

## A información cultural nos medios de comunicación en Galicia

Xosé López García e Marta Pérez Pereiro<sup>1</sup>

### Medios de comunicación e políticas culturais

A Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega, no seu interese pola análise dos distintos fenómenos comunicativos de Galicia, ven traballando dende os últimos tres anos na análise da información cultural recollida nos medios de comunicación social en Galicia con cobertura nacional. O obxectivo deste traballo é facer unha aproximación, tanto cuantitativa coma cualitativa, á información sobre cultura presente nos medios de comunicación, poñendo especial atención á idea de cultura reflectida nos mesmos, así como o tratamento que recibe este bloque temático.

Un dos indicadores da saúde da cultura dun país ten que ver coa súa proxección e co coñecemento que dela teñen os integrantes da comunidade na que se produce. Tal e como indica Miquel de Moragas, é imprescindible entender que a política cultural ten por necesidade que ir da man dunha política comunicativa adecuada. Ademais, engade que teñen que ser entendidas como complementarias, en primeiro lugar porque os medios de comunicación son canles – media- para a difusión de contidos culturais. Pero tamén teñen que se entendidos como complementarios porque os medios de comunicación, eles mesmos, actúan como institucións culturais no sentido de limitar ou potenciar a participación social e tamén no sentido de crear espazos culturais e mercados para os produtos culturais propios (Moragas, 1988: 46).

Aplica esta reflexión ao sistema de medios catalán, entendendo que unha nación sen Estado precisa un compromiso moi forte neste eido. Galicia, posuidora dunha cultura e lingua diferenciadas, precisa tamén dunha relación estreita entre a produción cultural e a súa transmisión por parte dos medios de comunicación social. Os medios están

obrigados, polo tanto, non só a exercer a súa función de transmisores de contidos senón que, pola súa propia condición de produtos culturais, deben de se converter en amplificadores dos fenómenos culturais que se expoñen nas súas páxinas. En calquera caso, os medios, malia contribuír á normalización cultural, reproducirán sempre a política cultural existente, sexa un concepto arcaico de política cultural entendida como a suma de políticas sectoriais (de libros, de belas artes, de espéctáculos, de museos, etc.) desligadas da política comunicativa” (Moragas, 1988: 46) ou unha cultura froito dunha acción conxunta por parte dos distintos sectores productivos, as institucións e os particulares.

### Metodoloxía e corpo da análise

O presente informe expón os datos tirados do cuarto estudio realizado pola Sección de Comunicación, correspondente ao segundo semestre de 2003. Este traballo iniciouse en 2001, cunha única cata anual, que abranguíu a análise da prensa e radio galegas. Nas mostras posteriores, -dúas anuais dende 2003- engadíronse televisión e medios electrónicos, o que completou o mapa de medios estudiado. Expoñemos os resultados que corresponden ao máis recente destes estudos pola proximidade temporal dos datos analizados e porque as diferencias con respecto das mostras anteriores non resultan substanciais. Podemos afirmar, polo tanto, como unha primeira conclusión previa á exposición dos datos, que non hai cambios sinalados na información cultural recollida nos principais medios galegos nos tres últimos anos.

A metodoloxía de traballo consistiu no baleirado de contidos dos diferentes medios escritos (prensa tradicional e electrónica) e audiovisuais (radio e televisión) levado a cabo entre os meses de setembro e outubro. En concreto, escolléronse as seguintes datas:

venres, 5; sábado, 13; domingo, 21; luns, 29 de setembro; martes, 7; mércores, 15 e xoves, 23 de outubro. Recollemos, deste xeito, as noticias de cultura de cada día da semana, pero non escollemos un tramos continuado. O motivo principal desta escolla é que non era a intención do estudio facer un seguimento de determinados temas culturais – que puideran ser especialmente relevantes nunha semana e non destacados noutra– senón vermos cal era a produción habitual dos medios.

Por medio deste sistema poderíamos así mesmo incluír tódolos suplementos que os distintos xornais dedican á información cultural. Os medios consultados foron os seguintes: os xornais *Atlántico Diario*, *Diario de Arousa*, *Diario de Ferrol*, *Diario de Pontevedra*, *El Correo Gallego*, *El Ideal Gallego*, *El Progreso*, *Faro de Vigo*, *Galicia Hoxe*, *La Opinión de A Coruña*, *La Región* e *La Voz de Galicia*; os xornais dixitais foron galiciadiario.com, vieiros.com e xornal.com; polo que respecta ás radios, os estudio abrangue as emisións da Radio Galega e as desconexións para Galicia de Cadena Cope, Cadena Ser, Onda Cero e Radio Nacional de España; Televisión de Galicia, Televisión Española en Galicia e Antena 3 Televisión na súa desconexión para a nosa comunidade, completan o mapa de medios.

Coa intención de descubrir a importancia que lle dan os medios á información cultural, tras baleirar os contidos sistematizamos as informacións nunha base de datos que contén 1504 rexistros e que analiza os seguintes campos (ver ficha da base Access no anexo): Nome do medio, data, espazo/duración da noticia<sup>2</sup>, presenza en portada/titulares, sección, xénero, tema e tipo de acto<sup>3</sup>, tratamento gráfico, número de fontes, orixe da información, ámbito xeográfico, liña de creto, actualidade, lingua na que está escrita e observacións<sup>4</sup>.

A busca da información cultural na prensa escrita non se centrou exclusivamente na sección que leva este nome, que tampouco inclúen tódolos medios, senón que se analizaron tódolas páxinas dos diarios, mesmo as reservadas á opinión. Polo que respecta á información radiofónica e televisiva, estudiáronse os programas informativos de carácter xeral, xa que analizar os que se

dedican á temática cultural en exclusiva desvirtuaría os resultados da mostra e, polo tanto, o obxectivo do estudio, que é vermos como a cultura convive e se organiza co resto de contidos diarios habituais dos medios de comunicación. Cómpre sinalar que entendemos o concepto de cultura nun sentido amplo. É dicir, inclúense aquelas informacións nas que se trata a cultura como arte (literatura, pintura, música, cine, teatro...), a cultura como espectáculo (festivais, premios, concertos...), noticias referidas ao patrimonio e a cultura popular (feiras medievais, mostras de artesanía...), e tamén aquelas referentes á industria cultural ou ás políticas culturais (subvencións, doazóns de libros, actividades de promoción do uso da lingua...).

Unha vez compilada a información, analizámola en base a cinco eixos, as liñas principais da investigación desenvolvida:

1 - A importancia que outorgan os medios á cultura. Este dato extráese de variables como se a noticia está referenciada na portada, tamaño de titulares, ubicación na paxinación do xornal, se a noticia vai ilustrada, ente outros elementos.

2 - O ámbito xeográfico da información cultural: local, galego, estatal, europeo ou internacional.

3 - O tipo de cultura que transmiten os medios e cales son os temas predominantes na prensa galega.

4 - A calidade desa información, que devén do tratamento que se lle dá: tipo e número de fontes consultadas na súa elaboración, noticias asinadas polo xornalista ou non, noticias de axencia ou elaboradas no propio medio, etc.

5 - A lingua escollida no tratamento da información cultural, galego ou castelán<sup>5</sup>. As limitacións de espazo e tempo, e a extensión do informe final redactado, obrigan a que expoñamos as conclusións deste traballo, nas que, para ratificar determinadas aseveracións incluímos datos do corpo da análise. Nesta análise fíxose unha distinción entre os días da semana (de luns a xoves) e a fin de semana (venres, sábado e domingo) como unha das hipóteses formuladas, a asociación da cultura coas actividades de lecer. Tamén se estableceu un apartado especial para a publicación semanal *A Nosa Terra*, xa que a periodicidade

influir na preparación e presentación do produto informativo. A meirande parte dos exemplos tirados da análise cuantitativa tómanse da prensa diaria que, por volume de noticias, permite facer valoracións máis certeras. Tanto nos xornais dixitais como nos medios audiovisuais o corpo da análise é limitado e, polo tanto, resulta problemático facer interpretacións sobre o contido da investigación.

## Conclusiones

1 - A actualidade da información é o criterio xornalístico que contribúe de maneira máis firme á construción da información cultural nos medios de comunicación galegos. Deste xeito, as publicacións máis recentes, as presentacións, a celebración de espectáculos ou a celebración de homenaxes, entre outros eventos, son os que supoñen o maior volume de pezas informativas. Así mesmo, a axenda, un servizo baseado na anticipación do xornalista, que permite ao lector ou espectador coñecer os actos que van celebrarse para programar as súas actividades, ten unha importancia crucial nos medios, en especial na prensa diaria, na que se dá conta dos principais actos culturais de cada ámbito xeográfico. Xunto coa actualidade, outro dos criterios-noticia fundamentais é o da novidade, aplicada á aparición de produtos das industrias culturais, que son presentados co obxectivo de que se faga unha difusión dos mesmos no mercado.

2 - O medio de comunicación é en escasas ocasións o impulsor da noticia. A maioría das noticias pertencen a actos de axenda: actividades programadas por algunha organización, pública ou privada, ou particular que o medio de comunicación simplemente transcribe. Moitas noticias son compilacións de informacións ofrecidas en roldas ou notas de prensa que, en numerosas ocasións, simplemente anuncian eventos aos medios. (Resulta, sen dúbida, curioso que estes anuncios sexan cubertos e non as actividades das que dan noticia).

Tamén é considerable o número de informacións que proceden de actos programados (estreas cinematográficas, exposicións, representacións teatrais,

concertos...) que o medio anuncia ou que interpreta por medio de xéneros máis opinativos. Se ben arredor do 40% das noticias incluídas non están adscritas a un tipo de acto ou convocatoria determinado, os espectáculos, maiormente musicais, supoñen un 21% das noticias de cultura na prensa da semana e un 22'1% nas da fin de semana. Síguenlles as exposicións (12'6% na semana e 10'6% na fin de semana), as presentacións de produtos culturais (8'4%; 6%) e os premios ás diversas actividades culturais (10%; 5'4%).

3 - Os medios de comunicación galegos enfocan a Cultura preferentemente como Lecer ou como Espectáculo. Este é un dos motivos polo que a maior parte dos suplementos dos xornais, receptáculos preferentes destes contidos, se publican na fin de semana, co que aumenta de maneira manifesta o número de noticias culturais. Todos os diarios galegos dispoñen de cando menos un suplemento de fin de semana no que se verten distintos contidos relacionados co lecer, moitos deles conectados directamente coas artes e a literatura, en forma de grandes reportaxes, críticas ou entrevistas. Dentro deste conxunto de suplementos atopamos algúns dedicados especificamente á cultura e, polo tanto, malia o seu carácter divulgativo dado o medio xeralista no que se publican, teñen contidos especializados. Este é o caso de "Culturas", de "La Voz de Galicia", "Saberes", de "La Opinión de A Coruña e "Correo das Culturas", de "El Correo Gallego.

Deste xeito, a porcentaxe de noticias incluídas nestes suplementos é dun 31'4% na fin de semana, mentres que esta proporción decrece ata un 2'5% nos días da semana. Podemos dicir, á vista destas consideracións, que a cultura ocupa unha posición non central no discurso informativo, pola súa asociación ás actividades que adoitan empregarse nos medios como contidos de peche, - nos medios audiovisuais, preferentemente, con música na radio e colas de imaxes na televisión-, ou como informacións de ton máis lixeiro, que descargan no medio a tensión de sección de máis peso como as de política e economía. Non é polo tanto extraño que moitos destes contidos se concentren na fin de semana e,

preferiblemente, nos suplementos. Se ben os contidos culturais adquiren neles un sesgo máis especializado, polo tipo de temas escollidos ou os xéneros desenvolvidos, que requiren dun maior tempo de preparación e de maior formación do xornalista, a súa concentración lles confire ás noticias culturais un aire de excepcionalidade, apartándoas de temáticas máis cotiás.

4 - A Cultura transmitida nos informativos dos medios galegos está vencellada á información, non á interpretación nin á crítica. O 66% dos contidos preséntase baixo o xénero de noticia ou de breve. Como contraste podemos dicir que a crítica, un xénero básico para a información cultural, só supón un 0'6%. Polo xeral, os contidos culturais transmítense sen que se afonde na materia tratada e sen deixar espazo á opinión ou ao debate. A sección de Opinión representa só un 2,6% do total de rexistros analizados, polo que se pode afirmar que os temas relacionados coa cultura teñen pouca presenza nestas páxinas, nas que se lles dá maior relevancia a temas susceptibles de crear un debate social máis amplo como, por exemplo, a política ou a economía.

Froito das mostras anteriores comprobamos que o espazo da opinión queda reservado nos temas culturais para feitos de gran transcendencia como a morte de persoeiros, homenaxes ou premios. Unha vez máis, a actualidade é o marcador, ben para os sucesos imprevistos como para as actividades programadas de forte eco social. Xunto co xénero escollido para a transmisión de contidos culturais, outro dos sistemas de medición da elaboración da peza xornalística é a liña de creto.

Nesta análise atopamos unha alta porcentaxe de noticias que non son asinadas polo xornalista; en concreto, un 60'3% das informacións da fin de semana veñen asinadas pola redacción (13'3%), por axencias (10'6%) ou non teñen ningún tipo de referencia á súa autoría (26'4%). Durante a semana esta porcentaxe aumenta ata un 61'5%, polo que o xornalista encargado da información asina menos do 30% das pezas. Resulta interesante comprobar que estas porcentaxes se invirten no caso de *A Nosa Terra*, medio no que o 60'5% das informacións están asinadas polo seu redactor.

Compróbase, polo tanto, que as rutinas laborais inciden fortemente na produción de información cultural, xa que se entende como un traballo secundario, que precisa dunha menor elaboración.

5 - Tomando en consideración os datos extraídos sobre a ubicación espacial, en prensa, e temporal, nos medios audiovisuais da noticia, podemos incidir na idea da posición subsidiaria dos grandes temas dos contidos culturais no discurso informativo galego. A maioría das pezas non supera o 25% do espazo da páxina, mentres que só unha das máis de 700 noticias recollidas na mostra ocupaba máis dunha páxina. Como contraste cabe dicir que, malia a brevidade destes contidos, un 65'9% dos mesmos contaba con algún tipo de tratamento gráfico. Por outra banda, son contidos que en poucas ocasións chegan a portada, polo que respecta á prensa na fin de semana, só un 2'1% das informacións trascenden á portada, e un 2'8% aparecen na contraportada. Durante a semana, a prensa diaria abriu cunha noticia de cultura no 1'7% dos casos, mentres que o 3% das noticias se ubican na contraportada, entendida nos medios como un espazo para os contidos máis lixeiros e menos “serios”. Nos medios audiovisuais as pezas sore cultura sitúanse ao final dos informativos e adoitan ir detrás da información política e económica. Se ben os medios impresos recollen maior número de noticias culturais, á radio e á televisión só chegan as de maior transcendencia informativa. Na radio da semana –a mostra é moi pequena no caso da fin de semana– non houbo ningunha noticia que tivera o relevo suficiente como para aparecer en titulares. Ademais, máis da metade das informacións teñen unha duración de menos dun minuto, mentres que só tres pezas tiñan unha duración superior a dous minutos, o que implica a aparición das voces dos protagonistas da noticia ou fontes acreditadas no tema tratado. Canto á televisión, o mesmo que comprobamos na radio, non é habitual que as noticias sexan mencionadas nos titulares: só o 22% delas aparecía no sumario. Así mesmo, o tempo de transmisión foi inferior a un minuto en algo máis da metade das noticias emitidas.

6 - A información cultural caracterízase pola falta de contraste a través da consulta

de fontes e a pouca profundidade no tratamento dos contidos. A metade das informacións, tanto da prensa como dos medios audiovisuais non citan sequera unha fonte. En concreto, o 48'3% das noticias da fin de semana na prensa non citan ningunha fonte, mentres que o 9'2% citan máis dun punto de vista. Esta situación mellora durante a semana, na que a metade das pezas posúen cando menos unha fonte especificada. A proporción de noticias con máis dunha fonte aumenta ata un 16% dos casos.

Polo que respecta aos tipos de fontes consultadas, a máis recorrida, nun 51'9% dos casos, é a que cualificamos como "Individuo", persoas que non representan a ningunha institución, empresa ou asociación e das que parte a información. A administración pública (concellos, Xunta de Galicia, deputacións e Estado) constitúe un 16'7% das fontes, mentres que as asociacións de particulares supoñen o 11'5%.

7 - Existe un claro predominio da información cultural local. Isto débese, fundamentalmente, a aplicación dun criterio de proximidade no que respecta aos xornais galegos que, malia dispor de seccións dedicadas a diferentes demarcacións xeográficas, teñen unha forte vocación localista. O ámbito local é preferente nun 41% das noticias de fin de semana en un 47'1% na semana, o que quere dicir que preto da metade das noticias están destinadas ao público máis próximo xeograficamente. Este dato non ten correspondencia directa coa ubicación das noticias nas seccións dedicadas á información local, que só recollen o 24'6% das noticias no caso da fin de semana e o 34'2% na semana. A excepción, unha vez máis, ven da man de *A Nosa Terra* na que as noticias de ámbito galego son maioritarias (o 71'9%) e están concentradas na sección de cultura. Polo que respecta á prensa dixital e aos medios audiovisuais o ámbito preferente é o galego, na metade das ocasións, xa que a propia cobertura dos medios é nacional.

O peso da axenda dentro dos contidos culturais da prensa diaria xustifica a preferencia por noticias do espazo local, pero denota, ao mesmo tempo, a importancia das convocatorias aos medios para a construción informativa e a desorganización dos contidos de cultura, que aparecen espallados polo

xornal sen que pese o criterio temático sobre o xeográfico ou viceversa.

8 - Os temas tratados nas noticias culturais distribúense arredor de dous eixos preferentes: dunha banda, a meirande parte dos contidos teñen que ver coas manifestacións artísticas canónicas, ben sexa en forma de presentación, rolda de prensa, exposición, reseña de publicación ou de espectáculo. O outro dos ámbitos das noticias desta área ten que ver coa cultura popular, coas festas tradicionais e as celebracións colectivas. Ademais da disociación destes dous aspectos da produción cultural, non existen espazos intermedios nos que se inserten novas producións nin alternativas culturais.

Na prensa diaria o tema máis habitual das noticias de cultura é a música (28'4%), en calquera das súas manifestacións, seguida de lonxe polas artes audiovisuais (11'6%) e as artes plásticas (11'6%) na fin de semana. Nos días laborables, sen embargo, as artes musicais baixan a unha porcentaxe do 19'5% e a literatura alcanza o segundo posto (16'3%), seguida polas artes plásticas (12'5%) e as artes da representación (11'4%). O semanario *A Nosa Terra*, sen embargo, presta unha maior atención á literatura (33'5%), pola inclusión de reseñas, crítica literaria e entrevistas. Na rede, as publicacións dixitais amosan preferencia polas artes plásticas (16'7%), as industrias culturais (16'7%) e a literatura (16'7%), mentres que nos medios audiovisuais a radio de decanta polas artes musicais (21'4%), máis aproveitables como recurso para o medio, e a televisión, en virtude á crítica literaria incluída nos informativos de mediodía na TVG, a literatura (33'3%) é o tema máis tratado.

A cultura popular coma temática aparece en todos os medios analizados nunha proporción moi baixa (1'8%). Asociamos este concepto á celebración de festas populares de certa tradición histórica ou a eventos programados de participación cidadá. É lóxico, polo tanto, que a proporción de noticias con este tema medre considerablemente en determinadas épocas do ano como o entroido ou a Semana Santa, ou coincidindo con festas locais.

9 - Canto á lingua, a cultura está vencellada ao castelán na prensa escrita e ao galego nos medios audiovisuais. Dos trece xornais analizados, só dous están escritos integramente en galego (*Galicia Hoxe*, diario, e *A Nosa Terra*, publicación semanal) e o resto publica en castelán o 83% das noticias. Pola contra, nos medios audiovisuais a lingua preferente de emisión é o galego. Só emiten en castelán Antena 3 TV-Galicia, a Cadena SER e a COPE o informativo de mediodía. Vemos, polo tanto, que a escolla da lingua para as noticias culturais está directamente vencellada á política lingüística do medio, que non fai excepcións no tratamento das noticias con respecto das outras seccións. As rutinas laborais tamén contribúen a que non haxa habitualmente un traballo de tradución por parte do xornalista.

10 - A redución de programas informativos para Galicia das canles estatais durante a fin de semana, repercute, loxicamente, na cantidade dos contidos culturais. O sábado e o domingo só emiten para Galicia a TVG, a Radio Galega, a

Cadena SER e a COPE (só informativo do mediodía). Se ben nos medios audiovisuais podemos observar esta diminución de contidos culturais, na prensa observamos o efecto contrario: a profusión de suplementos de lecer, máis ca de cultura incide directamente na cantidade de noticias con contidos culturais recollidas.

Podemos dicir que nos medios audiovisuais, nos que non hai unha opción de selección na lectura como acontece na prensa, a cultura adoita considerarse como un contido especializado e, polo tanto, pasa a constituír unha oferta en si mesma, en programas monográficos. Esta oferta, por ter un público obxectivo determinado, pasa a ser considerada minoritaria, de xeito que, nomeadamente na televisión, fica suxeita a horarios lonxe do *prime-time*. Na radio a excepción atopámola no Diario Cultural da Radio Galega, un espazo diario que recolle a actualidade da cultura galega. Os espazos dos medios audiovisuais merecerían un estudio á parte por esa condición de excepciónais que teñen.

## Bibliografía

**Moragas i Spà, Miquel:** Espàis de comunicació O libro este de información cultural da Fundación March

---

<sup>1</sup> Consello da Cultura Galega

<sup>2</sup> O espacio mídese na porcentaxe de páxina que ocupa a información, incluídas as imaxes se as houber. Polo que respecta á duración, refírese, obviamente, os medios audiovisuais e vai medida en minutos e segundos.

<sup>3</sup> En tipo de acto, contemplamos as seguintes categorías: acto conmemorativo, curso/xornada, debate/coloquio/conferencia, doazón, espectáculo, exposición, homenaxe, inauguración, nomeamento, premio, presentación e outros.

<sup>4</sup> Este campo, aberto, permite a inclusión de comentarios que no encaixan no resto de espacios nos se organiza a ficha elaborada.

<sup>5</sup> Debido á existencia de *Galicia Hoxe* e *A Nosa Terra*, nos que toda a información está escrita en galego, ou da Radio Galega no medio radiofónico, os informativos de TVG e TVE-G, e Vieiros na rede, as porcentaxes que resultan de máis interese son as que se obteñen en medios nos que a lingua hexemónica é o castelán.