





# ganhamos um espaço imprescindível para avançar

Carlos Barros

A necessidade de contarmos com meios de comunicação próprios e independentes levou-nos em 2001 a dar os primeiros passos para materializar a vontade. Naquela altura pretendíamos iniciar uma nova aventura, com muita esperança mas também com cepticismo, buscando fazer realidade a presença de um periódico como o que tés nas mãos. A um mês de completarmos 5 anos do Novas da Galiza, celebramos a chegada do número 50 com a satisfação de termos avançado na consolidação de um jornal crítico e comprometido que continua a abrir-se caminho no cenário da comunicação.

Desde o número inicial, o projecto foi perfilando-se e evoluindo, definindo o seu formato, fortalecendo a sua equipa humana e assentando a sua presença. Sempre desde o voluntarismo que tivo como eixo central o Conselho de Redacção, que de maneira decidida manteve o projecto jornalístico, participando também em diferentes âmbitos do trabalho administrativo. A evolução do Novas supujo também para as próprias pessoas que participámos nele uma fonte contínua de experiência, experiências e satisfações, fazendo-nos ver que foi possível construir um referente jornalístico por nós mesmos.

E se chegamos a hoje foi porque se involucrárom no projecto dúzias e dúzias de pessoas que com o seu contributo resultárom decisivas para o seu desenvolvimento. Do grupo promotor ao accionariado, aos e às colaboradoras com quem sempre contamos de forma altruísta, às pessoas que nos ajudam economicamente, à equipa de administração, à rede de comerciais e distribuidores e aos anunciantes. E nom podemos esquecer os centos de assinantes, que nunca

deixárom de crescer em número desde o início, os milhares de leitores e leitoras, e todas as pessoas que apoiam o nosso trabalho. A todas elas queremos reconhecer a nossa gratidão e também pedir desculpas polos nossos erros.

Entendemos que a investigação e a denúncia social som componentes imprescindíveis para o exercício do jornalismo, e assim buscamos número a número fornecer informação que nunca publicaríamos os meios de comunicação convencionais, rompendo o silêncio imposto polos poderes e dando voz aos de abaixo, aos sectores sociais deste país que pelem por construir uma realidade bem diferente para uma nação emancipada.

Ainda que continuamos a ser uma publicação modesta e com poucos recursos, a nossa voz tem atingido públicos muito diversos e a sua repercussão chegou em muitas ocasiões directamente aos responsáveis das nossas denúncias jornalísticas, que nunca desmentírom publicamente as acusações e optárom polo silêncio como melhor saída. Isso sim, um agente aduaneiro iniciou um processo penal por supostas 'calúnias' que ainda está a correr termos e diz respeito à reportagem central do número 30. E a Operação Castinheira tampouco nos foi alheia: vários colaboradores foram detidos e a Guarda Civil requisou-nos computadores, parte do arquivo e material diverso. No entanto, os reconhecimentos ao nosso trabalho e à veracidade das nossas informações pesárom muito mais que os ataques e partírom de pessoas implicadas em conflitos abordados, de novas fontes que certificárom as pesquisas e mesmo de sentenças judiciais que ratificárom o publicado. Continuaremos a exercer jornalismo com dedicação, ambição e profissionalismo, sem mordças nem dependências.

O que começou e ainda é um projecto militante prepara-se agora para um dos maiores desafios, o de conseguir viabilizar economicamente a empresa para melhorarmos o produto informativo e contarmos com pessoas que se dediquem plenamente ao trabalho jornalístico. Neste sentido, efectuaremos em breve uma ampliação de capital na qual vos convidamos a participar e estamos a preparar iniciativas paralelas que consigam alimentar financeiramente o periódico, como anunciaremos na edição de Março do Novas da Galiza.

Nom sem dificuldades, conseguimos o primeiro objectivo. Pugemos na rua e mantivemos a periodicidade de um meio de comunicação que nada contra corrente e se nutre a partir da força dos movimentos populares. Agora toca-nos elevar o nível da exigência e pormos mãos à obra para erguer o projecto incrementando a sua qualidade e projectando reduzirmos a periodicidade a médio prazo. Pola liberdade de informar e de sermos informados, polo futuro do nosso povo e da nossa língua e pola consolidação de projectos sociais alternativos que sirvam de alicerce para a construção nacional. É decisivo continuar a fortalecer um espaço de comunicação imprescindível para o avanço do país. Continuamos no caminho.

Carlos Barros é director do Novas da Galiza



"Buscamos número a número fornecer informação que nunca publicaríamos os meios de comunicação convencionais, rompendo o silêncio imposto polos poderes e dando voz aos de abaixo, aos sectores sociais deste país que pelem por construir uma realidade bem diferente para uma nação emancipada"



O voluntariado pola língua, ensaiado com êxito em diversos países da nossa área, chega à Galiza impulsionado por diversos centros sociais e até pelas instituições.

R.S.

Em 2005 o 'voluntariat pel valencià' chegava a Valência depois de anos a funcionar no Principado da Catalunha, onde já conseguira juntar mais de 40.000 pares lingüísticos numha década. Em só seis meses, o tecido associativo valenciano reunia 260 voluntários e voluntárias com os seus ou suas respectivas aprendentes. A experiência já fora posta em andamento noutros países, nom apenas através da modalidade dos 'pares' que já começou a andar entre nós, mas ainda por meio de 'grupos de conversa' e um sem-fim de possibilidades que agora ficam também abertas para a Galiza. Ao nosso país, de facto, a iniciativa chega tarde, mas com força e impulsionada por diversas entidades normalizadoras e até institucionais.

#### Voluntariado pola língua

Embora já se esteja a trabalhar para impulsionar o voluntariado noutras localidades do País, foi Compostela a primeira cidade a acolher esta iniciativa. O grupo local da AGAL e a Gentalha do Pichel serám os primeiros colectivos nom ligados às instituições que ponham a andar o programa, mas a Direcçom Geral da Juventude e Solidariedade, em coordenação com a Mesa pola Normalizaçom Lingüística está a impulsionar umha campanha similar. Trata-se de um programa gratuito cujo objectivo é pôr em contacto pessoas que falam galego habitualmente com outras que por diversas razoms nom temem forma de treinar a língua oralmente para avançar na sua aquisiçom. Som pessoas geralmente vindas de fora que nom conseguem encontrar um âmbito comunicativo em que dar os primeiros passos para falar galego. Mas também há galegos e galegas de origem urbana cuja socializaçom foi exclusivamente castelhanófona e que, ainda que com conhecimentos de galego suficientes para manterem certas conversas, nom dispõem de um âmbito de comunicaçom para avançar no uso desta língua. Do outro lado, os voluntários e voluntárias som pessoas que se expressam fluentemente em gale-



## Voluntariado pola língua?

go e às quais se exige certa responsabilidade para falarem com a maior qualidade possível perante umha pessoa que está a fazer os primeiros progressos.

#### Espalhar a iniciativa

A realidade mostra-nos como, ao contrário de há algumas décadas, avançar na aquisiçom do galego nom é só umha questom de vontade. A pressom do espanhol é tal que ao mesmo tempo que cresce o número de monolíngües em espanhol, as pessoas monolíngües em galego existem só por causa de umha aposta pessoal cada vez mais difícil de manter. Por isso, para a Gentalha do Pichel e a AGAL, é importante que a iniciativa se espalhe e chegue a implicar o maior número de entidades cívicas possível. "Esta iniciativa nom é propriedade de ninguém. Sabemos

que alguns centros sociais de Ferrol, Vigo e Ourense estão a trabalhar nela e já recebemos pedidos de informaçom e material de localidades como Ponte Areias, Lugo e a Corunha", dizem a perguntas deste jornal. "Em Compostela, pretendemos trabalhar com associaçoms de imigrantes como Galiza Acolhe, que já está a colaborar com a iniciativa".

#### Outra vez Quintana

O Voluntariado Lingüístico é o nome dado pola Direcçom Geral da Juventude e Solidariedade e a Mesa pola Normalizaçom Lingüística a um programa muito parecido. A filosofia do mesmo embate com força, porém, no modelo escolhido por estes organismos para pô-lo a andar. No passado mês de Novembro, Carlos Callón, Néstor Rego e sobretudo

Quintana punham cara mediática a um programa que nem de longe tinha sido ideado por nenhuma instituição galega. Mesmo assim, numha conferência de imprensa abarrotada de meios de comunicaçom e pessoas do mundo da cultura, Néstor Rego, da Câmara Municipal de Compostela, agradece ao Vice-Presidente umha iniciativa que ficava caracterizada por umha determinada força política. Ao contrário da dinâmica imprimida ao 'voluntariado' noutros países, que nem sequer fõrom citados, a campanha descuidava assim o valor da implicaçom da sociedade civil, tornando-a em mais um elemento arrojado contra a Secretaria Geral da Política Lingüística, dirigida por Marisol López. A instituição análoga no Principado catalán (a Direcció General de Política Lingüística) é de facto a encarregada da coorde-

naçom da área do voluntariado, e no País Valenciano funciona com êxito através de umha rede de organismos cívicos desligados das instituições, mas aos quais também se temem somado universidades e câmaras municipais. Neste país, aliás, também funcionam 'grupos de conversa', programas de acolhimento de imigrantes e a iniciativa 'Quedem?' (Combinamos?), que consiste numha visita à cidade de recepçom dos 'benvinguts' guiada em catalán. Na Galiza, a apresentaçom da iniciativa institucional pareceu destinada a reforçar a imagem de um questionado Quintana no período pré-assemblear do BNG. Nada de mau, se nom fosse porque a associaçom do rosto de Quintana a campanhas pró-normalizadoras começa a ser cansativa. Ideias como a das Galescolas e a de Matrix também fõrom assinadas por Quintana perante os meios de comunicaçom, mas nestes casos as ideias tinham surgido no próprio movimento normalizador. Mesmo assim, tanto a Gentalha do Pichel como o grupo da AGAL de Compostela aplaudem o movimento da Direcçom chefiada por Rubem Cela, o político que cedeu o protagonismo a Quintana no anúncio do Voluntariado Lingüístico: "quantos mais âmbitos se podam cobrir, tanto melhor", afirmam.

#### Como participar

Na hora de inscrever-se também há diferenças entre ambos os projectos. A Gentalha do Pichel e a AGAL valorizárom mais a informaçom na própria rua, em locais de diferente tipo e através de associaçoms que trabalham com imigrantes, mas também contam com um blogue através do qual é possível realizar a inscriçom (<http://www.agal-gz.org/blogues/index.php?blog=27>). A Junta, em colaboraçom com a Mesa, disponibilizam um complexo web informativo ([www.vallingu.org](http://www.vallingu.org)) e difundiu a campanha sobretudo através dos meios de comunicaçom.





# Probas?



Da calidade dos nosos produtos non hai mellor proba que unha materia prima única, que unha xeografía de grande riqueza; nin mellor proba que a nosa tradición. Isto é o que protexen os distintivos de calidade, a mellor proba de que estás consumindo o mellor da nosa terra. **Probamos!**



ELIXE PRODUTOS CON DISTINTIVO DE CALIDADE  
A MELLOR PROBA



XUNTA DE GALICIA  
CONSELLERÍA DO MEDIO RURAL





## bilinguismo desarmónico agora, na empresa

Eduardo Maragoto

No dia 14 de Janeiro apresentava-se publicamente no Portal Galego da Língua a web da Galempresa (www.galempresa.com), um colectivo de empresas e profesionais independentes que pretenden coordinar esforços para aumentar o uso do galego nas actividades comerciais (NGZ nº 44). Para além de ser um fórum de troca de experiências relacionadas com este assunto, Galempresa oferece no seu site diversos recursos lingüísticos para facilitar a progressiva incorporação do galego aos negócios daquelas pessoas que, tendo sensibilidade nesse sentido, nom están tecnicamente à vontade para darem os primeiros passos.

### Escasso assessoramento técnico

Esse é de facto um dos pontos fracos que assinala o PGNLG quanto à saúde do galego neste âmbito. Muitos empresários e empresárias que estariam em disposição de avançarem na galeguização dos seus negócios nom se sentem seguros para usar a língua num âmbito que conta com umha ampla terminologia específica que o galego oficial, em muitos casos, nom tem resolvida. Os materiais de apoio ao sector som ainda escasos e nem sequer conhecidos pola imensa maioria das empresas. Galempresa soma-se agora ao pouco que há disponibilizado nesta matéria, mas de um ponto de vista claramente aberto a outros países de língua portuguesa, tendo em conta o enorme potencial das relações com a Lusofonia neste sentido. Porém, nom desvaloriza o caminho andado na Galiza polos sectores que nom compartilham este ponto de vista, disponibilizando também modelos de documentos e contratos da Universidade de Santiago de Compostela (USC) e da Conselharia do Trabalho da Junta da Galiza.

### Se se fosse galego...?

Em relação com isto, as políticas de normalização lingüística actuais continuam a remar contra a

maré. No PGNLG as referências à Lusofonia som tam escasas e vagas que chamariam a atençom de qualquer observador imparcial do problema do galego. Nas alíneas dedicadas à língua no comércio apenas se di que é preciso aproveitar o potencial lusofalante através do desenvolvimento do Eixo Atlántico, sem mais concreçom. E isto acontece quando, ao mesmo tempo, em sectores como o da alimentaçom, a telefonia e os electrodomésticos, a clientela tem a oportunidade de consultar cada vez mais informaçom sobre os produtos que consome em português. No entanto, esta oportunidade só é aproveitada por umha percentagem ínfima de galegos e galegas muito activas na luta polo idioma. A maioria, após umha década de instruçom 'secessionista', é incapaz de sentir como galego o 'queijo ralado' da cadeia de supermercados DIA ou expressoms como 'a enviar mensagem' de muitos telemóveis. Se algum dia a política quanto a isto mudasse, a filosofia de o galego ser umha língua diferente do português poderia começar a abalar como nunca, e é que, hoje em dia, o português como língua escrita está bastante mais em

contacto com os consumidores do que o próprio galego 'autonómico'.

### Mudança de política

A Secretaria Geral de Normalização Lingüística concedia subvençoms à galeguizaçom de determinadas actividades comerciais solicitadas por empresas desde 1987. A quantia dos subsídios tem variado muito de ano para ano, mas a incidência das ajudas pouco chegou a ser notada a nível social. Muitas empresas empregavam o galego só quando recebiam as ajudas, deixando de usá-lo naquelas gestoms nom subsidiadas. Outras, a maioria, nem sequer sabiam da existência das mesmas. Foi por isso que nos últimos dous anos a Secretaria Geral de Política Lingüística (SGPL) abandonou a política de ajudas, que permanece apenas nas subvençoms à dobragem e através de convénios singularizados com os meios de comunicação. Vitória Penas, do SGPL, respondendo a perguntas do Novas da Galiza, afirma: "É possível que nom fosse um dinheiro perdido [em relação às ajudas], nomeadamente se temos em conta com penetrou o galego nal-

Os tímidos avanços que se tenhem produzido em relação à presença do galego nos espaços públicos nom tem correlaçom com o uso da língua no âmbito empresarial, o mais significativo entre aqueles. A maioria das propostas normalizadoras contidas no PGNL, assustadas pola precariedade da situaçom, nem sequer marcam como objectivo a normalizaçom plena do uso comercial do galego.

### Objectivo: bilingüismo, nem que seja desarmónico

Com a relativizaçom da importância das ajudas directas às actividades empresariais parecem convergir outras dinâmicas surgidas no movimento normalizador, que situam o foco das suas mensagens no aproveitamento comercial da língua do país. A Mesa pola Normalizaçom Lingüística está a tentar associar empresas ao slogan 'o galego: marca de distincçom'. A USC, por sua vez, distribui um tríptico em que se salienta a importância de assumir o fomento do galego como mais umha Responsabilidade Social das Empresas (RSE) que cada vez mais clientes valorizam no momento de escolher os seus produtos. Outras iniciativas que caminham na mesma direcçom som os prémios, outorgados nomeadamente a nível municipal. O mais conhecido é o Manuel Beiras, atribuído pola Câmara Municipal de Compostela e a Câmara de Comércio, desde 1985 e sem dotaçom económica, àquelas empresas que se distinguem por realizar um uso continuado do idioma galego. Como noutros casos, no entanto, o uso continuado nom quer dizer exclusivo, e as empresas premiadas costumam usar o galego apenas como complemento de umha actividade para a qual, nom sequer na própria Galiza, se renuncia ao castelhano. Umha espécie de bilingüismo desarmónico que nem os planos mais avançados se atrevem a pôr em questom na Galiza.

### Ausência de medidas sancionadoras

O PGNLG é o melhor termómetro de qual será a política lingüística para o mundo empresarial nos próximos anos, e talvez décadas. Na Secretaria Geral de Política Lingüística remetem-nos para o Plano para umha aviaçom da situaçom actual, mas no plano apenas se diagnostica com base em percepçoms particulares dos autores. Nenhum estudo por detrás. As 45 medidas propostas para tal diagnose parecem estar só para preencher: umha grande parte começa com as palavras 'campanha' ou 'promover', eufemismos habituais da 'ausência de ideias e soluçoms'. De medidas sancionadoras, nada se sabe por enquanto.



# RÁDIO PIRATONA

## MAIS UMHA ONDA NO AR

**N**umha sociedade que tem umha realidade altamente centralizada e uniformizada pola informaçon, onde os meios de comunicaçon som poder e estám ao serviço do poder, as rádios livres surgem perante a necessidade e o direito que toda a pessoa e colectivo tem de expressar livremente opinions e de criticar e oferecer alternativas a todo o que nos afecta directa ou indirectamente. O nome de Rádio Piratona vem de rádio pirata, nome que se lhe dava no Brasil às rádios livres ou comunitárias, e que nom tem nada a ver com as rádios piratas que proliferam na nossa geografia, rádios comerciais (com fins lucrativos) sem licença.

Decorrórom quase 19 anos desde a primeira emissom de Rádio Piratona, quando um 8 de Março (Dia Internacional da Mulher Trabalhadora) começavam as emissoms no 104.9 da FM. O lugar onde tivérom lugar essas primeiras emissoms foi a escola de FP de Teis. Ainda que pouco tempo depois, Rádio Piratona tinha de abandonar a dita escola, depois de o claustro de professores da escola de FP de Teis decidir por esmagadora maioria fechar a rádio. Decisom condicionada pola chegada dumha carta do Ministério dos Transportes, Turismo e Comunicações que advertia que, se nom deixar de emitir, Rádio Piratona devia fazer frente a umha multa, que podia chegar aos 10 milhons de pesetas, para além da apreensom dos equipamentos.

A partir desse momento, Rádio Piratona passa à clandestinidade, devendo começar do zero a buscar local e equipamentos. Importa destacar a criaçom da Associação Cultural Talerapi, promovida por Rádio Piratona, o fanzine O Coiote, e o grupo de teatro Trepanocoqueiro, que levárom a cabo umha intensa actividade cultural.

No ano de 93, a Rádio abandona um central pub, em que se instalou durante um tempo, para se deslocar para o centro social okupado de "A Ruela", onde nunca se chegou a emitir por impedimentos técnicos, mas no qual tinha continuidade a celebraçom de

assembleias que regulavam a organizaçom interna, a organizaçom de actividades para arrecadar fundos...

Depois da evacuaçom da ruela, finalmente a rádio instala-se mui pertinho da sua actual localizaçom e, em Fevereiro de 1996, a Piratona começa a emitir no 103.6 da FM. Esta é umha etapa de intensa actividade na rádio, sucede-se a passagem da gente e proliferam as actividades. Destacar a organizaçom das jornadas "viver sem título", no Verao da 1996, e a participaçom no desfile de comparsas organizado pola Câmara Municipal no Entrudo do 1997. Nessa época, Rádio Piratona tivo de mudar o 103.6 da FM polo 107.7 da FM, já que a Rádio Galega decidiu adjudicar-se umha nova frequência que tapava a Piratona.

Em Novembro de 1998, e justo um par de semanas depois de se "fundir" o emissor, furtam no local da rádio um leitor de CD's, duas cabeças de cassete e umha mesa de mistura. Devido às suspeitas mais que fundadas de que nesse roubo estavam envolvidas pessoas da rádio, propom-se umha clausura indefinida e temporária do projecto, paragem que se prolongaria até finais de 2001. Nesse tempo sem emitir, continua-se a trabalhar para arrecadar fundos, conseguir local e equipamentos e melhorar a organizaçom interna de forma a garantir a viabilidade do projecto, sem atraiçoar os princípios básicos da rádio.

Por fim, em Agosto do 2001 começam as obras no novo local da Piratona, e nos começos de Dezembro umha nova etapa de emissom, com praticamente todos os equipamentos do trinque, incluído o emissor, o cabo e a antena, desta vez desde o 106.0 FM. Também vimos de recuperar a Associação Cultural Talerapi.

No Verao de 2004, umha rádio comercial sem licença começa a emitir no 106.00 da FM, "pisando" assim a emissom da Rádio Piratona. Depois de um mês de interferências, e depois de contactarmos os responsáveis pela dita emissora, decidimos enviar a nova à imprensa, facto que foi decisivo para que essa rádio comercial abandonasse o 106.00 da FM.



Nesse tempo, continuou-se a trabalhar na procura de fundos com os quais continuar a impulsar o projecto, celebraçom de concertos, venda de camisolas, criaçom dum Cd...

A nível galego, Rádio Piratona está a participar na criaçom na rede galega de rádios livres e comunitárias, juntamente com Kalimera, Cuac, Filispim, Roncudo e Clavi.

Para mais informaçoens:  
[www.sindominio.net/piratona](http://www.sindominio.net/piratona)

"O nome de Rádio Piratona vem de rádio pirata, nome que se dava no Brasil às rádios livres ou comunitárias, e que nom tem nada a ver com as rádios piratas que proliferam na nossa geografia, rádios comerciais (com fins lucrativos) sem licença."



“O sector publicitário factura milhares de millóns e supom-se-lhe um poder real e cada vez maior no momento de conduzir os nossos hábitos de consumo, mas a Galiza, embora tenha atingido um espectacular descolagem no sector audiovisual, nom soubo ainda captar a sua importância”

Kermán Viluba

Umha multinacional sueca do sector da mobília acabou de utilizar este slogan no seu último spot publicitário para promover o seu amplo catálogo com que tenta invadir os lares de meio mundo. A ideia de fundo que se extrai deste enunciado é a construçom de um espaço exclusivo partindo da uniformidade do produto. Assim os creativos desta marca tentam dar ao individuo a possibilidade de ser ele quem dote de personalidade umha peça extraída de umha descomunal cadeia de produçom. Centos de anúncios assaltam-nos cada dia, cada hora, cada minuto e cada segundo utilizando todo o tipo de canais ao seu alcance, mas estamos já tam saturados que só uns poucos conseguem que fixemos toda a nossa atençom neles. O sector publicitário factura milhares de millóns e supom-se-lhe um poder real e cada vez maior no momento de conduzir os nossos hábitos de consumo, mas a Galiza, embora tenha atingido umha espectacular descolagem no sector audiovisual, nom soubo ainda captar a importância de um sector em alta como é o sector publicitário. A esmagadora maioria dos anúncios emitidos pola nossa televisom pública som realizados no estrangeiro e muitos deles inclusive som emitidos em idioma espanhol, de maneira que a sangrenta realidade do sector nos leva a reflectirmos sobre a tremenda colonizaçom a que estamos submetidos. Fazendo um rápido ‘resetado’ mental sobre que anúncios galegos lograrom ficar imersos no subconsciente colectivo, o primeiro que me vem à cabeça é aquele, Dixem a galega!!, onde esse monstro da interpretaçom alternativa chamado John Balan exigia, apoiado no balcom de um saloom do Oeste americano, que o empregado pugesse a que na altura era a TvG; posteriormente, houve umha série de anúncios galegos em que os creativos, por mor do produto que tratavam de vender, orientavam a sua mensagem para um público eminentemente rural, aquele Ramom o fermitom e os anúncios de veneno para ratos marcárom um ponto de inflexom para o sector publicitário galego, mais baixo já era impossível



# BEM★VINDOS

## à república independente da minha casa

cair. O livro 13,99 Euros, do francés Frédéric Beigbeder, é um claro exemplo das tremendas dimensoms que está a alcançar o sector publicitário, nas suas páginas é relatada a complexa peripécia da rodagem de um spot publicitário que tem um iogurte como protagonista e no qual é muito o dinheiro investido e as pessoas implicadas. A irrupçom no mercado, já há uns anos, de produtos como os telemóveis, orientados basicamente para um público muito

jovem e dinámico, revolucionou por completo todo o sector e deu um protagonismo muito especial a um elemento como o musical que, embora tenha estado sempre presente, agora conseguia um protagonismo quase total. Para qualquer grupo, sair eleito para musicar um destes anúncios supunha ter sucesso em questom de dias, e muito do mito de selos indís como subterfuge foi conseguido por serem bandas suas as que protagonizavam este tipo

de spots. Os grupos galegos de música contemporânea nunca pudérom optar a este salto mediático, primeiro porque embora umha das maiores e mais potentes multinacionais do sector têxtil orientadas para um público jovem seja galega, nom temos companhias de telefonia móvel próprias como pode ser euskaltel no País Basco, que tinha feito aquele mítico spot berrando por Patxi, nem temos um airgaliza de voos a baixo preço, nem temos um

desenvolvido sector próprio de comida rápida galega que pudesse produzir umha publicidade orientada a esse sector da populaçom que exige e demanda música de grupos independentes cantando na nossa língua. O único exemplo a que podemos recorrer neste campo é quando, há uns anos, a televisom galega utilizou de jeito surpreendente um tema dos Túzaros para promocionar os partidos de futebol da primeira divisom que emitia aos sábados à noite, um maravilhoso acerto que desgraçadamente nom se voltou a repetir. Mas se falarmos de publicidade autóctone temos de situar-nos já noutra dimensom, a do mítico anúncio de Móveis Mendoza emitido na televisom galega, que marcou um antes e um depois e que mesmo levou o casal a programas como o de Chambo onde tívem a sorte de coincidir com o par mais cool do momento até a publicidade em foto-promocional ao lado de umha personagem famosa. Ainda que som muitos os bares, restaurantes e estabelecimentos que utilizam este potente jeito de ‘autobombo’ para impressionarem e atraírem clientes, há um mestre nesta arte publicitária que desde estas linhas quero reivindicar: o, por desgraça, já desaparecido rei dos bolos de Mondonhede, que rachou moldes neste campo. Quem se chegar até os seus estabelecimentos poderá comprobar o autêntico artpop deste Andy Warhol de enormes bigodes, cabelo de anjo e braço de cigano. Passam os anos, mas as fotografias do artista mindoniense continuam impactando tanto os centos de visitantes como as latas de sopa de tomate campbell do artista novaiorquino. Nesta passada campanha de Natal umha marca de electrodomésticos apostou no dueto cómico dos Tonechos para protagonizar um mais que aceitável spot em que incitavam a comprar ao ‘tum-tum’, os anúncios, como qualquer outra maneira de expressom, som um elemento fundamental para a construçom nacional e o dia que este sector esteja totalmente normalizado entom sim que poderemos receber os nossos amigos com um tapete bem grande diante da porta que diga: Bem-vindos à república independente da Galiza!! Papá macho, que é ao revés...





**SOLE REI / Há seis anos começava a trabalhar o Conservatório de Música Tradicional de Lalim; hoje já som cem os alunos que nele estão a aprender. Ugia Pedreira, cantante de Nordestinas e de Marful, é quem dirige o projecto. Com ela conversamos.**

**O Conservatório de Lalim vem encher um oco nos estudos de música: o tocante aos nossos sons tradicionais. Foi essa a ideia na altura de pô-lo a andar?**

Quando começámos, tentámos abrir um caminho para as novas gerações, facilitar-lhes a formação, fazer-lhes um caminho mais singelo do que nos tocou a nós. Porque quando qualquer pessoa desta equipa estava a formar-se na música tradicional não tinha um centro tão integral, com prática de instrumentos, teorização sobre a música patrimonial, encontros, intercâmbios, produções de eventos... Quem manteve o mundo do

pequeninhas a mais maiores. “Vinte mil” gerações de galegos dedicam-se à música tradicional desde há décadas dum jeito mais ou menos profissional. De todas as formas há múltiplas possibilidades e permutações neste género, tanto como noutros. No nosso centro há cem alunos de todas as idades a tocarem, a comporem canções sobre formas tradicionais porque lhes apetece. A música tradicional está vivíssima. E na Galiza temos sorte de que há música por todos os lados: numha festa do Entrudo, ou no Natal, a gente canta nas tabernas ou nas suas casas.

tas influências americanas: as habaneras, por exemplo. E não nos parece mal. Não me parece umha definição para nada pejorativa. Entendo que recuperar a música de taberna não é pejorativo. Cantar é um dos prazeres desta vida e dos que mais podem emocionar. Então bem podemos emocionar num parque ou num auditório. O importante é comunicar e que che venham as ganas de expressar-te em qualquer lugar.

**Citas as influências americanas na nossa cultura, mas dentro do próprio âmbito dos afeccionados à música tradicional existe debate entre o que é galego e o que não. Ti onde achas que cumpre pôr o limite?**

Para mim a música popular é a que fizérom e fam os galegos e as gale-

**Achas que pode existir relação entre esse “purismo musical” de só gaitas e pandeiretas e o isolamento lingüístico?**

Sim que há umha relação. Faltanos mais formação e mais conhecimento do nosso. A história é de quem a conte. Quais som as fronteiras musicais de cada época histórica? Quem põe limites e porquê? Quem ultrapassam as linhas e quem chegam pacientes até às linhas? De todas as maneiras, resumo: fago canções. Inspiro-me entre o que se conhece entre aspas como música tradicional, mas também me posso inspirar no último tio que me tirei ou que me tirou, num colecionista de garrafas, numha conversa com umha amiga... Isso é manter a música viva. Igual que os compositores para gaita fam as suas composições

maquinaria mediática e política. Não saem grupos de debaixo das pedras em quatro dias. Talvez estavam debaixo das pedras e não se escuitavam tanto. Mas somos três milhões de pessoas, dos quais, se quadra, 4 mil ou 5 mil consomem música galega. A estatística continua a ser patética, e ainda que as estatísticas às vezes se trabucam, aqui dá-me a impressão de que não. A nossa música ainda não é um valor cultural. E há muita gente que não escolhe desenvolver o seu ócio indo a concertos ou ao teatro pagando. Claro que a cidade, o rural e as vilas som três casos totalmente distintos.

E para rematar falando da música tradicional: achas que quiçá nas aulas dos liceus deveriam falar menos de Mozart e mais de minhêira, por dizê-lo dalguem jeito?

**“Em países mais desenvolvidos, há solucionadas muitas necessidades, como a calefação. Na Galiza, continua-se a trabalhar com muito frio”**

ensino da música tradicional fôrom sempre agrupamentos vizinhos, folclóricos... E fizérom o seu papel de manter viva essa borbulha da nossa música. Nós queremos ensinar-lhe à gente umha possível forma de vida, não só como músico: também para os que se queiram dedicar à gestão musical.

**Fala-nos dos alunos do conservatório. Achas que nas novas gerações continua vivo o interesse pelas músicas próprias?**

Este ano é o primeiro que há limite de praças no conservatório e pessoas a aguardarem para entrar. Há um mundo muito grande dedicado à música tradicional, desde

**Agora que falas das tabernas, não há muito lim por aí um comentário sobre Nordestinas que se referia às músicas do grupo como “canções de taberna”. Eu a priori não o considero como algo negativo, mais falando com um amigo ele apreciou que a etiqueta podia ter matizes negativos, talvez querendo relegar certos sons para âmbitos residuais ou suburbanos. Falavam de Nordestinas, mas poderiam ter feito referência a um tipo de música. Tu como vês a definição?**

Pois nós com Nordestinas falamos das tabernas do norte, onde vamos fôrom as nossas famílias cantar. É umha música muito harmonizada. Vimos dumha cultura com cer-

gas, que foi assimilada, interiorizada e expandida por uma comunidade que tem uma forma de se exprimir e de ver o mundo. A música está feita por indivíduos, e o povo (conceito questionável) tem a capacidade de transformá-la e adaptá-la a cada tempo. Na Galiza, as agrupamentos folclóricos entendem a música tradicional como a musicalidade anterior á mudança social. Seria bom aprender a contextualizá-la, aprender a sua antropologia e os caminhos que esta percorre. Acho que ninguém é umha tabuleira rasa ou um espelho em que tudo rebota, e se és pessoa, algo de esponja terás.

para gaita “instrumento nacional do país”, os cantantes cantamos o que se passa nas nossas vidas e na geração que nos tocou viver. E se podem ter ar galego pois melhor, mais universais serão. Pois sozinhas não estamos no mundo, portanto que não se angustie ninguém.

**Ultimamente estão a sair muitos grupos que cantam em galego temas que vão do pop à pachanga passando pola música electrónica ou o hip-hop. Como valoras o actual panorama musical na Galiza?**

Penso que todos estavam aí a fazer as suas cousas. O que mudou foi a

Há de todo. Há muitos profissionais da música galega nas aulas. Aí está o Kikiriki, dirigido a nenos e feito por mestres. E há umha geração de magistério musical pendente do ensino da música popular galega. E aguardo que não apenas da música tradicional, que também ensinam o que se faz aqui no mundo do jazz ou do rock. Este momento é muito bom porque estamos num processo de construção, e eu sinto-me feliz de pôr o meu grao de areia. Em países mais desenvolvidos, há solucionadas muitas necessidades, como a calefação. Na Galiza, continua-se a trabalhar com muito frio.