



Sistema de medios en gallego: realidad y transformaciones¹

Nicolás Xamardo González²; Iñaki Zabaleta Urkiola³

Recibido: 9 de mayo de 2016 / Aceptado: 18 de octubre de 2016

Resumen. En este artículo se estudia el sistema de medios en lengua gallega a principios de 2016 desde las variables de tipo de medio, propiedad, difusión, contenido y desarrollo web, aportando datos sobre su realidad, evolución a lo largo de los años y transformación. Asimismo, se calcula el volumen económico y se investiga la penetración social o peso relativo de los medios, junto con las diferencias provinciales. Por último, se argumenta la posible correlación entre medios, idioma e ideología nacionalista gallega. La perspectiva de análisis es la comunidad lingüística.

Palabras clave: Idioma minoritario; medios en lengua gallega; cibermedios; volumen económico; correlación.

[en] Galician Language Media System: reality and transformations

Abstract. This article analyses the media system in the Galician language at the beginning of 2016 along the variables of media type, ownership, reach, content and web development, providing data about its reality, growth over the years and transformation. The economic volume of the media system is calculated as well as its social penetration or relative weight, taking into account differences among provinces. Finally, it's argued a possible correlation among media, language and Galician nationalist ideology. The analysis is built around the linguistic community.

Keywords: Minority language; Galician language media; cybermedia; economic volume; correlation.

Sumario. 1. Introducción. 2. Corpus teórico. 3. Cuestiones e hipótesis de investigación. 4. Método. 5. Resultados; 5.1. Estructura de medios en gallego; 5.2. Tipo de propiedad; 5.3. Tipo de difusión; 5.4. Tipo de contenido; 5.5. Tipo de web; 5.6. Evolución de los medios; 5.6.1. Periodo 1963-1979: franquismo y posfranquismo; casi ausencia de desarrollo de medios; 5.6.2. Periodo 1980-1989: inicio de la autonomía gallega; desarrollo básico de medios; 5.6.3. Periodo 1990-2009: incremento de la conciencia gallega; importante desarrollo de medios; 5.6.4. Periodo 2010-2014: crisis económica; ajuste en el sistema de medios e impulso digital; 5.7. Volumen económico; 5.8. Penetración de los medios; 5.9. Correlación entre medios, lengua e ideología. 6. Discusión. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Xamardo González, Nicolás y Zabaleta Urkiola, Iñaki (2017): "Sistema de medios en gallego: realidad y transformaciones", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23 (1), 289-306.

¹ Este artículo se inscribe dentro del Proyecto Investigación HEKA (*Medios y Periodismo en Lenguas Minoritarias Europeas / Media and Journalism in European Minority Languages*).

² Universidad del País Vasco [UPV/EHU]

E-mail: nicolas.xamardo@ehu.es

³ Universidad del País Vasco [UPV/EHU]

E-mail: inaki.zabaleta@ehu.es

1. Introducción

Este artículo, fruto de una larga investigación iniciada a principios del siglo XXI, analiza el sistema de medios en lengua gallega en el umbral de 2016, tras ocho años de dura crisis económica y acelerada digitalización. En el mismo se muestra su estructura general desde las variables de tipo de medio, propiedad, difusión, contenido y tipología de sitios web. Asimismo, se presta atención a la distribución de los medios por provincias y la evolución en la línea del tiempo de los nacimientos, desapariciones y transformaciones de los medios en lengua gallega.

Más allá del análisis de la estructura y las variables mencionadas, adquiere especial valor la cuantificación del volumen o peso económico que representa el sistema de medios en lengua gallega. Por otro lado, un ángulo novedoso del análisis lo constituyen la incursión en los conceptos de penetración sociolingüística, por un lado, y los de correlación entre medios, lengua e ideología nacionalista gallega, por otro.

Consideramos que este estudio es importante y útil para la comunidad académica, la sociedad gallega y los responsables de la política lingüística, ya que aporta conocimiento empírico y análisis cualitativo y, además, es probablemente el primero de estas características sobre los medios en gallego, considerados un universo en sí mismo. Ello significa que la unidad de análisis es la comunidad lingüística gallega y no la comunidad social o geográfica, tal y como ocurre en otros trabajos de investigación, donde los medios en lengua gallega son parte subordinada del sistema global de medios que existen en Galicia, dominados por los medios en español.

La importancia del sistema de medios en lengua gallega y su análisis se debe encuadrar dentro de la teoría general de las funciones y roles de los medios en la sociedad y, en el caso de lenguas minoritarias, en otras adicionales de empoderamiento de la comunidad en términos de esfera y opinión públicas compartidas, construcción constante de la identidad, desarrollo del idioma, y red de relaciones.

Recordemos, por último, que Galicia tiene una población de 2'7 millones de personas y que el número de gallegoparlantes es de 2'2 millones, esto es, un 80'0% de la población (Instituto Galego de Estadística). El gallego es la lengua propia de Galicia, cooficial con el español, tal y como lo recoge Estatuto de Autonomía, aprobado en 1981.

2. Corpus teórico

En el estudio de la bibliografía académica existente en torno a los medios gallegos se observa que la unidad de análisis empleada en la mayor parte de los trabajos es de carácter geográfico o social, y no idiomática. Debido a ello, la mayoría de los estudios analizan medios gallegos en español, mayoritarios, quedando los de lengua gallega relativamente marginados.

Con respecto a las investigaciones donde la variable del idioma gallego es central, podemos mencionar la investigación de Iglesias y Merayo (1997) sobre las radios municipales. Por su parte, López García (2001) se centra en la prensa local y comarcal en gallego, señalando que la información local es un producto en alza. En el Informe sobre la Comunicación en Galicia (López García et al., 2013), publicado por el Consello da Cultura, los investigadores Gago, Pereira y López (2013) indican que, tras el cierre de medios en gallego, se produjo un vacío que repercutía tanto en la oferta lingüística

como en la presencia de determinado tipo de contenidos vinculados a la sociedad y a la cultura. Barreiro y Pérez Pena (2013) concluyen que, tras analizar (tanto a nivel periodístico como social o económico) los medios escritos en gallego que continúan y los que han desaparecido, el factor económico no es el único que explique su debilidad. El autor hace referencia también a la inexistencia de un espacio gallego de comunicación, provocado por la falta de dinamismo de la sociedad gallega.

En cuanto a los estudios en que la variable socio-geográfica es la referencia, Martínez Hermida (2001) sostiene que hacia el año 2000 había una treintena de emisoras de televisión locales en Galicia que no eran ni comunitarias ni de proximidad. Soengas Pérez (2004) analiza la importancia de la Televisión de Galicia y de la Radio Galega en la normalización y normativización del gallego. García Palmeiro (2004) postula que los medios impresos, en su mayoría, tienen un débil compromiso con la lengua gallega. Limia Fernández et al. (2006) afirman que, en los cybermedios, el uso del gallego es mayoritario en los medios de información especializada, pero que, en los medios generalistas, domina el castellano.

Los siete informes sobre la Comunicación en Galicia del Consello da Cultura Galega son relevantes para analizar la evolución de los medios en Galicia. En el último de ellos (López García et al., 2013), sus autores observan una trayectoria en la que destaca una primera etapa de fuerte crecimiento y desarrollo, hasta el cambio de siglo; una fase posterior de cierto estancamiento, con síntomas de debilidad en la estructura económica de la mayoría de las empresas y con los primeros pasos en un proceso de reorganización, y una última etapa marcada por la crisis económica que comienza en el año 2008 y que llega hasta la actualidad, con una gran pérdida de puestos de trabajo en las redacciones y recortes en todas las empresas.

Por otro lado, el análisis de un sistema de medios debe encuadrarse dentro de un marco teórico que argumente su relación con la sociedad. Así, el desarrollo de los medios en lenguas minoritarias y las políticas dedicadas a apoyarlos se fundamentan en las teorías del interés público y la esfera pública, principios de una sociedad democrática (McQuail, 2000: 142; Rogers, 1995). En este sentido, más allá de las funciones clásicas de vigilancia/información, correlación, transmisión y entretenimiento (Lippman, 1922; Siebert et al, 1956; Gans, 1979; Van Dijk, 2009; Christians et al., 2009; McQuail, 2000/1983), los *media* de las lenguas minoritarias también realizan otras tareas adicionales importantes, tales como el establecimiento de un espacio público en la propia lengua (Habermas, 1989) y la promoción de su cultura, idioma e identidad (Zabaleta et al, 2014).

Estas funciones se integran también dentro de la teoría de la vitalidad (etno)lingüística⁴ (Giles et al., 1977; Bourhis et al., 1981; Giles, 2002), instrumento conceptual con una notable historia dentro de la sociología dedicada a las lenguas y culturas minoritarias. Esta teoría, en sus inicios, empleaba tres indicadores objetivos (estatus, demografía y protección institucional) para estudiar el grado de vitalidad o desarrollo de un idioma minoritario. En el tercero, el de la protección institucional, se sitúan los medios de comunicación, la industria, los servicios gubernamentales y la política. Posteriormente, el carácter objetivo del esquema fue criticado por no incorporar factores subjetivos en el análisis de la vitalidad, llegándose a conformar una estructura de cuatro niveles: social, socio-sicológica, sicológica y comportamiento lingüísti-

⁴ En el término “etnolingüístico”, empleado por los autores citados, se puede probablemente prescindir del lexema “etno” debido a que el concepto de vitalidad se refiere a cualquier idioma minoritario.

co (Landry & Bourhis, 1997; Lanweeder, 2000). Recientemente, UNESCO (2003) aprobó un documento en el que, al tiempo que proponían una serie de medidas de acción para fortalecer los idiomas en riesgo de desaparición, establecían nueve criterios o factores para evaluar el grado de riesgo o falta de desarrollo de los idiomas: 1) transmisión intergeneracional; 2) número de hablantes; 3) proporción de hablantes en relación a la población; 4) áreas de uso del idioma; 5) situación con respecto a medios de comunicación y nuevos ámbitos sociales; 6) materiales para educación y alfabetización en el idioma; 7) políticas y actitudes institucionales y gubernativas; 8) actitudes de los miembros de la comunidad con respecto a su idioma; y 9) cantidad y calidad de la documentación y contenidos.

Los nueve factores citados no solo conciernen al progreso o retroceso de las lenguas minoritarias tomadas en sentido general, sino que inciden muy específicamente en el análisis del desarrollo de los medios de comunicación que, hoy en día, además, se ven afectados por un doble proceso de crisis (digitalización y economía).

Esta transformación entrelazada que están sufriendo los medios, tanto en lenguas mayoritarias como minoritarias (Oriella, 2011; Starr, 2012; Zabaleta et al., 2015 Clave), tiene también su impacto en los medios en gallego, que, además, se ven afectados por una cierta debilidad y falta de dinamismo en la sociedad gallega, tal y como indican algunos autores (Barreiro y Pérez Pena, 2013).

3. Cuestiones e hipótesis de investigación

Puesto que probablemente es el primer trabajo exhaustivo y general en torno al sistema de medios en gallego, predominan las cuestiones de investigación. He aquí, por tanto, cuatro cuestiones y una hipótesis.

1. ¿Cuál es la estructura del sistema de medios en lengua gallega en función de las variables de tipo de medio, propiedad, difusión, contenido y sitio de web?
2. ¿Cómo ha sido la evolución en el nacimiento de los medios en lengua gallega?
3. ¿Cuál es el volumen económico del sistema de medios en lengua gallega?
4. ¿Cuáles son los grados de peso relativo o penetración social y lingüística?
5. Hipótesis: se considera que, en las provincias gallegas, existe una correlación equivalente (similitud de porcentajes) entre el porcentaje de medios en gallego por un lado y los porcentajes de hablantes y de nacionalistas gallegos por otro.

4. Método

En esta investigación no se ha empleado ninguna muestra, sino que se ha hecho un trabajo de campo exhaustivo y arduo para acotar y codificar todo el censo de medios en lengua propia en la comunidad gallega. Con respecto al periodo de análisis, los datos del sistema de medios han sido actualizados a enero de 2016 y los del volumen económico al balance anual de 2014.

Las técnicas empleadas han sido visitas a los medios, entrevistas, llamadas telefónicas, correos electrónicos, redes sociales y búsqueda y uso de todo tipo de fuentes, incluyendo informes y balances de la empresas periodísticas.

La unidad de análisis es el medio de comunicación monolingüe, definido operativamente como aquel medio que tiene un 70% o más del contenido en el idioma propio.

La variable de tipo de medio se ha dividido en medios tradicionales, en los que se encuadran la prensa escrita, radio y televisión, y los cibermedios, definidos como aquellos medios que solo existen en línea (*online*) y por tanto no son complementarios o asociados a un medio tradicional.

La variable de propiedad se refiere a la naturaleza de la empresa periodística: privada, o con ánimo de lucro; pública o gestionada por una institución pública; y social, referida a aquellos medios que pertenecen a organizaciones sin ánimo de lucro.

La variable de difusión se clasificó en dos categorías: medios de difusión general, dirigida a aquellos medios cuya distribución alcanza a la comunidad lingüística o política; y medios locales, cuando la difusión solo alcanza poblaciones, comarcas y provincias. En cualquier caso, debido a que los cibermedios permiten una capacidad tecnológica de acceso casi global, desde cualquier punto del planeta (aunque sin olvidar el potencial factor del geobloqueo), el término “difusión”, en tanto que distribución del contenido, no resulta adecuado para los medios digitales o sitios web periodísticos. Ante ello, consideramos que el concepto de “topos”, entendido en su cruzada vertiente de “lugar común” (espacial) y “tema básico” (contenido), encaja perfectamente para explicar y describir que bastantes cibermedios informan y su labor periodística se concentra fundamentalmente en el espacio físico de su comunidad local y en asuntos concernientes a la misma. Así, tales cibermedios se codifican como de difusión/topos local.

El volumen económico, uno de los conceptos investigados en este artículo, se emplea para tasar en millones de euros el peso económico del sistema de medios en lengua gallega. Este valor puede servir como referencia para conocer su impacto económico e investigar su evolución en diferentes periodos, así como para comparar con el volumen de los medios en lengua española.

Operativamente, se ha calculado sumando el total de ingresos anuales obtenidos por todos los medios de comunicación en lengua gallega (censo completo, y no muestra) a través de sus fuentes de financiación (publicidad, ventas y suscripciones, ayudas públicas y/o otros tipos de ingresos). Para ello se ha llevado a cabo un intenso trabajo de petición del balance anual de ingresos a cada medio. El año de referencia ha sido 2014.

La penetración o peso relativo del sistema de medios en lengua gallega es otro concepto que tiene gran importancia para medir el grado de presencia de los medios en una sociedad. Esta penetración, en el caso de idiomas minoritarios, puede estudiarse desde dos perspectivas: penetración social y lingüística. La primera corresponde a la penetración social de los medios con respecto a toda la población y se calcula dividiendo el número de habitantes por el número total de medios. La segunda trata de la penetración que denominaríamos lingüística, ya que se obtiene dividiendo el número de hablantes por el número de medios. El resultado de ambos nos permite conocer el promedio de habitantes o hablantes que son teóricamente “servidos” por cada medio. Ambos parámetros se encuadran en los criterios segundo y tercero del listado establecido por el comité de la UNESCO en 2003, ya mencionado.

Pero en este artículo también se desea explorar de modo preliminar y cuantitativo el grado de correspondencia o correlación que puede haber entre los medios, la lengua y la ideología política. Esta comparativa se enmarcaría en los criterios segundo

y séptimo del catálogo establecido por el comité de la UNESCO, referidos al nº de hablantes y a las políticas y actitudes institucionales y gubernativas respectivamente. De hecho, consideramos que la mayoría de los factores y criterios enumerados anteriormente para analizar y potenciar la vitalidad y el desarrollo de idiomas minoritarios también son probablemente válidos para investigar y desarrollar los medios de comunicación.

La correlación entre idioma y medios se ha operacionalizado calculando los porcentajes de hablantes y de medios en cada provincia con respecto a los totales de Galicia y, seguidamente, observando sus diferencias. Si en una provincia el porcentaje de hablantes es alto pero su porcentaje de medios en gallego es notablemente inferior, este resultado se interpreta en el sentido de que la correlación es aparentemente negativa para los medios; esto es, que hay menos medios en gallego que los que podría esperarse teniendo en cuenta el superior porcentaje de hablantes. La argumentación que subyace, sostenida por la teoría de la vitalidad lingüística, consiste en que un alto número de hablantes permite hipotetizar un desarrollo significativo de medios en lengua propia, motivado por una esperable demanda de contenidos en el idioma propio. Esta hipótesis se podría aplicar también en las provincias, circunscripciones administrativas que en el estado español tienen fuertes raíces sociopolíticas y de identidad.

La correlación entre ideología y medios se ha elaborado contrastando el nacionalismo gallego⁵ con el sistema de medios en gallego. De manera equivalente a la empleada para el cálculo entre idioma y medios, en este caso se han obtenido los porcentajes del voto nacionalista (elecciones autonómicas de 2012) y de los medios en gallego en cada provincia en relación con los totales de Galicia. Posteriormente, se ha realizado la substracción entre dichos valores. La evaluación de las diferencias, si existen y son significativas, permitiría colegir el tipo de correlación o correspondencia. Por ejemplo, si en una provincia el porcentaje del voto nacionalista gallego es alto, pero el porcentaje de medios en gallego es acentuadamente inferior, se podría afirmar que no existe correlación aparente entre nacionalismo gallego y desarrollo de medios en gallego. El razonamiento que soporta dicha interpretación se deriva del hecho de que el nacionalismo de los países y naciones sin estado, en este caso gallego, reivindica en su ideario y acción política la defensa y desarrollo del idioma propio y sus medios de comunicación (Bloque Nacionalista Galego BNG, 2016).

Con el fin de evitar algún potencial artefacto causado por una hipotética alta o baja densidad de hablantes o nacionalistas gallegos en alguna provincia, desviándose sus valores de las demás, se ha hecho una comprobación calculando la densidad intraprovincial; esto es, el porcentaje de hablantes y nacionalistas gallegos dentro de cada provincia. Si los valores entre las diversas provincias no divergen significativamente, se considera que no hay distorsión en los porcentajes de densidad intraprovincial.

La correlación del idioma y la ideología con el sistema de medios en gallego es una constatación estadística que abre diversas posibilidades a la interpretación discursiva. Ciertamente, no se puede hablar en términos de causalidad, ya que, además de la ideología política y de la población de hablantes, otros factores pueden también intervenir y ser importantes en el desarrollo de medios en lengua minoritaria.

⁵ Voto nacionalista de los grupos políticos Bloque Nacionalista Gallego y ANOVA-Irmandade Nacionalista.

5. Resultados

Los resultados de este trabajo se desglosan en varios apartados: estructura de los medios según diversas variables y su distribución por provincias, presencia en internet, volumen económico, penetración social y correlación de medios, idioma e ideología.

5.1. Estructura de medios en gallego

El sistema de medios en lengua gallega está compuesto por 60 medios, tal y como se señala en la tabla adjunta. Analizados por categorías, existen 28 radios (46,7%); 16 cibermedios (26,7%); 15 medios de prensa escrita (25,0%) y, finalmente, un solo canal de televisión (1,7%).

Tabla 1. Estructura de los medios en gallego, 2016. Elaboración propia. Fecha de actualización: enero de 2016. (*): cibermedio definido como todo medio digital en línea (online) que no tiene correspondencia con o es complementario a un medio tradicional (prensa, radio, TV)

	Prensa	Radio	TV	Ciberm. (*)	Total	Prensa	Radio	TV	Ciberm.	Total	%
A Coruña	9	13	1	12	35	25,7%	37,1%	2,9%	34,3%	100%	60,3%
Pontevedra	4	7	0	2	13	30,8%	53,8%	0,0%	15,4%	100%	20,6%
Lugo	1	7	0	2	10	10,0%	70,0%	0,0%	20,0%	100%	15,9%
Ourense	1	1	0	0	2	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100%	3,2%
Total	15	28	1	16	60	25,0%	46,7%	1,7%	26,7%	100%	100,0%

Con respecto a los denominados medios principales; esto es, aquellos medios que constituyen la columna vertebral de cualquier sistema mediático (diarios, semanarios, radios, televisiones y cibermedios de difusión y contenido general), el sistema de medios en gallego cuenta con once medios principales: un semanario en papel, una radio, una televisión y ocho cibermedios de información general y frecuencia diaria o semanal. Pero se advierte la ausencia de un periódico diario impreso.

Mirando a la distribución provincial, más de la mitad de los medios se encuentran en A Coruña (60,3%; 35 medios) y más concretamente en Santiago de Compostela. En segundo lugar, se sitúa Pontevedra (20,6%; 13 medios); Lugo en tercer lugar (15,9%; 10 medios); y Ourense en cuarto y último (3,2%; 2 medios). Por último, conviene observar que en Lugo, Ourense y Pontevedra no hay televisión en gallego, ni local ni general.

5.2. Tipo de propiedad

El 43,3% de los medios en gallego son públicos (26 medios); el 36,7% privados, propiedad de empresas periodísticas con ánimo de lucro (22 medios); y el 20,0% de asociaciones sociales sin ánimo de lucro (12 medios).

Desde la perspectiva del tipo de medio (Tabla nº 2) observamos que la inmensa mayoría de los canales de radio (85,7%) y el único canal de televisión (TV Galega) son de propiedad pública. En el caso de la radio hay 24 radios municipales públicas.

Con respecto a la prensa, la mayor parte es de propiedad privada (66,7%) y el resto de organizaciones sin ánimo de lucro (33,3%). En el sector de los cybermedios, los valores son similares; esto es, predominio de la propiedad privada (56,3%) sobre la propiedad social (37,5%).

Enfocando la investigación a la distribución de la propiedad de los medios por provincias, el porcentaje de medios de propiedad pública es similar en las cuatro provincias, entre el 38,5% de Pontevedra y el 50,0% de Lugo y Ourense. En medio está A Coruña con un 42,9%.

Tabla 2. Estructura de los medios según la variable de propiedad (2016). Elaboración propia.

	pública	privada	social	Total N°	pública	privada	social	Total %
prensa	0	10	5	15	0,0%	66,7%	33,3%	100,0%
radio	24	3	1	28	85,7%	10,7%	3,6%	100,0%
tv	1	0	0	1	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
cibermedio	1	9	6	16	6,3%	56,3%	37,5%	100,0%
Total general	26	22	12	60	43,3%	36,7%	20,0%	100,0%

Los medios de propiedad privada alcanzan el 53,8% en Pontevedra; el 50,0% en Ourense; el 40,0% en Lugo; y solo el 28,6% en A Coruña. Por último, los de propiedad social tienen valores escasos en las cuatro provincias: 28,6% en A Coruña, 10% en Lugo, 7,7% en Pontevedra y 0% en Ourense.

5.3. Tipo de difusión

En el sistema de medios en lengua gallega, casi dos de cada tres medios (63,3%, 38 medios), son de distribución local. Pero es necesario analizar cada sector para acotar las diferencias existentes.

En la radio las emisoras de carácter local son abrumadoramente mayoritarias (92,9%, 26 emisoras), con la excepción de Radio Galega, de la corporación autonómica pública RTVG, que es de difusión general. Pero este patrón de mayoría de medios locales, se rompe en la prensa escrita, donde dos terceras partes de los periódicos/revistas existentes son de difusión general (66,7%, 10 medios); resultado que difiere absolutamente del promedio europeo.

En lo que concierne a los cybermedios, la distribución es similar: un 56,3% (9 cybermedios) son de difusión general, mientras que el 43,8% (7 plataformas periodísticas) tienen su topos en un ámbito local. El único canal de TV, perteneciente a RTVG, es de difusión general.

Tabla 3. Estructura de los medios según la variable de difusión/topos (2016). Elaboración propia.

	local	general	Total N°	local	general	Total %
prensa	5	10	15	33,3%	66,7%	100,0%
radio	26	2	28	92,9%	7,1%	100,0%
tv	0	1	1	0,0%	100,0%	100,0%
cibermedio	7	9	16	43,8%	56,3%	100,0%
Total general	38	22	60	63,3%	36,7%	100,0%

Analizando la difusión de los medios por provincias, constatamos que A Coruña, la provincia donde están ubicados más de la mitad de los medios en gallego, tiene una estructura equilibrada de medios de difusión general (54,3%) y local (45,7%). En el resto de provincias, en cambio, los medios locales son los más numerosos: 84,6% en Pontevedra, 90,0% en Lugo y 100,0% en Ourense.

En cuanto a la prensa local, se pueden mencionar algunas cabeceras de topos comarcal y periodicidad mensual: *Terra Chá, Xa!*, comarca de la Terra Chá lucense; *O Sil, ano 2000*, en la comarca ourensana de Valdeorras; *O Periódico de Lalín e Comarca*, comarca del Deza, Pontevedra; y *Novas do Eixo Atlántico*, comarcas de O Condado, Baixo Miño, Val Miñor y Paradanta, también en Pontevedra.

Por otro lado, la ausencia de medios de difusión general en Ourense muestra un desequilibrio preocupante en el sistema de medios en gallego.

5.4. Tipo de contenido

En el sistema de medios en gallego el 88,3% de los medios son de información general y el 11,7% de contenido especializado (cultura, lengua, ecología, etc.). En resumen, 53 medios difunden contenidos generales y siete especializado.

Entre los medios de información especializada nos encontramos con que la prensa, con cinco cabeceras, destaca tanto en número como en diversidad. A continuación, vienen la radio y los cybermedios, con un medio cada uno.

Es de subrayar que no existe un canal de televisión con contenido especializado en Galicia, a diferencia, por ejemplo, del sistema de medios en euskera, donde hay un canal infantil público (ETB3), perteneciente al ente público EITB.

Entre los medios dedicados a la lengua y cultura gallegas tenemos las revistas *A Trabe de Ouro* y *Grial*, y el cybermedio *El Portal Galego da Lingua*. En el área de ecología existen la revista *Cerna* y la emisora *Radio Cerna*; sobre feminismo, *Andaina*; y sobre derechos humanos se pueden informar en el cybermedio *Esculca*.

Con respecto a la ubicación provincial de estos medios especializados, nuevamente constatamos el predominio de la provincia de A Coruña, y más concretamente Santiago de Compostela, como sede editorial. En ella se publican cinco medios especializados y los otros dos en Vigo y Lugo. Es de destacar la ausencia de medios de naturaleza especializada en Ourense.

5.5. Tipo de web

Si analizamos la tipología de los sitios web de todos los medios en gallego (incluyendo prensa escrita, radio, televisión y cybermedios), descubrimos que el 78% de los mismos (47 medios) cuentan con una plataforma web donde, además de la información corporativa, publican un servicio de noticias actualizadas regularmente. El 20% (12 medios) cuenta con un simple sitio web que solo contiene información del propio medio tradicional pero sin servicio de noticias; y solo un medio, Radio Quiroga de Lugo, no tiene una página web.

Analizando cada sector del sistema de medios de modo diferenciado, se observa que en la prensa escrita el 60% de los periódicos y revistas tienen una página web con servicio de noticias actualizado regularmente, un porcentaje notablemente bajo, y el 20% ofrecen un sitio web simple, sin noticias.

La única televisión en gallego cuenta con una plataforma web de información periodística. En el sector de la radio, el 75% de ellas (21 emisoras) han desarrollado sitios web completos, con servicio de noticias actualizadas; el 21% (6 emisoras), en cambio, cuentan con una web simple; y una emisora, que representa el 4%, no cuenta con ningún sitio web, como hemos apuntado. Evidentemente, todos los cibermedios son por naturaleza sitios web con un servicio de información periodística.

5.6. Evolución de los medios

Los medios de comunicación surgen, se transforman y desaparecen como en cualquier otra actividad económica y cultural, por lo que es importante trazar su recorrido cronológico con el objeto de profundizar en su evolución y características (Véase la tabla). En el caso del sistema de medios en lengua gallega, el estudio de su evolución y desarrollo desde los inicios de la década de 1960 nos permite inferir cuatro periodos de desarrollo: 1963-1979, franquismo y postfranquismo; 1980-1989, autonomía política; 1990-2009, conciencia gallega y optimismo; y 2010-2014, crisis económica y digitalización.

Tabla 4. Cronograma de desarrollo de medios (1963-2015). Elaboración propia.

*Desap. equivale a medios que desaparecieron. **Transf. significa que tales medios se transformaron, como por ejemplo, pasando de prensa escrita a cibermedio.

	1963-1979		1980-1989		1990-2009				2010-2014 y 2015		Total
	1963-74	1975-79	1980-84	1985-89	1990-94	1995-99	2000-04	2005-09	2010-14	2015	
Nacidos	1	2	7	5	12	15	14	13	10	1	80
Desap.*								10	8		18
Transf.**									3		3

5.6.1. Periodo 1963-1979: franquismo y posfranquismo; casi ausencia de desarrollo de medios

En este periodo de 17 años solo nacieron tres medios. En 1963 surgió la revista cultural *Grial*. Recordemos que *Cadernos Grial*, la antecesora de *Grial*, comenzó a publicarse en 1951 y pronto fue prohibida por la administración franquista. En 1977, muerto Franco, comenzó a publicarse la revista *Encrucillada: Revista Galega de Pensamento Cristián*, en Santiago de Compostela, vinculada a los sectores progresistas de la Iglesia y de propiedad social. Ese mismo año de 1977 reinició su andadura *A Nosa Terra* (nacida en 1907 y clausurada tras la guerra civil) hasta cerrarse definitivamente en 2010, sobre todo por motivos económicos.

5.6.2. Periodo 1980-1989: inicio de la autonomía gallega; desarrollo básico de medios

Durante esta década hubo un notable auge del movimiento en defensa de la lengua gallega, reforzado con la aprobación del Estatuto de Autonomía y la creación de A Xunta de Galicia en 1981. Como consecuencia y/o parte del mismo, se fundaron diez nuevos medios. En 1980 nació radio *Oleiros*, la primera emisora pública, mu-

nicipal. En 1983 nace el periódico mensual *A Voz de Vilalba*, convertido a partir de 2008 en un medio digital del mismo nombre. En 1984 comienzan su emisión *Radio Galega*, integrada en la Corporación de Radio y Televisión de Galicia, y *Radio Fene*, sede también de la red de emisoras municipales gallegas (Radiofusión). En 1985 se crea la única televisión pública gallega, *Televisión Galega*. En 1987 fundan *Radio Neria*, emisora municipal de Corcubiión, decana de las emisoras de la Costa da Morte.

5.6.3. Periodo 1990-2009: incremento de la conciencia gallega; importante desarrollo de medios

Durante estas dos décadas, divididas en lustros (véase la tabla), surgen la mayoría de los medios que actualmente sirven a los gallegoparlantes. Más en concreto, 42 de los 80 medios que nacieron entre 1963 y 2015 lo hicieron en este tiempo. Además, el ritmo fue similar para cada lustro; esto es, entre 12 y 15 medios. Particularizando algo más los datos, observamos que hubo una serie de años en los que el nacimiento de medios fue superior al resto. Nos referimos al trienio 1993-1995, bienio 2002-2003 y trienio 2005-2007, con una tasa de prácticamente cinco nuevos medios en cada uno de los años incluidos en esas franjas. Ahora bien, con respecto al cierre de medios, en 2008 desaparecieron ocho de ellos, dentro de un complejo proceso de ajustes y acomodación a la nueva situación tecnológica y de reducción de ayudas. En 2009 solo murió un medio. En cualquier caso, durante este amplio periodo de dos décadas, las radios municipales, una característica propia y diferencial del sistema de medios en gallego, reciben un fuerte impulso. En 2001 nace *Galicia Hoxe*, diario que subsiste en papel hasta 2011, año en que se transforma en cibermedio debido a los recortes en las ayudas económicas de la Xunta de Galicia. En 2003 comienza a editarse el periódico comarcal mensual *Terra Chá, Xa!* (Vilalba, Lugo). En 2009, en Santiago, nace el cibermedio *Galicia Confidencial*.

5.6.4. Periodo 2010-2014: crisis económica; ajuste en el sistema de medios e impulso digital

En este quinquenio de la crisis económica y la digitalización nacieron 10 medios, desaparecieron 8 y se transformaron 3; esto es, pasaron de medio tradicional (prensa, radio) a cibermedio. Algunos de los nuevos medios, sin ayudas de la Xunta, han tenido que buscar nuevas modos de financiación, especialmente de naturaleza colaborativa. En 2013, en Pontearreas (Pontevedra), comienza su andadura *A Nova Peneira*, periódico comarcal, mensual, tras el cierre, por falta de ayudas públicas, de su predecesor, *A Peneira*.

Por último, en 2015, inicio del nuevo quinquenio 2015-2019, nace en Pontearreas (Pontevedra) el periódico mensual, comarcal, *Novas do Eixo Atlántico*.

5.7. Volumen económico

En el año 2014, el volumen económico del sistema de medios en gallego era de algo más de cien millones de euros. Más en concreto, el ingreso anual acumulado de todos los medios monolingües en el idioma gallego fue de 100.835.317 euros, una cifra importante que cuantifica su impacto económico en la sociedad gallega. Pero dicha

cantidad no tiene una distribución equilibrada entre los diversos sectores, ya que casi todo el dinero, el 85,8% (86,56 millones de euros) en concreto, corresponde al único canal de televisión en gallego; el 12,1% (12,23 millones de euros) a las emisoras de radio; el 1,4% (1,40 millones de euros) al creciente sector de los cibermedios; y sólo el 0,6% (0,63 millones de euros) a la prensa escrita.

Si analizamos el volumen económico desde la variable de la propiedad de los medios, el resultado es todavía más categórico: el 97,8% (98,63 millones de euros) corresponde a los ingresos anuales de los medios de propiedad pública; el 2,0% (2,01 millones de euros) a los de propiedad privada; y el 0,2% (0,19 millones de euros) a los medios de propiedad social, sin ánimo de lucro. Sin duda, los ingresos anuales que tienen los medios privados y sociales son muy escasos.

5.8. Penetración o peso relativo

A nivel de toda Galicia, la penetración social de los medios, o peso relativo, entendida como el cociente entre el número de habitantes (2.78 millones) y el número total de medios en gallego (60), es de 46.417 habitantes por cada medio en gallego. En cuanto a la penetración lingüística, el promedio es de 24.622 gallegohablantes para cada medio en lengua gallega, valor calculado dividiendo el número de hablantes en toda Galicia (1,47 millones) con los 60 medios en lengua gallega.

Concentrándonos en la penetración lingüística por provincias, resulta significativo comprobar que, en cuanto a los medios en gallego editados o publicados en A Coruña y Ourense, el promedio es de un medio para cerca de veinte mil hablantes; más específicamente, 18.889 gallegoparlantes por cada medio publicado en A Coruña y 20.115 en el caso de Ourense. En cambio, en Pontevedra el número sube hasta 33.035 hablantes por cada medio editado en dicha provincia y hasta la exagerada cifra de 92.791 gallegohablantes en Lugo⁶.

Por tanto, la conclusión más evidente es que en A Coruña y Ourense, dentro de las mencionadas limitaciones de todo el sistema de medios, son las provincias donde sus gallegohablantes tienen una mejor oferta de medios en su idioma; mientras que en Pontevedra la situación empeora y en Lugo ésta sobrepasa toda expectativa negativa, ya que solo se publican y editan dos medios en gallego para servir a sus 185.581 gallegohablantes.

5.9. Correlación entre medios, lengua e ideología

Con respecto a la correlación entre medios y lengua, hemos argumentado en la sección de metodología que, teniendo en cuenta la potencial adhesión comunitaria que todavía proporcionan las provincias, el hecho de que haya muchos hablantes en una de tales unidades administrativo-políticas permite apuntar que también puede haber un razonable número de medios editados en la misma circunscripción, siempre que la “densidad lingüística intraprovincial” (porcentaje de hablantes con respecto al

⁶ En A Coruña hay 661.119 hablantes y se publican 35 medios en gallego; en Pontevedra, 429.459 y 13; en Ourense, 201.148 y 10; en Lugo, 185.581 hablantes y 2 medios en gallego. Fuentes: Instituto Gallego de Estadística. [http://www.ige.eu/igebdt/esqv.jsp?ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&COD=2951&R=9912\[15\];0\[0\]&C=1\[0\];2\[2013\]&F=&S=&SCF=](http://www.ige.eu/igebdt/esqv.jsp?ruta=verTabla.jsp?OP=1&B=1&M=&COD=2951&R=9912[15];0[0]&C=1[0];2[2013]&F=&S=&SCF=) [fecha de consulta: 19 de abril de 2016]

total de población de la provincia) no sea baja, artefacto distorsionador que no se da en Galicia donde la densidad lingüística en cada provincia es alta, alrededor del 50%.

Como indica la tabla, observamos que la correlación entre porcentaje de hablantes y de medios no es uniforme o equilibrada. Así, en A Coruña el porcentaje de medios es del 58,3% con respecto al total de medios de Galicia, pero su porcentaje de hablantes es del 44,8%, lo que supone una diferencia del 13,6% favorable a los medios. Ello indica que el peso de A Coruña en el sistema de medios en gallego es notablemente superior a su porcentaje de hablantes. Por tanto, la hipótesis establecida no se cumple. En Pontevedra y Lugo la hipótesis de correlación también decae, pero con signo contrario, ya que el porcentaje de medios es inferior al de hablantes (—7,4% y —9,2% respectivamente), lo que significa que su aportación al sistema de medios en gallego es inferior en cerca de diez puntos porcentuales al que cabría esperar para su amplia comunidad de gallegoparlantes. Por último, en el caso de Ourense el porcentaje de hablantes y de medios es muy similar, por lo que consideramos que existe una correlación proporcional.

Tabla 5. Correlación entre medios, lengua e ideología. Elaboración propia. Datos población de 2014; nº de medios en 20015; nº de hablantes en 2013; censo y nº de votos nacionalistas gallegos en elecciones autonómicas de 2012

	A Coruña	Pontevedra	Ourense	Lugo	Total
Población	1.145.000	950.000	355.000	335.000	2.785.000
Censo elecciones	981.974	805.000	305.585	283.608	2.376.167
Nº medios	35	13	10	2	60
Nº hablantes	661.119	429.459	201.148	185.581	1.477.307
Nº votos nacionalistas gallegos	151.507	128.451	36.034	29.498	345.490
Porcentajes					
Distrib. medios (%)	58,3	21,7	16,7	3,3	100,0
Distrib. hablantes (%)	44,8	29,1	13,6	12,6	100,0
Distrib. nacionalistas (%)	43,9	37,2	10,4	8,5	100,0
Densidades intraprovinciales					
Densidad lingüística	58%	45%	57%	55%	53%
Densidad nacionalista	15%	16%	12%	10%	15%
Correlaciones					
Diferencia entre % medios y % hablantes	13,6	—7,4	3,1	—9,2	0,0
Diferencia entre % medios y % nacionalistas	14,5	—15,5	6,2	—5,2	0,0

Con respecto a la correlación entre medios e ideología, operativamente definida esta última como voto nacionalista gallego en las elecciones autonómicas de 2012, nuevamente comprobamos que en la provincia de A Coruña el porcentaje de medios (58,3%) es superior al porcentaje de voto nacionalista gallego (43,9%), lo que resulta en una diferencia significativa del 14,5%. Por tanto, la hipótesis establecida de

correspondencia equilibrada no se cumple ya que en A Coruña se editan más medios en gallego que lo que se podría esperar de su porcentaje de voto nacionalista gallego. En el caso de Pontevedra tampoco se cumple la hipótesis, pero por una razón contraria, ya que la correspondencia es claramente negativa ($-15,5\%$); esto es, que el porcentaje de medios ($21,7\%$ del total) es quince puntos porcentuales inferior al del porcentaje de voto nacionalista gallego ($37,2\%$). Finalmente, en Ourense y Lugo las diferencias entre medios e ideología son relativamente pequeñas ($6,2\%$ y $-5,2\%$ respectivamente), por lo que no es aventurado afirmar que la correlación es aproximadamente equilibrada. De todas formas, conviene recordar que la densidad nacionalista intraprovincial es baja, ya que entre el 10% y el 15% del censo de cada provincia es nacionalista gallego.

6. Discusión

El sistema de medios en lengua gallega se diferencia marcadamente de la estructura de medios existente a nivel europeo⁷ y, específicamente, de los sistemas de medios en lengua vasca y catalana (Zabaleta et al., 2014). Las diferencias más notables se dan en el tipo de medio, difusión y penetración sociolingüística, pero no tanto en el tipo de propiedad.

Mientras en el sistema gallego la radio (la mayoría, emisoras municipales públicas) representa casi la mitad y la prensa escrita solo un cuarto, en el marco europeo el orden es casi inverso: la prensa en papel supone la mitad de todos los medios y la radio solo un tercio. Asimismo, las diferencias también son notables en televisión.

El bajo porcentaje de la prensa escrita en gallego se acentúa ante la falta de un periódico diario para un público lector potencial de 1,4 millones de gallegoparlantes. La desaparición en 2011 del único diario impreso en gallego, *Galicia Hoxe*, supuso una pérdida importante.

En cuanto a la variable de la difusión, el porcentaje de medios locales en gallego es cerca de quince puntos porcentuales inferior al existente en el marco europeo, lo que indicaría una evidente escasez de medios de alcance comarcal.

La tercera variable contrapuesta es la de la penetración social y lingüística. Mientras a nivel de lenguas minoritarias europeas existe un medio en lengua propia por cada 12.117 hablantes, en el caso gallego esta cifra es más del doble (24.622 gallegohablantes por medio). Por provincias la situación de escasez de medios es grave en Pontevedra (33.035 hablantes/medio) y dramáticamente baja en Lugo (92.791 hablantes/medio).

El nivel de penetración mencionado está estrechamente relacionado con el lugar de edición del medio. Debido a ello, el desequilibrio territorial del sistema gallego se entiende mejor al comprobar que seis de cada diez medios se publican o tienen su sede en A Coruña; y prácticamente tres de diez lo hacen en Santiago de Compostela. Este hecho, que está indudablemente relacionado con el papel político, cultural y simbólico que desempeña esta ciudad para toda Galicia, supone un importante desequilibrio para el sistema de medios en gallego. Este contraste se acentúa si tenemos

⁷ Total de sistemas de medios en lenguas vasca, gallega, catalana, bretona, corsa, frisía, irlandesa, galesa, gaélico-escocesa y sámi.

en cuenta la tradición periodística de la ciudad de Vigo, que cuenta con un periódico referencial en Galicia, el *Faro de Vigo*, decano de la prensa española.

En cuanto a la propiedad de los medios, los valores del sistema gallego son similares a los existentes en el total de las diez lenguas minoritarias europeas. La única diferencia reseñable se encuentra en la propiedad social, en la que el sistema gallego tiene un 10% menos, lo que se puede interpretar como una cierta debilidad de los movimientos y organizaciones sociales sin ánimo de lucro dedicados al desarrollo de medios y defensa del idioma.

Ahora bien, donde el sistema de medios en gallego se encuentra fuerte es en su presencia en internet, ya que más de tres cuartas partes de los medios tradicionales tienen sitios web con servicio actualizado de noticias y, además, el número de cibermedios ha tenido un gran incremento en el último quinquenio.

Por otro lado, una mirada crítica al volumen económico hace aflorar otro factor de debilidad. Ciertamente, el hecho de que, de los 100,8 millones de euros de ingresos anuales de todos los medios en gallego, la mayor parte del dinero (86,5 millones de euros) se dedique al único canal de televisión existente, y que entre la prensa escrita y los cibermedios solo sumen unos ingresos anuales de dos millones de euros (2% de ingresos del total), indica, probablemente, un desequilibrio desmesurado. Además, si incluimos los ingresos de las radios municipales públicas, constatamos que los ingresos de los medios de propiedad pública (televisión y radio) alcanzan 98,6 millones de euros; esto es, la dependencia en el dinero público y en los medios públicos es casi total, lo que puede ser muy oneroso para el conjunto del sistema de medios en gallego y perjudicial para un desarrollo variado y equilibrado.

En esta crítica se debería subrayar la preocupante política de ayudas de la Xunta, que, si bien ha suprimido estas para los medios en lengua propia, sigue inyectando cifras millonarias a la prensa en español que se edita en Galicia (Redacción de Praza Pública, 2015). Ante esta situación, considerada discriminatoria, los medios en lengua gallega se han organizado y han llevado a cabo diversas protestas, campañas e incluso una iniciativa legislativa al Parlamento gallego para regular la publicidad institucional, que fue rechazada por el Partido Popular de Galicia (Asociación de Medios en Galego 2015).

Por tanto, podemos concluir que, para tener un sistema de medios equilibrado y que mejor sirviera las necesidades informativas de la sociedad gallega y en gallego, sería muy importante que: (1) el volumen económico; esto es, la financiación, se distribuyera de modo más equilibrado entre la prensa, la radio, la televisión y los cibermedios; (2) las ayudas públicas se incrementaran notablemente para todos los sectores, y en especial para los medios de propiedad privada y social; (3) el desequilibrio interprovincial se redujera por medio de la creación de medios en las provincias con una penetración reducida de medios en gallego; (4) se pusiera también especial atención al desarrollo de nuevos medios impresos de ámbito local o comarcal, incluso ahora que internet se está imponiendo, ya que en comunidades con lenguas minoritarias como Gales, los *Papurau Bro* o prensa local de frecuencia mensual, mantienen una importante presencia en la comunidad (Zabaleta, Ferre-Pavia, Gutiérrez, Fernández, & Xamardo, 2014); asimismo, en diversas partes del Reino Unido están surgiendo con éxito nuevos periódicos locales⁸.

⁸ Véase <www.holdthefrontpage.co.uk/2010/news/three-new-community-newspapers-hit-the-streets/> y <www.holdthefrontpage.co.uk/2016/news/independent-publisher-launches-new-bilingual-weekly/>.

Finalmente, con respecto a la hipótesis de la correlación entre medios, idioma e ideoloxía, concluímos que a provincia de A Coruña ten un peso en o sistema de medios significativamente superior ao de seus porcentaxes de falantes e nacionalistas galegos. Ello significa que hai outros factores, máis allá do idioma e a ideoloxía nacionalista, que potencian o desenvolvemento de medios en galego en dita provincia, como, por exemplo, a centralidade política, cultural e universitaria de Santiago.

En Pontevedra e Lugo ocorre o contrario, xa que as aportacións ao sistema de medios en galego son inferiores a seus porcentaxes de falantes e de nacionalistas, aínda que estas correlacións negativas son máis acentuadas en Pontevedra. Ourense mostra un equilibrio en ambas correlacións.

7. Referencias bibliográficas

- Asociación de Medios en Galego [AMEGA] (2015): “AMEGA denuncia a exclusión de medios en galego das axudas institucionais”. En: <http://vitaminasparaogalego.blogspot.com.es/2015/02/amega-denuncia-exclusion-de-medios-en.html> [Consulta: 21 de enero de 2016].
- Barreiro, Manuel y Pérez Pena, Marcos (2013): “Hai sociedade para os medios en galego?”. *A comunicación en Galicia 2013*. Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, pp. 237-242.
- Bloque Nacionalista Galego BNG (2016): XV Asemblea Nacional do BNG: Autoorganización, Autogoberno, Autodeterminación. A Coruña. <http://bng.gal/>. [Consulta: 22 de marzo de 2016].
- Bourhis, Richard Yvon; Howard, Giles & Rosenthal, Doreen (1981): “Notes on the construction of a subjective vitality questionnaire for ethnolinguistic groups”. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 2 (2), 145-155.
- Christians, Clifford G.; Glasser, Theodore L.; Mcquail, Dennis; Nordenstreng, Kaarle; and White, Robert A. (2009): *Normative theories of the media: Journalism in democratic societies*. Urbana, IL. University of Illinois Press.
- Dijk, Teun a. van (2009): “News, discourse and ideology”. En Wahl-Jorgensen K. y Hanitzsch (eds): *The Handbook of Journalism Studies*. Abingdon, Oxon, Routledge, pp. 191-204.
- Gago, Manuel; Pereira, Xosé; López, Xosé (2013): “A internet e as tecnoloxías da información”. *A comunicación en Galicia 2013*. Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, pp. 135-147.
- Gans, Herbert (1979): *Deciding What's News*. New York, Random House.
- García Palmeiro, Xosé María (2004): «A prensa en Galicia». *A importancia dos medios de comunicación propios na sociedade mundializada*. Actas das XII Xornadas Mar por Medio (Ribadeo, 11-13 agosto 2004), pp. 129-33 (<http://www.conselloda-cultura.org/mediateca/pubs.pdf/comunicacion.pdf>) [Consulta: 15 de marzo de 2016].
- Giles, Howard; Bourhis, Richard; & Taylor, Donald (1977): “Towards a theory of language in ethnic group relations”. In Giles, Howard (ed.): *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*. London, Academic Press, pp. 307-348.
- Giles, Robert Howard (2002): “Introduction”. In Westin, A. (ed.): *Practices for television journalists*. Arlington (Virginia), The Freedom Forum/Fair Press Project, pp. 1-2.
- Habermas, Jürgen (1989): *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Iglesias Millares, Patricia; Merayo Pérez, Arturo (1997): *As radios municipais en Galicia*. Santiago de Compostela, Edicións Lea.

- Instituto Galego de Estadística (2016): 1 de 1 de 2013. <http://www.ige.eu/web/index.jsp?idioma=es> [Consulta: 17 de marzo de 2016].
- Landry, Rodrigue, & Bourhis, Richard Yvon (1997): "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study". *Journal of Language and Social Psychology*, 16 (1), 23-49.
- Lanweeder, Lynn M. (2000): "Indicators of ethnolinguistic vitality". *Notes on sociolinguistics*, 5 (1), 5-22.
- Limia Fernández, Moisés; Toural Bran, Carlos; López García, Xosé (2012): "Estrategias de renovación y de conservación de los estándares periodísticos en los medios digitales de Galicia: estrategias, incertezas y retos de futuro", en *Actas — IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social — IV CILCS Universidad de La Laguna*, 8-9. ISBN-13: 978-84-15698-06-7. Actas on-line: http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas.html. [Consulta: 9 de diciembre de 2015].
- Lippmann, Walter (1922): *Public Opinion*. New York, The Macmillan Co. (Reprinted in 2008).
- López García, Xosé; Rivas Barrós, Manuel; y Aneiros Díaz, Rosa (coords., 2013): *A comunicación en Galicia 2013*. Santiago de Compostela. Consello da Cultura Galega. ISBN: 978-84-92923-47-2.
- López García, Xosé (2001): *A Prensa Local e Comarcal en Galicia*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.
- Martínez Hermida, Marcelo Antonio (2001): "Televisión local en Galicia: unha aproximación á comunidade de interese e ás relacións medio comunidade". *Estudios de Comunicación*, nº 0, 169-178. Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega.
- Mcquail; Denis (2000/1983): *McQuail's Mass Communication Theory* (4ª ed. Reimpreso en 2002). Londres, Sage.
- Oriella PR Network (2011): "Estudio Periodismo Digital 2009-2011 (en 20 países de todo el mundo)". En <http://www.oriellapnetwork.com> [Consulta: 15 de marzo de 2016].
- Redacción Praza Pública (2015): "Os medios en castelán reciben nove veces máis cartos da Xunta cós xornais en galego", en *Praza Pública*, Domingo 15, Febreiro 2015, sección Política, p. 1: <http://praza.gal/politica/8826/os-medios-en-castelan-reciben-nove-veces-mais-cartos-da-xunta-cos-xornais-en-galego/> [Consulta: 15 de marzo de 2016].
- Resultados Elecciones al Parlamento de Galicia 2012. <http://resultados2012.xunta.es/ini11v.htm>. [Consulta: 19 de abril de 2016].
- Rogers, E. (1995): "The press and the public interest: A definitional dilemma". In McQuail, D. (ed): *Mcquail's Reader in Mass Communication Theory*. London, Sage, pp.161-171.
- Siebert; Fred S.; Petersen; Theodore; Schramm; Wilbur (1956): *Four Theories of the Press*. Chicago, University of Illinois Press.
- Soengas Pérez, Xosé (2004): "O papel da Televisión de Galicia e da Radio Galega na normalización lingüística". *A lingua galega: historia e actualidade: actas do I Congreso Internacional*: 16-20 de setembro de 1996, Santiago de Compostela, Editor, Consello da Cultura Galega, pp. 431-437.
- Starr, Paul (2012): "An Unexpected Crisis: The News Media in Postindustrial Democracies". *The International Journal of Press/Politics* 17 (2), 234-242.
- UNESCO (2003): *UNESCO Programme Safeguarding of Endangered Languages: Recommendations for Action Plans*. Retrieved 26-4-2016, from <http://portal.unesco.org/ci/en/files/16723/10911843529RecomActionPlans.doc/RecomActionPlans.doc>. 10/12-3-2003
- Zabaleta, Iñaki; Fernández, Itsaso; Xamardo, Nikolas; Gutiérrez, Arantza; y Ferré-Pavía, Carme (2015): "Euskarazko hedabideen errealitatea 2015ean". *Euskal hedabideen urtekarria 2015*, ISBN: 978-84-608-4381-8. Lege gordailua: 1440-2015, pp. 15-40.

Zabaleta, Iñaki; Ferré-Pavía, Carme; Gutiérrez, Arantza; Fernández, Itxaso; y Xamardo, Nikolas (2014): “European minority language media and journalism: Framing their marginal reality”. *International Communication Gazette*, 76 (3), 275-295. DOI: 10.1177/1748048513516907.

Nicolás Xamardo González es Profesor Titular de Universidad, Departamento de Periodismo. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad del País Vasco [UPV/EHU]. Miembro del Equipo de Investigación Proyecto Investigación HEKA (Medios y Periodismo en Lenguas Minoritarias Europeas / Media and Journalism in European Minority Languages).

Iñaki Zabaleta Urkiola es Catedrático de Universidad. Departamento de Periodismo. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Universidad del País Vasco [UPV/EHU]. Director del Proyecto Investigación HEKA (*Medios y Periodismo en Lenguas Minoritarias Europeas / Media and Journalism in European Minority Languages*).