

LA NUEVA PRENSA EN LAS NACIONALIDADES

PRENSA y sociedad son realidades in-
defectiblemente unidas en el devenir
histórico. Hay que dar por bueno el tópico
de que a una sociedad libre le corres-
ponde una Prensa libre, so pena de en-
trar en largas y engorrosas matizaciones
que, en nuestro caso, no harían sino alar-
gar y oscurecer la exposición. No es ex-
traño, pues, que la desaparición de la
Dictadura haya propiciado la eclosión de
numerosas publicaciones que esperaban
turno en el escuálido y sacrificado pa-
norama de la información. Y es menos ex-
traño aún que el florecimiento sea abi-
garrado y prometedor en las nacionalida-
des de Euzkadi, Catalunya y Galicia. El
esfuerzo informativo que supone dotar a
dichos pueblos de una Prensa a su me-
dida, en franca competencia con publica-
ciones de acusado matiz centralista, ya
es un hecho a tener en cuenta y un da-
to para la Historia del periodismo es-
pañol.

INFORMACION SIN FOLKLORE

Euzkadi y Catalunya poseen un idioma
y una historia claramente diferenciales. La
Prensa impuesta por las «excepcionales
condiciones políticas» nunca rebasó, en
cuarenta años, de una postura folklórica
a la hora de reflejar estas realidades na-
cionales. Publicaciones como «Berriak»,
«Garaia», «Punto y Hora» de Euskal Her-
ría, en el País Vasco, o «Avui» y
«Arreu», en Cataluña, surgidas todas ellas
hace menos de un año, vienen a mitigar,
cuando menos, este vacío.

Vamos a intentar exponer unas breves
pinceladas, por fuerza impresionistas, de
este nuevo periodismo. Nuevo en el tiem-
po, pero viejo en intencionalidad. A mi
modo de ver, podemos citar las siguien-
tes características:

1.º Empleo del idioma autóctono para
responder al hecho cultural nacionalista,
hasta ahora postergado. Las fórmulas van
desde el bilingüismo —«Berriak», «Ga-
raia», «Punto y Hora»— o trilingüismo
—euskera, castellano y francés en el ca-
so de «Enbata»— hasta la utilización ex-
clusiva del idioma vernáculo, como es el
caso de «Arreu», «Avui», en Cataluña, o
«Zeruko Argia», de San Sebastián, que
no admiten mezcla alguna con el caste-
llano.

Nótese cómo la publicación bilingüe
aparece allí donde las dificultades de al-
fabetización del idioma «marginado» son
mayores. Tal es el caso del euskera. Y
ello aun cuando se sepa que la utilización
de dos idiomas beneficia siempre a lar-

Por Jesús MOTA

go plazo a la más alfabetizada, que aca-
ba por absorber a la más débil.

2.º Intencionalidad autonomista, expli-
cita o soterrada, con diversos grados de
combatividad o exigencia política.

3.º Todo lo anterior no implica que se
quiera correr el riesgo de un periodis-
mo «regionalista» o pueblerino, en el peor
sentido de la palabra, que haga de su li-
mitado ámbito vital el centro y norte de
la información. Conscientes de este pe-
ligro han intentado ofrecer un muestrario
amplio de noticias. En este sentido son
reveladoras las palabras de los respon-
sables de «Berriak»: «Queremos hacer
no un semanario de información vasca,
sino un semanario vasco de informa-
ción.»

4.º El público a que se dirigen pre-
senta un espectro socioprofesional am-
plio, en el que la característica más so-
bresaliente es el fuerte poder adquisiti-
vo (los precios oscilan entre las 35 pe-
setas de «Arreu» y las 50 de «Punto
y Hora»). Por ello es impensable que pu-
blicaciones de este tipo puedan darse,
por el momento, en zonas de economía
deprimida (eufemismo de subdesarrollo).

5.º Tiraje medio. En las revistas no
pasa de 30.000 ejemplares.

EL DIARIO DESEADO

Por otra parte, no se han buscado nue-
vas fórmulas que sustituyan el viejo con-
cepto empresarial del periódico. En los
casos que nos ocupan se ha recurrido al
expediente de buscar cuentaparticipes
con aportaciones económicas individua-
les. Y se mantiene la clásica denomina-
ción de Sociedad Anónima en la empresa
así formada (1). El caso del diario barce-
lonés «Avui» es muy representativo a es-
te respecto.

«Avui» nace el 23 de abril de 1976 pro-
movido por la empresa Prensa Catalana
y con la ayuda de 30.000 cuentaparticipes
que depositaron de 1.000 a 100.000 pese-
tas cada uno. Con ello se llegó a la can-
tidad de 80 millones de pesetas, que es
el único capital con que cuenta el diario.
Un capital notoriamente insuficiente, que
auguraba el fracaso, dadas las deprimen-
tes estructuras de las empresas periodis-
ticas españolas y el escaso nivel de lec-
tores. Pero la sed de un diario en ca-
talán está obrando el milagro, y «Avui»
es hoy un éxito. Con sus 70.000 ejempla-

res diarios de tirada y sus casi 40.000
suscriptores (el segundo diario español
en cuanto a suscripciones).

Este mismo esquema se repite en casi
todos los semanarios. Varía el número
de inversores y quizá el monto del capi-
tal, pero, por el momento, y gracias a la
necesidad vital del público de buscar una
Prensa que le hable de sus problemas
auténticos, el éxito es sorprendente has-
ta para los mismos promotores.

EL CASO GALLEGO

Galicia es un caso aparte. Hasta ahora
sólo ha aparecido una sola publicación
que responda a las características que
hemos apuntado: «Teima», con sede en
Santiago de Compostela, íntegramente en
gallego, y que actúa sobre un espacio so-
ciológico distinto. Ya no se trata de zo-
nas con fuerte burguesía politizada, ca-
paz de mantener publicaciones periódicas,
aunque el sentimiento nacionalista
se mantenga. Antes al contrario, habla-
mos de regiones rurales marginadas del
desarrollo económico habido en el resto
del país. No es un caldo de cultivo que
fomente el periodismo.

A pesar de ello, «Teima» lleva ya tres
números de la calle. Las dificultades que
se han de vencer, además del bajo nivel
adquisitivo, ya reseñado, son la falta de
recursos técnicos y el gran número de
personas que, si bien habla gallego (un
80 por 100 de la población), tiene dificul-
tades para leerlo. Y como para muestra
basta un botón, en este caso dos, diga-
mos que «Teima» ha de imprimirse en los
talleres de «La Voz de Galicia» y que
es muy difícil encontrar un periodista
que hable y escriba correctamente en
gallego.

Los dos primeros números tuvieron una
difusión muy amplia: 93 y 87 por 100,
respectivamente. Como en los casos de
Euzkadi y Catalunya, la «sed nacionalis-
ta» parece haber absorbido los 15.000
ejemplares semanales que edita la em-
presa Sociedade Galega de Publicacións,
Sociedad Anónima. Que, a su vez, tam-
bién es una sociedad anónima compuesta
por 133 inversores, afines a una izquier-
da ideológica muy amplia.

«Teima» es hoy por hoy la única res-
puesta del periodismo gallego a la re-
forma política (2) y a las nuevas metas
que la sociedad española se está mar-
cando. Y como en el caso de sus cole-
gas vascas y catalanas, realiza un traba-
jo de iniciación que debe ser mirado con
simpatía por el resto de la Prensa espa-

egin

PUNTO
Y HORA

Berriak

AVUI

arreu

Setmanari d'informació general de Catalunya

ñola, a la espera de un sistema político
que sea más respetuoso con el cuarto
poder.

(1) En el caso de «Punto y Hora
de Euskal Herria» se pretende adop-
tar la fórmula de una sociedad de
redactores en un futuro próximo. Se-
ría un buen campo de experiencias
para contrastar la viabilidad de dicho
sistema.

(2) Existe el proyecto de crear
una nueva revista en gallego, que lle-
varía por nombre «Nueva Galicia»,
pero los obstáculos aludidos obliga-
rían a editarla en Madrid.