

## **8. METODOLOGÍA**

O presente estudio é o resultado dunha investigación realizada en varias etapas de novembro de 2003 a decembro de 2004. A fixación do tema de estudio, dos obxectivos e da metodoloxía a seguir foi desenvolvida por unha comisión formada polo responsable da sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega, Xosé López García, e o Decano do Colexio de Xornalistas, Xosé María García Palmeiro, e o profesor da Facultade de Ciencias da Comunicación, Miguel Túñez.

A fase previa de recollida de datos fixoa un equipo de traballo integrado polo coordinador da investigación e por Berta Garcia Orosa, da Facultade de Ciencias da Comunicación; Marcos Pérez Pena, bolseiro do Consello da Cultura Galega, e José Villanueva Rey, a proposta do Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia.

A partir de entón a investigación centrouse na exploración dos datos obtidos e foi desenvolvida por Miguel Túñez, Berta García e Marcos Pérez Pena, os que tamén corresponde a labor de interpretación, edición e supervisión dos resultados que se ían conseguindo, incluídos os derivados da nova exploración de bases de datos de investigacións anteriores na procura de visións inéditas sobre o panorama laboral e a súa relación coa lingua, realizada en colaboración co profesor Alberto García, do Grupo de Investigación en Psicoloxía Comercial, da USC.

A investigación, financiada pola Dirección Xeral de Relacións Laborais da Xunta de Galicia e o Consello da Cultura Galega, e impulsada polo Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, a Facultade de Ciencias da Comunicación e a sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega, desenvolveuse con técnicas cualitativas e cuantitativas, como se sinalaba ao principio deste traballo, que a continuación se desglosan:

## 1. ANÁLISE DE CONTIDO.

A análise de contido cualitativo e cuantitativo dos xornais galegos realizouse mediante tres baleirados completos –e posterior análise- de tódolos diarios galegos de información xeral editados na actualidade en Galicia -11 xornais e un total de 22 edicións- cunha mostra representativa e aleatoria durante os seis primeiros meses de 2003.

O obxectivo fundamental era acadar as proporcións de emprego do galego e do castelán en textos redaccionais e informativos, insercións publicitarias, en función da situación do discurso dentro do propio diario (sección, ámbito), do tratamento informativo do mesmo –xénero-. Con esta fin elaborouse unha ficha de recollida de análise.

No caso da información recolleríase ademais do xornal e a data de publicación, a páxina, os módulos que ocupa a información en galego, a sección ou ámbito no que vai incluído, o tema do que trata, os protagonistas da información e o xénero utilizado. No caso da publicidade os ítems son similares xa que incluían ademais do xornal e a data de publicación, a páxina na que se sitúa, o espazo que ocupa, a sección, o ámbito e, neste caso, o anunciante. Diferenciamos entre a da información en galego no xornal o tema do que informaba para salvar as posibles diferenzas de criterios na ubicación de contidos.

Sen embargo, unha vez realizado este primeiro traballo consideramos necesario relativizar os datos e análises obtidas mediante a súa reinterpetación no total de superficie redaccional e publicitaria dos xornais galegos. Co obxecto de calcular a presenza cuantitativa en cada xornal de cada un dos xéneros xornalísticos, tanto informativos coma de opinión, así como das distintas modalidades de publicidade elaboramos e aplicamos unha segunda ficha de análise. Os grupos de discusión relevaron insuficiente esta tarefa e optouse por facer unha nova reinterpretación de resultados sobre cada un dos campos analizados de modo que puideramos ter distintos ángulos de mira sobre cada

peza e sobre cada sección ou tema. Así, das medicións facíanse varias proxeccións estatísticas, entre as que sinalamos:

- Da superficie xeral en galego e castelán no conxunto do xornal
  - Media sobre o espazo real de cada xornal e proxección sobre un modelo estándar de 100 páxinas a modo de referencia xeral.
- Da superficie redaccional e publicitaria.
  - Sobre si mesma, en comparación entre ambas e proxectada sobre a superficies real e porcentual do medio.
- Das seccións, dos xéneros e dos temas
  - Sobre si mesmos, en proxección sobre a superficie redaccional, en proxección sobre a superficie xeral en galego e sobre a superficie xeral e porcentual do medio.
- Dos anunciantes
  - Individual e agrupados por titularidade e, dentro desta, por actividade. Logo, proxectados sobre a superficie publicitaria xeral e do conxunto do periódico (xeral e porcentual)

Da análise dos resultados destes dous primeiros baleirados comprobamos a existencia dun incremento importante do emprego do galego o 16 de maio de 2003 en relación con respecto á media global. A desviación rexistrada aumentaba se a comparación era realizada con respecto á media de medicións dos venres. Describimos dous posibles acontecementos que poderían distorsionar a medición: a celebración do día das Letra Galegas e a campaña electoral. Para comparar e evitar unha posible desviación optamos por medir tamén o emprego do galego noutra campaña electoral -13 de maio- e tamén a posible influencia do día festivo do ano anterior -16 de maio-.

## **2. GRUPOS DE DISCUSIÓN**

O obxectivo fundamental da segunda técnica de investigación empregada era a ampliación e o contraste dos primeiros datos facilitados polas análises de contidos cuantitativas e cualitativas. Se ben o estudio do discurso editado en medios galegos nos podía facilitar información sobre o emprego da lingua nas páxinas impresas, o diálogo semi-dirixido cos participantes no proceso produtivo permitirían achegarnos a posibles interpretacións ou novas hipóteses de traballo sobre as actitudes, as causas ou as consecuencias da realidade debuxada polos datos.

Tentouse que nos grupos de discusión participaran todos os sectores implicados directa ou indirectamente na decisión ou no emprego da linguaxe xornalística pero tamén aqueles outros que, dende distintos eidos de estudio e análise, traballan sobre e coa lingua. Deste xeito, non soamente se fixeron grupos de discusión con xornalistas e responsables de medios senón que buscamos a participación interdisciplinar de sociólogos, politólogos, lingüísticas, entre outros.

Deste xeito, ao longo do ano 2004 fixéronse os seguintes grupos de discusión gravados nos estudos de radio da Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago de Compostela:

**PRIMEIRO GRUPO DISCUSIÓN: XORNALISTAS.**

TEMA: O galego nos medios de comunicación

Nº DE PARTICIPANTES: 6 persoas

DATA DE REALIZACIÓN: 3-11-2003

LUGAR: Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago de Compostela

HORA: 17:00 h

DURACIÓN APROXIMADA: 90'

**SEGUNDO GRUPO DISCUSIÓN: XORNALISTAS.**

TEMA: O galego nos medios de comunicación

Nº DE PARTICIPANTES: 5 persoas

DATA DE REALIZACIÓN: 27-1-2004

LUGAR: Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago de Compostela

HORA: 16:30 h

DURACIÓN APROXIMADA: 95'

**TERCEIRO GRUPO DISCUSIÓN: LINGÜISTAS.**

TEMA: O galego nos medios de comunicación

Nº DE PARTICIPANTES: 8

DATA DE REALIZACIÓN: 4-2-2003

LUGAR: Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago de Compostela

HORA: 16:30

DURACIÓN APROXIMADA: 2h 30`

**CUARTO GRUPO DISCUSIÓN: OUTROS SECTORES.**

TEMA: O galego nos medios de comunicación

Nº DE PARTICIPANTES: 7

DATA DE REALIZACIÓN: 17-2-2004

LUGAR: Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago de Compostela

HORA: 16:30 h

DURACIÓN APROXIMADA: 2 horas

### **3. ENQUISAS A RESPONSABLES DOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAIS.**

Coa fin de abarcar tamén no estudio os medios de comunicación non impresos en Galicia realizáronse enquisas a un total de 52 emisoras de radio e televisións que traballan en Galicia. A modalidade elixida polas propias características da investigación foi a telefónica e as persoas de contacto os propios directores ou responsables das cadeas.

As conversas realizadas de xeito flexible tiñan un cuestionario previo. A ficha elaborada pretendía coñecer o emprego que se realizaba do galego en cada unha das emisoras, as seccións no que se incluía este uso da lingua e, sobre todo, as relacións laborais que se establecían en función da lingua, isto é, comprobar se a lingua é un factor determinante para este eido do traballo ou non.

O traballo de campo previo á análise de datos foi realizada durante os meses de xaneiro a maio de 2004 dende a Facultade de Ciencias da Comunicación.

### **4. ENTREVISTAS AOS DIRECTORES DE MEDIOS IMPRESOS GALEGOS**

Como complemento á información obtida polos métodos cuantitativos – enquisas e análise de contido cuantitativo – sinalados anteriormente-, consideramos oportuno o emprego de técnicas cualitativas que nos permitisen afondar un pouco máis naqueles aspectos que, previa análise dos datos conseguidos, se desvelaban como relevantes no obxecto de estudio. Neste caso optamos por realizar entrevistas aos responsables dos medios de comunicación galegos. As entrevistas foron realizadas telefonicamente dende a

Facultade de Ciencias da Comunicación nos meses de novembro, decembro, xaneiro e febreiro de 2004.

Para acadar o maior número de reflexións posibles que nos permitiran obter as tendencias máis próximas ao conxunto da prensa diaria galega e por mor do carácter local –con peculiaridades de edición e públicos moi definidos– da maioría da prensa galega, decidimos intentar contactar con tódolos directores dos medios galegos.

Nunha segunda fase, a información obtida destas entrevistas foi contrastada e ampliada coas realizadas a outros sectores da comunicación xornalística como as axencias de información xeral. O método elixido tamén foi o telefónico e intentouse contactar con todos os responsables e/ou traballadores de axencias de comunicación en Galicia.

O obxectivo fundamental era contrastar a información publicada en galego coas actitudes e as opinións dos máximos responsables dos diarios galegos. Intentar dilucidar as causas ou razóns últimas da realidade do emprego do galego nos xornais editados na comunidade autónoma.

As conversas foron realizadas lugar telefonicamente a partir dun guión previo pero flexible que recollían os obxectivos anteriormente descritos.

## **5. ENQUISAS A ESTUDANTES DA FACULTADE DE CIENCIAS DA COMUNICACIÓN.**

Finalmente interesábanos coñecer as experiencias das novas xeracións nos medios de comunicación en relación o tema analizado. Ademais esta nova fonte de información ofreceríanos unha nova orixe de datos contrastables cos obtidos anteriormente con outras técnicas e outros traballadores dos medios. Neste caso, consideramos que polo número e as características da análise a técnica máis apropiada era a enquisa.

No cuestionario elaborado, unha vez identificado o soporte no que fixera prácticas o alumno, preguntábase pola lingua de traballo, de relación cos



compañeiros e pola influencia que esta puidera ter na carreira profesional do alumno. Ademais indagábase sobre o lugar de situación da competencia de decisión do emprego dunha ou outra lingua habitualmente no traballo e os motivos da mesma. Finalmente, coa fin de obter unha visión máis completa do universo lingüístico do suxeito analizado incluíanse un par de cuestións sobre a lingua na que habitualmente pensa, fala e escribe o mesmo independentemente da súa situación laboral.

O cuestionario foi cuberto por 68 alumnos da Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago de Compostela a finais do mes de xaneiro de 2004 que fixeran práctica nalgún momento da carreira en medios de comunicación galegos (prensa, radio, televisión, gabinetes, axencias ou internet). As técnicas descritas pretendían abarcar a un número relevante de actores e realidades implicadas no obxecto de estudio ao mesmo tempo que ao maior número de fontes que permitisen contrastar resultados e acadar a maior fiabilidade dos resultados definitivos.

## **6. BUSCA DE DATOS INÉDITOS SOBRE O PERFIL LABORAL.**

A través dunha nova explotación de rexistros da enquisa realizada a xornalistas inscritos no Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia para determinar as condicións laborais e as actitudes profesionais (CPXG, 2002) de galegofalantes, castelanfalantes e bilingües e, tamén, mediante unha comparativa xeral e por soportes deste estudio co publicado sobre o mesmo tema polo Consello da Cultura Galega (CCG, 2000) xa que nun caso danse datos de uso real e noutro de declaración de uso. A nova exploración de datos desenvolveuse a principios do 2004

## **7. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDADE A XORNALISTAS E LINGÜÍSTAS EN CORUÑA, LUGO, OURENSE, SANTIAGO E VIGO**

Entrevistas en profundidade para perfilar os resultados das análises cuantitativas ou ben decantar as propostas de estudio verquidas nos grupos de discusión.