán         | 230        | 19,1       | 19,1              | 100,0                |
| Total            | 1202       | 99,9       | 100,0             |                      |
| Perdidos Sistema | 1          | 0,1        |                   |                      |
| Total            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Entende o galego con...

|                              | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Ningunha dificultade | 1116       | 92,8       | 92,8              | 92,8                 |
| Algunha dificultade          | 82         | 6,8        | 6,8               | 99,6                 |
| Moita dificultade            | 5          | 0,4        | 0,4               | 100,0                |
| Total                        | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Fala o galego con...

|                              | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Ningunha dificultade | 991        | 82,4       | 82,5              | 82,5                 |
| Algunha dificultade          | 179        | 14,9       | 14,9              | 97,4                 |
| Moita dificultade            | 31         | 2,6        | 2,6               | 100,0                |
| Total                        | 1201       | 99,8       | 100,0             |                      |
| Perdidos NC                  | 2          | 0,2        |                   |                      |
| Total                        | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Le o galego con...

|                              | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Ningunha dificultade | 809        | 67,2       | 67,6              | 67,6                 |
| Algunha dificultade          | 306        | 25,4       | 25,6              | 93,2                 |
| Moita dificultade            | 81         | 6,7        | 6,8               | 100,0                |
| Total                        | 1196       | 99,4       | 100,0             |                      |
| Perdidos NC                  | 7          | 0,6        |                   |                      |
| Total                        | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Escribe o galego con...

|          |                      | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Ningunha dificultade | 448        | 37,2       | 38,3              | 38,3                 |
|          | Algunha dificultade  | 387        | 32,2       | 33,0              | 71,3                 |
|          | Moita dificultade    | 336        | 27,9       | 28,7              | 100,0                |
|          | Total                | 1171       | 97,3       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NC                   | 32         | 2,7        |                   |                      |
| Total    |                      | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Cursos de galego realizados

|          |                             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Non                         | 743        | 61,8       | 61,8              | 61,8                 |
|          | Si, até o ensino primario   | 53         | 4,4        | 4,4               | 66,2                 |
|          | Si, até o ensino secundario | 230        | 19,1       | 19,1              | 85,4                 |
|          | Si, até a universidade      | 36         | 3,0        | 3,0               | 88,4                 |
|          | Outros cursos               | 140        | 11,6       | 11,6              | 100,0                |
|          | Total                       | 1202       | 99,9       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NC                          | 1          | 0,1        |                   |                      |
| Total    |                             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Con que frecuencia le libros

|         |                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|---------|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas | Diariamente            | 305        | 25,4       | 25,4              | 25,4                 |
|         | Varias veces á semana  | 131        | 10,9       | 10,9              | 36,2                 |
|         | Unha vez á semana      | 51         | 4,2        | 4,2               | 40,5                 |
|         | Un par de veces ao mes | 77         | 6,4        | 6,4               | 46,9                 |
|         | Con menor frecuencia   | 333        | 27,7       | 27,7              | 74,6                 |
|         | Nunca                  | 305        | 25,4       | 25,4              | 99,9                 |
|         | NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total   |                        | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |



## Con que frecuencia vai ao cine

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 2          | 0,2        | 0,2               | 0,2                  |
| Varias veces á semana  | 8          | 0,7        | 0,7               | 0,8                  |
| Unha vez á semana      | 66         | 5,5        | 5,5               | 6,3                  |
| Un par de veces ao mes | 198        | 16,5       | 16,5              | 22,8                 |
| Con menor frecuencia   | 306        | 25,4       | 25,4              | 48,2                 |
| Nunca                  | 622        | 51,7       | 51,7              | 99,9                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Con que frecuencia le o xornal

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 575        | 47,8       | 47,8              | 47,8                 |
| Varias veces á semana  | 223        | 18,5       | 18,5              | 66,3                 |
| Unha vez á semana      | 162        | 13,5       | 13,5              | 79,8                 |
| Un par de veces ao mes | 56         | 4,7        | 4,7               | 84,5                 |
| Con menor frecuencia   | 72         | 6,0        | 6,0               | 90,4                 |
| Nunca                  | 114        | 9,5        | 9,5               | 99,9                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Con que frecuencia le semanarios ou revistas xerais

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 52         | 4,3        | 4,3               | 4,3                  |
| Varias veces á semana  | 100        | 8,3        | 8,3               | 12,6                 |
| Unha vez á semana      | 365        | 30,3       | 30,3              | 43,0                 |
| Un par de veces ao mes | 62         | 5,2        | 5,2               | 48,1                 |
| Con menor frecuencia   | 157        | 13,1       | 13,1              | 61,2                 |
| Nunca                  | 466        | 38,7       | 38,7              | 99,9                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Con que frecuencia le revistas especializadas

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 31         | 2,6        | 2,6               | 2,6                  |
| Varias veces á semana  | 40         | 3,3        | 3,3               | 5,9                  |
| Unha vez á semana      | 78         | 6,5        | 6,5               | 12,4                 |
| Un par de veces ao mes | 118        | 9,8        | 9,8               | 22,2                 |
| Con menor frecuencia   | 191        | 15,9       | 15,9              | 38,1                 |
| Nunca                  | 744        | 61,8       | 61,8              | 99,9                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Con que frecuencia escoita a radio

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 791        | 65,8       | 65,8              | 65,8                 |
| Varias veces á semana  | 121        | 10,1       | 10,1              | 75,8                 |
| Unha vez á semana      | 39         | 3,2        | 3,2               | 79,1                 |
| Un par de veces ao mes | 28         | 2,3        | 2,3               | 81,4                 |
| Con menor frecuencia   | 90         | 7,5        | 7,5               | 88,9                 |
| Nunca                  | 134        | 11,1       | 11,1              | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Con que frecuencia ve a TV

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 1110       | 92,3       | 92,3              | 92,3                 |
| Varias veces á semana  | 68         | 5,7        | 5,7               | 97,9                 |
| Unha vez á semana      | 6          | 0,5        | 0,5               | 98,4                 |
| Un par de veces ao mes | 2          | 0,2        | 0,2               | 98,6                 |
| Con menor frecuencia   | 11         | 0,9        | 0,9               | 99,5                 |
| Nunca                  | 6          | 0,5        | 0,5               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Con que frecuencia navega por internet

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 110        | 9,1        | 9,1               | 9,1                  |
| Varias veces á semana  | 78         | 6,5        | 6,5               | 15,6                 |
| Unha vez á semana      | 58         | 4,8        | 4,8               | 20,4                 |
| Un par de veces ao mes | 23         | 1,9        | 1,9               | 22,4                 |
| Con menor frecuencia   | 47         | 3,9        | 3,9               | 26,3                 |
| Nunca                  | 885        | 73,6       | 73,6              | 99,8                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 99,9                 |
| NC                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *La Voz de Galicia*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 562        | 46,7       | 46,7              | 46,7                 |
| Si          | 641        | 53,3       | 53,3              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *Faro de Vigo*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 957        | 79,6       | 79,6              | 79,6                 |
| Si          | 246        | 20,4       | 20,4              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *El Correo Gallego*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1118       | 92,9       | 92,9              | 92,9                 |
| Si          | 85         | 7,1        | 7,1               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *La Región*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1025       | 85,2       | 85,2              | 85,2                 |
| Si          | 178        | 14,8       | 14,8              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *El Ideal Gallego*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1175       | 97,7       | 97,7              | 97,7                 |
| Si          | 28         | 2,3        | 2,3               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *Diario de Ferrol*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1175       | 97,7       | 97,7              | 97,7                 |
| Si          | 28         | 2,3        | 2,3               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *A Opinión de A Coruña*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1177       | 97,8       | 97,8              | 97,8                 |
| Si          | 26         | 2,2        | 2,2               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *El Progreso*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1057       | 87,9       | 87,9              | 87,9                 |
| Si          | 146        | 12,1       | 12,1              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *Diario de Pontevedra*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1175       | 97,7       | 97,7              | 97,7                 |
| Si          | 28         | 2,3        | 2,3               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *Galicia Hoxe*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1200       | 99,8       | 99,8              | 99,8                 |
| Si          | 3          | 0,2        | 0,2               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *Galicia en Xogo*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1200       | 99,8       | 99,8              | 99,8                 |
| Si          | 3          | 0,2        | 0,2               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *Marca*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1134       | 94,3       | 94,3              | 94,3                 |
| Si          | 69         | 5,7        | 5,7               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *As*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1187       | 98,7       | 98,7              | 98,7                 |
| Si          | 16         | 1,3        | 1,3               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *Diario Sport*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1198       | 99,6       | 99,6              | 99,6                 |
| Si          | 5          | 0,4        | 0,4               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *El Mundo Deportivo*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1202       | 99,9       | 99,9              | 99,9                 |
| Si          | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *El País*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1076       | 89,4       | 89,4              | 89,4                 |
| Si          | 127        | 10,6       | 10,6              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *El Mundo*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1133       | 94,2       | 94,2              | 94,2                 |
| Si          | 70         | 5,8        | 5,8               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *ABC*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1190       | 98,9       | 98,9              | 98,9                 |
| Si          | 13         | 1,1        | 1,1               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

Le habitualmente *La Razón*

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1200       | 99,8       | 99,8              | 99,8                 |
| Si          | 3          | 0,2        | 0,2               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Le habitualmente outros

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1153       | 95,8       | 95,8              | 95,8                 |
| Si          | 50         | 4,2        | 4,2               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: tve1

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 701        | 58,3       | 58,3              | 58,3                 |
| Si          | 502        | 41,7       | 41,7              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: tve2

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 888        | 73,8       | 73,8              | 73,8                 |
| Si          | 315        | 26,2       | 26,2              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: a3

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 908        | 75,5       | 75,5              | 75,5                 |
| Si          | 295        | 24,5       | 24,5              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |



## Canais preferidos: t5

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 770        | 64,0       | 64,0              | 64,0                 |
| Si          | 433        | 36,0       | 36,0              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: tvg

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 591        | 49,1       | 49,1              | 49,1                 |
| Si          | 612        | 50,9       | 50,9              | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: cplus

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1134       | 94,3       | 94,3              | 94,3                 |
| Si          | 69         | 5,7        | 5,7               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: tvigo

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1197       | 99,5       | 99,5              | 99,5                 |
| Si          | 6          | 0,5        | 0,5               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: tvcoruña

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1200       | 99,8       | 99,8              | 99,8                 |
| Si          | 3          | 0,2        | 0,2               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: tvourense

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1203       | 100,0      | 100,0             | 100,0                |

## Canais preferidos: tferol31

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1202       | 99,9       | 99,9              | 99,9                 |
| Si          | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: tlocalia

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1199       | 99,7       | 99,7              | 99,7                 |
| Si          | 4          | 0,3        | 0,3               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: toutros

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1152       | 95,8       | 95,8              | 95,8                 |
| Si          | 51         | 4,2        | 4,2               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos

|                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas                    | 1152       | 95,8       | 95,8              | 95,8                 |
| Canais de Historia, Odisea | 1          | 0,1        | 0,1               | 95,8                 |
| Canal Andalucía            | 1          | 0,1        | 0,1               | 95,9                 |
| Canal Dixital              | 16         | 1,3        | 1,3               | 97,3                 |
| Canal Dixital: OT          | 2          | 0,2        | 0,2               | 97,4                 |
| Documanía                  | 1          | 0,1        | 0,1               | 97,5                 |
| Documanía, Viaxar          | 1          | 0,1        | 0,1               | 97,6                 |
| Euronews                   | 1          | 0,1        | 0,1               | 97,7                 |
| Eurosport                  | 2          | 0,2        | 0,2               | 97,8                 |
| Expansión                  | 1          | 0,1        | 0,1               | 97,9                 |
| MTV                        | 1          | 0,1        | 0,1               | 98,0                 |
| Parabólica                 | 2          | 0,2        | 0,2               | 98,2                 |
| R                          | 6          | 0,5        | 0,5               | 98,7                 |
| R: Películas               | 1          | 0,1        | 0,1               | 98,8                 |
| R: Viaxar, Documanía       | 1          | 0,1        | 0,1               | 98,8                 |
| Retevisión                 | 3          | 0,2        | 0,2               | 99,1                 |
| RTP, RAI                   | 1          | 0,1        | 0,1               | 99,2                 |
| Sportmanía                 | 1          | 0,1        | 0,1               | 99,3                 |
| Tele Lugo                  | 4          | 0,3        | 0,3               | 99,6                 |
| Tele Miño                  | 1          | 0,1        | 0,1               | 99,7                 |
| Tele Vigo                  | 3          | 0,2        | 0,2               | 99,9                 |
| TV Monforte                | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                      | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Canais preferidos: tningun

|             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Non | 1116       | 92,8       | 92,8              | 92,8                 |
| Si          | 87         | 7,2        | 7,2               | 100,0                |
| Total       | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Le libros en galego

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 41         | 3,4        | 3,4               | 3,4                  |
| Varias veces á semana  | 35         | 2,9        | 2,9               | 6,3                  |
| Unha vez á semana      | 23         | 1,9        | 1,9               | 8,2                  |
| Un par de veces ao mes | 20         | 1,7        | 1,7               | 9,9                  |
| Con menor frecuencia   | 391        | 32,5       | 32,5              | 42,4                 |
| Nunca                  | 692        | 57,5       | 57,5              | 99,9                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Vai ao cine en galego

|                               | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|-------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Varias veces á semana | 1          | 0,1        | 0,1               | 0,1                  |
| Un par de veces ao mes        | 2          | 0,2        | 0,2               | 0,2                  |
| Con menor frecuencia          | 174        | 14,5       | 14,5              | 14,7                 |
| Nunca                         | 1024       | 85,1       | 85,2              | 99,9                 |
| NS                            | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                         | 1202       | 99,9       | 100,0             |                      |
| Perdidos                      | Sistema    | 1          | 0,1               |                      |
| Total                         | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Le o xornal en galego

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 208        | 17,3       | 17,3              | 17,3                 |
| Varias veces á semana  | 147        | 12,2       | 12,2              | 29,5                 |
| Unha vez á semana      | 99         | 8,2        | 8,2               | 37,7                 |
| Un par de veces ao mes | 40         | 3,3        | 3,3               | 41,1                 |
| Con menor frecuencia   | 189        | 15,7       | 15,7              | 56,8                 |
| Nunca                  | 513        | 42,6       | 42,6              | 99,4                 |
| NS                     | 7          | 0,6        | 0,6               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Le semanarios ou revistas xerais en galego

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 1          | 0,1        | 0,1               | 0,1                  |
| Varias veces á semana  | 8          | 0,7        | 0,7               | 0,7                  |
| Unha vez á semana      | 14         | 1,2        | 1,2               | 1,9                  |
| Un par de veces ao mes | 8          | 0,7        | 0,7               | 2,6                  |
| Con menor frecuencia   | 52         | 4,3        | 4,3               | 6,9                  |
| Nunca                  | 1119       | 93,0       | 93,0              | 99,9                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Le revistas especializadas en galego

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 1          | 0,1        | 0,1               | 0,1                  |
| Varias veces á semana  | 5          | 0,4        | 0,4               | 0,5                  |
| Unha vez á semana      | 3          | 0,2        | 0,2               | 0,7                  |
| Un par de veces ao mes | 8          | 0,7        | 0,7               | 1,4                  |
| Con menor frecuencia   | 43         | 3,6        | 3,6               | 5,0                  |
| Nunca                  | 1142       | 94,9       | 94,9              | 99,9                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Escoita a radio en galego

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 375        | 31,2       | 31,2              | 31,2                 |
| Varias veces á semana  | 163        | 13,5       | 13,5              | 44,7                 |
| Unha vez á semana      | 61         | 5,1        | 5,1               | 49,8                 |
| Un par de veces ao mes | 39         | 3,2        | 3,2               | 53,0                 |
| Con menor frecuencia   | 166        | 13,8       | 13,8              | 66,8                 |
| Nunca                  | 398        | 33,1       | 33,1              | 99,9                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Ve a TV en galego

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 741        | 61,6       | 61,6              | 61,6                 |
| Varias veces á semana  | 227        | 18,9       | 18,9              | 80,5                 |
| Unha vez á semana      | 81         | 6,7        | 6,7               | 87,2                 |
| Un par de veces ao mes | 13         | 1,1        | 1,1               | 88,3                 |
| Con menor frecuencia   | 100        | 8,3        | 8,3               | 96,6                 |
| Nunca                  | 41         | 3,4        | 3,4               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Navega por internet en galego

|                        | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas Diariamente    | 17         | 1,4        | 1,4               | 1,4                  |
| Varias veces á semana  | 16         | 1,3        | 1,3               | 2,7                  |
| Unha vez á semana      | 20         | 1,7        | 1,7               | 4,4                  |
| Un par de veces ao mes | 17         | 1,4        | 1,4               | 5,8                  |
| Con menor frecuencia   | 77         | 6,4        | 6,4               | 12,2                 |
| Nunca                  | 1054       | 87,6       | 87,6              | 99,8                 |
| NS                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 99,9                 |
| NC                     | 1          | 0,1        | 0,1               | 100,0                |
| Total                  | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |

## Presenza do galego no cine

|          |          | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Escasa   | 616        | 51,2       | 80,8              | 80,8                 |
|          | Adecuada | 142        | 11,8       | 18,6              | 99,5                 |
|          | Excesiva | 4          | 0,3        | 0,5               | 100,0                |
|          | Total    | 762        | 63,3       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS       | 424        | 35,2       |                   |                      |
|          | NC       | 17         | 1,4        |                   |                      |
|          | Total    | 441        | 36,7       |                   |                      |
| Total    |          | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Presenza do galego nos xornais

|          |          | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Escasa   | 706        | 58,7       | 66,2              | 66,2                 |
|          | Adecuada | 351        | 29,2       | 32,9              | 99,2                 |
|          | Excesiva | 9          | 0,7        | 0,8               | 100,0                |
|          | Total    | 1066       | 88,6       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS       | 127        | 10,6       |                   |                      |
|          | NC       | 10         | 0,8        |                   |                      |
|          | Total    | 137        | 11,4       |                   |                      |
| Total    |          | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Presenza do galego nas revistas

|          |          | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Escasa   | 664        | 55,2       | 77,8              | 77,8                 |
|          | Adecuada | 182        | 15,1       | 21,3              | 99,1                 |
|          | Excesiva | 8          | 0,7        | 0,9               | 100,0                |
|          | Total    | 854        | 71,0       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS       | 336        | 27,9       |                   |                      |
|          | NC       | 13         | 1,1        |                   |                      |
|          | Total    | 349        | 29,0       |                   |                      |
| Total    |          | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Presenza do galego na radio

|          |          | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Escasa   | 335        | 27,8       | 31,0              | 31,0                 |
|          | Adecuada | 738        | 61,3       | 68,4              | 99,4                 |
|          | Excesiva | 6          | 0,5        | 0,6               | 100,0                |
|          | Total    | 1079       | 89,7       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS       | 121        | 10,1       |                   |                      |
|          | NC       | 3          | 0,2        |                   |                      |
|          | Total    | 124        | 10,3       |                   |                      |
| Total    |          | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Presenza do galego na TV

|          |          | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Escasa   | 347        | 28,8       | 29,3              | 29,3                 |
|          | Adecuada | 830        | 69,0       | 70,1              | 99,4                 |
|          | Excesiva | 7          | 0,6        | 0,6               | 100,0                |
|          | Total    | 1184       | 98,4       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS       | 16         | 1,3        |                   |                      |
|          | NC       | 3          | 0,2        |                   |                      |
|          | Total    | 19         | 1,6        |                   |                      |
| Total    |          | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Presenza do galego na internet

|          |          | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Escasa   | 192        | 16,0       | 73,0              | 73,0                 |
|          | Adecuada | 70         | 5,8        | 26,6              | 99,6                 |
|          | Excesiva | 1          | 0,1        | 0,4               | 100,0                |
|          | Total    | 263        | 21,9       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS       | 895        | 74,4       |                   |                      |
|          | NC       | 45         | 3,7        |                   |                      |
|          | Total    | 940        | 78,1       |                   |                      |
| Total    |          | 1203       | 100,0      |                   |                      |



## Presenza do galego na publicidade

|          |          | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Escasa   | 536        | 44,6       | 48,2              | 48,2                 |
|          | Adecuada | 565        | 47,0       | 50,8              | 99,0                 |
|          | Excesiva | 11         | 0,9        | 1,0               | 100,0                |
|          | Total    | 1112       | 92,4       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS       | 85         | 7,1        |                   |                      |
|          | NC       | 6          | 0,5        |                   |                      |
|          | Total    | 91         | 7,6        |                   |                      |
| Total    |          | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Nos xornais xerais debería haber...

|          |                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Maior presenza do galego   | 751        | 62,4       | 66,9              | 66,9                 |
|          | A mesma presenza de galego | 353        | 29,3       | 31,5              | 98,4                 |
|          | Menor presenza do galego   | 18         | 1,5        | 1,6               | 100,0                |
|          | Total                      | 1122       | 93,3       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS                         | 70         | 5,8        |                   |                      |
|          | NC                         | 11         | 0,9        |                   |                      |
|          | Total                      | 81         | 6,7        |                   |                      |
| Total    |                            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Nos xornais deportivos debería haber...

|          |                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Maior presenza do galego   | 533        | 44,3       | 65,6              | 65,6                 |
|          | A mesma presenza de galego | 268        | 22,3       | 33,0              | 98,5                 |
|          | Menor presenza do galego   | 12         | 1,0        | 1,5               | 100,0                |
|          | Total                      | 813        | 67,6       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS                         | 373        | 31,0       |                   |                      |
|          | NC                         | 17         | 1,4        |                   |                      |
|          | Total                      | 390        | 32,4       |                   |                      |
| Total    |                            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Nas emisoras locais de radio debería haber...

|          |                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Maior presenza do galego   | 473        | 39,3       | 46,8              | 46,8                 |
|          | A mesma presenza de galego | 525        | 43,6       | 52,0              | 98,8                 |
|          | Menor presenza do galego   | 12         | 1,0        | 1,2               | 100,0                |
|          | Total                      | 1010       | 84,0       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS                         | 186        | 15,5       |                   |                      |
|          | NC                         | 7          | 0,6        |                   |                      |
|          | Total                      | 193        | 16,0       |                   |                      |
| Total    |                            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Nas emisoras estatais de radio debería haber...

|          |                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Maior presenza do galego   | 475        | 39,5       | 46,3              | 46,3                 |
|          | A mesma presenza de galego | 532        | 44,2       | 51,8              | 98,1                 |
|          | Menor presenza do galego   | 20         | 1,7        | 1,9               | 100,0                |
|          | Total                      | 1027       | 85,4       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS                         | 168        | 14,0       |                   |                      |
|          | NC                         | 7          | 0,6        |                   |                      |
|          | Sistema                    | 1          | 0,1        |                   |                      |
|          | Total                      | 176        | 14,6       |                   |                      |
| Total    |                            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Nas TV locais debería haber...

|          |                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Maior presenza do galego   | 480        | 39,9       | 47,8              | 47,8                 |
|          | A mesma presenza de galego | 513        | 42,6       | 51,1              | 98,9                 |
|          | Menor presenza do galego   | 11         | 0,9        | 1,1               | 100,0                |
|          | Total                      | 1004       | 83,5       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS                         | 191        | 15,9       |                   |                      |
|          | NC                         | 8          | 0,7        |                   |                      |
|          | Total                      | 199        | 16,5       |                   |                      |
| Total    |                            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Nas TV dixitais debería haber...

|          |                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Maior presenza do galego   | 310        | 25,8       | 57,4              | 57,4                 |
|          | A mesma presenza de galego | 220        | 18,3       | 40,7              | 98,1                 |
|          | Menor presenza do galego   | 10         | 0,8        | 1,9               | 100,0                |
|          | Total                      | 540        | 44,9       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS                         | 645        | 53,6       |                   |                      |
|          | NC                         | 17         | 1,4        |                   |                      |
|          | Sistema                    | 1          | 0,1        |                   |                      |
|          | Total                      | 663        | 55,1       |                   |                      |
| Total    |                            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Nas TV estatais debería haber...

|          |                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Maior presenza do galego   | 479        | 39,8       | 41,3              | 41,3                 |
|          | A mesma presenza de galego | 664        | 55,2       | 57,3              | 98,6                 |
|          | Menor presenza do galego   | 16         | 1,3        | 1,4               | 100,0                |
|          | Total                      | 1159       | 96,3       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS                         | 37         | 3,1        |                   |                      |
|          | NC                         | 7          | 0,6        |                   |                      |
|          | Total                      | 44         | 3,7        |                   |                      |
| Total    |                            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Na TVG debería haber...

|          |                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Maior presenza do galego   | 172        | 14,3       | 14,6              | 14,6                 |
|          | A mesma presenza de galego | 990        | 82,3       | 84,3              | 98,9                 |
|          | Menor presenza do galego   | 13         | 1,1        | 1,1               | 100,0                |
|          | Total                      | 1175       | 97,7       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS                         | 18         | 1,5        |                   |                      |
|          | NC                         | 10         | 0,8        |                   |                      |
|          | Total                      | 28         | 2,3        |                   |                      |
| Total    |                            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Na publicidade debería haber...

|          |                            | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Maior presenza do galego   | 586        | 48,7       | 52,0              | 52,0                 |
|          | A mesma presenza de galego | 526        | 43,7       | 46,7              | 98,7                 |
|          | Menor presenza do galego   | 15         | 1,2        | 1,3               | 100,0                |
|          | Total                      | 1127       | 93,7       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS                         | 67         | 5,6        |                   |                      |
|          | NC                         | 9          | 0,7        |                   |                      |
|          | Total                      | 76         | 6,3        |                   |                      |
| Total    |                            | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Máis galego no seu xornal habitual

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Si          | 658        | 54,7       | 60,2              | 60,2                 |
|          | Indiferente | 237        | 19,7       | 21,7              | 81,9                 |
|          | Non         | 198        | 16,5       | 18,1              | 100,0                |
|          | Total       | 1093       | 90,9       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 10         | 0,8        |                   |                      |
|          | NC          | 34         | 2,8        |                   |                      |
|          | Sistema     | 66         | 5,5        |                   |                      |
|          | Total       | 110        | 9,1        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma para un novo xornal

|          |                  | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego           | 616        | 51,2       | 51,5              | 51,5                 |
|          | Castelán         | 137        | 11,4       | 11,4              | 62,9                 |
|          | Nas dúas linguas | 401        | 33,3       | 33,5              | 96,4                 |
|          | Indiferente      | 43         | 3,6        | 3,6               | 100,0                |
|          | Total            | 1197       | 99,5       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS               | 4          | 0,3        |                   |                      |
|          | NC               | 2          | 0,2        |                   |                      |
|          | Total            | 6          | 0,5        |                   |                      |
| Total    |                  | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Economía

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 372        | 30,9       | 32,1              | 32,1                 |
|          | Castelán    | 420        | 34,9       | 36,3              | 68,4                 |
|          | Indiferente | 366        | 30,4       | 31,6              | 100,0                |
|          | Total       | 1158       | 96,3       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 33         | 2,7        |                   |                      |
|          | NC          | 12         | 1,0        |                   |                      |
|          | Total       | 45         | 3,7        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Deportes

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 485        | 40,3       | 42,4              | 42,4                 |
|          | Castelán    | 234        | 19,5       | 20,5              | 62,9                 |
|          | Indiferente | 424        | 35,2       | 37,1              | 100,0                |
|          | Total       | 1143       | 95,0       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 48         | 4,0        |                   |                      |
|          | NC          | 12         | 1,0        |                   |                      |
|          | Total       | 60         | 5,0        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Cultura

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 586        | 48,7       | 50,1              | 50,1                 |
|          | Castelán    | 232        | 19,3       | 19,8              | 70,0                 |
|          | Indiferente | 351        | 29,2       | 30,0              | 100,0                |
|          | Total       | 1169       | 97,2       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 23         | 1,9        |                   |                      |
|          | NC          | 11         | 0,9        |                   |                      |
|          | Total       | 34         | 2,8        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Internacional

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 408        | 33,9       | 34,9              | 34,                  |
|          | Castelán    | 416        | 34,6       | 35,6              | 70,4                 |
|          | Indiferente | 346        | 28,8       | 29,6              | 100,0                |
|          | Total       | 1170       | 97,3       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 20         | 1,7        |                   |                      |
|          | NC          | 13         | 1,1        |                   |                      |
|          | Total       | 33         | 2,7        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de España

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 428        | 35,6       | 36,5              | 36,5                 |
|          | Castelán    | 400        | 33,3       | 34,1              | 70,6                 |
|          | Indiferente | 345        | 28,7       | 29,4              | 100,0                |
|          | Total       | 1173       | 97,5       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 18         | 1,5        |                   |                      |
|          | NC          | 12         | 1,0        |                   |                      |
|          | Total       | 30         | 2,5        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Ocio e Espectáculos

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 547        | 45,5       | 47,0              | 47,0                 |
|          | Castelán    | 229        | 19,0       | 19,7              | 66,7                 |
|          | Indiferente | 387        | 32,2       | 33,3              | 100,0                |
|          | Total       | 1163       | 96,7       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 28         | 2,3        |                   |                      |
|          | NC          | 12         | 1,0        |                   |                      |
|          | Total       | 40         | 3,3        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |



## Idioma na sección de Sociedade

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 544        | 45,2       | 46,8              | 46,8                 |
|          | Castelán    | 234        | 19,5       | 20,1              | 66,9                 |
|          | Indiferente | 385        | 32,0       | 33,1              | 100,0                |
|          | Total       | 1163       | 96,7       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 26         | 2,2        |                   |                      |
|          | NC          | 14         | 1,2        |                   |                      |
|          | Total       | 40         | 3,3        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Sucesos

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 544        | 45,2       | 46,4              | 46,4                 |
|          | Castelán    | 246        | 20,4       | 21,0              | 67,3                 |
|          | Indiferente | 383        | 31,8       | 32,7              | 100,0                |
|          | Total       | 1173       | 97,5       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 18         | 1,5        |                   |                      |
|          | NC          | 12         | 1,0        |                   |                      |
|          | Total       | 30         | 2,5        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Ciencia

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 453        | 37,7       | 39,2              | 39,2                 |
|          | Castelán    | 336        | 27,9       | 29,1              | 68,3                 |
|          | Indiferente | 367        | 30,5       | 31,7              | 100,0                |
|          | Total       | 1156       | 96,1       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 32         | 2,7        |                   |                      |
|          | NC          | 15         | 1,2        |                   |                      |
|          | Total       | 47         | 3,9        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Galicia

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 801        | 66,6       | 68,1              | 68,1                 |
|          | Castelán    | 152        | 12,6       | 12,9              | 81,0                 |
|          | Indiferente | 224        | 18,6       | 19,0              | 100,0                |
|          | Total       | 1177       | 97,8       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 13         | 1,1        |                   |                      |
|          | NC          | 13         | 1,1        |                   |                      |
|          | Total       | 26         | 2,2        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Local

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 795        | 66,1       | 67,5              | 67,5                 |
|          | Castelán    | 160        | 13,3       | 13,6              | 81,1                 |
|          | Indiferente | 222        | 18,5       | 18,9              | 100,0                |
|          | Total       | 1177       | 97,8       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 13         | 1,1        |                   |                      |
|          | NC          | 13         | 1,1        |                   |                      |
|          | Total       | 26         | 2,2        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Humor

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 626        | 52,0       | 53,3              | 53,3                 |
|          | Castelán    | 188        | 15,6       | 16,0              | 69,3                 |
|          | Indiferente | 361        | 30,0       | 30,7              | 100,0                |
|          | Total       | 1175       | 97,7       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 15         | 1,2        |                   |                      |
|          | NC          | 13         | 1,1        |                   |                      |
|          | Total       | 28         | 2,3        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Anuncios Breves

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 566        | 47,0       | 48,5              | 48,5                 |
|          | Castelán    | 207        | 17,2       | 17,7              | 66,2                 |
|          | Indiferente | 395        | 32,8       | 33,8              | 100,0                |
|          | Total       | 1168       | 97,1       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 22         | 1,8        |                   |                      |
|          | NC          | 13         | 1,1        |                   |                      |
|          | Total       | 35         | 2,9        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma na sección de Opinión

|          |             | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Galego      | 542        | 45,1       | 46,5              | 46,5                 |
|          | Castelán    | 204        | 17,0       | 17,5              | 64,0                 |
|          | Indiferente | 419        | 34,8       | 36,0              | 100,0                |
|          | Total       | 1165       | 96,8       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS          | 24         | 2,0        |                   |                      |
|          | NC          | 13         | 1,1        |                   |                      |
|          | Sistema     | 1          | 0,1        |                   |                      |
|          | Total       | 38         | 3,2        |                   |                      |
| Total    |             | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Galego da TVG

|          |          | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|----------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas  | Moi bo   | 67         | 5,6        | 5,9               | 5,9                  |
|          | Bo       | 748        | 62,2       | 66,0              | 71,9                 |
|          | Malo     | 248        | 20,6       | 21,9              | 93,8                 |
|          | Moi malo | 70         | 5,8        | 6,2               | 100,0                |
|          | Total    | 1133       | 94,2       | 100,0             |                      |
| Perdidos | NS       | 64         | 5,3        |                   |                      |
|          | NC       | 6          | 0,5        |                   |                      |
|          | Total    | 70         | 5,8        |                   |                      |
| Total    |          | 1203       | 100,0      |                   |                      |

## Idioma usado polo/a entrevistado/a

|         |                  | Frecuencia | Porcentaxe | Porcentaxe válida | Porcentaxe acumulada |
|---------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidas | Galego           | 938        | 78,0       | 78,0              | 78,0                 |
|         | Castelán         | 249        | 20,7       | 20,7              | 98,7                 |
|         | Nas dúas linguas | 16         | 1,3        | 1,3               | 100,0                |
|         | Total            | 1203       | 100,0      | 100,0             |                      |



