

Función dos medios de comunicación no prestixio do galego

XURXO SOUTO

Director de programas da Radio Galega

Saúde e océano! Quero expresar a miña gratitude e alegría por ser convidado a achegar a miña experiencia a estas xornadas. E por poder facelo aquí, neste Paraninfo, co mar da Marola ao fondo, símbolo por excelencia dos camiños do océano e da propia dimensión cosmopolita da cultura galega.

Antes de entrarmos no miolo da cuestión, cómpre facer algunhas consideracións previas:

1. A primeira é unha verdade de pata de banco: os medios de comunicación prestixian as linguas (como o fan a literatura, os ensaios técnicos ou os tratados xudiciais)
2. O galego ten éxito nos medios de comunicación. Ou dito doutro xeito, existen colectivos, audiencias potenciais –sexan galegofalantes, ou non– desexosos de consumiren (utilicemos esta expresión gremial) contidos audiovisuais en galego.

Ao redor desta lingua non existe ningún tipo de estigma ou pecado orixinal que impida o seu triunfo nos medios de comunicación. É máis, as experiencias que aquí quero compartir indican xustamente todo o contrario.

3. E se a presenza do galego –e dun galego propio– non avanza máis nos medios é por unha dinámica de «preguiza social», sustentada nunha similar preguiza –cando non clara indiferenza– na dirección política das administracións que deberían tela impulsado.

1. A PREGUIZA SOCIAL

Na chamada *transición española* o conxunto da sociedade fixo un exercicio de autocrítica. Puxo en cuestión a formación recibida nos anos do franquismo e esforzouse en descubrir outras realidades ideolóxicas e lingüísticas invisíbeis para a ditadura. Entón o galego agromou nos medios de comunicación impresos. Tivo presenza nas emisoras de radio privadas, tamén nos centros territoriais da radio e da televisión española en Galiza. E dese mesmo pulo social naceu a demanda colectiva que propiciou a creación dunha radio e dunha televisión pública galega.

Despois deste grande exercicio de autocrítica e de catarse, segundo o impulso social se foi neutralizando, a presenza do galego foi recuando nos medios privados. Se os seus editores son maioritariamente castelanfalantes, por que ían apostar polo uso do galego –fóra de recunchos subvencionados– cando a propia dirección política deste país non lideraba esa demanda social?

Preguiza social e falta de decisión política que instalou o desleixo tamén nos «novos» medios públicos. Así a radio e a televisión galega, dun xeito tácito, foron renunciando aos poucos á función para que foran creados –convertérense no canon, nun referente culto da expresión oral do galego– para utilizaren a lingua dun xeito cada vez máis ritual, onde os castelanismos léxicos, fonéticos e sintácticos campan con preocupante normalidade.

Todos coñecedes esta triste realidade: como a lingua galega desaparece dos beizos de moitos profesionais destes medios conforme se apaga a luz vermella do directo. Ou o grande paradoxo que senten os alumnos nas visitas escolares á Televisión de Galicia: «...mais se aquí todo o mundo fala castelán!».

2. DOS TÓPICOS MENTIREIROS

Esta *perguiza social* (e falta de decisión política) perpetúa ademais determinados tópicos sobre as posibilidades do galego como lingua de prestixio, prexuízos que ficaron asentados no conxunto da sociedade durante os longos anos de educación franquista.

Son tópicos mentireiros que funciona como verdades absolutas, mais que desaparecen inmediateamente cando se cuestionan e se lle dá á lingua galega unha oportunidade de ser protagonista.

Poño un exemplo axial: ese prexuízo que di que «o galego non vende», «o galego non serve para o publicidade». Sen demostración empírica ningunha, levados unicamente pola inercia máis provinciana, aceptouse tal argumento como un axioma. Tan grande é a súa forza, que mesmo a televisión pública que ten por lei o galego como lingua vehicular, fai unha paréntese das súas obrigas neste eido e ofrece a posibilidade de emitir publicidade en castelán.

Ai!, tópicos mentireiros! Tras aceptar, sen o cuestionar, durante moitos anos que «o galego non vende», resulta que unha axencia de publicidade se decide a subverter o tópico, converte o prexuízo en argumento e –oh sorpresa!– acada un éxito extraordinario. Refírome ao «Vivamos como galegos» da cadea de supermercados Gadis –a quen cito como homenaxe–, a campaña de maior éxito do momento.

Mais este tabú fundamentado na nada, como outros que atentan contra o prestixio do galego, alén de mentireiro é interesado. Serve para sustentar unha cosmovisión antiga, conservadora, en que fiquen perpetuada a posición de inferioridade desta lingua.

Porque o galego *vende*, e moito. Iso sábeno todos os publicistas. Reparade neste dato, na campaña publicitaria máis importante: no momento de pedir o voto, todos acoden ao galego. Está presente até nos textos dos carteis en que aparece a imaxe de Mariano Rajoy, a quen nomeo expresamente como paradigma do político que nunca utiliza esta lingua nas súas declaracións públicas.

Ollade se o galego ten prestixio, se o galego *vende*, que mesmo serve –tamén nos carteis de don Mariano Rajoy– para mudar gobernos.

3. UN EXEMPLO, O QUE TEÑO MÁIS A MAN

Formulada a primeira parte da tese, *a ausencia de estigmas ao redor do galego*, tentarei demostrar a segunda parte dela: *a súa condición de lingua verdadeiramente triunfadora nestes medios*. Para isto acudirei aos únicos argumentos que realmente domino, isto é, á miña propia experiencia.

Confeso, de entrada, que inicio unha tarefa ben agradábel. Poucas veces estiven diante dunha audiencia tan ampla e competente á que non lle fica máis remedio que escoitar a miña vida. Mais destes case vinte anos como traballador de radio, prensa e televisión estou certo que –e isto dígoo con humildade– poderei ofrecervos algúns datos de interese.

No ano 87 principiei a colaborar coa Radio Galega. Alí comprobei a inmensa potencialidade da radio como elemento normalizador da lingua. E, tamén, precisamente porque o elemento vehicular é a propia lingua galega, a súa potencialidade para crear novos contidos especialmente atractivos para a audiencia, en lugar das consabidas réplicas provincianas dos espazos de éxito das grandes emisoras do Estado.

Velaí unha mostra destas capacidades: para compor a banda sonora dunha radionovela, «Os Frigoristas», creamos un conxunto, Os Diplomáticos de Monte-Alto, que acadou puido acadar certa sona—como logo outros compañeiros do «bravú»—grazas á proxección «pangalaica» que lle estaba a dar a radio pública.

Deseguido—no ano 89—tiven a sorte de ser convocado por Antón Reixa para participar como redactor nun programa televisivo que faría historia: «Galicia, Sitio Distinto».

Diante da concepción xeral—outro tópico escuro—de que a televisión de Galiza só podía encher os seus *magazines* con contidos de corte etnográfico ou tradicional—amén de lle pór alfombra vermella ás vellas glorias da canción española cando recalaban por acó—, con Sitio Distinto o galego gañaba definitivamente no eido da televisión espazo para a modernidade.

Resumo o ambiente visual: publico a comer churrasco nun contorno bélico post-industrial, iluminación de vangarda, grupos de rock enriba dunha batea, entrevistado e entrevistador a manter unha parolada desde cadanseu auto de choque.

Con este programa Antón Reixa e o seu equipo trasladaron á linguaxe da televisión a mesma operación subversiva de prestixio do galego que xa ensaiaran antes cos Re-sentidos no eido da música. Anos aqueles en que os «gurús» insistían—seguimos con tópicos escuros—en que o galego non valía para o *rock&roll*.

Técnicas de vangarda na iluminación, realización, deseño de decorados etc. e irrupción do poder creativo da cultura popular expresada en galego, invisíbel até o momento nese contexto de modernidade. Unha verdadeira descarga de enerxía que provocou a empatía da audiencia, e o escándalo, digámolo claramente, das mentalidades máis puritanas.

Yusu Ndur, pai da nova música africana, e o Cazote de Fonfría, tocador de *trompas* da Fonsagrada, sentados en cadanseu auto de choque... Insisto, con «Galicia, Sitio Distinto» o galego chegaba e triunfaba no eido da modernidade en clave televisiva. Graváronse trece programas; por desgraza, nese momento a Televisión de Galicia decidiu non seguir apostando por tan fecundo camiño.

Cómpre continuar, pois, coa miña viaxe profesional en que unha e outra vez fun testemuña dos triunfos nos medios da lingua galega, cando fica liberada desa lea de prexuízos e se lle dá a oportunidade de ser protagonista.

Despois doutras ocupacións, no ano 92 principiei a traballar como *guionista* do programa Luar da Televisión de Galicia. Non é este o momento para entrar polo miúdo na análise dese espazo, con facetas ben interesantes que moitas veces non se consideran. Só quero darvos testemuño dunha verdadeira revolución de orgullo que de novo ten como argumento a lingua –e a música– galegas.

Volto aos prexuízos. Eis esoutro tópico escuro que proclama que nós non somos *un pobo divertido, que non temos querenza natural para o espectáculo, ao contrario do que acontece con outras colectividades, velaí, por exemplo, Andalucía, onde en cada casa hai un artista*.

Non podemos ser un *pobo de artistas* cando durante moitos anos a primeira condición para subir a un escenario era mudar de lingua. Mais que acontecería se á xente do común nos desen a oportunidade de nos expresar con naturalidade, tamén neste eido, no idioma que nos é propio?

Tal situación, insisto, foi a que vivín como espectador privilexiado no Luar da Televisión de Galicia. Falo de Mercedes Peón, e dos artistas populares, nomeadamente vidos das aldeas, que cada semana nos presentaba neste espazo. Ao comezo, naquelas señoras pandeireteiras todo era timidez. Lóxico; a pesar de que a Televisión de Galicia xa levaba moitos anos de existencia, era unha situación totalmente nova para elas. Mais unha vez que se situaban no medio da escena, e recibían a mesma iluminación que Camilo Sesto ou Miguel Bosé, púñanse crechas, afoutas e conquistaban o público co seu talento. Até entón, así o dicía Mercedes e outros estudosos da música tradicional, era difícil atopar artistas na aldea que che quixesen aprender estas músicas. A partir deste triunfo televisivo resultou que toda a xente veterana sabía cantar, sabía bailar, todos sabían tocar a pandeireta. En resumo, somos un pobo de artistas, mais fixo falta que a lingua galega agromase na televisión para que acadásemos conciencia deste patrimonio colectivo. Unha realidade que se continúa amosar, afortunadamente –e con grande éxito de audiencia, por certo– semanalmente no programa «Alalá» da Televisión de Galicia.

Nese tempo tamén, ollando de esguello o equipo que traballaba na mesa do lado, fun testemuña doutra revolución de prestixio e orgullo para a lingua galega. Refírome ao «Xabarán Club».

Máis unha vez voltamos á cuestión dos prexuízos. Após moitos anos de existencia, a Televisión de Galicia decídese por fin a gravar unha serie de videoclips de grupos que cantan en galego. Esta idea elemental –para un medio creado precisamente para a difusión desta lingua– provocou toda unha revolución sonora, cun éxito importantísimo, especialmente entre a xente nova. E creou a banda sonora con que medrou toda unha xeración –galegofalante ou non– que incorporou esta lingua ao seu patrimonio emocional, cargada de connotacións positivas, ou o que é o mesmo, cargada de prestixio.

Até o de agora falei dos medios públicos e das súas potencialidades. Dou un chouto e paso a outro territorio, creo, de especial interese na cuestión que nos ocupa: a radio privada. No ano 94 fun convidado a facer un programa en Radio Coruña, emisora asociada da cadea SER.

A un prexuízo xeral (o galego non pode funcionar na radio privada, pois non é unha lingua atractiva para a publicidade), sumábase estoutro prexuízo localista: un programa de radio en galego na Coruña tiña de ser un fracaso porque a imaxe pública di que esta é unha cidade monolingüe en castelán, na que o galego non lle interesa a ninguén etc., etc.

A pesar de tanto agoiro, «A Tropa da Tralla», así se chamou o espazo, foi para nós –Sofía de Labañou e quen vos fala– unha experiencia marabillosa que se estendeu dez anos no tempo. O mérito do seu éxito –falo con absoluta sinceridade– non estivo tanto nas persoas que realizabamos o programa, senón nos responsábeis da emisora, que obviaron tanto prexuízo e simplemente se decidiron a facelo. Unha xanela –a da radio privada en galego– que segue aberta e na que anuncio grandes triunfos a quen se decidir a ocupala. Porque, insisto, hai unha parte ben importante da sociedade que debece por ouvir radio en galego.

Unha boa radio que reflecta, por exemplo, unha realidade invisíbel até o momento para a maior parte dos medios: a dimensión da Coruña como cidade galegofalante. Nos dez anos da «Tropa da Tralla», a través das chamadas dos ouvintes, agromou en nós outra cidade, absolutamente descoñecida. Principiando pola propia toponimia do contorno. *Eis, por exemplo, o Gueivouteiro, o Xogadoiro, as Corredoiras, a Rabaleira... nomes dalgunhas das pedras percebeiras que rodean á Torre de Hércules.*

E cómpre de novo mudar de póla. Porque no ano 2005, no comezo da décimo primeira temporada da «Tropa da Tralla», tiven de deixar este espazo de Radio Coruña para me incorporar, como xefe de programas, á Radio Galega.

Voltei a sentir, noutra posición, o potencial infinito que ten a radio pública para contribuír ao prestixio do galego. A capacidade para crear modelos propios con contidos diferentes que enguedellen a audiencia, a inmensa potencialidade para contribuír, en materia de comunicación, a artellar o país.

Considerade este paradoxo: unha rapaza de Verín recibe, por diferentes medios, informacións diarias do que acontece en Londres ou Barcelona, mais élle practicamente imposible coñecer o que sucede en Viveiro, por exemplo. E un rapaz de Viveiro está en materia de información moito máis perto de Madrid ou Nova York que do propio Verín. Velaí un eido de comunicación elemental que terá que liderar a Radio Galega.

A carón das posibilidades, existen tamén graves problemas estruturais. A famosa *preguiza social* instalada en parte da redacción, que condena o galego á condición de lingua ritual. Ou o *compostelanocentrismo* alimentado durante moitos anos, que reduce a acción da Radio Galega, en materia de entrevistas, opinións, comentarios –e por ende, de audiencia– ao *hinterland* da cidade de Santiago.

Mais a potencialidade está aí, e cando se poñen en funcionamento estes valores acádanse grande logros. Velaí o «Diario Cutral» que dirixe Ana Romaní. Un programa *histórico* cargado de prestixio, que lidera, como auténtico referente, a información cultural deste país.

Outra experiencia: o *Apologhit*, primeira lista na procura da canción de verán en galego. A pesar de todos os agoiros que seguen a afirmar que a música nesta lingua non interesa, o primeiro ano presentáronse 35 cancións. Na segunda edición chegamos aos 52 candidatos, con máis de 200.000 descargas en internet.

Eis, até o momento, *a historia da miña vida*. Grazas pola vosa paciencia. Destas experiencias só tirarei unha conclusión: a presenza do galego en espazos subvencionados onde aparece tratado dun xeito paternalista, como unha lingua que precisa de mimo e coidado, non axuda en nada a aumentar o seu prestixio.

Cando, polo contrario, os contidos de maior interese agroman nos medios expresados nesta lingua, o triunfo na audiencia é total e o efecto de normalización inmediato.

Fiquemos, pois, con este retroso, o único vieiro real de futuro: non se trata de facer radio, televisión, prensa escrita ou vía internet en galego. O obxectivo será que a radio, a televisión, a prensa escrita ou vía internet feita en galego sexa a mellor. Xa sei que é unha meta aparentemente demasiado ambiciosa. Mais diante de tanta *preguiza social* cómpre, neste terceiro milenio, voltar a principiar a revolución da utopía.