INSTITUTO DA LINGUA GALEGA

A LINGUA GALEGA: HISTORIA E ACTUALIDADE

ACTAS DO I CONGRESO INTERNACIONAL

16-20 DE SETEMBRO DE 1996
SANTIAGO DE COMPOSTELA

VOLUME I

Rosario Álvarez Blanco
Francisco Fernández Rei
Antón Santamarina
(editores)

A lingua galega, historia e actualidade. Actas do I congreso internacional:
Consello da Cultura Galega, Instituto da Lingua Galega, 2004: 97-127

LINGUA GALEGA E MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Manuel Rivas (Moderador)
Juan Cueto, Jaume Guillamet, Margarita Ledo (Participantes)

MANUEL RIVAS:

(…) a fermosísima flor de carqueixa. Entón voulles facer entrega ós nosos convidados, destas condecoracións do antigo reino dos soños.

Moitas gracias por acompañarnos. Estade atentos e atentas porque todo o que se diga aquí vai ser fundamental, importante para o futuro de Galicia. Vai ser decisivo.

Fóra ironías, eu penso que este espacio, este mundo dos *media*, da sociedade da información, da ciberarcadia e dos medios de comunicación, é certamente o espacio, non o único espacio, pero si a táboa de billar onde en grandísima medida nos xogamos o futuro, o futuro da nosa lingua.

Tiñamos pensado que falara cada un dos convidados por esta orde: Margarita Ledo, Jaume Guillamet, Juan Cueto e posteriormente abriríamos unha conversa. Eu estaría moi feliz e satisfeito se dixeran aquí ou se saíra aquí o 10% do que levo escoitado esta tarde aí tomando un café e que era interesantísimo. A ver, a ver se sae. Porque é o problema ás veces, que as cousas fálanse antes con tanta paixón e espontaneamente que cando un se encontra, digamos, no mundo dos focos, pois, as cousas quedan por aí gardadas, esvaecidas.

Ben, entón, primeiro, vai intervir Margarita, Margarita Ledo. Sabedes moitas cousas dela. Eu queríavos contar unha que ten que ver tamén coa propia experiencia. Eu a primeira vez que oín falar de Margarita Ledo tería eu uns quince anos ou así. Empecei a traballar no *Ideal Gallego* como meritorio, alí escribindo noticias, entrevistando as raíñas das festas de Culleredo, de Oleiros… Foi a mellor etapa periodística que vivín na miña vida. Entón, cheguei a unha redacción que era alucinante, posiblemente irrepetible, e unha desas raíñas das festas, da redacción neste caso, era Margarita Ledo. Ós poucos días de coñecela desapareceu da redacción e unha persoa, un amigo común díxome: "ti estarías disposto a ir a unha casa recoller unhas pertenzas, tal e cal…" Todo era moi secreto, eu notaba a sombra policial por todas partes. De quen ía recoller esas

pertenzas era de Margarita, que tiña que saír fuxindo escopetada para Portugal, para vivir unha época de exilio. Entón digamos que ela certamente viviu as dúas caras do mundo xa desde moi pronto, desde moi nova. Xa desde entón ten, por suposto, a miña admiración e respecto. Cando vos conto esta historia, ela xa publicara, por exemplo, un libro de poesía nunha colección, Val de Lemos, que era pioneira en moitas cousas, que se titulaba *Parolar cun eu, cun intre, cun inseuto*. Despois, por suposto, ten unha experiencia profesional importante. Foi a primeira directora de *A Nosa Terra*; estudiara antes xornalismo en Barcelona e volveu tamén a Barcelona como profesora e, sabedes, o fundamental, que foi primeira decana, eu diría que fundadora, pioneira nunha tarefa certamente difícil e na que estivo bastante acosada, non só sexualmente e recoñezo ademais que non sempre a defendemos coa debida cabaleirosidade e valentía que nos correspondía a algúns. Ten traballos como o *Documentalismo fotográfico*, a súa tese e tamén escolleu a fotografía como unha especie de, eu penso que de metáfora de todo, do mundo do xornalismo que lle permite tocar moitos puntos de vista dun xeito innovador. En fin, esa tese que escribiu titúlase *Photoshock e xornalismo de crise*. Entón pois un bico moi grande e adiante.

MARGARITA LEDO

Gracias, vedes que é difícil darlle as gracias a Manolo. Tamén souben no café que el fora a persoa… sabía foran os meus compañeiros de *El Ideal Gallego,* pero souben agora que buscaran o máis cativo e o máis guapo e o que mellor disimulaba, un pouco como os irlandeses neses casos, que el fora buscar as miñas cousas. Hai máis razóns para estar moi a gusto nesta mesa, á parte da razón obvia de falar da lingua galega, que é que coñecín persoalmente a Juan Cueto –tamén me sentín moi vencellada ás historias que el ía relatando– e de encontrar aquí en Santiago a Jaume Guillamet que xa fomos "companys a l'Autònoma".

Permítanme comezar cunha *boutade*, cunha *boutade* hegeliana, coa que unha miña amiga bonaerense, Nechi Schnaith, de orixe filósofa, introduz certos paradigmas.

Fálase de que, en certa ocasión, un interlocutor sentenciou cara Hegel: é que os feitos non coinciden coas súas teorías. E Hegel respostou: pois peor para os feitos.

Tamén neste caso poida que o que lles vou dicer non coincida cos feitos.

Todas nós sabemos, todas nós, as persoas que andan en pasaxe, por entre dilemas, cunha teoría preferente de fundo –cun país ao fundo– e abertas á idea de posibilidade, mesmo abertas á posibilidade dun futuro máis xusto para o galego nos medios de comunicación –que é coma dicer para todas nós–, sabemos que o idioma en que deveu un activo dentro da política económica europea, xa non pode ocultar a súa pertenza á historia material da cultura. Ollade, se non, programas específicos para as anomeadas "linguas rexionais e minoritarias" e a preocupación pola calidade da dobraxe e dos subtítulos, contemplade o multilingüismo como parte sustantiva do modo de pensar os circuitos de distribución e a definición dun mercado interno europeo para o audiovisual.

Tamén sabemos todas nós que o intercambio lingüístico, en tanto relación de comunicación, é asimesmo relación simbólica de poder, o lugar no que se actualizan as relacións de forza entre os locutores e os seus grupos respectivos (Bourdieu:82), entre os medios de comunicación e os **seus** receptores, e subliñamo-lo posesivo precisamente nesta transición dende un **constructor** social como referente para outro de mercado. Os Medios, forma de institución social, e os Medios, sociedade anónima.

Nós aceptamos como "natural", porque xa pasou para a consciencia xeral, o idioma como política e a cultura como infraestructura material (Zallo:95). Cómpre aceptar, tamén como "natural", a lingua como producción, a lingua máis alá da súa consideración como expresión de grupos de falantes, a lingua facéndose visíbel como producións, contar de unha en unha as producións en galego que se distribúen por diferentes vieiros e soportes entroques de andar contando, de un en un, aos galego falantes.

Porque entre as innúmeras trapelas das diversas institucións, tamén as empresariais e universitarias, non digamos as administrativas, está a obcecación cuantitativista, as porcentaxes: todos coa lingua de fóra, nalgúns casos coas vergoñas á vista. Digo eu que quén se decrarará galego falante na cidade da Coruña se o estereotipo, a representación común do galego falante –cito de memoria o Informe da Mesa pola Normalización– é clase baixa, brután e caricato. Unha representación que non é máis real que a súa contraria nen é allea aos intereses do poder local. Digo eu por que se acochan estudos de audiencia que usando de metodoloxías cualitativas mostran a ese suxeito colectivo, a audiencia, que desexa, por exemplo, máis publicidade en lingua galega.

Fiquemos, pois, co idioma na súa materialidade, co galego como as producións en galego e coa comunicación como intercambio, toma e daca, en que o receptor, non o esquezan, é algo máis ca un debezo de posesión do locutor. É un receptor que ten intereses, é un receptor avaliativo (interactivo, segundo o nome último das cousas), mide as súas forzas a traveso da lingua e está imerso –quéirao ou non– nun proceso que alonga os seus sinais xerárquicos aos medios de comunicación. Párense nas noticias "en galego", na súa temática residual na información xeral e a súa especificidade en cultura, columnas e costumes, tal as vellas academias CCC de corte e confección por correspondencia. A maior abondamento: a mesma noticia lése de maneira diferente se está escrita en galego ou se o está en castelán e lése de diferente maneira segundo a experiencia da fala, non só a experiencia colectiva (ninguén, agás se se converte en servo, poderá evitar a memoria), se non a persoal, e esta experiencia da fala pasará definir o que chamamos en calquera mensaxe **lectura preferente**.

Agás once meses de existencia do *Diario de Galicia* (Vigo, 1988/1989), o periódico semanal *A Nosa Terra*, absolutamente monolingüe, ou a edición en galego de *O Correo*, na escrita xornalística o galego está nas revistas de pensamento e de cultura –*A Trabe de Ouro, Grial, Encrucillada…*– nas académicas, nalgunha profesional como a do Colexio de Arquitectos *Obradoiro* ou en *Análise Empresarial*, está por entre periódicos comarcais como *A Peneira* e, por razóns instrumentais, en boletíns corporativos que serven ás novas necesidades de uso do idioma, por exemplo entre o funcionariado da administración." (Ledo:96).

Non debe deixar de sorprendernos, porén, a cada vez meirande marxinalidade do galego nos informativos radiofónicos e na prensa de información xeral, pasando a funcionar como reclamo, como cebo para as subvencións mentres o hipotético público que se quere atraguer (urbano, xoven, de formación media, precisamente onde mais medra o voto nacionalista en Galicia) non manifesta dificultades de tipo instrumental para ler ou ouvir en galego.

Non debe deixar de nos abraiar, porque nos medios de comunicación xogámonos a nosa representación. Recoñecérmonos. E que outros nos saiban identificar. No 92, chegamos ao Brasil para o congreso internacional de investigadores da comunicación, o AIERI, e todos sabían que existía o catalán porque Maragall abrira en catalán os Xogos Olímpicos. No Brasil, e no 92, estranaban que eu falara galego entroques de español.

Dende mitade do século unha teoría tan sucedida como a dos medios-espello, que se correspondeu co discurso obxectivista, foi amosando os seus pontos flebes para a análise dos efectos dos medios de comunicación, ata ficar inoperante. E coa queda do mito dos medios-refrexo do que pasa aí afora, agromou a visión dos medios como constructores sociais da realidade, ese tópico de que non existes se non saes na foto, a visión dos medios como o lugar para non unha se non as muitas versións do real e, ao tempo, como o lugar de todas as sospeitas. E variaron as interrogantes.

¿Por que en determinado momento a realidade se apresenta de determinado xeito e non de outro? ¿Por que en determinado momento nesa realidade está o galego e noutro momento diso nin se fala? Porque atrais de cada construcción hai, obviamente, regras á vista –as convencións, os códigos profesionais…– e asemade regras de significación, relacións de forza simbolicamente mediadas dende determinadas necesidades pero tamén dende determinados intereses.

Porque quizais non necesitemos o galego nos productos de comunicación, apuntalando esa vocación suicida que referiu Cuevillas, mais ¿estamos certos que non nos interesa? ¿que non nos representa? ¿que podemos tallar ao vivo o percurso longuicuo co que unha colectividade constrúe os seus símbolos e neles se identifica? ¿imos negar que o símbolo máis visíbel de nós é o idioma? ¿a quen imos culpar, no tira e afrouxa dunha Europa á fin multilingüe e intercultural, se non establecemos estratexias de distribución dos productos culturais en galego?

Ando a botar man de razóns con respecto a fins, da comunicación a partir de expectativas de reciprocidade (Habermas:92), da consideración das dificultades –pensen no estupor de mañán pola mañá se toda a prensa se editara en galego, no xoc a nivel da súa significación, non no da comprensión técnica– pero non poido evitar discutir certas dicotomías tradicionais que cada día son máis inoportunas porque non nos deixan avanzar.

Trátase da dicotomía Público/Privado, coma se os dereitos só afectasen ás empresas públicas; da dicotomía individual/colectivo, coma se os teus dereitos individuais non ficasen sobcabados nunha situación de negación ou de minimización dos dereitos colectivos; da dicotomía actitude/opinión, práctica/teoría cando aquela é sustituida pola técnica. A día de hoxe existe un conflicto de roles que non podemos reducir a masculino/fiminino e que

temos que amplar aos roles público/privado, espacio común/espacio persoal, europa trasnacional/europa das identidades nunha sorte de paso de cebra con dereito preferente para os peatóns, para os contidos, fronte da velocidade de circulación.

Nesta primavera Alain Tourain falaba en Barcelona do vango que avanta entre o que fas: "instrumentalmente utilizo signos que poden ser palabras" e mais o que eres: "e por outro lado emprego símbolos da miña identidade", alertando para o arredamento entre o social e mais o instrumental, individuos, sen conflicto, que xa non se corresponden cunha cultura como "memoria colectiva que fai posible a comunicación entre os membros dunha colectividade historicamente ubicada" (Mattelart:93).

Calquera feito é teoría, retornamos a Hegel. Non hai nada tan práctico como unha boa teoría, retornamos a Ninyoles e ao lema que escollera para *Idioma e Poder social*, dende un autor da Communication Research, Kunt Lewin, e cando xa as apostas desta corrente funcionalista deixaran paso aos críticos e aos pragmáticos. Porque si unha teoría, unha proposta, pasa, influirá no modo no que veñan se producir os acontecementos.

Se sentimos a necesidade –teórica– do galego porque nos representa, nos explica naquelo que nos identifica, por exemplo na oposición ao franquismo; se sentimos a necesidade da TV de Galicia –anque nos pasadizos falen en español– e do galego como lingua oficial da universidade –anque tamén a práctica rutinaria tenda nestes tempos cara o español–; se o galego nos fai visíbeis para negociar coa UE ou no seo da política europea para esixir, fronte a USA, a "excepción cultural" para a producción de bens de contido simbólico, de seguido os feitos coincidirán coa teoría.

Deixenme, para concluir, citar a Régis Debray na súa resposta a Vargas Llosa a propósito, precisamente, da "excepción cultural" (El País, 4 de nov. 1993). Despois de referir como o dogma do libre intercambio de imaxes universaliza o principio: "que calen os pobres", despois de citar a Lamennais: entre o forte e mais o flebe é a libertade a que oprime e é a lei a que libera e despois de citar a morte do cinema italiano a mans da "libre competencia comercial" ou a realidade do cinema alemán de autor gracias aos fondos públicos, tamén citou ao director da Warner dirixíndose ao presidente da canle ARTE: "Vosoutros, os franceses, sodes excelentes nos queixos, nos viños, e na moda. Nós, os americanos, sómolo nas películas. Así que deixádenos as imaxes e seguide facendo queixos". Noutros termos, concluiu Debray: deixádenos darlle forma ás almas e ocupádevos vos do bandullo.

Tamén o galego mantense, á forza, cada día máis e máis nos queixos[1].

MANUEL RIVAS

Gracias, Margarita. Margarita na súa intervención falaba dos Xogos Olímpicos e en concreto a inauguración por Maragall que deu a coñecer por todo o planeta o catalán, a

[1] Enfiados no texto aparecen algúns dos meus autores de cabeceira, vencellados a diferentes estadios do pensamento crítico/cultural studies e tamén colegas dos que aprendo a cotío. Aplico conceptos de Bourdieu en *Ce que parler veut dire*, de Habermas en *Ciencia e Técnica como "ideología",* de Mattelart en *La Comunicación Mundo*, de Ramón Zallo, recollidos na edición do I Congreso *Comunicación na Periferia Atlántica* e do meu artigo para a revista *Colóquio/Letras*, especial "Nós, A Literatura Galega", Lisboa, 1996.

forza da identidade catalana e citaba esto, os Xogos Olímpicos. Precisamente o noso seguinte convidado, que é Jaume Guillamet, foi xefe de prensa do Concello de Barcelona durante os Xogos Olímpicos entre as moitas actividades profesionais que desenvolveu. Unha experiencia moi sólida e moi ampla tanto no campo profesional como no do ensino académico. Foi subdirector de *Telexprès*, por exemplo, no ano 1976. Unha época interesantísima da prensa en xeral e de *Telexprès* en particular. Foi tamén un dos responsables, subdirector creo, de *Avui* entre o ano 1980-82. Sabedes que é un periódico monolingüe en catalán. Compatibilizou todos estes traballos profesionais desde o ano 87 co ensino do xornalismo, primeiro na Universidade de Bellaterra. Agora mesmo é profesor de Historia do xornalismo na Universitat Pompeu Fabra. Importante sinalar tamén que é presidente da Societat Catalana de Comunicació, vinculada ó Institut d'Estudis Catalans. Publicou varios libros, en particular citariamos escritos en catalán, en concreto eu teño aquí dous libros: *Prensa, franquismo e autonomía* e o outro é desde os seus inicios, a *Historia da Prensa, da Radio e da Televisión en Cataluña*. Eu penso que son credenciais de abondo para que o escoitemos con moitísimo interese, gracias.

JAUME GUILLAMET

Muchas gracias a Manuel Rivas. A mí me gustaría expresarme ante ustedes en gallego de la misma forma que Margarita se expresa ante nosotros en catalán cuando está en Barcelona, pero es evidente que no estoy en las mismas condiciones. He de decir que gracias a Margarita tuve una experiencia muy entrañable y muy positiva hace un año o dos en un tribunal de tesis doctoral. Estábamos dos profesores de Barcelona y los demás eran profesores gallegos y la tesis se defendió y se juzgó únicamente en gallego y en catalán. Bien, en cualquier caso yo quiero decirles que he agradecido esta invitación a participar en este congreso y hablarles desde el punto de vista catalán del tema que esta tarde nos reúne, si bien en Cataluña muy a menudo nos hemos reunido y seguimos haciéndolo para debatir de los temas relativos al presente y al futuro de la lengua, en pocas ocasiones podemos intercambiar análisis y puntos de vista con otras lenguas en parecida situación a la nuestra, de forma que yo he venido a aquí a hablar pero también he venido a escuchar especialmente y a llevarme información que hasta hoy no tenía. Entiendo que mi aportación en la reunión de esta tarde, puede ser una aproximación a como las relaciones entre lengua y medios de comunicación se producen en Cataluña. Trataré de hacerlo en ese espacio de diez minutos y de una forma quizá un poco periodística y muy sintética.

Empezaré diciendo que probablemente en Cataluña se vive hoy la mejor situación hasta ahora en cuanto a la presencia de la lengua catalana en los medios de comunicación y que la cuestión que se plantea desde hace ya algunos años, es si esta es realmente la mejor situación posible o se puede aspirar a una situación sustancialmente superior a la presente.

Sin duda tenemos una referencia anterior que no podemos obviar, que es la referencia de los años treinta. En los años treinta, en Cataluña se llegó a una situación bastante

avanzada de presencia de la lengua en los medios de comunicación. Tendríamos que hablar básicamente de la prensa, de una radio apenas desarrollada y, en todo caso, de un cine también en desarrollo inicial. Pero sin duda en los años treinta se había llegado a una situación bastante evolucionada. El catalán estaba presente en la prensa de una manera estable desde mediados del siglo XIX; desde 1879 se dispuso siempre de, por lo menos, un periódico en catalán en Barcelona, además de muchas otras publicaciones culturales, artísticas; o diarias incluso, en otras ciudades. En realidad fue un proceso creciente, a pesar de las dificultades, a pesar incluso de la dictadura de Primo de Rivera en la que el número de diarios en catalán aumentó y se llegó a los años treinta a una situación que yo resumiría en el dato siguiente: en los años treinta, la difusión de diarios en catalán en Barcelona se acercaba al 25% del total de la difusión de diarios en aquel momento.

Si nos fijáramos únicamente en ese dato, no podríamos decir que la situación del catalán en los medios de comunicación sea ahora mejor que entonces, porque en estos momentos la difusión de la prensa diaria en catalán con relación al conjunto de la prensa diaria en Barcelona, llega apenas al 15%. Pero los medios de comunicación han cambiado y, pese a que parece que se está estancando, que se está cronificando, la presencia del catalán en la prensa diaria en la ciudad de Barcelona, estamos sin duda en una fase de expansión del uso del catalán en la vida pública y en los medios de comunicación. Especialmente en los nuevos medios, en la radio que ya había nacido pero apenas se había desarrollado y, sobre todo, en la televisión, que permite hablar de una situación incomparablemente más interesante.

A diferencia de los años treinta, hoy nos situamos sobre la base de unos veinte años ya de estabilidad del proceso de recuperación lingüística. Una estabilidad de casi un cuarto de siglo que comprende algo que en los años treinta se estaba iniciando y que no había obtenido tampoco el desarrollo que ha obtenido hoy, como es el uso ordinario del catalán en la escuela, como lengua de formación de todos los escolares y el uso del catalán en la administración pública, que en todos sus niveles en Cataluña es utilizado como lengua preferente. Es decir, el castellano se utiliza en la administración pública catalana solamente como segunda lengua en caso de opción por parte del ciudadano sobre esa lengua. Podríamos matizar ese uso, pero como imagen global es la adecuada.

Por lo tanto, nos hallamos también en un proceso en el cual llevamos ya más de veinte años con presencia del catalán en los medios de comunicación. El diario *Avui,* al cual antes se ha referido Manuel Rivas, ha cumplido precisamente este año sus primeros veinte años de vida y empieza a ser ya uno de los diarios catalanes en catalán con una más larga vida. Además, la tradición de televisión en catalán se remonta mucho antes que a la existencia de Televisión de Cataluña, se remonta al Circuito Catalán de Televisión Española, que empieza a tomar una cierta importancia en los primeros setenta e incluso en los últimos sesenta, de forma que nos encontramos en estos momentos sobre la base de una estabilidad prolongada de presencia creciente del catalán en la vida pública y también en los medios de comunicación. Nos encontramos ante una situación en

la que se identifican con una cierta claridad los sectores en los que el catalán progresa con mayor dificultad, incluso con dificultad importante en algunas ocasiones. Esos ámbitos son los ámbitos de la música o de la canción, el ámbito del cine y, en parte, en el ámbito de la televisión. En todo caso, una vez planteado el panorama, entraré con más detalle, si hace falta.

Desde el punto de vista de la prensa, nos hallamos ante una limitación de la evolución de la prensa diaria en catalán. Llevamos veinte años con un único diario en catalán. Hay incluso el fracaso de un segundo diario en catalán, que fue el *Diari de Barcelona*, en una última etapa a partir de 1987. En Barcelona nos encontramos con la relación de un diario en catalán de 40.000 ejemplares, ante dos diarios en castellano, que son *La Vanguardia* y *El Periódico*, cada uno de los cuales está sobre los 200.000 ejemplares; de forma que el diario en catalán se confirma un poco como la excepción, como el diario distinto, como el diario de la lengua. Sin embargo, hay un dato que me gustaría destacar especialmente, como es la existencia de otros diarios en catalán en otras ciudades de Cataluña y que una de las ciudades más conocidas de Cataluña como es Girona, cuenta en estos momentos con dos diarios en catalán y ninguno en castellano. Es decir, en la ciudad de Girona los dos diarios existentes son únicamente en catalán y el principal de ellos es, como se diría en términos de audiencia o de difusión, el líder en su demarcación. Es el líder en la provincia de Girona. El diario conocido como *El Punt* tiene una difusión de 15.000 ejemplares reconocidos por OJD, el *Diari de Girona* tiene una difusión de 7.000 ejemplares y en cuanto a los demás, *La Vanguardia* y *El Periódico* están entre los dos citados, mientras que están por debajo *El País* y *Avui*.

El diario *Avui* ha perdido espacio fuera de Barcelona en la medida en que la existencia de prensa diaria y semanal en catalán en muchas ciudades de Cataluña suple o satisface el deseo del lector de acceder a prensa en catalán. Esta sería una de las explicaciones, quizás no la más importante, sobre la limitación de la difusión del diario *Avui*. Pero hay otras ciudades que tienen también prensa en catalán. En la ciudad de Tarragona hay un segundo diario en catalán, no es el líder de la ciudad ni de la provincia pero hay un diario en castellano y otro en catalán. En Lleida, en estos momentos, hay únicamente dos diarios en castellano pero hubo un diario en catalán durante algunos años[2]. Manresa, que no es capital de provincia pero es la capital de una amplia zona de Cataluña, una ciudad de unos 60.000 habitantes, tiene un único diario en catalán desde el 79, es decir, desde hace 17 años. El tiempo corre… Y en Sabadell y Terrassa, que son dos ciudades que no hace falta presentar, además de los tradicionales diarios en castellano, con una historia política anterior ligada al antiguo régimen, existe desde hace poco tiempo también un diario en catalán para las dos ciudades.

Bien, esta es una situación muy fluida de tal forma que en Cataluña el hecho de que la prensa diaria en catalán de Barcelona esté en una situación de estancamiento, no nos per-

[2] Desde septiembre de 1997, el diario *Segre* publica una doble edición en catalán y en castellano.

mite decir que el periodismo en catalán esté estancado. El periodismo en catalán está viviendo un momento de gran expansión gracias a la televisión. Especialmente, gracias a Televisión de Catalunya con sus dos canales, gracias a las emisoras de Catalunya Radio y demás emisoras de la Corporació Catalana de Radio i Televisió, gracias también a las emisoras de Radio Nacional de España y de Televisión Española que desde siempre han tenido secciones importantes en catalán y gracias a redes de prensa, de radio y también de televisión que se están consolidando en el ámbito local y comarcal. Hay un número importante de periódicos más o menos profesionalizados, semanales, bisemanales, etc. que emplean a periodistas y que son la prensa única y en catalán de sus ciudades, de la misma forma que hay un gran número de emisoras municipales o emisoras locales que utilizan el catalán como única lengua y este hecho se está reproduciendo con la formación también de una red de televisiones locales de las que aparece como cabecera destacada una nueva televisión en catalán que emite en Barcelona que es Barcelona Televisió. Barcelona Televisió es una emisora local bastante potente que puso en marcha el Ayuntamiento de Barcelona hace un año y medio aproximadamente y que empieza a tener un papel importante aunque está en una situación modesta, lógicamente, en la ciudad.

La formación de periodistas se produce desde hace bastantes años en un plano de bilingüismo, de tal forma que los periodistas que salen de mi Universidad, la Pompeu Fabra, y de la Universidad Autónoma de Barcelona, donde coincidí con Margarita durante algunos años, lo hacen con una formación que les habilita para ejercer en catalán y en castellano indistintamente en los medios. Esos son datos que contribuyen a definir un panorama claramente positivo en lo que se refiere a la normalización del uso público y comercial del catalán, en muchas ocasiones en situación de exclusividad en numerosas ciudades en Cataluña. Queda el problema cronificado de los diarios de Barcelona. Curiosamente el único diario de Barcelona con una larga tradición de edición en catalán es *El País*, que no es un diario de Barcelona, pero tiene una edición importante en Barcelona, *El País, e*sta editando desde hace muchos un suplemento semanal de tipo cultural y *La Vanguardia* finalmente el año pasado decidió crear un suplemento semanal dedicado a los jóvenes que se llama *Wang* y que se publica en catalán. *El Periódico* publica desde algunos años una publicación mensual que se llama *El Periòdic de l'estudiant*, que con el apoyo de la Consejería de Enseñanza de la Generalitat se distribuye en las escuelas como apoyo a campañas de prensa en la escuela. Pero ello no deja de confirmar una actitud de reserva, de resistencia de las empresas periodísticas catalanas a la normalización lingüística; de forma que, y con ello acabo esa intervención, podríamos resumir esa situación diciendo que, por una parte el catalán ha progresado notabilísimamente en la medida en que se han impulsado políticas públicas de medios de comunicación en catalán, y en la medida en que las empresas periodísticas locales o de ámbitos perfectamente localizables en cuanto a la audiencia y en cuanto al público que se dirigen, lo han hecho, lo han normalizado.

Frente a ese éxito de las políticas públicas y del impulso de las empresas locales en el sector de la comunicación, nos encontramos con una actitud de reserva, con una acti-

tud de resistencia, con la persistencia de fuertes rutinas por parte de las empresas tradicionales privadas de comunicación y, en parte también, a cargo de las nuevas y grandes empresas de comunicación. Ese es un campo donde hay un margen de maniobra pero que globalmente nos enfrenta a unos ciertos límites. El límite del progreso del catalán está en la propiedad de los medios, está en el mercado, está en el impulso de empresas que deben competir en situaciones distintas a las que se producían hace algunos años.

A menudo digo, con afán puramente de reflexionar sobre el tema, que probablemente lo que se está produciendo en Barcelona es una lucha de la prensa diaria simplemente por sobrevivir y que esa lucha por sobrevivir quizá no permita a la vieja *Vanguardia* o al novísimo y exitoso *Periódico* atreverse con el catalán. Aunque también digo, en ese mismo terreno de reflexión y no de propuestas, que quizá ya sería hora que esos diarios, esas empresas se publicaran por lo menos algún tipo de experiencia de bilingüismo que, en las actuales circunstancias, parecería, claramente justificado. Justificado incluso por el ridículo que produce en ocasiones leer en la prensa diaria referencias sobre lo que sucede en televisión. Cuando en la prensa diaria en castellano se explica el final de una teleserie en catalán muy seguida, no deja de producir una sensación de artificio. Da una cierta sensación de anacronismo que la prensa siga sin atreverse, sin probar fórmulas de bilingüismo cuando la radio o la televisión están imponiendo no solamente un uso normal de la lengua, sino también un sistema de cultura cotidiana claramente en catalán[3].

No quisiera alargarme pero no quisiera dejar pasar ese momento de la exposición para poner un dato. Hubo un momento en que hubo una *cuasi* normalización del catalán en la televisión. Ese momento fue a mediados de los ochenta. Cuando se puso en marcha Televisió de Catalunya, TV3, Televisión Española mantenía una programación propia en catalán. De forma que el mapa televisivo del momento consistía en televisión pública catalana en catalán, televisión pública española en español pero también en catalán. Posteriormente la autorización de las cadenas privadas ha vuelto a crear una situación en la que la posición del catalán es minoritaria. Pese a ello, la televisión pública catalana mantiene unos índices de audiencia bastante superiores a las otras televisiones autonómicas y situada en la franja del 20-25% que es donde se dirime el liderazgo de las audiencias.

En definitiva, yo prefiero no aventurar un juicio global sobre esta situación aunque pueda derivarse del tipo de exposición que he hecho, pero si quisiera acabar diciendo que no hay en estos momentos un diagnóstico claro, por lo menos un diagnóstico compartido globalmente, sobre cuales son las perspectivas a las cuales se puede aspirar. Hay una cierta coincidencia, yo diría que hay una amplia coincidencia en afirmar que estamos probablemente en la situación mejor que ha habido en relación con el pasado pero

[3] En octubre de 1997, *El Periódico de Catalunya* ha iniciado una edición doble alternativa en catalán y en castellano, como *Segre* de Lleida en septiembre.

no hay una coincidencia suficiente en formular una perspectiva, un horizonte. No sobre hacia donde hay que avanzar, porque es evidente que hay que avanzar en mejorar la posición del catalán en los medios de comunicación, hay un terreno amplio aún de mejora, pero no hay una idea clara sobre cual puede ser el límite, sobre cual es la situación posible en la que todos podamos estar de acuerdo que es aquella a la que hay que llegar o es aquella con la que hay que resignarse.

Nada más, muchas gracias.

Manuel Rivas

Ben, Margarita aludía tamén ós queixos. Máis ben citaba unha frase o presidente da Warner sobre o reparto de papeis no mundo, os determinismos, uns a facer queixos, outros viño, en fin, outros lacón con grelos, parrochas… Nós, que nos deixen facer películas. Estábame acordando dos queixos porque Juan Cueto era o suministrador real de queixos de alta montaña de Asturias a Álvaro Cunqueiro, e tomaba os queixos… Eu penso que deberon ser uns encontros marabillosos, é unha pena non ter gravacións deso, secretas. Por certo, teño entendido que Álvaro Cunqueiro tomaba eses queixos de alta montaña como mazás, de mazás tres en cunca, en fin. Iso si que é futuro.

Desde logo estamos a falar dun amigo de Galicia, e non é cortesía gratuíta, non só por este detalle. Teño que dicir que as visitas inda son máis meritorias. As visitas de Cueto eran no autobús da Alsa a Mondoñedo. Eu creo que lle encomendou don Álvaro a Juan buscar o Santo Grial para nós. E foi o ideador, por exemplo, un dos ideadores da *Gran Enciclopedia Gallega*, porque primeiro saíu a asturiana e foi o que a lanzou. É unha das actividades así máis importantes de Juan Cueto que eu penso que é facer de lanzadeira, como esas lanzadeiras de buxo que tiñan as tecedeiras. Pois el fai de lanzadeira tamén mundo adiante de ideas, que as cousas que ademais… O fundamental desde logo non é só os cartos, poden ser importantes sobre todo para tranquilizar os nervios, pero o fundamental é ter ideas, ter cousas postas no papel. Penso que é unha das persoas que mellor reclama ese dereito fundamental, ese dereito humano tan importante que non aparece na Declaración que é o dereito a inventar. Falabamos por exemplo de aventuras de exilio e Juan Cueto estaba por alí en Arxelia sendo a voz de Arxelia Libre, lanzando cousas, pola radio. Foi pois o *factótum*, a alma desa experiencia da Ilustración eu penso neste país que non tivemos por desgracia Ilustración ou a tivemos a medias. Pois el en Asturias foi o que fixo posible *Cuadernos del Norte,* que están aí nos anaqueis, podemos velo como un mostrario magnífico da Ilustración que non houbo. En fin, penso que pode ser moi interesante sobre todo falando de factorías de futuro o que nos conte dese proceso de substitución da mercadoría dos átomos pola mercadoría dos *bits*. Puxo en marcha Canal Plus e outras cousas, outro tipo de experiencias audiovisuais. En fin, eu recordo agora un delicioso artigo no seu libro *Pasión catódica*, que se pode ler xa como un clásico porque foi tamén pioneiro cando moitos de nós estabamos vendo o Capitán Tantán, Locomotoro…, pois el mirou aquela televisión e dixo: "esto é o máis impor-

tante que está a suceder no mundo e hai que escribir sobre iso". Foi un pioneiro, pois, na reflexión, mesmo nos comentarios xornalísticos sobre televisión cando non existían. Eu recomendaríavos a todos un libro que se pode ler como un clásico: *Pasión catódica*. Nun dos capítulos dos artigos dese libro, conta como vai atravesando fronteiras mundo adiante e practicamente se encontra o mesmo panorama. O motel é igual en todas partes, a comida fast-food é igual en todas partes, deixou os queixos na casa, as mazás… Entón todo vén sendo igual e de súpeto descobre que as paisaxes distintas entran polos ollos e polas orellas, están alí na pantalla, as linguas son distintas. Adiante Juan.

JUAN CUETO

Gracias Manolo, hermano. También yo, como decían Margarita y Jaume, estoy encantado de estar aquí, con Margarita, Jaume y Manolo y con todos ustedes por supuesto. Les voy a pedir simplemente que me permitan quitar la chaqueta porque tengo un calor impresionante debido al lacón con grelos y cosas de estas y así hablo más cómodo. También me gustaría a mí hablar en bable, en gallego, perdón, pero lo único que puedo hacer es entonar como entonan los asturianos de Luarca o los asturianos de la frontera, para que suene un poco más digamos a la *llingua* de aquí, de esta tierra que como dijo Manolo realmente somos mucho más que primos y hermanos y lo único que tenemos es unas fronteras muy ridículas que debemos empezar a pasar por encima de ellas aunque sea en Alsa.

Bien, yo voy a hablar aquí de unos medios de comunicación que no se han citado explícitamente, porque no se ha tratado de ellos y que me parecen fundamentales para el futuro de cualquier *llingua*, sobre todo una *llingua* o una lengua minoritaria o en duelo con una lengua mayoritaria. Me refiero a unos nuevos medios que están vinculados evidentemente a los tradicionales medios de radio (…) desde las nuevas alianzas, del cable, del satélite, de lo digital, de los bits, de lo analógico, etc., etc. van a cambiar radicalmente, radicalmente por lo menos la manera que tenemos de consumir en casa, desde el hogar, productos que ahora consumimos fuera y en otro idioma. Esto viene a cuento también por un artículo que leía anoche en la estupenda revista *Luzes* que dirige Manolo Rivas de Antón Santamarina, en el que se daba cuenta de los datos del Mapa Sociolingüístico de Galicia y había un dato que me llamó la atención lo mismo que se la llamó a él, por supuesto, y a muchos de los amigos que están aquí, que es que la gente joven ya no tiene el hogar como principal sitio de recepción de la lengua gallega, al contrario de lo que ocurría en edades de 80, 70, 60, etc., etc. Esto es así, está ahí, ustedes conocen mejor que yo el Mapa Sociolingüístico de Galicia, no me meto en este asunto. Simplemente quiero constatar que es un dato importante porque, miren ustedes, todo, toda esta gran movida que hay en el mundo entero, no sólo en España ni muchísimo menos en Europa, en el mundo entero, respecto a los nuevos medios de comunicación: satélite al cable, al cable óptico, a Internet, a no Internet, a lo digital, a los bits…, todo esto sólo tiene un objetivo, un objetivo central, que es que el hogar se ha convertido en el centro

del gran consumo, no digo del futuro, porque yo por ejemplo ya estoy experimentando como una cobaya ahí cerca de Gijón, digamos, las nuevas tempestades digitales; si no dentro de unos días, muy poco, en Estados Unidos ya ocurre. Es el hogar, al contrario de lo que ocurría en otras eras económicas, en la era de la producción y en la del consumo, que era el mercado, que era el supermercado, que era la tienda, que era la salida, es el hogar donde se van a hacer la mayor parte de las cosas que ahora estamos haciendo fuera. Desde comprar hasta, evidentemente, consumir. Los deportes de masas que antes nos obligaban a salir los domingos, los grandes estrenos cinematográficos, y todo lo que se llama esa cultura audiovisual a la carta y, con un término inglés, *on line*, es decir, inmediatamente.

Ese es un dato central de la economía mundial. No de los medios de comunicación, ni de los países, ni de Europa, ni de nada de todo esto, de la economía mundial. Todos, la mayor parte de las cosas que se podrían consumir fuera del hogar, ahora mismo se van a recibir en directo, *on line*, en el hogar, sea por la pantalla del televisor, sea por la pantalla del ordenador, nunca confundamos esas dos pantallas, esas dos pantallas que realmente son las que nos van a atar y unir a la vez al futuro, y todo esto se va a hacer a través de los métodos que ya ustedes conocen porque están divulgados en la prensa: el *pay per view*, las tarjetas de crédito instantáneas etc., etc. Eso por un lado. Por lo tanto, si la lengua gallega tiene problemas ya de recepción en el hogar para la gente joven, he de decirles a ustedes que estén atentos porque ese hogar, y más pronto de lo que todos sospechamos, se va a convertir en el gran centro de consumo de un montón de mercancías que pueden llegar o en gallego o en no gallego. Por lo tanto, los medios de comunicación tradicionales que conocemos son fundamentales, son importantísimos. Pero todos estos nuevos medios de comunicación que se están ensayando diariamente y que, por otro lado, están cambiando de arriba a abajo los tradicionales medios de comunicación, van a ser absolutamente decisivos para el futuro de las lenguas en conflicto con otras lenguas. Es decir, no van a ser, para rizar el caso de una compañera que está aquí, el caso de Portugal. En Portugal tendrá la competencia del inglés, pero no tiene ninguna otra competencia, al contrario de lo que ocurre en Galicia, que la competencia del gallego es el español, al margen de los problemas que ocurra con el inglés.

Bien, tengamos eso en cuenta, no ya para entender como va a ir la lengua, como van a ir los medios de comunicación sino como va a ir el mundo. Eso es así, está decidido y todos los días aparecen en las noticias que, en última instancia, tratan de eso, meter en los hogares las nuevas mercancías de consumo.

Pero a la vez, eso hace que esos medios de comunicación que ahora conocemos, globales, hegemónicos, generalistas, vayan a sufrir una profunda mutación. Es decir, se acabaron las televisiones generalistas que iban por el monte solas, que diría el poeta. Las televisiones se van a fragmentar, se van a tematizar, se van a dividir en mil gracias al sistema digital, al cable óptico, lo que ustedes quieran, las tecnologías que están todas inventadas, en mil y un programas, y programas además a la carta, y esos programas también,

como decía Manolo refiriéndose a ese artículo de ese libro mío, van a tener un elemento que es fundamental: el audio. Todos esos mil y un programas que ya no van a formar parte de las televisiones generalistas, que no tienen que ver con las teleseries, que no tienen que ver ni con los informativos siquiera, no estamos hablando ni siquiera de informativos, que tienen que ver con ocios, con una cadena dedicada a lo mejor simplemente a las informaciones meteorológicas, documentales de historia, documentales de etnografía, telecompras, sobre todo telecompras. Todo eso se tiene que vender en una lengua. Las imágenes son universales pero las lenguas no. Por lo tanto, yo creo que también, y lo digo en este congreso y ante todos estos amigos, que es fundamental que empecemos, o que empecéis también, a reflexionar sobre todos estos medios, que evidentemente es complicadísimo por el tipo, como decía Jaume ahora muy bien, de sociedades anónimas, de sociedades globales anónimas y que tienen una complejidad accionarial enorme, pero que para eso existen las políticas lingüísticas. Para eso la palabra política puede mezclarse con la lingüística por una vez, para que nuestros políticos exijan justamente que en ese diseño de futuro que se está organizando, y que se está organizando desde Galicia también y los bancos gallegos tienen mucho que decir sobre todo este asunto, esté también el gallego presente porque yo puedo imaginarme sin ningún esfuerzo un futuro no muy lejano en el que a través justamente de estas dos pantallas, la pantalla del ordenador y la pantalla del televisor, se puede hacer un tipo de vida cotidiana en Galicia que no tenga nada que ver con el gallego. Por ejemplo las telecompras, por ejemplo las relaciones con los bancos a través justamente de estos cables o de estos satélites y por supuesto el consumo a través del pago, a través de la carta o directamente como en el satélite digital, de ciento y pico canales. Yo en mi casa en Asturias, en las afueras, en un sitio también parecido al que vive Manolo pero mucho menos salvaje, alrededor de vacas, recibo ciento cincuenta canales. Evidentemente tengo algunos decodificadores digitales, todo lo que sea, pero recibo ciento cincuenta canales. Por lo tanto, el problema en este momento no es el de las imágenes. Es justamente el del audio. El problema es, por lo tanto, saber que política cultural de futuro se quiere y presionar evidentemente de la manera legal y de las maneras que sean, tampoco me voy a meter en esto, a las autoridades para que realmente tengan en cuenta esa nueva escenografía. Porque ¿de qué estamos hablando? en definitiva, estamos hablando de un nuevo espacio de la lengua, nuevos espacios, nuevos espacios, inéditos espacios. Sabemos cual es el espacio del periodismo tradicional, sabemos cual es el espacio también de la radio, de las televisiones, del cine incluso. Estos son unos nuevos medios e, insisto, van a revolucionar el consumo, es la tercera revolución industrial cuyo espacio de consumo es el hogar y, como aquella circunferencia que aterraba a Borges y a Pascal, su centro está en todas las partes y su circunferencia en ninguna. Por lo tanto, es necesario aunque sólo sea una reflexión en este sentido. Estamos hablando de unos medios que van a entrar en nuestro hogar, que van a multiplicar la oferta por mil y que van a tener que ver con nuestros ocios y negocios diarios, muy cotidianos, muy locales. Y hay que tener en cuenta que esto mismo hace que esas grandes multinacionales ya no le em-

piecen a tener miedo a las lenguas, siempre y cuando esas lenguas como el gallego, como el portugués, como el polaco, tengan un mercado…, es decir, puedan ser consumidas en su propia lengua, tengan unos espacios. Voy a ponerles un caso que es el caso a mi juicio, que no ha citado aquí Jaume porque seguramente sabía yo que lo iba a citar y que me parece modélico. Es el caso de la Generalitat catalana respecto al cine americano y al cine doblado en catalán. Todo esto que han oído ustedes de la nueva ley del cine tenía un objeto, el señor Pujol, un hombre muy inteligente, ha presionado al gobierno de Aznar porque lo puede presionar y dijo: "vamos a reformar la ley del cine para que las licencias en catalán, las licencias de doblaje de las grandes películas tipo *Jurassic Park* y compañía en catalán, cuenten también como las otras licencias, como las licencias dobladas en español". Esto hace que las grandes multinacionales norteamericanas no tengan ningún miedo a estrenar en catalán, porque hay un espacio grande y porque hay unos cines y porque hay una política cultural determinada de esas películas y hace que la gente, no solamente vaya al cine y vea películas estándar, horribles si ustedes quieren, no me voy a meter en esa cuestión de contenidos, en catalán; sino que esas películas después pasan en vídeo en catalán, en CD-ROM en catalán y en las televisiones autonómicas de Cataluña en catalán. Es decir, eso es un ciclo así de importante, ¿por qué? Porque en toda esta parafernalia que les estoy contando y que discutiremos en el coloquio, el cine, el cine de estreno, las doscientas y pico películas que estrena Hollywood anualmente, es la maquinaria, la locomotora que hace introducir en casa gracias a los muñequitos, los demás servicios. Es decir, nadie se va a abonar al cable ni al satélite para estar conectado a su banco, para hacer la telecompra. Es a través del gran deporte de masas dominante, el fútbol en este caso, y de la gran maquinaria de Hollywood por lo que en nuestras casas entrará esa multiplicidad, ya están entrando esa multiplicidad de ofertas. Entonces, por lo tanto, los productores de esas imágenes dicen: "a nosotros nos importa un bledo que esas imágenes tengan otro audio siempre y cuando ganemos mercado". Y eso es el gran truco de lo que ha ocurrido estos días con la ley del cine, que la presión política, de política lingüística del gobierno de la Generalitat frente al gobierno de Aznar ha hecho justamente esa analogía y eso implica que hay un consumo posterior de todos esos grandes hitos del cine y no del cine, el del merchandising incluido, los parques de atracciones o el CD-ROM en catalán. Bien, por lo tanto planteen ustedes, los que puedan, que la política lingüística exige una relación con los poderes políticos, los poderes políticos son los que pueden hacer estas cosas evidentemente, que se estrene un cine, no ya el cine gallego evidentemente, filmado en gallego el que se haga, sino un cine de masas que arrastre a la gente y que acostumbre a la gente a escucharlo en gallego para que luego pueda ser emitido en la televisión correspondiente con todos los ciclos.

Pero, en fin, quiero decirles que esta revolución que está aquí, que está encima, tiene estas dos características, por un lado es local, porque el consumo es el más local de los consumos posibles y por otro es global, y por lo tanto que no rechaza a priori una lengua, siempre y cuando esa lengua tenga los canales de distribución, como decía Margarita

inicialmente, bien asentados, porque evidentemente si no tiene unos canales pues realmente se pierde el producto y entonces prefieren hacerlos en castellano o en portugués o en lo que sea.

El futuro ya no es lo que era, decía Valéry, pero justamente lo que viene va a condicionar nuestro más íntimo yo y pasando por las costumbres sociales de consumo hasta esa manera que vamos a tener de comunicarnos nosotros con esa pluralidad de ofertas y de pantallas, que insisto, ya están aquí.

Esto tiene una cosa que los que hemos tenido tratos con Hollywood y hemos salido vivos del intento, lo cual no es poco, sabemos que para Hollywood las lenguas, las lenguas de cada país, el polaco, el catalán, el portugués, el español o el gallego, el gallego si lo ofrecen, son materia prima. Es decir, se considera que es un valor, una materia prima tan importante como la materia prima forestal o la materia prima geológica o la materia prima industrial y ellos lo saben y están dispuestos hasta a doblar las películas en polaco, como ocurrió con el caso cuando se montó Canal Plus Polonia recientemente, son ellos mismos los que si de verdad se exige que haya un mercado en polaco se oyó: "pues bueno, de acuerdo, pues nosotros las doblamos las películas en polaco", ante el gran pasmo de los dirigentes políticos polacos que creían que no, que estaban condenados a consumir las películas americanas en americano y con un comentario en polaco por encima, algo realmente siniestro y que simplemente lo único que fomentaba era el colonialismo todavía más porque dado que llegan esos productos, que lleguen por lo menos en la lengua de cada uno. Pues bien, los americanos están dispuestos, totalmente dispuestos a considerar que eso es una materia prima, pero evidentemente si existen esos cauces, esos canales y si existe evidentemente una demanda. Tiene que haber una demanda y esa demanda evidentemente tiene que venir, como en el caso de la Generalitat, vino astutamente del honorable Pujol.

Bueno, creo que podemos discutir de muchísimas cosas en el coloquio, prefiero hacerlo en el coloquio. Solamente quiero decirles que todos estos nuevos *media* además, incluidos los de Internet, incluidos los discos CD-ROM, lo primero que venden, lo que venden ante todo son, fíjense bien, diccionarios, enciclopedias, libros de texto etc., etc. O sea, que lo que nos va a llegar on line a través de esa pantalla del ordenador, lo que nos está llegando ya, lo que vende Internet, lo que vende en los CD-ROM, son justamente los productos de la educación y eso puede llegar perfectamente en gallego porque, insisto, ese audio, esa banda sonora, ese doblaje, como se quiera llamar, no es un problema técnico y además no es un problema económico. Pero evidentemente si no lo piden, seguirán llegando enciclopedias, películas, libros, fascículos técnicos, todo en otro lenguaje que no tiene nada que ver con el que aquí nos ocupa hoy. Nada más.

MANUEL RIVAS

Moitas gracias por escoitarnos. Vainos deixar un momentiño pero volve agora Juan Cueto.

Ben, eu teño por aquí algúns papaventos así para botar. O fundamental é que aproveitemos o tempo coas vosas intervencións, co intercambio, simplemente eso e unha pequena paréntese mentres volve Juan. Un dos papaventos era insistir precisamente esto que falou el da lingua como materia prima. Eu penso que está moi ben a perspectiva digamos conservacionista. Mesmo hai, dentro do ecoloxismo hai dous campos ou dúas actitudes. Unha que se centra digamos no proteccionismo, en non tocar determinadas paraxes da natureza, conservalas virxes, pero despreocuparse un pouco de todo o resto do espacio planetario, que xa está urbanizado e todo iso. Hai outra actitude, que eu penso que é máis integral, máis ampla, ecoloxista, que intenta presentar unha alternativa global ó planeta. Eu penso que coa lingua tamén se dan un pouco estas dúas actitudes. Hai unha actitude conservacionista que é interesante, que o galego, a nosa lingua, é un patrimonio sentimental importante que non podemos deixar que desapareza, pero que a nosa vida pode desenvolverse aínda tendo eso aí no baúl e sacando de vez en cando os días de festa. Os sentimentos están moi ben e hai que telos, é fundamental, posiblemente sen romanticismo non tería sobrevivido esta lingua. Pero hai a actitude que di: a lingua é tamén unha industria, a industria da lingua, é unha riqueza como dicía el, falaba dos bosques, por exemplo no último balance económico en Holanda do Producto Interior Bruto inclúese xa o valor dos bosques, contan os bosques. Eu penso que poderiamos incluír as linguas tamén, en pouco prazo posiblemente xa se fale do valor económico das linguas. Pensemos por exemplo nun país, xa por non falar de Inglaterra onde a música pop (e os Beatles) é a primeira fábrica, representa o segundo sector en importancia da exportación. Pois podemos fixarnos en Irlanda que ten poucos máis habitantes que Galicia e onde a música está tamén no segundo posto como actividade económica practicamente. Entón eu penso que non podemos perder os queixos efectivamente nin o sector lácteo nin a pesca. É importante esa mercadoría dos átomos pero temos que empezar a fabricar con todo o entusiasmo posible. Se aquí se fan antenas parabólicas ou paranoicas aí en Televés, ¿por que non podemos facer películas e por que non podemos facer cancións que se vendan, que se exporten mundo adiante e que nos dean proxección?

Xa temos aquí a Juan entón abrimos, se vos parece, un turno.

Alá ó final hai levantada unha man.

CARME HERMIDA

Son Carme Hermida, son profesora de lingua galega na Facultade de Xornalismo e quería facerlles unha pregunta ás catro persoas presentes na mesa, pero antes vanme permitir que me retrotraia un pouquiño no tempo para ver se podemos centrar un pouquiño máis a pregunta. Cando se analiza a pouca presencia que ten o galego nos medios de comunicación, (aquí os medios que emiten ou que se escriben en castelán si introducen unha cantidade de galego que non pasa do 3%), pois cando se intentaba explicar por qué non se superaba nunca ese 3%, sempre había moitas explicacións. Unha era que os xornalistas non están formados en lingua galega, entón cando nós poidamos formar

xornalistas con competencia en lingua galega vai haber máis galego na prensa. Na actualidade temos xornalistas formados en lingua galega, con competencia en lingua galega, con intención de traballar en lingua galega e, sen embargo, non aumentou o galego na prensa. Tamén se lle daba como explicación que os receptores ían responder mal á presencia do galego. Hai un libro que saíu o ano pasado, *A Información en galego,* de onde se lle fai unha enquisa ós subscritores dos xornais de toda Galicia e o índice de persoas favorables á maior galeguización dos medios de comunicación supera o 80% e son subscritores elixidos ó chou. Polo tanto tampouco nos vale esa explicación. Outra explicación era que non había suficiente fluxo de información xerada en galego. Na actualidade a propia Administración autonómica xa crea información suficiente para que aumentase a porcentaxe de galego na prensa periódica; e sen embargo seguimos no 3%.

Sempre había a intuición de que a pouca presencia do galego era debida ás directrices empresariais dos medios galegos, esas sociedades anónimas ou sociedades limitadas. Intuíase, pero os propios xornalistas declaraban que non había directrices empresariais con respecto ó uso do idioma. Eu, neste momento, pola experiencia que están vivindo persoas que queren traballar en galego e ás que se lles está prohibindo traballar en galego nos medios galegos, creo que efectivamente a culpa é das empresas.

Entón, a miña pregunta é: ¿en que medida dende a sociedade podemos presionar ás empresas xornalísticas para que aumenten o número de información redactada en galego?

Moitas gracias e perdoen a extensión.

MARGARITA LEDO

Ben, eu voulle dicir a Carme algo que xa coñece. Tamén retrotraéndome á historia, houbo un momento en que o galego entra nos medios escritos ós que ti te refiriches porque variaran as fontes de información. Xusto na transición cando as fontes informativas pasan a ser as asociacións de veciños, os movementos sindicais, a rúa, os xornalistas seguindo un código profesional case natural, que non lles fai falta nin aprendelo, trasladaba como un elemento avaliativo máis da información, como unha materia prima máis da información para saber interpretala, entendendo coa lectura sempre interpretativa, trasladaba a lingua en que se expresaba a fonte. Ó inicio dos oitenta houbo unha variación profunda na política editorial e pasouse a informar exclusivamente en español e a deixar o galego de novo para responsabilidade persoal dos colaboradores para as seccións de chistes, porque parece que pasan mellor o humor en galego, para os suplementos de festas e o etc. que todos máis ou menos coñecemos. Polo tanto, é obvio que houbo unha toma de posicións, por razóns políticas que non ten que ver co que pasou por exemplo en Cataluña. Tampouco ten que ver o sector de empresarios dos medios de comunicación en Galicia co comportamento doutros sectores empresariais: Por exemplo, Pescanova no 73, a primeira gran flota conxeladora, pon a andar nomes en galego. Eu naquel momento estaba facendo un programa alternativo en Radio Lugo, con Manolo Caamaño e con Lois Diéguez, cun empregado dunha ferretería que tiña unha magnífica

voz, con Tonina Gai que nos facía toda a montaxe, e con Fole, con quen tomabamos café para que nos dera ideas. No Café Regio diciamos: "don Ánxel, don Ánxel, ¿como lle imos chamar a esta noticia?" E dicía don Ánxel: "si señor, esa noticia, o galego mar adiante". Non nos enganemos, o que ten a propiedade dos medios aínda está convencido de que o seu mercado require o castelán, pero penso que está convencido por razóns fundamentalmente de crenza, porque xa neste momento os propios departamentos de *marketing* poderían orientar as pesquisas con outros tipos de variantes e daríalles resultados parecidos ós dos libros que ti xa comentaches. Ben, ¿que é o que está pasando? Está pasando que hai un tipo de aposta que non se pretende facer, que se podería facer por razóns técnicas, que se podería facer mesmo por razóns comerciais. Polo tanto, agora que estamos nun espacio para expresar todas as posibilidades, eu coido que melloraría a realidade se se retirasen as subvencións para o galego das noticias estradas polos fondos de páxina e en temas catastróficos. É dicir, non cobrar polo galego. Só subvencionar aquelas publicacións que sexan representativas polo idioma que utilizan. No último DOGA –podo sacar o DOGA do maletín pero non quero estragar a carqueixa e o toxo que saíron do maletín de Manolo– hai subvencións a publicacións que non tiveron nin sequera un número cero, que non existen, cando este é un país de números cero. Sempre sae un número cero para unha subvención, despois non sae máis. Pero é que neste caso, e vaian ó DOGA, nin sequera existe ese número cero nunha das sociedades que aparecen subvencionadas. É dicir, se entramos na casuística serían miles os exemplos ou a utilización oportunista do galego en medios en castelán: ¿por que teñen que cobrar por meter un par de liñas, un titular e un recadro en galego dentro de determinadas noticias? De feito, nos medios radiofónicos desde que se empezou a pagar pola lingua desde as institucións, desapareceron os informativos en galego e só reaparecen para cobrar. Desapareceron na COPE, si, si, na COPE, que creara os primeiros grandes informativos en cadea, que se oían en toda Galicia a mediados dos setenta. Foi unha medida política o decidir pasar os informativos a español anque a COPE tiña toda unha tropa de xornalistas adestrados durante unha década e máis dunha década en lingua galega. Polo tanto, é unha decisión exclusivamente de política empresarial. Entón que non nos fagan pagar por iso. Que pague directamente a publicidade porque non imos estar pagando unha cota máis por unha utilización puramente mercantil, xa non entramos aí nos factores que xogan no mercado da lingua (…) como material unicamente de valor engadido neste sentido. Ben, alongueime moito e teño que largarme a unha entrega de premios…

MANUEL RIVAS

Si, para que nos dea máis tempo a máis intervencións imos tirar así en plan…

JAUME GUILLAMET

Vamos a ver. En Cataluña el resurgimiento del catalán en la prensa ha sido siempre fruto de la presión social, nunca de las subvenciones. Es decir, la política de catalaniza-

ción del gobierno autónomo ha pasado por la creación de una Corporación Catalana de Radio y Televisión pero las subvenciones a la prensa en catalán han sido simbólicas, nunca han sido importantes. Han sido tan simbólicas que *La Vanguardia* y *El Periódico* nunca se sintieron motivados para hacerles caso.

La presión social ¿cómo se ha llevado a cabo? Haciendo periódicos locales, haciendo periódicos culturales. Toda esa prensa local diaria y semanal que resurgió en los sesenta en un bilingüismo cada vez más monolingüe y que se consolidó en los setenta con prensa exclusivamente en catalán, es fruto de la presión social, de los periodistas, de los escritores locales, de los catalanistas. Incluso el diario *Avui* es fruto de esa presión social. El diario *Avui* es un diario sin empresa y ese ha sido después su problema. Fue un diario creado con una campaña de cuentas de participación en la que mucha gente puso 10.000 pesetas o 15.000 pesetas y de ahí salió el diario. Es decir, que la prensa en catalán es fruto de una presión social.

Quiero señalar de todas formas un dato importantísimo, no habría que equiparar la limitación del diario *Avui* en el mercado con la inviabilidad de la prensa en catalán, de la prensa diaria en catalán y el hecho es que en las ciudades de otras provincias y comarcas la presión ha llegado a que los empresarios de prensa locales se pasasen al catalán, como en el caso de Girona, o que practiquen un cierto bilingüismo. Yo he hablado de diarios en castellano en Lérida, Tarragona, Sabadell y Terrassa pero no son exclusivamente en castellano. Pueden tener un 10, un 15% de catalán, depende de los casos según la presión social se mantienen más o menos. En el caso del diario *Avui* es importante señalar que nunca ha sido un diario competitivo. Ha sido siempre un diario con menos fuerza empresarial, que nunca ha estado en condiciones de competir en el mismo terreno con los grandes diarios. Antes de salir el *Avui* los empresarios decían: "no va a ser rentable". Cuando *Avui* fracasó dijeron: "veis, no era rentable". Después hubo la gran catástrofe de la prensa diaria durante los años ochenta en que Barcelona pasó de tener once diarios a tener tres y en esa situación lo que se impone es un conservadurismo que en según que aspectos incluso podría ser conservacionismo, depende de como se mire. Pero de alguna forma el debate sobre la catalanización de la prensa diaria de Barcelona ha desaparecido, es decir, la presión social para la catalanización de *La Vanguardia* o para la catalanización de *El Periódico* no se manifiesta. También es cierto que si algún diario en castellano prototípico hay en Barcelona es *La Vanguardia*, que durante cuarenta se llamó además *La Vanguardia Española*, como es bien conocido y cuyos propietarios han hablado siempre el castellano a partir de la segunda generación.

MANUEL RIVAS

Moi rapidamente. Eu penso que as empresas que son evidentemente moi sensibles. Antes no café comentabamos que nos chamaba a atención o pouco que a banca en Galicia se comprometeu co galego, cando eso si é algo claramente conseguido en Cataluña. O pouco que se usa na banca, nos caixeiros e todo eso o galego e que é unha conquista

case mínima. Eu penso que se non está acadada esa conquista porque os bancos si que son moi sensibles, é dicir, bastaría posiblemente que moi pouca xente fixera unha presión, que escribira e que tal… E o mesmo penso dos periódicos. Eu podería contar moitísimas experiencias desde dentro, desde os xornais e de épocas distintas e de tal. Pero independentemente da ideoloxía e do que teñan na cabeza os editores e os propietarios, son empresas, é dicir, empresas cada vez máis sensibles precisamente porque o mercado é moi duro e teñen que competir e son moi sensibles ó que poidan pensar os seus clientes, os seus consumidores. Evidentemente eles trátannos fundamentalmente como consumidores, nós temos que revelarnos contra esa condición e ademais de ser consumidores ser cidadáns porque é un proceso ademais grave que se está a dar en moitas partes e esa confusión de converter ó cidadán simplemente nun consumidor. Entón para min a receita é clarísima, efectivamente, a de presión social. Poderiamos falar cousas concretas como articular eso e como podería darse resposta; pero vou rematar a historia dicindo: por desgracia en grande medida neste país, incluso a boa xente ou moita boa xente emprega enerxías nun sentido negativo absolutamente. Eu alucino cando collo os xornais e mesmo os xornais escritos en galego e onde aparecen a maioría das cartas pois para poñer a parir a Carlos Núñez. Xente que emprega o seu tempo, porque digo: "co escaso que anda o tempo", non, e a xente chega a casa e di: "pois teño dúas horas por diante". En vez de dicir: "vou escribir unha carta pois á Voz de Galicia dicindo que empregue máis o galego", escribo unha carta para poñer a parir a Carlos Núñez porque dixo non sei que da *ghaita*. É unha historia realmente sobre a que deberiamos meditar, é dicir, en que empregamos as nosas enerxías. Nada máis.

MARGARITA NEIRA

Son Marga Neira. A miña pregunta vai dirixida a Jaume Guillamet. Xa me contestou unha delas porque ía dirixida ás subvencións. Agora entendo porque no *País* e *La Vanguardia* non hai nada en catalán. En segundo lugar quería saber se me podía dicir cál é a tirada do *País* en Cataluña, se a sabe, non sei se a dixo, non me dei conta.

JAUME GUILLAMET

El País sí que publica en catalán. Tiene un cuaderno de ocho páginas pero además cada jueves publica un suplemento que se llama Q*uadern*, en catalán de temas culturales. Es decir, lo publica desde el 82 si no me equivoco.

MARGARITA NEIRA

¿Podería saber qué tirada hai do *País* en Cataluña e dese semanario, dese *País* que se vende co semanario en catalán?

JAUME GUILLAMET

Sí, los últimos datos que yo tengo contrastados que son del 95, la tirada media, siempre los datos de OJD son la tirada media anual que varía según los días pero que es media, son

unos 60.000 ejemplares diarios. Entonces la tirada del *Quadern* sería la tirada de los jueves. El jueves es de los días de tirada media yo diría. En Cataluña *El País* los domingos llega a 120.000 probablemente, o más porque sube mucho y habrá algún día bajo que quedará en un 45 ó 50. Es posible que el jueves que es el día del *Quadern*, se quede en los 60.000 ejemplares.

MARGARITA NEIRA

Ou sexa, que non hai ningunha incidencia de venta.

MANUEL RIVAS

¿Hai máis peticións de palabras?

XULIÁN MAURE

Eu son Xulián Maure. Eu quería insistir no que dixo Marga e eu creo que a pouca presencia do galego hoxe na prensa e en concreto na prensa con tradición como pode ser *La Voz de Galicia*, é as subvencións. Creo que se chama mal as subvencións, que se lles podía chamar aínda "fondo de reptís" e que vou dar un dato. Cando Luís Álvarez Pousa levaba o suplemento cultural estaba todo en galego e non baixaba a compra a xente non rexeitaba ese suplemento, ó contrario, tiña unha fama importante. Hoxe non fan nada se non cobran e ademais eso sírvelle, todos eses cobros, para ter a prensa tapada ante o señor que paga. Nada máis.

MANUEL RIVAS

Ben, máis intervencións por aí.

ROSARIO ÁLVAREZ

Son Rosario Álvarez. Eu póñome un pouco nerviosa cando se fala de niveis de audiencia e de difusión que se poden tender a utilizar para segundo que cousas. Eu pregúntolles ós integrantes da mesa, posto que son expertos nos medios e en concreto a Guillamet, porque o coñecerá máis directamente, se o diario *Avui* vende só os 40.000 exemplares por estar en catalán ou se vende 40.000 exemplares gracias a estar en catalán, e en definitiva o índice de vendas está en relación coa calidade de *Avui* fronte ós outros periódicos. E digo isto porque, trasladado a nós, teño sempre medo de que, digamos, o relativo fracaso ou fracaso absoluto, non sei, de *O Correo Galego* se acabe atribuíndo ó feito de estar en galego e non se teña en conta que a causa real pode estar na baixa calidade do xornal.

MANUEL RIVAS

Ten que deixarnos Margarita. Moitas gracias. Tiña outro compromiso.

JAUME GUILLAMET

El diario *Avui* cuando apareció en abril de 1.976 fue un diario que fue recibido con un

gran alborozo, todo el mundo lo deseaba. Hubo una gran fiesta en la calle ante el primer ejemplar. Durante los primeros meses en la última página figuraba la cifra de tirada del día anterior. Al cabo de unos meses dejó de publicarse esa cifra de tirada porque descendía. El diario *Avui* hizo una tirada extraordinaria de 120.000 ejemplares el primer día y luego durante un año se situó sobre los 60-50.000 ejemplares. Cuando yo llegué al diario como subdirector y que cada día recibía los boletines de la imprenta de tirada, estábamos sobre los cuarenta y tantos. Es decir, estábamos ya en la fase de estabilidad. En los últimos años ha oscilado por encima y por debajo de los 40.000. Hay un amigo mío, ex-director del diario *Avui,* que cuenta una anécdota significativa. Jordi Pujol, al día siguiente de la salida del periódico encontró en casa siete ejemplares, porque tenía siete suscripciones. Mi amigo sólo encontró cuatro, porque tiene menos hijos que el actual presidente de la Generalitat. Es decir, el *Avui* es un diario donde se concitaron grandes esperanzas y donde mucha gente se suscribió y esa suscripción no significa en muchos casos la falta de compra de otro periódico. Es decir que, durante mucho tiempo hubo muchos hogares donde entraba otro periódico, léase *La Vanguardia* o léase otros diarios que hemos olvidado pero que fueron importantes en aquel momento, año 76, *El Correo Catalán*, *Diario de Barcelona*, *Telexprès,* etc. El *Avui* era el catalán, el diario en catalán. Al no ser competitivo, al ser un diario con una estructura empresarial débil y con unos recursos escasos, cuando la competitividad se acrecentó en los años siguientes y murieron muchos periódicos, *Avui* tuvo sin duda la virtud de sobrevivir.

Murieron todos excepto *La Vanguardia* y *Avui*, de los diarios que existían el día que salió *Avui*. Es decir que, algún mérito tiene haber sobrevivido gracias a esa fidelidad, pero *Avui* no ha sido un diario de referencia, ha sido un diario complementario. Siguen entrando en algunas casas más de una suscripción por fidelidad y en la mayoría de las casas de lectores del *Avui* entran también otros diarios. *Avui* ha tenido un elemento que le ha perjudicado en los últimos años que ha sido su adscripción política. *Avui* fue fruto de un proyecto unitario donde todo el mundo puso su grano de arena y durante los primeros años, antes de las primeras elecciones generales, antes del regreso del presidente Tarradellas, cuatro años antes de las elecciones autonómicas y del Estatut, durante esos años *Avui* fue un diario que se podía leer, donde todo el mundo se podía encontrar bien y yo viví precisamente la época del cambio y duré poco tiempo. Duré dos años y medio y no hubo lugar para mí en el *Avui* de después del 82. *Avui* ha sido un diario muy beligerante a favor de candidatos nacionalistas en diversas elecciones y eso también le ha marcado. Es decir, es un diario marcado políticamente y no competitivo empresarialmente. Esos 40.000 ejemplares son fijos, son un patrimonio sin duda importante. Junto a *La Vanguardia* es el diario con más suscriptores de Barcelona. Debe ser uno de los diarios con más suscriptores de España seguramente, pero los datos serían un poco estos. No sé si contesto del todo a la pregunta o si incluso me excedo en la respuesta pero hay que tener en cuenta esos datos y quizá otros para entender la existencia de ese diario y sus posibilidades.

De todas maneras a mí me gustaría decir una cosa sobre la cantidad en estos casos que estamos hablando y que no hay que ponerse nerviosos. No hay que ponerse nerviosos tampoco porque yo creo que la batalla de la prensa catalana o la batalla del catalán, como decía Jaume, que está en buen momento, ganada por decirlo así. La prensa no tiene digamos el nivel cuantitativo, es simplemente la que causó la gran normalización. La que hizo que las elites, por decirlo así, no discutieran jamás ya del problema si tenía que ser en catalán o no catalán ciertas otras cosas y eso no es un problema de cantidad, es un problema de prestigio y esa batalla se ganó con esos periódicos y con otros pero en otros terrenos. Para decirlo crudamente y utilizando algo que sé que no está de moda, por lo menos en este país, que es la distinción entre elites y masas, aunque realmente no está de moda porque como cuando más controlan las elites menos se quiere que se hable de las elites, pero bueno, es decir, miren ustedes, esas batallas y la de la lengua en primer lugar, las tiene que ganar la opinión pública de los líderes de opinión de las elites para que luego después la impongan como presión por arriba y por abajo y tiene que ser también a la vez con una presión de las masas. Es lo que antes se hablaba aquí, era Jaume el que lo decía, de la presión social y la presión social no es el número de ejemplares de *Avui* y del *País* en catalán, es los líderes de opinión como un solo hombre detrás diciendo que esto es indiscutible, eso es indiscutible y, por lo tanto, ay del banco catalán que no dé los servicios en catalán porque se le van los clientes o ay de la película x que no sé qué que no pasan doblada en catalán porque va a tener menos clientes etc., etc. Pero yo vuelvo a insistir en que aquí de lo que se trata es de la batalla de las elites al lado de la batalla de las, digamos, de consumo de masas o como lo queramos llamar pero que esa batalla es clave. Y esa batalla se puede plantear, y perdonad que lo diga así, hasta en castellano. Es decir, luchar por la lengua castellana en los sitios que sea (…) mejor, si ahora ya no se habla, ya no se transmite el gallego en el hogar, a partir de lo que viene no sabemos cuál puede ser realmente el centro de la lengua materna en este país, en esta región, en esta autonomía.

Bien, pero vuelvo a insistir en que la batalla del catalán la ganaron las elites en combinación justamente con una tradición y con una cultura muy vieja y con una política cultural muy astuta; tan astuta, por ejemplo, como la que existía antes, nada menos que utilizar las armas del enemigo, es decir, el cine imperialista norteamericano, etc., etc., como los pronunciábamos o lo seguimos pronunciando si quieren pero con las masas escuchando en catalán. Y, claro, realmente es una política muy astuta la de combinar los dos asuntos. Y, en este momento, por ejemplo el periódico *El País,* al que tú te refieres ahora no edita más en catalán porque no vende más en catalán, pero no te preocupes que si se vendieran diez ejemplares más, se haría, si no se perdieran y se vendiesen más, se haría. Esa no es la batalla. La batalla es que también tuvo que pasar por ahí, tuvo que hacer ese el *Quadern*, tuvo que hacer una redacción costosísima en Barcelona, tuvo que realmente pagar la cuota, en este caso de una batalla, que no es cuantitativa, vuelvo a

insistir, no es cuantitativa, es realmente, en primer lugar de reflexión, de vanguardia y de muchas más cosas.

JAUME GUILLAMET

Si, yo quisiera subrayar que en esa batalla ha sido importantísimo el movimiento popular catalanista que no son las masas pero son grupos importantísimos de gente que han dejado muchas horas. Muchos periodistas hemos hecho semanarios al salir del trabajo en nuestro barrio, en nuestra pequeña ciudad pero a nuestro lado había gente que trabajaba en un banco y que llevaba la administración también gratuitamente, es decir, ha sido un movimiento popular amplio.

Volviendo al tema anterior de las cifras, los cuarenta mil no son los importantes. La cifra de difusión de prensa diaria en catalán es ochenta mil, son los cuarenta mil del *Avui* más los quince mil del *Punt* que es el diario que vende más en la provincia de Girona, más los siete mil del *Diari de Girona,* más los ocho mil de *Regió 7* de Manresa, más los cinco mil de… etc., es decir, salen ochenta mil.

Las cifras, estoy de acuerdo en que siempre son relativas pero nos ayudan a dibujar sobre todo oralmente ese mapa de las cosas.

MANUEL RIVAS

Ben, hai máis intervencións, son as sete e cuarto.

ROSARIO ÁLVAREZ

Eu insisto un momento porque non sei, ó final, se me queda clara a primeira resposta de Guillamet que eu a entendín á galega. Quero dicir máis claramente, se *Avui* fose un bo periódico, o seu teito non estaría en corenta mil.

Quero dicir que o teito non está no consumo do catalán senón que o teito está no teito ó que pode chegar un diario como *Avui*. O teito non está nos exemplares que vende *O Correo Galego*, senón nos que podería vender se fose un bo periódico en galego. É dicir, se *A Voz de Galicia* estivese redactada integramente en galego probablemente non vendese menos exemplares dos que vende senón que vendería máis, polo que moitos, que estamos moi cabreados coa *Voz de Galicia,* en vez de lela na cafetería iriámola comprar.

JAUME GUILLAMET

En el año 79 salió *Punt Diari* en Girona y existía un diario que desde hacía cuarenta años tenía el monopolio. Se llamaba *Los Sitios de Gerona* y tenía una difusión de 8.000 ejemplares. Al cabo de cinco años *Punt Diari* había superado a *Los Sitios de Gerona* y al cabo de unos años más *Los Sitios de Gerona* se convirtió en *Diari de Girona* en catalán de forma que este es el caso más claro de todos, es decir, en una situación monopolizada por el diario en castellano, puede salir un diario en catalán que cambia la situa-

ción y que además aumente el espacio porque si en Gerona se vendían 8.000 diarios provinciales en la época, actualmente se venden 25.000 entre *El Punt* y el *Diari de Girona* y los diarios de la zona siguen con su cuota un poco disminuida. Sin duda, esos diarios han restado espacio a *Avui* porque en Girona *Avui* vende 2.000 ejemplares pero, claro, para quien quiere leer en catalán ya tiene *El Punt* y ya tiene el *Diari de Girona*. Sin duda, non eludo la respuesta, si *Avui* hubiera sido un buen periódico y hubiera sido competitivo, no se habría quedado en 40.000.

JUAN CUETO

De todas las maneras Jaume ¿puede darme la cifra de *Avui* en Internet? Porque *Avui* está en Internet y en Internet se consulta cualquier catalanoparlante del mundo y no sé si las cifras son importantes o no pero la presencia, y fue una de las primeras presencias de los periódicos españoles en Internet, como periódico electrónico, hace que realmente esa cuota de mercado se la esté ganando a pulso, y hay mucha gente que consulta, catalanoparlantes que están en Estados Unidos, en Venezuela, en otros sitios por ahí fuera, que se conectan simplemente por el placer lingüístico de tener una publicación en catalán.

JAUME GUILLAMET

De todas formas, a mi sobre eso de Internet hay algo que me preocupa, es decir, me da la impresión de que muchos usuarios de Internet que consultan desde Wisconsin o desde New Jersey el *Avui* o *La Vanguardia* son universitarios. Es decir, tengo la impresión de que estamos aún en esta fase y que luego en verano bajan totalmente las consultas.

JUAN CUETO

Bueno, es una conexión diaria de treinta millones, hay de todo.

JAUME GUILLAMET

Esa es una broma que últimamente hacían en la Universidad unos jóvenes, es decir en la batalla entre los partidarios y los contrarios de Internet –yo no me encuentro entre los contrarios aunque lo pueda parecer– alguien decía: "Si, bueno, pero de momento quien lo consulta son los universitarios, están con becas y demás".

MANUEL RIVAS

Ben, pero os universitarios existen tamén, son clientes tamén, quero dicir…

JAUME GUILLAMET

Es un proceso a medio plazo, estoy de acuerdo contigo.

JUAN CUETO

Pero vamos a ver, el problema es que en este país hay muy pocas pantallas por hogar todavía. En Estados Unidos está lleno de pantallas por hogar y en Francia en medio. Es

decir, como eso va a ser la segunda televisión que vamos a tener por narices, es un electrodoméstico más al que estamos condenados, pues realmente, mejor que esté que no esté. Si lo único que quiero decir es que todas las lenguas minoritarias, todas las culturas que tienen problemas de identidad lo aplican, o sea, y todas las revoluciones, estoy poniendo el caso de Chiapas, lo primero que hacen es colocarse en Internet. Es más, en Chiapas, como ustedes saben, la gran reunión de verano, este verano que fue la señora de Mitterrand, entre otros, también Mitterrand que ha sido uno de los golpes mediáticos, como se llama, más importantes y ha sido convocado por Internet. Es decir con el periódico ya basta, que todos los días vas ahí y lo ves ¿Qué quiere decir con eso? Que es un buen instrumento y que te sales del ámbito en este caso catalán, entras en contacto con los universitarios, estupendo, que los universitarios norteamericanos lean en catalán, con lo que sea. Pero vuelvo a insistir en la necesidad de estar presente en los nuevos espacios de la comunicación.

MANUEL RIVAS

Eu fico moi preocupado porque tódalas cuestións que se formularon aquí parece que o único problema que temos respecto dos medios e da lingua é exclusivamente coa prensa escrita e eu penso que a batalla se está a xogar noutro lado e realmente o que temos que pensar é en números, en porcentaxe de xente e que cousas eu non sei, eu penso que, en fin, sería interesante escoitar outras reflexións. Pero, ben, hai máis palabras pedidas, me parece, alí arriba ¿non?

Estamos moi na Ghalaxia Gutemberg, aínda. Non sei, parece que todo pasa pola *Voz de Galicia*.

XESÚS FERRO

A min gustaríame dicir algo que dese claridade, aínda que, se cadra, o meu punto de vista introduce máis confusión. A miña idea é que Galicia é unha etnia ben diferenciada pero que, pola súa peculiar paisaxe, historia e carácter, non reacciona coma outras comunidades: o pobo galego revisou os prexuízos que contra a lingua lle meteran na cabeza e hoxe acepta a súa lingua nos ámbitos máis diversos, se lla dan; pero non loita por iso. Na xustiza van emitidas máis de tres mil sentencias en galego e non houbo unha protesta. Na publicidade os estudios promovidos polo *Consello da Cultura Galega* evidencian que o galego vende ben. Na liturxia, outros estudios amosan o mesmo e confírmanse, por exemplo, coa asistencia de 6.000 persoas de toda Galicia a unha romaxe, porque a misa é en galego e porque expresa, nun rito nada rutinario, a unión da fe e da galeguidade. No ensino contemplamos tamén a plena aceptación do galego como obxecto e como vehículo de estudio. Na radio e na televisión acontece o mesmo: a *Radio Galega*, que emite exclusivamente en galego, é líder de audiencia e a *Televisión de Galicia* tamén o é nalgúns momentos. Os galegos electrízanse con Milladoiro e con Carlos Núñez. Pola contra, o número de persoas que en Galicia din estar en contra do

avance do galego é insignificante. O noso pobo identifica o galego como a lingua natural e maioritaria de Galicia e apoia o proceso de emerxencia dela pero esa emerxencia ou normalización é resultado do impulso de centos de intelectuais, políticos e simples militantes dun galeguismo que non é monocromo. Dito doutra maneira, se non hai máis galego, é porque o cura, o profesor, o notario, o avogado ou o político non queren.

O problema, polo tanto, está en que entre os chamados a dirixi-la sociedade, porque ela nos deu estudios, hai tamén persoas que simplemente *se deixan levar*, en vez de seren locomotoras. Neste mesmo Congreso díxose que, mentres a maioría dos alumnos aceptarían un ensino exclusivamente en galego, o número de profesores que ensinan en galego nesta Universidade é o 16%. E, poño outro caso, mentres a maioría dos curas e fieis falan o galego, as misas na nosa lingua non chegan ó 10%. Logo os avances ou non corresponden ó que é posible ou non corresponden ó que a xente quere.

Para a miña idea os problemas non se clarifican descargando responsabilidades noutro grupo. E polo tanto temos que recoñecer que entre nós, o que o pobo chama *xente estudiada*, hai colegas educados para traballar nunha sociedade predemocrática que non adaptaron o seu traballo á nova realidade autonómica. Eu podo contar que, un ano que fun director do instituto, propúxenlle ó claustro un compromiso mínimo pero significativo a prol do galego e non me apoiou nin un profesor. Eu podo contar que en certa ocasión o Consello de Administración de *Larsa* houbo de toma-la decisión de etiqueta-los seus productos en galego pero un publicista tiroullo da cabeza aducindo, con mentira, que dispoñía de estudios de mercado que dicían que en galego ían vender menos. Cando a xente común vai onda o médico, o notario, o avogado ou o profesor, percibe con certa frecuencia que a cúspide da pirámide social non impulsa a emerxencia da lingua galega. Eu non sei se as Universidades galegas da democracia estarán creando cadros cunha mentalidade lingüística máis actualizada. Espero e desexo que si.

Pero se este sector frea porque non impulsa, hai outro que frea porque desencanta. Fronte ó mandato de Castelao de *Non lle poñer chatas á obra: hai sitio para todos*, hoxe respírase un pequeno sectarismo, de raíz eclesiástica, que se formula así: *Fóra do meu grupo non hai salvación*, de xeito que todo o que nós non controlemos, parécenos malo ou sospeitoso. Dicídeme: ¿non é certo que hai un sector do nacionalismo no que se leva face-la risa da *Radio Galega*, a pesar de que emite exclusivamente en galego –ata o punto de negarse a facerlle publicidade en castelán ó *Corte Inglés*– e de que é líder de audiencia en Galicia e leva a nosa lingua a través da Internet a todo o mundo? ¿non é certo que se leva face-la risa da *Televisión Galega*, coma se as outras foran radicalmente mellores, e a pesar de ter enganchados 50.000 nenos ó *Xabarín Club* e de estarse preparando para transmitir tamén pola Internet en tempo real? ¿non é certo que se leva mirar con displicencia *O Correo Galego*, a pesar de se-lo único xornal que temos en galego? ¿non é certo que, en cambio, ninguén fiscaliza o labor dos poderosos medios de comunicación que introducen o castelán na intimidade doméstica, onde nunca entrara, e que pasaron de facer algo en galego a facelo só se a Xunta llelo paga? Practícase aquí hoxe

un certo canibalismo coa *Televisión de Galicia*, a *Radio Galega* e o *Correo Galego,* que xa se practicou hai anos coa revista *Teima* e co *Instituto da Lingua Galega.*

Non sobran as manifestacións do 25 de xullo. ¿Como van sobrar? Pero eu sospeito que se gañan máis importantes batallas con xestos menos solemnes, como son escritura-lo piso en galego, ou pedi-la factura do coche en galego, ou poñe-la esquela do pai en galego ou preferir un xornal na nosa lingua. E, dende logo, mirando as esquelas dos xornais, un diría que é raro que lle morra un parente a un galeguista. É importante mercar un xornal en galego, e nisto discrepo da profesora Rosario Álvarez: eu merco o *Correo* a cotío; tamén leo outros, pero merco *O Correo* porque é a única maneira de que sobreviva e de que outros Consellos de Administración poidan pensar en crear un segundo e mellor xornal en galego.

Non sei se estou achegando claridade ou confusión. Quero dicir que onde se dá a batalla da normalización non é no pobo, senón nas clases media e media alta, en moitos casos xente estudiada e conservadora. Vencelos paréceme difícil. Convencelos paréceme necesario, porque, como dicía Otero Pedrayo, *aquí todos somos conversos*. Ninguén nace galeguista. O galeguismo é o resultado dunha reflexión longa, persoal e cordial, que nós temos que estimular con actitudes integradoras. Non sobran os sindicalistas da lingua, pero fáltannos captadores que clarifiquen as ideas e toquen o corazón. Temos que discurrir como corrixir nuns esa falta de perspectiva política e noutros esa falta de unidade na policromía.

Sexa como for, se o pobo, sen nós, non dará aclimatado a lingua galega na Cátedra, no Tribunal e no Altar, xa demostrou que, sen nós, é quen de conservala viva *in saecula saeculorum*. O que periga non é a lingua, senón a categoría social da lingua. Non está en perigo a supervivencia senón a normalización.

XOSÉ ROSALES

Teño que dicir que estou perfectamente de acordo co que se acaba de dicir e, por exemplo, con respecto ó *Correo Galego*, eu cando *O Correo Galego* saíu, estaba emocionadísimo e teño que dicir que, por exemplo a miña Universidade conseguiu, ten unha suscrición *ó Correo Galego*, a pesar de que sexa un xornal que se poida mellorar moitísimo e pola miña parte, eu pensei que o primeiro que podemos facer é que se sae un xornal en galego, é, por exemplo neste caso apoialo. Este é o primeiro punto.

O segundo punto é un pouco máis práctico, é con respecto a ¿que é o que podemos facer os cidadáns da rúa? ¿Que tipo de presións sociais se poden facer para cambiar as cousas? E aquí quixera dar unha anécdota da miña parte. Resulta que eu, a miúdo ía mercar a Alcampo en Vigo e tódolos letreiros, por exemplo os que tiña ese establecemento estaban en castelán. Empecei a queixarme, a escribirlle cartas á empresa queixándome de por que non empregaban o galego. E ó principio escribíanme de volta en galego, de feito, dicíndome que non estaban obrigados por lei a poñer os anuncios en galego. O certo é que ó cabo duns anos empezaron a poñer todo en galego e de feito

hoxe en día o Alcampo da Avenida de Madrid, en Vigo, ten tódolos anuncios, polo menos en canto a onde están os productos, tanto en castelán como en galego. Eu non sei se iso foi o resultado da miña queixa en particular, creo que non, por suposto, pero seguro que houbo moita outra xente que se queixou. Entón eu o que quero, este é un exemplo claro; eu penso que o papel que temos os galegos de a pé é queixarnos constantemente de que non se emprega o galego nun ámbito determinado pero constantemente. É unha batalla que resulta moi difícil porque leva tempo, etc. Pero eu penso que isto é algo positivo que podemos facer nós e que demostra a presión social.

MANUEL RIVAS

Moi ben ¿Máis intervencións? Esto vai moi ben, vai moi interesante. Eu non sei porque non falades máis, a ver.

Se non hai ninguén que pida a palabra, pois por suposto…

MARGARITA NEIRA

Imos ver, é que entronca un pouco co das subvencións e co que dicía antes Rosario Álvarez e tamén co que dixo Ferro –parece que é o que falou antes–, é dicir, hai un periódico que se chama *O Correo Galego*, que non sei se leva dous ou tres anos de existencia, non sei cantos son. Segundo Rosario Álvarez, permítaseme a licencia, a profesora Álvarez di que é malo, efectivamente é un periódico malo, eu estou de acordo completamente con ela. A min non me dan ganas de comprar *O Correo Galego,* case nunca o compro. En cambio o profesor Ferro militantemente compra, ¡como é el, ademais, Ferro compra sempre *O Correo Galego*, só faltaría! Entón o que pregunto é: ¿Por que ese periódico é malo? *O Correo Galego*, creo que é un periódico, eu non son periodista pero polo que oio pola rúa e ese periódico está subvencionado na súa totalidade ou na súa práctica totalidade polo poder. Entón ¿Que pasa con ese periódico? Que é un periódico acrítico. Soamente de vez en cando algún periodista ousado e atrevido deixa pasar algunhas cousas. É unha prensa amordazada porque o poder paga –"Y el que paga manda".

Esto era o que tiña que dicir.

MANUEL RIVAS

Si, ten Juan Cueto a palabra.

JUAN CUETO

Me gustaría discrepar muy amablemente del asunto. Es decir, una lengua que tiene problemas –y los tiene, por lo menos por eso estamos aquí– como se haga esas distinciones de que todo vehículo en la lengua del país tiene que tener unos contenidos críticos, esa lengua, entonces, queda reducida al *ghetto*. También decía usted ahí arriba…Y eso plantea el problema, es decir, según esa regla de tres, todos los que habíamos

hablado antes de la normalización en Cataluña que viene por esa conjunción de los líderes de opinión y de los movimientos populares y que se cristaliza en que consumen lo mismo que los de Francia, y que los de España, *Jurassic Park* en catalán, los vídeos no sé que, nunca se podría haber dado, nunca. Evidentemente que estamos por una cultura crítica o cierta gente de las que está aquí, en su mayoría, supongo, pero bueno, no seamos dogmáticos, una mayoría estamos por una conciencia crítica, por una cultura crítica, pero ese es otro problema. El problema que tiene una lengua es que tiene que sobrevivir a vida o muerte y como no utilice no ya los novísimos cauces de los que yo hablé, sino los cauces actuales de masas, esa lengua queda en un *ghetto* y quedará siempre, de ahí que sea como cuando éramos pequeños y decíamos "dialéctico el asunto". No sé, yo no conozco *El Correo,* no lo leo y no sé si a lo mejor es demasiado esfuerzo militante comprarlo, no sé si… abonarse a eso. En fin, nos hemos abonado a cosas mucho peores en la época… Lo que quiero decir es que hay que tener cuidado y Margarita Ledo habló antes también de lo de la Escuela de Frankfurt de algo que nos vino de la Escuela de Frankfurt de que sólo hay que aceptar los productos críticos para que esos productos sean normalizados. Pero en el caso de una lengua eso es suicida porque si empezamos a hablar de productos críticos que funcionan en este país te digo que este país tiene una tirada en libros críticos que no llega, este país, España, a 3.000 ejemplares que las películas críticas españolas tal. Y, evidentemente se trata de salir del *ghetto*.

MARGARITA NEIRA

La Voz de Galicia que está escrita en castelán, con algunha salpicadura subvencionada, por suposto, non é mellor que *O Correo Galego.*

JUAN CUETO

No, si el problema de la subvención siempre es el mismo. El que da la subvención tiene luego gran asunto de manipulación pero también se puede doblar el asunto.

MANUEL RIVAS

Ben, gustaríanos que eses murmurios así se convertesen en intervencións.

Hai máis peticións por aí. Si, Antón.

Ben, a intervención de Antón era para comunicarnos que estamos fóra de hora e, en fin, que foi moi agradable estar por aquí e xa nos veremos noutra ocasión.

Saúde, Terra e ata outra.