

ANÁLISE DA INFORMACIÓN CULTURAL EN GALICIA

Raquel López e Xosé López
Consello da Cultura Galega

O noso obxectivo é facer unha primeira aproximación á información cultural presente no discurso dos xornais, radios e televisións de Galicia. A través do seguimento e análise dos media, presentamos aquí algúns dos principais trazos definitorios dos contidos e, polo tanto, da idea de cultura que reflicte o universo mediático galego. Este informe é a primeira parte dun estudo máis amplo de seguimento e análise da información cultural, polo que as conclusións tiradas refírense unicamente aos datos da información publicada na fin de semana.

A nosa metodoloxía de traballo consistiu nun baleiramento de contidos dos seguintes medios: os xornais *Atlántico Diario*, *Diario de Arousa*, *Diario de Ferrol*, *Diario de Pontevedra*, *El Correo Gallego*, *El Ideal Gallego*, *El Progreso*, *Faro de Vigo*, *La Opinión A Coruña*, *La Región*, *La Voz de Galicia*, *O Correo Galego* e o semanario *A Nosa Terra*; as emisoras Radio Galega, Cadena Noroeste, Radiovoz e as desconexións para Galicia de Radio Nacional de España, Cadena Cope, Onda Cero e Cadena Ser; Televisión de Galicia, Televisión Española en Galicia e Antena 3 Televisión na súa desconexión para a nosa Comunidade, completaron o mapa de medios.

A busca da información cultural nos xornais fixémosla ao longo de todas as súas páxinas, calquera que fose a sección. Analizamos todas as publicacións integramente, agás as edicións locais do xornal *La Voz de Galicia*, e a continuación sistematizamos a información nunha base de datos atendendo aos seguintes parámetros:

Nome do xornal, data, espazo do texto, presenza en portada, tema, xénero, sección, tratamento gráfico, fontes, orixe, ámbito xeográfico, lingua, liña de creto, criterio, actitude, actualidade, observacións.

Na información radiofónica, desbotamos os programas de temática cultural, dado que desvirtuarían os resultados da nosa

mostra e, polo tanto, o noso obxectivo. E, unha vez analizados os informativos, introducimos os datos nunha base de datos que responde á seguinte estrutura:

Nome da emisora, data, franxa horaria, duración da información, presenza en titulares, tema, xénero, fontes, orixe, ámbito xeográfico, lingua, criterio, actitude, actualidade, observacións.

No medio televisivo, actuamos seguindo a mesma dinámica de traballo empregada coa radio.

Por último, á hora de seleccionar a información obxecto do noso estudo, seguimos os seguintes criterios:

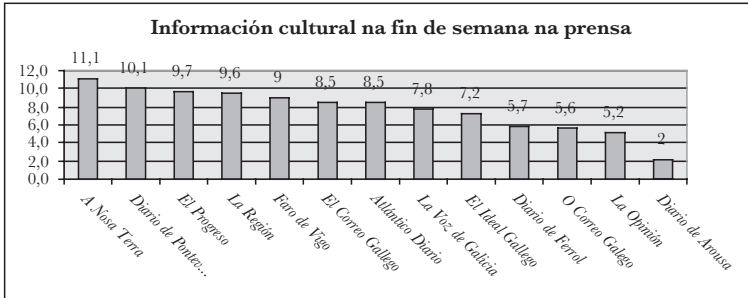
- Cultura como arte: literatura, pintura, escultura, fotografía, música, cine, teatro.
- Cultura como espectáculo: festivais, premios, etc.
- Patrimonio e cultura popular.
- Industria cultural, políticas culturais. Lexislación, mercado e xestión dos produtos culturais.

IMPORTANCIA DA INFORMACIÓN CULTURAL NA PRENSA

A cultura insírese cada día no discurso dos medios. Descubrir o seu valor e a importancia que os xornais lle dan á información cultural é a intención deste traballo. Con este obxectivo analizamos unha serie de indicadores que nos achegan os seguintes datos: número de informacións, disposición no xornal, ámbito da noticia, tratamento gráfico e xénero.

Con respecto ao total dos contidos culturais na prensa galega, o semanario *A Nosa Terra* é a publicación que maior número de informacións culturais recolle nas súas páxinas, cunha porcentaxe do 11,1% (destaca a súa sección de cultura cunha media de sete páxinas cada semana). En canto ás publicacións diarias, salientan o *Diario de Pontevedra* (10,1%), *El Progreso* (9,7%), *La Región* (9,6%) e *Faro de Vigo* (9%). Estes xornais presentan porcentaxes algo máis altas debido en boa parte aos especiais de festas populares.

O domingo é o día da fin de semana no que se rexistra unha maior presenza da información cultural debido á publicación de múltiples suplementos, onde teñen acollida boa parte dos con-



Fonte: elaboración propia.

tidos que nos interesan. A continuación expoñemos un cadro dos especiais e suplementos que integran o estudo:

ESPECIAIS DE FESTAS: venres (*Atlántico Diario*, *La Región*, *La Opinión*, *El Progreso*, *Faro de Vigo*, *El Correo Gallego* e *El Ideal Gallego*), sábado (*Atlántico Diario*, *El Progreso*, *Faro de Vigo* e *La Región*).

ESPECIAL VELA: *La Voz de Galicia* (venres).

VENRES: "Visado. Suplemento del fin de semana de Faro de Vigo", "É venres! Suplemento de ocio" (*Diario de Pontevedra*).

SÁBADO: "Fugas", "Xatentendo.com" (*La Voz de Galicia*), "El sábado", "El faro del Navegante" (*Faro de Vigo*).

DOMINGO: "Correo das culturas", "Fin de semana" (*El Correo Gallego*), "La galería" (*El Ideal Gallego*), "Lecer" (*O Correo Galego*), "Revista" (*Diario de Pontevedra*), "Estela" (*Faro de Vigo*), "La revista", "Vida" (*Atlántico Diario*), "Los domingos de La Voz", "El domingo" (*La Opinión*), "Nordesia" (*Diario de Ferrol*), "Vida" (*La Región*), "Gente" (*El Progreso*).

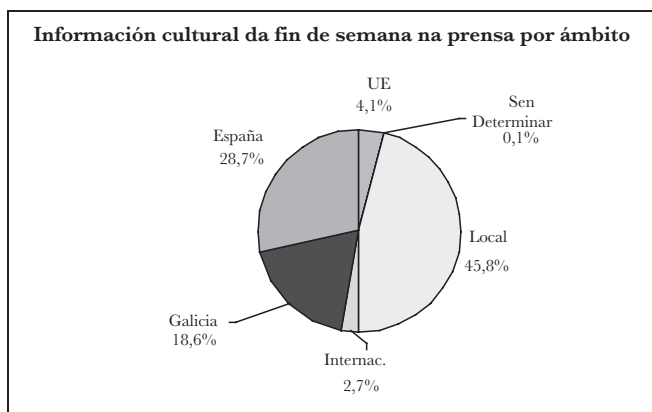


Fonte: elaboración propia.

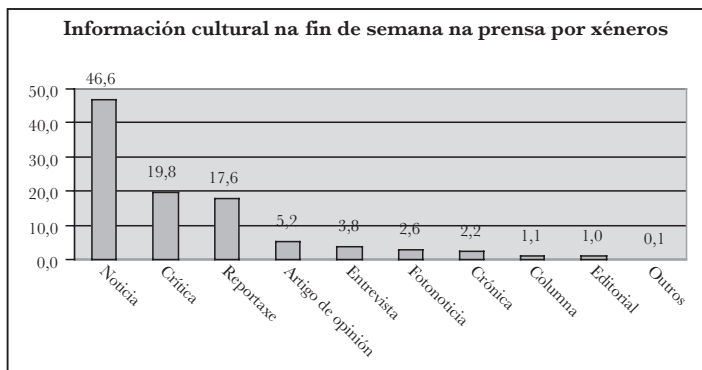
Os suplementos acaparan boa parte das informacións (35%). Os contidos culturais non só aparecen nunha sección determinada do xornal. É o apartado de "Outras" (inclúe todas as áreas do xornal, agás "Cultura" e "Sociedade") o que alberga o maior número de noticias (37%). Neste campo é onde incluimos o caso de "AFA", sección d'O *Correo Galego* que integra información de cultura e de sociedade. Engrosan este apartado as novas culturais encadradas nas páxinas locais daqueles xornais vencellados especialmente a unha área xeográfica comarcal ou provincial como *El Progreso* ou o *Faro de Vigo*. No entanto, baixo o epígrafe específico de "Cultura", só se recollen o 18% das informacións, mentres que en "Sociedade" aparece un 10% dos contidos culturais.

O criterio de proximidade salienta á hora de seleccionar a publicación das informacións. Case a metade das pezas culturais corresponden ao ámbito local (45,8%). Un 28,7% son de ámbito español (inclúense aquí críticas cinematográficas, musicais e literarias que non son de ámbito galego). E Galicia como comunidade está presente no 18,6% das novas.

A información cultural escasas veces é protagonista das portadas dos xornais. Tan só o 2,2% das noticias acadan un espazo na primeira plana. E o 93,8% das que chegan a aparecer en por-



Fonte: elaboración propia.



Fonte: elaboración propia.

tada non ocupan unha superficie maior ao cuarto de páxina. Das máis de 700 informacións analizadas tan só unha chega a aparecer con fotografía en portada. Con respecto á contraportada dos xornais, as porcentaxes non varían moito, e só o 2% das informacións aparecen na páxina que pecha a publicación.

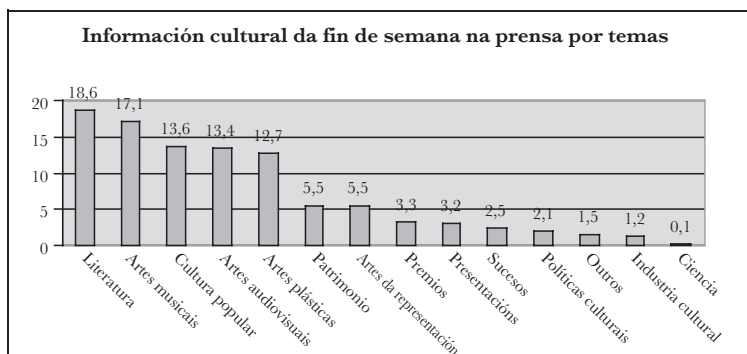
No interior do xornal ponse de manifesto, cunha porcentaxe superior ao 60%, que a maior parte das informacións analizadas non chegan a ocupar un espazo superior ao 25% da páxina. Así, a cultura preséntase na plana maioritariamente a través de informacións de poucas liñas.

Baixo o xénero de noticia aparece a cultura na meirande parte das ocasións (46,6%). A distancia, cun 19,8%, sitúase o xénero da crítica, que atopa cabida fundamentalmente nos suplementos, ligada á literatura, ao cine e á música. A reportaxe, cun 17,6%, ocupa o terceiro posto.

En canto ao tratamento gráfico, debemos sinalar a existencia dun 64% de informacións que van acompañadas de fotografía, mentres que a presenza de ilustracións e infografías é moito menor, cun 4% e 1% respectivamente.

Temática

Neste apartado afondamos nos temas que nutren o discurso cultural dos xornais. A literatura é o tema estrela do universo cul-



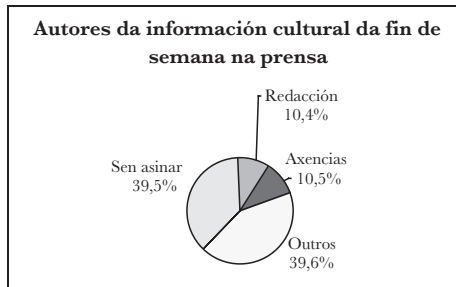
Fonte: elaboración propia.

tural presente nos xornais. Cunha porcentaxe do 18,63%, o mundo dos libros protagoniza os suplementos da fin de semana en forma de críticas, recensións, etc. Seguen en importancia á literatura os contidos musicais, cun 17,12% de presenza, tamén a través de críticas e recensións de discos e concertos nos suplementos da fin de semana. Despois sitúase a cultura popular (13,56%), que se manifesta de xeito salientábel a través dos especiais de festas publicados nos xornais. A escasa distancia, cun 13,42%, destacan os contidos referentes ás artes audiovisuais/cinematográficas e ás artes plásticas, onde se inclúen todas as informacións de exposicións de fotografía, pintura, escultura, etc., cun 12,74%. Con senllas porcentaxes do 5,48%, aparecen as categorías de patrimonio (achados, monumentos, edificios históricos, etc.) e de artes da representación/teatro.

Calidade da información cultural na prensa

A través dos seguintes parámetros, estudamos con que calidade se nos presenta o discurso cultural na prensa.

Só o 30,3% das informacións citan como mínimo unha fonte. Dentro deste grupo, o 22,2% inclúe ademais unha segunda fonte. E un 9,9% presenta polo menos tres fontes. As que nomean unha única fonte son protagonizadas fundamentalmente por: individuos (68,02%), concellos (6,31%), empresas privadas (6,31%), asociacións (5,86%). A segunda fonte: individuos (71,43%), con-



Fonte: elaboración propia.

cellos (10,20%), empresas privadas (8,16%), medios de comunicación (4,08%). E a terceira fonte: partidos políticos (72,7%) e medios de comunicación (9,1%).

Un 17,9% dos xornalistas especifican a orixe da súa información. O 10,5% proceden de axencias, o 4,6% de fonte propia (fundamentalmente entrevistas), o 1,9% de convocatoria (roldas de prensa) e só o 0,8% de nota de prensa.

Un 60,4% de informacións van asinadas. O 10,4% son asinadas como Redacción e o 10,5% por Axencias. É de salientar que hai case un 40% de novas que non van asinadas (moitas delas, breves).

O 70% das informacións responden a un criterio informativo e ao valorativo un 30% (críticas de produtos culturais). O enfoque do xornalista é neutral (69%), acorde co carácter informativo maioritario e coa alta presenza do xénero noticia. En canto á valoración, abunda a de carácter positivo (28%), por riba da negativa (3%).

O 60% da información réxese polo criterio de actualidade. O 40% restante é de carácter atemporal. E é precisamente aquí onde se inscriben as críticas de filmes, discos ou libros.

Lingua

O galego é o idioma minoritario. Só o 30% das informacións se escriben neste idioma, tendo en conta que *A Nosa Terra* (que presenta a maior porcentaxe de informacións culturais) e *O Correo Galego* son integramente en galego.

IMPORTANCIA DA INFORMACIÓN CULTURAL NA RADIO

A Radio Galega é a emisora que acapara a maior porcentaxe de contidos culturais -con respecto ao resto de emisoras- nos seus informativos, cun 42%, seguida de Radio Nacional de España en Galicia, cunha porcentaxe do 33%.

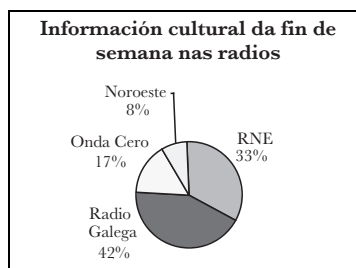
As novas culturais concéntranse na fin de semana na franxa do mediodía (67%), mentres que pola noite se sitúa o 33% das informacións.

O venres é o día da fin de semana con maior información cultural (50%). Hai que ter en conta que varias emisoras incluídas na análise diminúen a súa oferta informativa o sábado e o domingo, por exemplo as desconexións territoriais da Cadena Cope ou Radio Nacional de España.

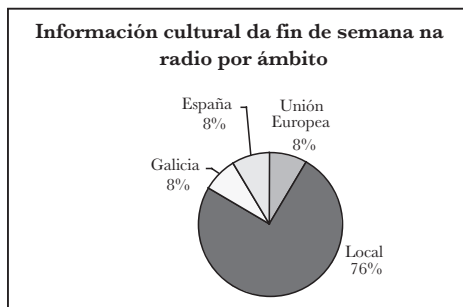
A metade das informacións teñen unha duración que se sitúa entre o minuto e o minuto e medio. Máis de minuto e medio duran o 33,3%. E cunha porcentaxe do 16,7% están as novas que teñen unha duración menor ao minuto.

En canto á inclusión dos contidos culturais nos titulares ou sumarios dos informativos radiofónicos, os datos diferéncianse bastante dos da prensa. O 42% das informacións analizadas téñense en conta á hora de salientar as novas en titulares.

A noticia volve ser protagonista na información cultural dos medios. Cunha elevada porcentaxe do 92%, sitúase a moita distancia da reportaxe, cun 8%.



Fonte: elaboración propia.



Fonte: elaboración propia.

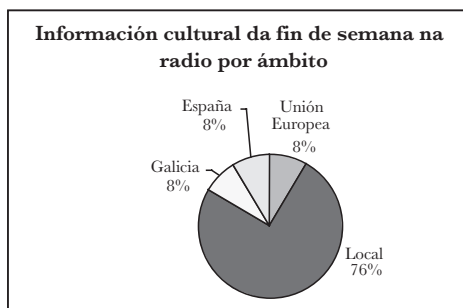
O ámbito local acapara unha porcentaxe do 76%, mentres que ás categorías de España, Galicia e Unión Europea (Portugal) correspóndelles un 8% a cada unha.

Temática

A cultura popular, cun 34%, é o tema principal dos contidos culturais da fin de semana na radio. Segue a categoría de artes audiovisuais/cinematográficas, cun 25%, e patrimonio, cun 17%.

Calidade da información cultural na radio

O 83,3% das informacións si citan fontes -nunca máis dunha por noticia- e introducen declaracións. As principais fontes son os concellos (40%), as asociacións (30%), os individuos (20%) e as empresas privadas (10%). En ningunha información se determina a súa orixe.



Fonte: elaboración propia.

O criterio informativo e o enfoque neutral son predominantes en todos os contidos culturais incluídos na análise. E a actualidade rexe as informacións radiofónicas cunha porcentaxe do 91%.

Lingua

Todas as informacións culturais incluídas no estudo foron emitidas en galego.

IMPORTANCIA DA INFORMACIÓN CULTURAL NA TELEVISIÓN

A TVG é a canle que máis tempo lle dedica á información cultural en Galicia durante a fin de semana -con respecto ao total dos contidos culturais-, emite o 74% da información. Este dato pon de manifesto a ausencia de informativos para Galicia de Antena 3 e Televisión Española durante o sábado e o domingo.

Tendo en conta a afirmación anterior, prevemos que o venres será o día en que predomine a cultura nos programas televisivos analizados. Cunha porcentaxe do 40% confirmase esta xornada da fin de semana como aquela en que máis novas culturais se emiten.

Do total de informacións estudadas, só o 26,7% chega a aparecer nos titulares ou sumarios do informativos.

A duración das informacións é variada, dende os doce segundos ata os dous minutos. A maior parte das noticias duran menos dun minuto (40%), entre un minuto e un minuto e medio sitúanse o 26,7%, e máis dun minuto e medio o 33,3%.

A cultura chega aos telexornais en forma de noticia, fundamentalmente (86%), aínda que tamén hai espazo para a reportaxe (7%) e a crónica (7%).

O 80% dos contidos sitúanse no ámbito local, 13,3% no galego e o 6,7% no estatal.

Temática

A cultura popular volve ser tema estrela dos medios, neste caso da televisión, que informa das festas e celebracións que teñen lugar en distintas poboacións da xeografía galega. Un 46,7% das novas entran nesta categoría, a continuación, cun 20%, sitúanse os

contidos sobre música, concertos, etc., seguidos dos referentes ao audiovisual e cinematografía (13,3%) e ás artes plásticas (13,3%).

CALIDADE DA INFORMACIÓN CULTURAL NA TELEVISIÓN

Máis da metade das informacións culturais (46,7%) citan as súas fontes. E no 3,3% dos casos, ademais, aparecen en pantalla facendo declaracións. As fontes máis habituais destes contidos son os individuos e os concellos, cada unha cun 28,6%; seguidas de asociacións, organismos autónomos públicos e fundacións (Barrié de la Maza), cun 14,3% cada unha destas tres categorías. Un 13,3% das informacións presentan, como mínimo, tres fontes.

En ningunha das informacións se especifica por que vía chegou a nova ao medio.

Continúa primando o criterio informativo, afastado de xuízos de valor, cunha porcentaxe do 93,3%. A mesma que representan as novas cun enfoque neutral. Aínda que tamén hai un 6,7% de informacións que inclúen valoracións, todas elas de carácter positivo.

A actualidade é outro dos eixes que determinan a información cultural televisiva, xa que o 93,3% das informacións responden a este criterio.

Lingua

O 13,3% das informacións van en castelán e o 86,7% en galego.

CONCLUSIÓNS

Prensa

- Os medios escritos valoran á baixa a información de carácter cultural. Trátase dunha área que non goza da entidade e da relevancia de que dispoñen outras seccións dentro do xornal. Escasas veces acadan un lugar en portada e nas ocasións en que aparecen en primeira páxina ocupan unha superficie pequena e sen imaxe. Aproximadamente, só dúas de cada cen novas publicadas chegan á primeira do periódico. En canto ao interior do xornal, tamén observamos unha menor valoración da informa-

ción cultural, xa que a maioría das pezas culturais ocupan un espazo inferior ao 25% da páxina, así como un tratamento menos profundo da realidade cultural ao ser a noticia o xénero máis empregado. Así, non se crean espazos para a opinión e o debate cultural, senón que se reproduce a realidade, sen máis, vencellada a eventos e programacións.

- Un dos principais destinos da información cultural dentro dos xornais son os suplementos da fin de semana, especialmente os domingos. Trátase da xornada en que máis suplementos publican os diarios e na que máis contidos de carácter cultural se localizan. Pero é a categoría de "Outras" (todas as seccións do xornal, agás "Cultura" e "Sociedade") a que presenta a porcentaxe máis elevada. Isto pon de relevo dúas tendencias:
 - A falta de autoridade da sección de "Cultura" dentro do xornal (que só abrangue o 18% das pezas analizadas), no que os contidos se dispersan por distintas seccións da publicación.
 - A prioridade do ámbito local (46,8%) á hora de salientar a información cultural. Así, a cultura tende a aparecer nas páxinas de información local (ciudades, vilas, bisbarras) dos xornais, entre eles, El Progreso, Faro de Vigo, El Ideal Gallego, La Opinión A Coruña, El Correo Gallego, etc.

En canto ao tratamento gráfico que reciben as novas culturais, algo máis da metade aparecen acompañadas de fotografías -vencelladas ao xénero noticia-, mentres que as ilustracións e as infografías apenas teñen presenza.

- A literatura, fundamentalmente nas páxinas dos suplementos da fin de semana, é o tema estrela do discurso cultural dos xornais. Os suplementos revélanse así como espazos idóneos onde dar conta das novidades editoriais e facer recensións e críticas da produción dunha potente industria cultural como é a do libro. Tamén destacan os contidos musicais, a través das críticas e recensións de discos ou de informacións sobre concertos e a cultura popular, que está presente sobre todo nos especiais de fes-

tas e tradicións populares, moi vencellada ao ámbito local predominante nas novas culturais analizadas.

- A información cultural caracterízase pola falla de contraste a través da consulta de fontes, pouca profundidade e ausencia de interpretación nos seus contidos. Máis do 70% das informacións non citan fontes. E moi poucas chegan a presentar diversos puntos de vista. Cando os xornalistas recorren ás fontes, achéganse fundamentalmente aos autores, aos individuos promotores e creadores da cultura. Ademais, non chega ao 20% a porcentaxe de noticias que indican a canle pola que chegaron ao xornal. Un 10,5% proceden de axencias, o 4,6% son fontes propias (entrevistas, fundamentalmente), o 2,3% responden a convocatorias (roldas de prensa) e tan só o 0,8% chegan a través de nota de prensa (cando na práctica o número de informacións publicadas a partir de comunicados é moito máis elevado). Un 60,4% das informacións van asinadas. Hai polo tanto unha porcentaxe elevada de novas que aparecen nas páxinas do xornal baixo autoría de ninguén e sen especificar a súa orixe en múltiples ocasións. A liña de creto que máis se repite é a de Axencias, seguida da de Redacción.
- Non hai unha visión crítica da cultura. É unha ollada aséptica que presenta a realidade cultural dende un punto de vista informativo e cun enfoque sen posicionamentos ou xuízos de valor. Nos casos en que si está presente a crítica case sempre é dende un punto de vista positivo. Saliéntanse os aspectos culturais en positivo, mentres que non abunda a crítica ou valoración negativa.
- A cultura é noticia porque está de actualidade, criterio que rexe de forma estrita a presenza dos individuos e dos produtos do mundo da cultura nas páxinas dos xornais.
- A pesar de que a cultura adoita ser unha das áreas en que máis novas en galego aparecen, este idioma é minoritario. Só o 30% das informacións se escriben en lingua galega, e iso tendo en conta que *A Nosa Terra* (coa maior porcentaxe de informacións culturais) e *O Correo Galego* son integramente en galego.

Radio

- A diminución dos programas informativos para Galicia das cadeas estatais repercute loxicamente na diminución dos contidos culturais. Así, é o venres o día co maior índice de información cultural na fin de semana, a pesar de que canles como a Ser, Onda Cero e Cope non emiten contidos culturais ese día. Coincide que son estas as radios con informativos de menor duración, polo que ao haber menos espazo para narrar a realidade, é a cultura a que primeiro cae da grella. Observamos nos titulares de radio unha presenza salientábel, se temos en conta os datos que manexamos na prensa. O 42% das informacións analizadas téñense en conta á hora de salientar as novas en titulares. Aínda que son poucas as informacións culturais que entran nos informativos -xa vimos que en varias emisoras nin sequera se teñen en conta-, téndense a salientar algunhas nos titulares. A maior parte das informacións superan a duración dun minuto e son escasas as que superan os dous minutos. A noticia, vencellada á actualidade e ás rutinas informativas nun medio como a radio, é a protagonista indiscutíbel.
- Dáselle importancia á proximidade da información. O ámbito local prima sobre o resto. E ese localismo aparece sobre todo vencellado aos contidos relacionados ao que chamamos cultura popular: festas e tradicións populares.
- Preséntase a realidade sen chegar a afondar nela e sen deixar espazo á opinión ou ao debate. A maior parte das informacións cita fontes e introduce declaracións, e son os concellos (40%), as asociacións (30%), os individuos (20%) e as empresas privadas (10%) as fontes consultadas. Acódese a fontes oficiais ou colectivos interesados en producir información e formar parte do discurso dos medios. Salienta a presenza de declaracións, característica propia da radio, motivada pola necesidade de dar 'cor' ás informacións e dotalas de veracidade. Ningunha información explica a canle de chegada da nova á emisora. O criterio informativo e o enfoque neutral é predominante en todos os contidos

culturais incluídos na análise. E a actualidade rexe as informacións radiofónicas cunha porcentaxe do 91%.

- Salienta a elevada presenza do galego nas informacións culturais. O 100% están en galego. Debemos indicar que só se emitiron novas culturais en RNE, RAG e Cadena Noroeste.
- Por último, debemos salienta que aínda que non o recollamos no noso estudo, a cultura tamén protagoniza outros espazos radiofónicos como son o *Diario Cultural* da Radio Galega ou os *Vieiros da Cultura* de RNE.

Televisión

- Observamos que a cultura na televisión en Galicia (e, nas cadeas estatais, a información en xeral) non goza de grande importancia na fin de semana. Hai unha diminución da información cultural no sábado e no domingo, xa que é nestes días cando se rexistran menos novas culturais ao caer da grella os informativos das cadeas estatais para Galicia. Neste sentido tamén é a TVG a canle que máis información cultural emite xa que conta con telexornais todos os días da fin de semana. A presenza en titulares de novas culturais é pouco salientábel e o 40% das noticias duran menos dun minuto. Unha vez máis a cultura chega aos informativos en forma de noticia fundamentalmente (86%), aínda que tamén hai un pequeno espazo para a reportaxe (7%) e a crónica (7%).
- A cultura popular é a temática da maioría das informacións (Festa do Portal de Ribadavia, Festa das Fachas, etc.) claramente vencelladas ao ámbito local e á axenda da fin de semana.
- A pantalla da televisión convértese en espello da realidade ao reproducir feitos culturais sen chegar a afondar nalgúns dos seus aspectos. O criterio predominante é o informativo e o enfoque neutral. Os xornalistas, determinados polas rutinas periodísticas, non acoden ás fontes e son escasas as oportunidades que se lles dan aos protagonistas de aparecer en pantalla expresando a súa propia opinión. Menos da metade das informacións culturais (46,7%) citan as súas fontes. E no 3,3% dos casos, ademais, aparecen en pantalla facendo declaracións. Adoitan protagonizar

as novas culturais voces oficiais ou colectivos integrados na rede de fontes dos medios. As máis habituais son os individuos e os concellos, seguidas de asociacións, organismos autónomos públicos e fundacións. Como é habitual, en ningunha das novas se especifica a orixe da información.

- O galego é o idioma en que se emiten a maioría das noticias, o 86,7%. Son as que corresponden á TVG e á TVE-G, canles públicas que emiten os seus informativos en lingua galega. As novas en castelán do estudo son as do informativo de Antena 3 Televisión, que opta por este idioma na súa desconexión para Galicia.
- A información cultural non só se manifesta nos telexornais. Temos que sinalar que a cultura é protagonista da pequena pantalla fóra destes formatos, a través de seccións ou programas integramente dedicados a esta área. Algúns exemplos son espazos coma: *Ao pé da letra* ou *Kinoki* en TVE-G.