

Sonia Fernández Parratt
Santiago de Compostela

Medios de comunicación y bilingüismo

Media and bilingualism

En una sociedad donde por razones históricas conviven dos lenguas, una de las cuales se encuentra en clara situación de desventaja ante la otra, ¿qué papel pueden desempeñar los medios de comunicación de cara al aprendizaje y a la consolidación definitiva y "pacífica" de esa segunda lengua en una población bilingüe. Se pretende, por tanto, dar respuesta a este interrogante, utilizando como referencia una situación concreta de bilingüismo, la de Galicia.

In societies in which historically two languages have lived side by side, one of which is in disadvantage in comparison to the other, what role can mass media play towards the teaching of that second language and its definitive and "peaceful" consolidation within a bilingual population? This article aims to answer this question on the basis of a specific bilingual situation, like that of Galicia.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

*Medios de comunicación, aprendizaje, bilingüismo, normalización lingüística.
Mass media, learning, bilingual, linguistic normalization.*

1. La actitud de los gallegos ante su lengua autóctona

Hasta el siglo XVI predominaba el gallego como lengua de comunicación en Galicia y desde esa época hasta el siglo XVIII se fue produciendo una paulatina penetración del español hasta quedar el gallego relegado al entorno oral y familiar. A partir de entonces y hasta el siglo XX, la castellanización masiva de la sociedad gallega fue pareja al surgimiento de movimientos de intento de recuperación lingüística del gallego. Es por tanto comprensible que las secuelas de la infravaloración social de la lengua gallega perdurasen durante mucho tiempo.

Señalan los profesores Fernando Ramallo y Gabriel Rei (1997: 45) que hablar una lengua constituye

Sonia Fernández Parratt es periodista de la Junta de Galicia e investigadora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela (zxorpub@usc.es).

un modelo de reproducción de estereotipos creados y aprendidos socialmente que están íntimamente relacionados con la construcción lingüística de la identidad y, más allá de los actos de habla explícitos, los sujetos también empleamos los idiomas para transmitir toda una serie de connotaciones afectivas, así como la reproducción de una determinada escala de valores. Pero en la estructura de las lenguas no hay nada que permita afirmar que unas son más adecuadas que otras para un determinado fin, y son las sociedades –y en gran medida las instituciones– las que prestigian una determinada lengua en detrimento de otra. Así pues, la asociación histórica del gallego con determinadas funciones creó ciertos prejuicios sociales en Galicia, e igual que esos prejuicios se conformaron de forma paulatina, es de suponer que su desaparición definitiva forme parte de un lento proceso de recuperación. Hoy los prototipos que vinculaban a la lengua gallega con valores como el atraso o el desprestigio se encuentran en una fase de avanzada desaparición, probablemente como consecuencia de la globalización comunicativa en la que vive la sociedad y de la mejora de las expectativas de nivel de vida de los ciudadanos residentes en la comunidad gallega.

El gallego es actualmente el idioma minoritario con mayor índice de uso de España y de Europa Occidental, y a pesar de que todavía no ha conseguido la representación pública alcanzada por las lenguas autóctonas de otras Comunidades, la mayor frecuencia con que aparece fuera del ámbito privado respecto a décadas precedentes parece estar produciendo sus efectos. No sólo se ha logrado que desapareciese el extrañamiento ante su uso público y ante su uso fuera del ámbito coloquial, sino que las actitudes ante su promoción como idioma principal de Galicia son valoradas positivamente por el conjunto de la población (Ramallo y Rei, 1997: 12).

La presencia de la lengua gallega en la vida cotidiana de las personas se refleja tanto en el conocimiento que éstas poseen de ella como en su uso como instrumento diario de comunicación. La práctica totalidad de la población la comprende y más de dos tercios la utilizan habitualmente al hablar, mientras que el porcentaje de individuos con competencia para leerla y escribirla es más reducido. Una investigación realizada en 1995 y financiada por el Consello da Cultura Galega con el fin de conocer la elección lingüística del consumidor en las actividades económicas o, dicho de otro modo, la rentabilidad comercial de vender en gallego, desveló la conclusión de que en el contexto actual la comunicación en gallego es altamente valorada y, en consecuencia, puede ayudar a diferenciarse de

la competencia, ensanchar los mercados, ampliar la clientela e incrementar las ventas.

En definitiva, todo parece indicar que la lengua gallega está fuertemente asentada en la sociedad, un hecho que, junto con el conocimiento oral generalizado y un creciente dominio escrito, la convierte en un elemento de enormes potencialidades comunicativas.

2. La lengua gallega en los medios de comunicación

El primer comentario sobre la necesidad de que el gallego apareciese con cierta periodicidad en la prensa escrita lo hizo un periódico llamado *Heraldo Gallego* en el año 1876. Fue en un artículo donde se analizaban las acciones que podrían ayudar a la regeneración de Galicia, entre las que se incluía la propaganda del idioma. Llama la atención que ya en aquellos tiempos la prensa era vista como un poderoso instrumento para la difusión del gallego, como puede observarse en este fragmento del mencionado artículo: «Otro asunto de no menor importancia y que levantaría a una gran altura el espíritu y el carácter de nuestro pueblo, es la propaganda activa y constante de la dulcísima habla de Galicia. Para conseguir esta patriótica empresa no necesitan nuestros queridos compañeros en la prensa del auxilio oficial. Consagrando cada periódico semanalmente una sección destinada a la inserción de composiciones en prosa y verso, escritas en nuestro melodioso lenguaje, y a la publicación de refranes y cantares populares de nuestro país, mucho podríamos adelantar en la noble y honrosa tarea a que estamos consagrados» (Hermida, 1992: 168-169).

El primer periódico escrito íntegramente en gallego fue el orensano *O Tío Marcos da Portela*, que apareció en 1876 de la mano de Valentín Lamas Carvajal. En el año 1888 incluía en sus páginas un artículo titulado «Fora vergonza» –«Fuera vergüenza»–, donde se constataban los avances de la normalización literaria del gallego y se sugería a los periódicos diarios que publicasen al menos las noticias locales en gallego. Un año más tarde sería el periodista Pardo Becerra quien propondría una serie de actuaciones que contribuirían a expandir el idioma, entre ellos su difusión a través de la prensa periódica, con estas palabras: «Toda vez qu'os periódicos abundan hoxe tanto, e casque non hai unha soila presoa que pase sen lèr algun, xa sexa diario ou somanario, nada millor pro caso que valer se d'eles como medeo mais aporóseto pra facer algo d'o moito qu'è necesario pr'a rexeneracion d'o noso linguaxe» (Hermida, 1992: 171).

No sería hasta casi un siglo después que Galicia contaría con una Ley de Normalización Lingüística,

aunque hoy a menudo se contempla como una imposición de carácter institucional y son bastantes los que piensan –con razón– que desde su aprobación poco se ha avanzado en el proceso de introducción del gallego en los medios de comunicación, especialmente en los escritos. Esas voces críticas basan su pesimismo en los hechos: se observa una lenta progresión en el uso del gallego en los medios que utilizan el español como idioma principal, pero sólo existe un diario –*Correo Galego*– que se publica íntegramente en gallego (Goyanes; Núñez; Romero; Túñez, 1996: 13), además de la Televisión de Galicia y la Radio Galega (CRTVG), de ahí que aún se vea lejano el momento en que se pueda hablar de una equiparación real en el uso del gallego y el español como soporte informativo. Lo cierto es que en las últimas décadas la utilización del gallego en los medios de comunicación de Galicia ha sido escasa y se ha informado sistemáticamente en español sobre política internacional y estatal, sobre sucesos, sobre deportes y sobre economía. Fuera de los topónimos y palabras referidas a instituciones, organismos públicos y cargos regionales, el uso del gallego se ha reducido prácticamente a informaciones sobre la problemática de la propia lengua y a colaboraciones, la mayoría de carácter cultural (Rojo; Fernández Rei, Martínez, Campos, 1992: 33-34), en los periódicos y a la programación de la CRTVG, que fue creada precisamente bajo una ley –Ley 9/84 de Creación de la Compañía de Radiotelevisión– según la cual uno de los principios fundamentales que sustentan su existencia es la difusión de la lengua, de la cultura gallega y de la identidad de Galicia.

En los últimos años se están experimentando algunos cambios que podrían calificarse de prometedores. Se observa en la prensa una tímida introducción de textos informativos en gallego, salpicados en medio de los mayoritarios escritos en español, y no necesariamente relacionados con hechos de carácter cultural o de entretenimiento. En un estudio elaborado recientemente en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela se obtuvieron algunos resultados relacionados con esta cuestión. Después de analizarse las principales cabeceras diarias de Galicia, se observó que los periódicos publicaron en la década de los noventa más del 80% de todos los textos escritos en gallego en la prensa durante los últimos veinte años. Las causas de este hecho

podrían encontrarse en la entrada paulatina del gallego en la prensa de los ochenta a través de artículos de opinión de autores de cierto prestigio y de las declaraciones y entrevistas realizadas por gallego hablantes. Unido a esto estaría el cambio político –y de política cultural–, el creciente empleo del gallego en cierto sector de la sociedad y, sobre todo, la acción institucional con ayudas para los medios de comunicación que empleen el gallego en un porcentaje mínimo de sus informaciones.

No obstante, en la actualidad, la presencia del gallego en los medios de comunicación sigue siendo testimonial, sobre todo en la prensa. Más del 75% de los contenidos de los periódicos están escritos en español, y mientras que en la década de los setenta el conjunto de la prensa diaria publicaba sólo el 4% de su información en gallego, en los noventa el porcentaje apenas alcanzó el 15%. Además, el reparto entre las distintas secciones no es equitativo, ya que los temas de ocio y cultura continúan concentrando el mayor peso debido, posiblemente, a la tradicional asociación de la lengua au-

La lengua gallega está fuertemente asentada en la sociedad, un hecho que, junto con el conocimiento oral generalizado y un creciente dominio escrito, la convierte en un elemento de enormes potencialidades comunicativas.

tónica a determinados ámbitos de la vida social y, posteriormente, a determinados sectores de la cultura que introducen el gallego principalmente en los artículos de opinión. En cuanto a la televisión, TVE en Galicia dedica un espacio mínimo a emisiones en gallego, mientras que la gran mayoría de las televisiones locales utilizan esta lengua como soporte principal de sus informaciones. Por su parte, las emisoras de radio regionales tienen el español como lengua principal, pero en la práctica se caracterizan por la alternancia idiomática en sus emisiones.

3. Los medios de comunicación, vehículos de difusión

Durante casi todo el siglo pasado, los estudiosos de la comunicación debatieron mucho sobre el verdadero poder de los medios de comunicación de masas, que iría más allá de meros informadores de la sociedad. Hoy, la mayoría coincide en que los medios tienen efectos muy poderosos, hasta el punto de consta-

tarse su influencia en las opiniones, actitudes y cultura de las personas. El fenómeno de socialización de los niños, es decir, de adopción de modelos de comportamiento y de pensamiento, se apoya de un modo decisivo en el aprendizaje de una determinada lengua natural, y en este proceso los medios de comunicación juegan un papel singular, especialmente la televisión por ser el medio con el que el niño entra antes en contacto (Oriol, 1989).

En la sociedad de hace cien años, o incluso menos, la penetración del discurso impreso en la comunidad gallega era mínima y los periódicos circulaban entre minorías letradas de las ciudades en una Galicia en la que casi el 90% de la población vivía en el ámbito rural, donde además los aparatos de radio eran prácticamente inexistentes y la televisión era una total desconocida. La recuperación de las libertades democráticas, el cambio político y el desarrollo de las Autonomías, tuvieron numerosas consecuencias, entre ellas un mayor protagonismo del ejercicio de la libertad de expresión y la aparición de los medios de comunicación de masas. Así fue como fueron aumentando las empresas de información hasta configurarse

Los medios de comunicación son un vehículo de sustento de las lenguas, y como tales sirven como refuerzo para las comunidades bilingües que cuentan con lenguas autóctonas en situación de desventaja.

toda una estructura de la comunicación, de manera que, por primera vez, Galicia contaba con un conjunto de medios de comunicación con un protagonismo cotidiano y una gran influencia en la sociedad (Durán, 1989: 12-13). En la actualidad, un 75% de la población gallega dedica entre una y cinco horas al día a ver televisión, un 35% lee todos los días la prensa y un 42% escucha la radio entre una y cinco horas diarias.

Diversos estudios muestran que los gallegos hacen un uso oscilante de los medios de comunicación a lo largo de sus vidas. Los niños y los mayores, por ejemplo, suelen ser los principales consumidores de televisión. De hecho, los niños pasan más tiempo viendo televisión que en la escuela o jugando. Un niño medio ve más de veintiséis horas de televisión a la semana, y a medida que se hace mayor la televisión continuará absorbiendo muchas de sus horas de ocio y el uso que hará de los medios de comunicación aumentará de

manera dramática. Los adolescentes, por el contrario, prefieren la radio aunque también vean mucha televisión. Los adultos son más proclives que los más jóvenes a leer periódicos. Existen incluso diferencias demográficas que influyen en el uso de los medios de comunicación (Tyner y Lloyd, 1995: 28). Los adultos con un nivel cultural más elevado son más susceptibles de leer revistas semanales de actualidad que los adultos con un nivel cultural bajo, y la gente con escasos recursos económicos son mayores usuarios de televisión que los que cuentan con menos recursos.

Así pues, es evidente que, para bien o para mal, la influencia de los canales de comunicación en nuestras vidas es tan grande que dependemos casi por entero de ellos para enterarnos de lo que sucede en nuestro entorno físico, social, económico y político más allá de nuestras vidas personales inmediatas. Y a pesar de las influencias negativas que puedan llegar a tener en las audiencias –derivadas, en muchos casos, del mal uso que se hace de la televisión en la infancia–, es innegable su enorme poder de difusión y por ello deberían ser aprovechados como instrumentos pedagógicos de primer orden de cara al aprendizaje de segundas lenguas

como el gallego y a la consolidación del bilingüismo en la sociedad gallega. La periodista Elena Goyanes lo corrobora con unas palabras muy acertadas: «La responsabilidad de los medios de comunicación de masas en un proceso de normalización lingüística es algo irrefutable, máxime participándose de la idea de que nuestros medios

deben mostrar, en un sistema plural y democrático, las creencias y demandas de la población, en cualquier materia que se considere». En ese sentido, la utilización que de la lengua propia hacen los medios de Galicia debería poder considerarse como baremo indicativo de la realidad sociolingüística del país (Goyanes y otros, 1996: 9). Esto entra en una aparente contradicción porque, a pesar de que la consideración que los gallegos tienen de su propia lengua puede definirse hoy como positiva, lo cierto es que en la práctica sus comportamientos lingüísticos no se corresponden con esas actitudes, tanto por parte de la población como de los propios medios de comunicación. ¿Cómo resolver esta paradoja?

3. Bilingüismo informativo para una sociedad bilingüe

En un manual escrito por varios periodistas (Goyanes y otros, 1996: 9), éstos afirman que en un ejer-

cicio de comunicación coherente «no es posible hablar a la vez dos lenguas al igual que no es posible escribir a la vez dos idiomas. La práctica del bilingüismo oral o escrito es una manifestación de la alternancia pero nunca un ejercicio simultáneo». Esto, aplicado a los medios de comunicación, les llevó a concluir que «la convivencia idiomática [...] queda definida por la ya referida imposibilidad de hacer una doble elección», una afirmación acertada pero que puede ser interpretada erróneamente como la imposibilidad de que un mismo medio de comunicación haga uso de dos lenguas diferentes. Veamos por qué y sirva para ello la prensa como ejemplo.

Teóricamente, un periódico dará buenos resultados en el mercado en la medida en que sus contenidos reflejen la realidad de la sociedad a la que pertenecen sus lectores. En consecuencia, la prensa gallega debería reflejar, desde el punto de vista lingüístico, la situación de bilingüismo que caracteriza a la sociedad a la que va dirigida. El subdirector de *O Correo Galego*, Caetano Díaz, admitió hace ya varios años en una entrevista que al hacer un periódico íntegramente en lengua gallega hay que asumir que se va a hacer un producto minoritario. La respuesta más lógica a esta afirmación que se me ocurre es «hagamos pues productos mayoritarios». ¿Y cuál es la situación lingüística mayoritaria en Galicia?: el bilingüismo. De ahí que me incline a sugerir que quizás sería una buena idea ofrecer a los lectores justamente eso: medios de comunicación bilingües.

Retomando lo dicho sobre la tímida introducción del gallego que se está produciendo en los medios de Galicia, éste podría ser un primer paso hacia ese bilingüismo mediático, siempre y cuando se lleve a cabo de forma sutil y natural para que el consumidor no sienta que se le está imponiendo algo a lo que no se está acostumbrado. Mi convencimiento de que esta alternancia idiomática en los medios podría resultar exitosa está en la propia sociedad gallega, donde se asume como algo natural que un grupo de personas en la calle, unas gallegoparlantes y otras no, pueden mantener una conversación simultaneando ambas lenguas sin que ello suponga para ellos problema alguno. Se trataría, en definitiva, de que los medios de comunicación hicieran su contribución para conseguir la mayor normalización posible de una lengua autóctona, en ningún caso bajo el inefectivo esquema de la imposición pero tampoco favoreciendo la continuidad

de viejos prejuicios, según los cuales el gallego se asocia a las personas mayores del ámbito rural, y otros prejuicios más actuales según los cuales el uso de esta lengua se asocia sólo con determinadas ideologías políticas exclusivamente nacionalistas.

Sobre el hecho de que los medios empiecen a introducir el gallego en sus contenidos informativos, de nuevo Caetano Díaz acierta en su posicionamiento y corrobora mi idea al respecto: «Nos parece una estrategia que contribuye a normalizar la situación dentro de un país bilingüe y a que exista esa convivencia de idiomas. Ayuda a que alguien que está acostumbrado a leer un periódico en español se acostumbre al gallego». Entiende perfectamente lo que le estamos diciendo y toma conciencia de que el idioma es un vehículo adecuado para que esté informado, sin que se rompa nada ni pase nada. No hay que ir a una guerra lingüística (Ramallo y Rei, 1997: 233). Para finalizar, sirvan como conclusión tres apuntes sobre la cuestión:

- Los medios de comunicación son un vehículo de sustento de las lenguas, y como tales sirven como refuerzo para las comunidades bilingües que cuentan con lenguas autóctonas en situación de desventaja.
- Los medios son también un espacio de aprendizaje para aquéllos que tienen como lengua materna otra distinta a la más aventajada.
- Son el espacio adecuado para el diálogo social en torno a la lengua.

Nota

La autora de este artículo formó parte del equipo de investigación que realizó dicho estudio. La parte de ese estudio a la que aquí se hace referencia fue elaborada por Berta García Orosa.

Referencias

- DURÁN, R. (1989): *O xurdimento dos medios de comunicación galegos*. Santiago de Compostela, Xunta de Galicia.
- GOYANES, H.; NÚÑEZ, M.; ROMERO, P. y TÚÑEZ, M. (1996): *A información en galego*. Santiago de Compostela, Lea.
- HERMIDA, C. (1992): *Os precursores da normalización*. Vigo, Xerais.
- ORIO, P. (1989): «Medios de comunicación de masas e bilingüismo», en *Seiva*, 1.
- RAMALLO, F. y REI, G. (1997): *Vender en galego. Comunicación, empresa e lingua en Galicia*. Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- ROJO, G.; FERNÁNDEZ, F.; MARTÍNEZ, R. y CAMPOS, F. (1992): *As linguaxes dos medios de comunicación escritos en Galicia*. Santiago de Compostela, Lea.
- TYNER, K. y LLOYD, D. (1995): *Aprender con los medios de comunicación*. Madrid, De la Torre.