

4. RELACIÓNS LABORAIS E ESTRATEGIAS LINGÜÍSTICAS

Todos os medios de comunicación establecen unha política global (cos obxectivos permanentes de lucrar e influír) que desenvolven a través de estratexias específicas para a súa propia actuación cara aos públicos e os outros medios e en relación cos sistema económico, político e social. Esa política coincide coa orientación evidenciada en todo o proceso de busca, selección, presentación e orientación dos acontecementos escolmados e, por extensión, dos que decide excluír ou silenciar. Con todo, non todas estas actuacións que conforman o discurso e a imaxe pública do medio de comunicación son explícitas, senón que algunhas se caracterizan pola súa reserva ou segredo; é dicir, están no catálogo de prácticas máis ou menos habituais, pero en ningún caso son recoñecidas como propias.

No discurso dos medios sobre si mesmos hai unha distorsión a ter en conta, xa que non sempre se asume o que se fai, senón que se axusta o recoñecemento de prácticas produtivas ao que se supón que é un comportamento deontoloxicamente correcto, aínda que na realidade esa actuación difira do que publicamente se está a dicir.

Todos os medios consideran incuestionable que son independentes e plurais. Así é por definición aínda que por actuación as diagnoses poidan ser moi diferentes. No ámbito lingüístico todos recoñecen o seu respecto e defensa da lingua galega. Por definición, tamén. Na súa actuación, sen embargo, suavízase ese discurso de compromiso lingüístico argumentando a necesidade de adaptarse ás esixencias de mercado para explicar a elaboración case monolingüística.

Os datos de uso de galego na prensa reflicten un estancamento da produción propia do xornal en galego e un aumento importante da publicidade, mesmo da autopublicidade dos medios, no que xoga un papel determinante as institucións públicas como anunciantes. Esta radiografía externa precisa, sen embargo, complementarse cunha revisión das estratexias lingüísticas dos xornais. ¿Qué ocorre dentro? ¿Cal é a actitude real cara o uso do galego? ¿Cales son as normas para ese compromiso lingüístico e como se transmiten? A estratexia maniféstase sempre con actuacións explícitas no propio produto comunicativo. Os

outros comportamentos son difíciles de comprobar pero poden deducirse. Neste caso, esa dedución ven determinada por un rolda de consultas aos directores dos medios, a análise de contidos e os grupos de discusión con xornalistas e expertos de outras areas das ciencias sociais.

4.1. AS NORMAS DA POLÍTICA LINGÜÍSTICA DO MEDIO

A primeira característica dos fluxos da produción xornalística é a ausencia dunha normativización do uso dentro do xornal. Non falamos do *como*, senón do *cando*. Soamente nalgún caso excepcional os directores dos medios consultados recoñecen a existencia de pautas internas que circulan e se manteñen na redacción de xeito informal. No discurso público, un de cada catro xornais editados en Galicia manifesta recoller formalmente algunha regulación neste sentido. No práctico son normas referidas a aspectos morfolóxicos ou sintácticos da redacción dos textos informativos pero en ningún caso a un compromiso de uso.

Posiblemente esta ausencia de regulamentación deba que ser inserida nun contexto de falla de regulación ou actualización das normas da actividade xornalística que poderíamos sintetizar nos seguintes indicadores:

a) A maioría das cabeceiras que se editan en Galicia carecen de libro de estilo que unifiquen o traballo do xornal.

b) A comunicación interna formal dentro dos xornais é practicamente inexistente¹.

¹ Este fluxo comunicativo englobaría ao conxunto de actividades efectuadas por calquera organización para a creación de mantemento de boas relacións con e entre os seus membros a través do emprego dos diferentes medios de comunicación, que os manteña informados, integrado e motivados, para contribuír co seu traballo ao logro dos obxectivo organizacionais. A comunicación informal sería aquela que se caracteriza pola súa espontaneidade e falla de formalización. É máis vaga que a formal, maniféstase continuamente de moitos xeitos, e aparece como un fluxo incontrolado de información fronte á comunicación formal, que é o conxunto de procesos comunicativos que se establecen dentro da organización de xeito estruturado, programado e consciente –o obxectivo, non o resultado–.

Ademais da regulación interna, hai que ter en conta a posible regulación externa a través de incentivos de diverso tipo. O únicos que se levan a cabo na actualidade son os económicos que si condicionan, pero non regulan o emprego do galego como lingua de publicación do xornal. Curiosamente, máis do 50% dos directores consultados estarían de acordo coa subvención dun xornal escrito en galego e o 90% consideran que sería a única forma de que o produto subsistise.

4.1.1. A SOCIALIZACIÓN LINGÜÍSTICA DOS XORNALISTAS

Que a maioría do xornal apareza publicado en castelán non pode atribuírse directamente a ausencia de estratexia lingüística explícita nin é responsabilidade exclusiva da empresa como organización xa que nalgunha ocasión son os propios xornalistas os que deciden o idioma no que elaboran os textos que elaboran. Segundo a empresa, con liberdade; segundo os xornalistas, con posibilidade real de escolla sempre que se estea dentro das normas non regulamentadas. A maioría dos participantes nos grupos de discusión coincidiu en sinalar que a principal regra non escrita no caso dos xornais é que o castelán sempre ten que predominar nunha porcentaxe alta e que aqueles temas de maior importancia ou cobertura aparecerán prioritariamente escritos nesa lingua.

Resulta de interese ver como o discurso público dos medios é resaltar esa ausencia de norma e mesmo derivar cara aos xornalistas a responsabilidade do equilibrio lingüístico, ou tamén xustificar esa falta de referencias normativa a unha posibilidade de escolla que se asocie ao grao de liberdade no exercicio profesional. Os profesionais, pola contra, asumen e identifican modelos de conduta laboral que responden aos patróns requiridos ou preferidos polas empresas. Se as normas se substitúen por pautas de comportamento, ¿cómo se aplican, cómo se identifican, cómo se transmiten?

Os xornalistas galegos, como xa describira Warren Breed hai case medio século, seguen a aprender por osmose as regras non escritas do xornal, é dicir, son socializados nunha cultura lingüística que ninguén recoñece no seu discurso público e que os fai conformistas e escasamente críticos fronte ao sistema.

Ocorre así no conxunto das fases de produción informativa e, por inclusión, no que teña que ver na escolla da lingua como soporte das informacións. A situación queda clara ao observar como os xornalistas manifestan nun primeiro momento que non existe ningunha norma ou indicación formal no medio de comunicación que obrigue a empregar unha lingua ou outra segundo as circunstancias senón que é unha decisión do propio xornalista. Porén, a continuación todos os traballadores de medios impresos sinalan o uso do galego como algo circunstancial e refiren como pauta asumida que a súa escolla debe axustarse ás intencións lingüísticas do xornal:

- *“Se eu escribía un texto en galego, o resto escribíao en castelán, para manter o equilibrio”*
- *“Tiña que pesar máis o castelán no global do xornal”*

A medida que se afonda no tema, a maioría dos participantes lembra a súa aprendizaxe por incidentes. Warren Breed nega a esixencia de sancións para a aprendizaxe ou socialización e sinala como esta ás veces funciona a través de incidentes sobre o tema que o propio traballador recorda, interioriza e aplica en seguintes ocasións. Neste sentido, os xornalistas galegos, fan referencia a algún caso concreto no que os xefes do medio de comunicación limitaron o uso do galego e lles permitiu albiscar a política lingüística que se agachaba debaixo.

- *“A primeira vez que me limitaron algo foi cando tiven que facer de correspondente de Sanxenxo, porque o criterio foi o das vendas, porque como en Sanxenxo no verán hai máis madrileños que galegos tiña que ir en castelán, sobre todo se abría a sección ou se o tema era a praia”.*

A comunicación sobre a lingua do xornal case nunca está vehiculizada a través do xefe ou responsable de sección senón, de xeito informal, a través dun compañeiro de traballo. Non fai falta que indique a pauta para saber que o comportamento debe axustarse a esa norma:

- *“Autolimitaste porque non sabes onde está ese límite”*
- *“En principio podes escribir todo o que queiras pero se te pasas, danche o toque”*

É dicir, non existe unha política pública, pero si determinadas estratexias que o traballador recibe por vía informal. Porén, malia que a maioría dos participantes en grupos de discusión indicaban que nas redaccións se descoñecen as razóns ou criterios empregados polos medios de comunicación para optar polo emprego dun idioma ou outro, podemos identificar, a modo de tendencias, os tres argumentos máis utilizados:

- 1.- Que a prensa en galego non vende e polo tanto non é unha actividade empresarial rendible.
 - *“Sempre se di que a prensa en galego non venden, aínda que é un pouco contradictorio que argumenten que a prensa en galego non vende cando nunca houbo prensa de masas en galego”*
- 2.- Que o público obxectivo dos xornais de información xeral e diaria en Galicia rexeitaría o emprego maioritario ou único do galego, entre outras razóns porque é un soporte que define o *discurso* mediático ou a imaxe que os lectores teñen do produto que compran.
 - *“Pensan que a xente o vai recibir mellor en castelán”*
 - *“A xente non le en galego”*
 - *“A cultura que foi entrando na xente e esta a vai asumindo”*
- 3.- Falta de dominio real do galego.
 - *“Había persoas que falaban en galego pero non sabían escribir ben”*
 - *“Os que sabían escribir en galego xa tiñan esa etiqueta”.*

4.1.2. A LINGUA DAS RELACIÓNS LABORAIS

A análise da escolla lingüística como soporte de difusión do traballo xornalístico complementase ao revisar a incidencia do uso de galego e castelán

nas relacións laborais que se establecen nos medios. Xornalistas e directivos coinciden en sinalar como a lingua maioritaria das relacións laborais o castelán, tanto dende o punto de vista formal, de relación laboral estritamente, como informal, de comunicación persoal. A excepción son, e con matices, aqueles medios que emiten maioritariamente en galego por ser públicos ou por incorporalo a súa propia identidade, nos que a comunicación formal se fai en galego e para a interpersonal se acode maioritariamente ao castelán.

As afirmacións dos xornalistas coinciden en sinalar que, independentemente do soporte e da empresa xornalística, a maior parte dos periodistas da redacción falan fundamentalmente castelán, aínda que se observen tendencias e diferenciacións comúns dentro das redaccións marcadas polos seguintes criterios:

- Idade. Os traballadores máis novos falan galego, mentres que os castelán falantes son normalmente os maiores da redacción.
 - *“Os únicos que falaban galego eran os que tiñan entre 25 e 28 anos”*
- Xerarquía. Paralelamente os castelanfalantes son os xefes (tamén porque coinciden cos maiores)
 - *“Si o xefe fala castelán sénteste máis obrigado a falarlle en castelán que si fala galego a conversar con el en galego”*
- Procedencia. Casos excepcionais cando o traballador ven de fóra de Galicia
 - *“...a xefa era madrileña, entón como ela sempre fala en castelán con ela falábamos castelán”*

A maioría insiste nunha boa convivencia das dúas linguas a nivel persoal na vida diaria da redacción, pero sinala que hai unha diferenciación importante entre o ámbito persoal e ámbito profesional. Manifestan non sentirse discriminados no eido persoal, pero si no profesional:

- *“os temas importantes non ían en galego”*
- *“dicíanme iso, que non podía ser, que este acento galego ao falar en castelán que o tiña que quitar, incluso cando era información para Galicia”.*

Mesmo se admite que se ben non se pode falar de que exista ningunha discriminación á hora de contratar a un traballador que fale habitualmente en galego, este tería máis obstáculo na súa profesión se só fala galego que se só fala castelán.

Cara a fóra, a escolla lingüística como ferramenta de traballo nas relacións coas fontes informativas varía en función de quen sexa o interlocutor, e mesmo se admite que condicione o soporte lingüístico no que están as achegas da persoa coa que se fala ou entrevista:

- *“O xornalista cambia de idioma ao falar con determinadas fontes e cambian o idioma segundo con quen falan”*
- *“Se lle entras falando en galego a unha persoa tes o 90% de posibilidades de que fale coma ti”*

A lingua da fonte podería funcionar como un primeiro paso para a introdución do galego no discurso xornalístico, aínda que reservado unicamente ás declaracións. Os xornalistas recoñecen ter un alto nivel de responsabilidade só no uso do idioma das fontes. Porén, inflúe tamén a consideración de que non é que as fontes falen en castelán porque se expresen mellor nesa lingua, senón porque teñen asimilado que o discurso social ou público dos medios vai ser en castelán.

- *“As fontes dan por suposto que os medios, que falan para o periódico, é un acto de nivel e falan en castelán”*

Nos ámbitos de relación externa que fai a empresa como organización, mantense a tónica de priorizar a fluidez da relación, e na maioría do conxunto de mensaxes emitidas pola organización cara aos seus diferentes públicos externos, encamiñados a manter ou mellorar as súas relacións con eles, a proxectar unha imaxe favorable ou a promover as súas actividades, produtos e servizos, a empresa emprega a lingua do receptor.

Soamente nunha pequena parte dos xornais analizados aparecen categorías laborais especificamente relacionadas coa lingua galega. Na practica totalidade dos xornais ese recoñecemento se limita a ter no cadro de persoal a correctores de textos en castelán e/ou en galego, aínda que tamén se rexistraron casos nos que o xornal dá por sabido que todo o mundo domina as normas de ortografía e sintaxe do castelán e que abonda con someter o texto á revisión dun corrector ortográfico informático no caso do galego.

Do mesmo xeito, agás casos específicos de algún curso de galego oral nos audiovisuais, non rexistramos ningunha política laboral especificamente relacionada co idioma nin como incentivos nin como formación dos traballadores e dos empregados.

4.2. O PESO DAS AXUDAS PÚBLICAS

As referencias á necesidade de contar con apoio orzamentario complementario para poder afrontar un xornal escrito en galego son un argumento reiterado no discurso empresarial do sector que obriga, cando menos, a revisar a relación actual en materia de subvencións ao uso da lingua que como no 2003 representaron para os medios de comunicación dous terzos dos 8,7 millóns de euros concedidos pola Consellaría de Educación e Ordenación Universitaria, a través da Dirección Xeral de Política Lingüística.

Nese exercicio 2003 aprobáronse un total de 1.904 axudas para a promoción e fomento do uso do galego por un importe total de 8.734.509 euros. Para medios de comunicación só se concederon 23 axudas que, con todo, supoñen 6.400.000 euros, dous terzos do total. O resto das subvencións destínanse a empresas privadas, asociacións sen ánimo de lucro e concellos.

CONVOCATORIA DO 2003	ORZAMENTO	AXUDAS CONCEDIDAS	AXUDA MEDIA
EMPRESAS PRIVADAS	601.012 €	587	1.023,87 €
ASOCIACIÓNS SEN FIN DE LUCRO	601.012 €	977	615,16 €
EMPRESAS EDITORIAIS	905.000 €	232	3.900,86 €
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	6.400.000 €	23	278.260,86 €
CONCELLOS	227.485 €	85	2.676,29 €
TOTAL	8.734.509 €	1904	4.587,45 €

Táboa Nº 105. Axudas para o fomento do uso do galego concedidas pola Consellaría de Educación e a Dirección Xeral de Política Lingüística

4.2.1. SECTOR EMPRESARIAL

No ámbito empresarial de titularidade privada destináronse 601.012 euros, que se repartiron nun total de 587 axudas destinadas á *“creación ou mantemento dun gabinete lingüístico; a rotulación, etiquetaxe e embalaxe industrial; a confección de documentación creativa e permanente; a organización de campañas publicitarias e a elaboración de portais e páxinas web”* (DOG 22 de decembro de 2002).

4.2.1.1. EMPRESAS PRIVADAS: A Dirección Xeral de Política Lingüística concede subvencións ás que poden presentarse *“tódalas empresas privadas que estean legalmente constituídas e promovan o emprego da lingua galega no ámbito económico e mercantil”*. No 2003 concedéronse axudas a 587 empresas *“para fomenta-lo uso social da lingua galega”*; a contía máxima proporcionada a unha soa empresa foi de 3.633€. A subvención pode darse para distintos fins, aínda que a maioría de peticións concedidas foron para publicidade en galego. O reparto por tipoloxía de axudas foi o seguinte:

TIPOLOXÍA	%
PUBLICIDADE	32,40 %
PÁXINAS WEB	20,60 %
ROTULACIÓN, ETIQUETAXE, EMBALAXE, BOLSAS	19,60 %
DOCUMENTACIÓN INTERNA	19,40 %
PUBLICACIÓNS (REVISTAS, FOLLETOS, LIBROS, ...)	5,20 %
ACTIVIDADES AUDIOVISUAIS CREATIVAS (VÍDEOS, CD'S)	1,60 %
GABINETES LINGÜÍSTICOS	1,00 %
ACTIVIDADES MIXTAS (CONCURSOS, CERTAMES, PREMIOS, ETC)	0,20 %

Táboa Nº 106. Tipoloxía das axudas para o fomento do uso do galego concedidas pola Consellaría de Educación e a Dirección Xeral de Política Lingüística

Dentro das privadas, hai empresas de Comunicación e Editoriais que se acollen a estas axudas e que despois a maioría delas non se acolle nas outras modalidades. As empresas relacionadas co mundo da comunicación, incluídas as editoriais, son:

EMPRESA	ACTIVIDADE	CANTIDADE SUBVENCIONADA	DESTINO DA SUBVENCIÓN
ACORDAR COMUNICACIÓN EN INTERNET S.L.	COMUNICACIÓN	2.400 €	MANTEMENTO DO GABINETE LINGÜÍSTICO.
BIBLOS CLUBE DE LECTORES S.L.	COMUNICACIÓN	2.190 €	TARXETAS POSTAIS, POLÍPTICOS, CATÁLOGOS, PÁXINA WEB.
VÍA LÁCTEA FILMES	COMUNICACIÓN	2.190 €	CAMPAÑA PUBLICITARIA E PÁXINA WEB.
PÓRTICO DE COMUNICACIONES S.L.	COMUNICACIÓN	1.916 €	MAÑUELA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.
VIEIROS INFORMACIÓN EN REDE S.L.	COMUNICACIÓN	1.506 €	PÁXINA WEB.
EDITORIA-PRODUTORA ARTÍSTICA-CULTURAL S.L.	COMUNICACIÓN	1.095 €	DOCUMENTACIÓN PERMANENTE, REVISTA "NOVAS TENDENCIAS".
KALANDRAKA EDITORA S.L.	EDITORIAL	1.095 €	DOCUMENTACIÓN PERMANENTE E REVISTA "NOVAS TENDENCIAS".
NOVANET COMUNICACIÓNS DE GALICIA S.L.	COMUNICACIÓN	1.027 €	PAPELERÍA.
EDICIÓNS LAIOVENTO S.L.	EDITORIAL	900 €	CATÁLOGOS
NOVA GALICIA EDICIÓNS S.L.	EDITORIAL	900 €	DOCUMENTACIÓN INTERNA E CATÁLOGOS.
EDITORIAL GALAXIA S.A.	EDITORIAL	900 €	CATÁLOGO E BOLETÍN DE NOVIDADES.
EDITORIAL 96 COMUNICACIÓN S.L.	EDITORIAL	684 €	DOCUMENTACIÓN INTERNA, FACTURAS E AXENDA CULTURAL XUVENIL.

Táboa Nº 107. Axudas para o fomento do uso do galego concedidas pola Consellaría de Educación e a Dirección Xeral de Política Lingüística

Dentro do sector empresarial tamén se conceden subvencións “a empresas editoriais para impulsa-la creación, tradución e adaptación de libros e materiais didácticos e complementarios para niveis non universitarios, impresos en lingua galega”. Segundo a convocatoria, as empresas solicitantes teñen que ser “editoriais legalmente constituídas como empresas privadas que elaboren material escolar incluíble no seu ámbito de aplicación” e poden percibir un máximo de 160.000,00 €

No ano 2003 houbo 288 solicitudes de 33 editoriais, e concedéronse 232 axudas, quedando excluídas 56 solicitudes de 5 editoriais. A contía máxima dunha subvención foi para a editorial *Nova Galicia Edicións, S.L.* con 60.100 € para a “Supernova Enciclopedia” de 19 volumes máis 3 CD-ROM, e a mínima foi para a *Editorial Teide S.A.* cun total de 715 € polo “Caderno de Música 3º de ESO”.

ÁREAS	2003			
	IMPORTE	PORCENTAXE	PROXECTOS	CARTOS POR PROXECTO
SOCIAIS	205.249 €	22,68	59	3.478 €
NATUREZA	188.953 €	20,88	42	4.498 €
MATERIAL DE APOIO	112.282 €	12,41	20	5.614 €
TECNOLOXÍA	94.518 €	10,44	23	4.109 €
MATEMÁTICAS	86.790 €	9,59	18	4.821 €
ÉTICA	49.868 €	5,51	12	4.155 €
INFANTIL	49.592 €	5,48	23 ¹	2.156 €
COMUNICACIÓN	48.965 €	5,41	13	3.766 €
PEDAGOXÍA	36.617 €	4,05	11	3.328 €
INFORMÁTICA	18.584 €	2,05	6	3.097 €
EDUCACIÓN FÍSICA	13.582 €	1,50	5	2.716 €
TOTAIS	905.000 €	100	232	3.900 €

Táboa Nº 108. Áreas ás que se destinan as axudas para o fomento do uso do galego

Os contidos das áreas xenéricas son os seguintes:

AREA	CONTIDOS
COMUNICACIÓN	MÚSICA, TEATRO, CINEMA, IDIOMAS E LITERATURA.
SOCIEDADE	ARTE, HISTORIA, COÑECEMENTO DO MEDIO, ECONOMÍA E EMPRESAS.
MATERIAL DE APOIO	DICCIONARIO, ATLAS, ENCICLOPEDIAS, LIBROS DE LECTURA, CONTOS, OBRAS, GUÍAS E MAPAS.
NATUREZA	CIENCIAS, BIOLOGÍA, FÍSICA E QUÍMICA E XEOLOXÍA.
ÉTICA	ÉTICA, FILOSOFÍA E RELIXIÓN.
PEDAGOXÍA	TITORÍA, PEDAGOXÍA DO DEREITO, ADAPTACIÓNS CURRICULARES, XOGOS, ORIENTACIÓN LABORAL.
TECNOLOXÍA	PLÁSTICA, TECNOLOXÍA, DEBUXO E DESEÑO.

Táboa Nº 109. Tipoloxía de contidos aos que se destinan as axudas para o fomento do uso do galego

4.2.1.2. ASOCIACIÓN S EN ÁNIMO DE LUCRO. A Dirección Xeral de Política Lingüística tamén concede axudas para as “*asociacións e institucións privadas sen fin de lucro para fomenta-lo uso social do galego*”. (DOG do 5 de decembro de 2003). Para concorrer a este tipo de axudas só se ten que presentar un proxecto “*realizado en galego ... e non poderá coincidir literalmente con outra lingua*”. No 2003 concedéronse, deste tipo, 977 subvencións a 811 entidades sen fin de lucro, e foron denegadas 120. As contías, aínda que na convocatoria dicía que poderían chegar aos 12.000 €, variaron dende os 3.010 € da máxima, ata os 440,00 € da mínima. As subvencións varían dependendo da incidencia ou alcance da proposta:

SUBVENCIÓN	INCIDENCIA GRANDE	INCIDENCIA MEDIA	INCIDENCIA PEQUENA
MÍNIMA	1.505 €	905 €	605 €
MÁXIMA	3.010 €	2.410 €	1.810 €
	ÁMBITO LOCAL OU GRUPAL	ÁMBITO COMARCAL OU PROVINCIAL	ÁMBITO GALEGO OU FORA DE GALICIA

Táboa Nº 110. Límites económicos das axudas para o fomento do uso do galego

4.2.1.3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Cuantitativamente as axudas aos medios representan o 1,2% das concesións económicas de apoio ao galego, pero nelas concéntrase o 73,26% dos cartos aportados pola Xunta no 2003. Hai que multiplicar por 28 as achegas recibidas nese ano polos concellos para igualar a cantidade concedida aos medios. 6.400.000 dos 8.734.509 concedidos no 2003 corresponden a axudas aos medios de comunicación.

En todos os demais apartados é posible coñecer o nome da empresa ou institución destinatarios da axuda pública e a cantidade da mesma. No caso dos medios de comunicación so foi posible saber algúns medios cos que se asinaron convenios individuais, pero en ningún caso se facilitou información das cantidades, nin un contrato modelo a pesar das peticións expresas feitas diante da Dirección Xeral de Política Lingüística desde onde remitiron á Consellería de Educación e,

de aí, á Secretaría Xeral de Comunicación da Xunta, onde reiteraron a “imposibilidade” de facilitar os datos que se estaban a pedir.

A única información subministrada e que a Xunta de Galicia asinou no 2003 convenios individuais para o uso do galego con:

ABC

Axencia Galega de Noticias (AGN)

Editorial Compostela (Galicia Hoxe, El Correo Gallego e Radio Obradoiro)

Editorial La Capital (El Ideal Gallego, Diario de Arousa, Diario de Bergantiños e Diario de Ferrol)

El Progreso

Europa Press

Faro de Vivo

La Opinión de A Coruña

La Región

La Voz de Galicia

Lérez Edicións (Diario de Pontevedra)

Radio Popular

Radio Voz

Rías Baixas Comunicacións (Atlántico Diario)

Televisión de Galicia

A revista Sierra

Habitualmente propón o medio de comunicación o convenio e, segundo Normalización Lingüística, a Consellaría dálle o visto bo con tal de que “*cada ano incrementa paulatinamente o uso do galego nese medio*”.

4.2.1.4. OS CONCELLOS. A Consellaría de Educación tamén ten un Convenio Marco coa Consellaría de Xustiza e Administración Local, polo que asinan convenios coas Deputacións e cos concellos para fomentar o uso do galego. As axudas aos concellos dánselle por distintos motivos:

- Mantemento dos servizos municipais de normalización lingüísticos xa existentes.
- Creación de novos servizos municipais de normalización lingüísticos.
- Fomento da lingua galega mediante o seu uso en actividades tales coma as publicacións de actos culturais, deportivos, turísticos... , promovidos polo concello.
- Rotulación.
- Material bibliográfico.
- Normalización material.

CONCELLOS...		A CORUÑA	LUGO	OURENSE	PONTEVEDRA
... CON SUBVENCIÓN NO 2003	SÓ UNHA	25	16	16	14
	MÁIS DUNHA	5	1	2	6
... CON ALGUNHA SUBVENCIÓN DENDE 1999		36	33	32	32
... CON ALGUNHA SUBVENCIÓN DENDE 1993		45	37	44	37
... SEN SUBVENCIÓN DENDE 1993		49	30	50	26

Táboa Nº 111. Concellos que recibiron axudas para o fomento do uso do galego

No 2003 só percibiron axudas os concellos polo mantemento dos servizos municipais de normalización lingüística e polo fomento da lingua mediante o uso en actividades culturais, deportivas...

Os concellos que máis cartos recibiron de toda Galicia foron A Estrada (Pontevedra) e Vilalba (Lugo), con 10.000 €, Palas de Rei (Lugo), con 9.835 e Cambados (Pontevedra), con 8.000 €.

Se nos fixamos por provincias os datos son bastante distintos entre elas. A Coruña é a provincia que máis porcentaxe de cartos percibe en total, o 35,8 % do total, mentres que as outras provincias lle seguen a unha distancia considerable: Pontevedra percibe o 27,7%, Lugo o 22,1% e por último está Ourense co 14,4% do total. Esta orde é a mesma no número de concellos que perciben axudas en cada provincia, é dicir, dos 94 concellos que ten A Coruña, percibiron subvencións o 31,9%; da provincia de Pontevedra, dos 63 concellos, recibírona o 31,7%; de

Lugo, dos 67 concellos percibírona o 25,4%; e de Ourense dos 94 concellos que ten só a recibiron un 19,1%.

SUBVENCÍONS	A CORUÑA	LUGO	OURENSE	PONTEVED.	TOTAL
TOTAL PERCIBIDO	81.500 €	50.235 €	32.700 €	63.050 €	227.485 €
% DO TOTAL	35,8 %	22,1 %	14,4 %	27,7 %	100 %

Táboa Nº 112. Contía das axudas para o fomento do uso do galego recibidas polos Concellos

SUBVENCÍONS	A CORUÑA	LUGO	OUREN.	PONTEV.	TOTAL
NÚMERO DE CONCELLOS	94	67	94	63	318
CONCELLOS CON AXUDAS NO 2003	30	17	18	20	85
% CONCELLOS CON AXUDAS	31,9 %	25,4 %	19,1 %	31,7 %	26,7 %

Táboa Nº 113. Proporción de concellos que recibiron axudas

4.2.2. Á FORMACIÓN NO ENSINO

Cada ano tamén se fan convocatorias públicas para os Servizos Lingüísticos dos Colexios públicos e privados (concertados ou non) para “o fomento do uso do galego e de formación para os traballos dos equipos de normalización lingüística”. (DOG do 12 de febreiro de 2004 e DOG do 16 de xaneiro de 2004). As axudas divídense en dúas convocatorias, segundo a titularidade do centro.

CENTROS PÚBLICOS. Incentivos para os proxectos de fomento do uso do galego e de formación, para os traballos dos equipos de normalización lingüística dos centros públicos de educación infantil, especial, de adultos, primaria, secundaria, bacharelato e formación profesional:

CENTROS PÚBLICOS	NºCENTROS MODALIDADE A	Nº CENTROS MODALIDADE B	TOTAL CENTROS	ORZAMENTO	CONCESIÓN MEDIA
A CORUÑA	90	314	404	258.615 €	640,13 €
LUGO	45	141	186	98.605 €	530,13 €
OURENSE	31	118	149	87.700 €	588,59 €
PONTEVEDRA	94	315	409	235.077 €	574,76 €
GALICIA	260	888	1.148	679.997 €	592,33 €

Táboa Nº 114. Axudas para o fomento do uso do galego recibidas polos centros de ensino

CENTROS PRIVADOS. Axudas económicas para os proxectos e os traballos dos equipos de normalización lingüística dos centros privados (concertados e non concertados) da Comunidade Autónoma de Galicia que imparten ensinanzas de educación infantil, especial, de adultos, primaria, secundaria, bacharelato e formación profesional:

CENTROS PRIVADOS	Nº DE CENTROS	ORZAMENTO	CONCESIÓN MEDIA
A CORUÑA	23	13.359 €	580,82 €
LUGO	14	7.545 €	538,82 €
OURENSE	16	9.590 €	599,37 €
PONTEVEDRA	55	29.603 €	538,23 €
GALICIA	108	60.097 €	556,45 €

Táboa N° 115. Axudas para o fomento do uso do galego recibidas polos centros de ensino privado