

Guillermo Rojo, F. Fernández Rei, Roxelio Martínez e Francisco Campos (1991): *As linguaxes dos medios de comunicación escritos en Galicia*, edicións LBA, colección comunicación, Santiago. 125 pp.

Os días 31 de marzo e 1 de abril de 1990 celebrouse no Mosteiro dos Milagres (Ourense) o seminario "Novas linguaxes nos Medios de Comunicación en Galicia", organizado polo Instituto de Estudos da Comunicación (IECO). Neste seminario dous lingüistas, un publicista e un xornalista reflexionaron sobre a análise da linguaxe da prensa galega e a apertura de camiños innovadores na comunicación en Galicia.

Dous anos máis tarde sae á rúa o resultado impreso deste seminario baixo o título "As linguaxes dos medios de comunicación escritos en Galicia" que é o libro que presentamos agora nestas liñas.

O libro consta dun artigo de cada un dos especialistas citados e remata cun resumo do coloquio/debate co que se puxo fin ó seminario no Mosteiro dos Milagres. As últimas 22 páxinas son unha serie de apéndice documentais elaborados por Francisco Campos Freire e extraídos de diversos estudos e informes de revistas especializadas do sector. Estes apéndice complementan o seu relatorio sobre a **reconversión tecnolóxica da prensa galega** e constitúen, ó meu entender, unha recolección valiosísima e moi útil de datos estatísticos sobre perfís de audiencias dos distintos medios de comunicación, tiradas dos xornais, distribución do tempo de ocio, investimentos publicitarios, facturación, etc... sempre interesantes para calquera estudo que se desexe facer sobre calquera aspecto e dende calquera óptica, dos medios de comunicación en Galicia.

Vexamos con certo vagar cada un dos estudos presentados no libro:

**A linguaxe nos medios escritos: Uso e abuso** de Guillermo Rojo.

Aborda o investigador Guillermo Rojo neste estudo, o grao de corrección e incorrección da lingua empregada polos nosos xornais. A lingua na que se centra é o español e a súa tese é desdramatizadora. Vén a concluír, este estudioso, que a lingua empregada polos nosos xornalistas non é, en realidade, máis abusiva ca outra calquera dado que como nos ensina a lingüística moderna a lingua non é unha entidade ben definida senón que téñen no seu interior unha serie de variables relacionadas cos parámetros de tempo, lugar, estrato social e situación concreta- pero o que a diferencia é que, ó empregar tantas variantes distintas e distantes da estándar, se produce un verdadeiro "*rebumbio*"(p.21) de normas que abraia ó espectador. En resumo, fóra dos abusos lingüísticos que para Rojo non son máis "*que os que se poden detectar en calquera outro ámbito da actividade lingüística*" (p.24), o único que hai na lingua dos medios de comu-

nicación son "usos non coincidentes coa norma académica ou con algunha outra norma de función semellante" (p.22).

Podemos concordar ou non coa visión deste investigador pero o que si parece evidente é que Rojo establece esta tese para o que el mesmo denomina unha "comunidade lingüística normal" (p.19) e talvez aí estea a raíz do problema. Galicia non é, nin moito menos, unha comunidade lingüística normal polo que cando se fan afirmacións do tipo "en español de Galicia pódese dicir la señora que conocíáramos en Madrid e case todo o mundo sabe que iso non se di en español estándar" (p.24) é que non se reparou no grao real de coñecemento do "español estándar" en Galicia.

O español dos medios de comunicación non é, pola experiencia e os datos dos que dispoño, tan correcto, eficaz e elegante como se podería desprender do estudio de Guillermo Rojo e malia non ter, evidentemente, os problemas que ten o galego, presenta en xeral unha carencia de riqueza expositiva, unha pobreza e confusión léxica e unha sintaxe pobre, con anacolutos e solecismos frecuentes.

É certo, como moi ben di Rojo, que moitas veces a lingua vai máis rápido cá norma polo que esta ha de axeitarse á realidade lingüística; A R.A.E ten que aceptar cambios semánticos xa consolidados na sociedade pero... ¿e se estes cambios teñen, se cadra, só un ou dous anos de antigüidade? ¿e se mesmo sabemos quen foi o locutor que introduciu, pola súa ignorancia, este cambio? ¿podemos, ó abeiro dunha pretendida liberdade comunicativa, modifica-las estruturas lingüísticas e lexítima-la pobreza idiomática dalgúns redactores?

Unha chea de variantes individuais poden chegar a producir un cambio lingüístico pero agora, un número moi reducido de variantes individuais condicionan, nun curto espacio de tempo, os hábitos idiomáticos de toda unha sociedade... ¿É iso lexítimo?

**A lingua galega na prensa escrita: interferencias lingüísticas** de Francisco Fernández Rei.

Trátase dun estudio pormenorizado e abondoso en datos, da lingua galega dos xornais editados en Galicia. Este estudio ten como base a análise dos xornais galegos da semana do 19 ó 25 de marzo de 1990 e establece, na primeira parte da súa exposición, unha comparación con outro estudio realizado no ano 1977 por este mesmo estudioso en colaboración con Rosario Alvarez Blanco para a revista *Teima*. Desta comparación despréndese a idea de que, malia tódolos esforzos, os avances tanto en cantidade coma en calidade non foron os esperados. Nesta altura, non deixa de sorprendeme como Fernández Rei, despois de deixar claro que a impericia lingüística e a traducción mimética do castelán seguen a inza-las nosas redaccións, pode nun pequeno parágrafo, paradoxalmente, facer unha laudatio dos xornalistas actuais chegando a afirmar que "non hai dúbida de que a calidade do galego que hoxe pode lerse é, en xeral, boa. Nótase corrección tanto nos poucos xornalistas que o usan coma nos colaboradores" (P.33). Parece que hai unha contradicción entre o que el mesmo expón ó longo do estudio e este parágrafo que máis ben parece unha *captatio benevolentiae* dirixida ós xornalistas asistentes

ó seminario, ca unha convicción real derivada do estudio e reflexión dos datos que o investigador manexa.

Realiza despois un estudio polo miúdo do uso do galego na prensa, xornal por xornal, e incluso o tratamento que se fai da toponimia e hidronimia. Restulta, se cadra, un tanto excesivo e farragoso e hai que lamentar que o desfase entre a redacción do estudio e a súa publicación deixase atrasados os datos recién saídos do prelo. Estoume a referir ó cambio que se produciu na prensa galega coa nova dirección tomada por *Diario 16 de Galicia* que desde hai xa máis dun ano comezou a publicar entre un 35 e un 40% en galego e, o que é moito máis importante, este tanto por cento distribúese por igual en tódalas seccións do xornal.

No estudio puramente lingüístico, Fernández Rei fai un repaso ós problemas máis chamativos do galego nos medios de comunicación con especial atención á morfosintaxe e ó léxico. Aborda tamén os dous fenómenos máis frecuentes en toda lingua minorizada: a interferencia e o diferencialismo. Estudia algúns cambios e nivelacións semánticas e remata o artigo facendo un pequeno repaso da influencia do galego no español de Galicia; este punto vén confirma-la nosa discrepancia con respecto a algunhas das afirmacións vertidas por Guillermo Rojo no seu relatorio, a propósito do grao de coñecemento do español estándar en Galicia.

O estudio é serio e rigoroso como adoita traballar este grande investigador, aínda que botamos de menos un pouco máis de profundidade e exhaustividade na parte lingüística. A sintaxe, o estilo e o modo de redacción a penas se tratan, e nos outros campos queda a impresión de que talvez non se insistiu todo o que se debería, quedándose nunha revisión e denuncia dos erros máis típicos.

#### **A linguaxe publicitaria** de Roxelio Martínez Bouza.

A publicidade supera na nosa sociedade o campo mercantil e consumista para se converter nun modelo de comunicación. Desde esta perspectiva para Martínez Bouza a publicidade xa non ten como función básica a promoción de vendas senón que se expón como unha relación de gratuidade, de entrega doutros valores a través dese obxecto. A publicidade adquire, deste xeito, unha serie de valores polisémicos e permite no seu interior unha gran variedade de rexistros e linguaxes nun abano de calidade desde o máis intelixente e sutil ó mais necio e simple.

Fai unha análise de modelos e exemplos de retórica publicitaria coa mestura de linguaxes (iconográficos, lingüísticos...) e conclúe que a función prioritaria da publicidade é a da persuasión. Recoñece que a ética social choca, ás veces, coas prácticas publicitarias pero defende este medio de persuasión como algo que socialmente funciona e que economicamente é rendible. O debate entre a publicidade e os seus límites é traducido por este especialista en termos culturais entre cultura urbana e industrial (publicista), e cultura rural e agraria (non publicista). Considera, ademais, que a publicidade fomenta a creatividade artística e mesmo que hai unha interrelación entre as dúas linguaxes. A boa publicidade, ó seu xuízo, é aquela que recrea o mundo real e o converte en máis atractivo e suxerente; para isto o que fai é un "*compendio de miles de disciplinas, desde científicas ata económicas, sociolóxicas, etcétera*" (p.72).

Creo que a reflexión e a polémica está servida con esta análise dunha linguaxe, talvez aínda un pouco descoidada pola socioloxía e sociolingüística actual, pero que hai que renderse ante a súa impresionante influencia na sociedade. Resístome a acepta-la visión de Martínez Bouza da publicidade e a cultura urbana fronte á cultura popular como dous conceptos contrapostos e irreconciliables, pero non deixo de sorprendeme a súa visión desta linguaxe e non deixa de remoerme os miolos a reflexión de Román Gubern con que remata o seu estudo: "...tódalas mensaxes que o home emite son persuasivas, é dicir, que precisamente é o publicitario o único que non engana a ningún sobre a súa presunta identidade e propósitos, porque non se disfrazo do mito da obxectividade nin do mito da neutralidade nin do mito da imparcialidade".(p.72)

**Linguaxe gráfica e proceso de reconversión tecnolóxica da prensa galega de Francisco Campos Freire.**

O deseño editorial e tratamento gráfico da prensa sufriu, nos últimos anos, unha revolución tecnolóxica que someteu ás empresas xornalísticas a profundas transformacións que fixeron abanea-las febles estruturas financeiras, xeralmente de carácter familiar, dos xornais galegos. O xornalista Francisco Campos fai un pouco de historia a través da evolución tecnolóxica dos nosos xornais desde a linotipia á informática co diario *El País* como modelo de referencia na concepción gráfica do xornal do novo réxime. Cómpre destacar da súa exposición o feito de vincula-la transformación da redacción en fábrica de periódicos, coas repercusións sociolaborais nos traballadores e coa degradación ortográfica e estilística dos propios textos xornalísticos.

Remata o estudo cunhas cantas aproximacións ó que deben se-las pautas que ha segui-lo xornal do futuro. Un xornal que terá que buscar novas fórmulas gráficas e expresivas no campo da videocultura e aproximarse a outros temas a fin de achegarse á xente nova. Dirixímonos cara o xornal sen papel; o hiperxornal onde, aproveitando as técnicas do teletexto e videotexto, o lector busque o que queira e aberto á información con texto, imaxe e voz.

En resumo e un pouco a xeito de conclusión, estamos ante un libro que trata, talvez non coa suficiente profundidade, o tema apaixonante da linguaxe nos medios de comunicación. Así e todo, é importante que se comece a falar e a tomar en consideración estes temas en Galicia; que filólogos, sociolingüistas, sociólogos, xornalistas reflexionen e profundicen sobre o fenómeno da comunicación de masas xa que a lingua do futuro, a sociedade do futuro, depende en gran parte da súa evolución. As desfeitas na lingua non poderán acabar coa comunicación nin, por tanto, co idioma pero o que non poderemos conservar será o seu correcto dominio. Como escribín nalgures, o correcto dominio do idioma é ferramenta imprescindible para xerar pensamentos correctos que cómpren para un bo pulso intelectual da sociedade. E unha sociedade máis intelixente ha ser, sen dúbida, unha sociedade máis libre.

ALBERTE GONZÁLEZ MONTAÑÉS