

# La prensa popular gallega: un eslabón para la participación ciudadana

Xosé López García

Profesor y Decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la  
Universidad de Santiago de Compostela

---

## Resumo:

*Nos últimos anos consolidouse en Galicia unha rede relativamente estable de publicacións comarcais que constitúen un elo básico para a participación cidadá e que, a maioría delas, apoia o proceso de normalización da lingua galega. Estes medios impresos, editados en localidades cunha poboación que varía entre as 10.000 e as 30.000 persoas -os ámbitos de difusión acadan ata 50.000-70.000 habitantes-, cumpren o papel de servir de soportes para unha información real, plural e participativa no panorama comunicativo. O modelo comarcal, un modelo propio de Galicia, condiciona a estratexia informativa dos diarios de información xeral e contribúe á existencia dunha oferta informativa complementaria da que fan os diarios. O seu esquema informativo baséase na recuperación da función social da subxectividade, con especial atención ás seccións de opinión, e na práctica dun periodismo informativo-interpretativo combinado co periodismo de servizos.*

## Abstract:

*A relatively stable net of regional publications has grown firm in the last few years in Galicia. These publications are a basic link for citizens participation and most of them support the process of standardisation of Galician language. These printed media, which are edited in towns with a population that varies from 10.000 to 30.000 inhabitants -fields of diffusion extend to 50.000-70.000 inhabitants- serve as a support to a real, plural and participative information in the panorama of the communication. The regional model, which is typical of Galicia, influences on the informative strategy of General Information diaries and it enables the existence of an informative offer that complements the one that diaries supply. Their informative scheme is based on the recuperation of the social function of subjectivity and it gives and special attention to Opinion sections and also to the practice of an informative-interpretative journalism that is combined with a journalism of services.*

---

1. Introducción
  2. Época de cambios
  3. Mapa de publicacións
  4. A modo de conclusión
- Bibliografía
- 

## 1. Introducción

La red relativamente estable de medios impresos comarcales con que cuenta Galicia ha abierto nuevas vías de participación de los ciudadanos de los pequeños y medianos municipios, al tiempo que ha incrementado la oferta de soportes para facilitar el conocimiento de la realidad política y social local. Se trata de un modelo de prensa popular consolidado en los primeros años de la última década del milenio, aunque con raíces en la prensa comarcal de finales del siglo XIX y comienzos del XX.

En 1997 no caben dudas del renacimiento de la prensa comarcal gallega, que en 1936 quedó con una mordaza capaz de cortar de raíz la popularidad de unas publicaciones que canalizaron buena parte de las disputas de los partidos que luchaban por el control del poder local, de los conflictos, de la vida social y de la información comercial. En un primer momento, la participación en la Guerra Civil dejó a varias publicaciones sin gente. Y más tarde fue el marco político de la dictadura franquista el que limitó el número a tres o cuatro, según las etapas.

Distintos colectivos emprendieron la edición de pequeñas publicaciones en la década de los setenta. Pero fue en la segunda mitad de ésta década, restablecida la democracia, cuando se multiplicó el número de cabeceras, todas de muy corta duración. Esta tendencia se mantuvo en la década de los ochenta, para entrar en la década de los noventa con varias cabeceras estables en los mercados locales -alguna alcanzó la *mayoría de edad al cumplir los diez años*-.

Los datos actuales resultan reveladores. Más de veinte publicaciones de información general y cincuenta de información especializada -el control se realizó en junio- forman el núcleo central de un modelo de comunicación popular que, a medida que pasan los meses, aumenta el número de lectores. A pesar del incremento de los costes de producción, principalmente por la subida del precio del papel, distintos colectivos y empresarios locales promueven iniciativas.

Estos medios, que completan la oferta de los diarios, que en Galicia están volcados en la información local y comarcal, contribuyen a hacer realidad el derecho de los habitantes de los pequeños núcleos de población a estar informados. Y, sin duda, facilitan la participación democrática, sobre todo por su mayor proximidad a la vida local.

## **2. Época de cambios**

El mapa de medios de comunicación ha experimentado importantes cambios en los últimos quince años. En este tiempo, la oferta se incrementó en todos los soportes -incluido el impreso- y se completó la red, con innovaciones en el campo de los nuevos servicios informativos. Se crearon y consolidaron los medios públicos autonómicos y hubo una reorganización en los medios privados para adecuar las estructuras a los nuevos tiempos. Fue un proceso paralelo al de transformaciones económicas, culturales y políticas que ha afectado a los distintos ámbitos de la sociedad gallega.

En el proyecto de renovación de los medios de comunicación de Galicia destaca, en la última década del siglo, cuando impera el discurso de las autopistas de la comunicación, la recuperación de una prensa comarcal relativamente estable. De hecho, aunque las pequeñas publicaciones pueden asociarse, en muchos casos, al pasado, lo cierto es que en el finisierre peninsular las pequeñas publicaciones aparecen como un síntoma más de la renovación que se avecina. Muchos de los promotores de estas iniciativas no sólo quieren estar en el mundo de los soportes impresos, sino que aspiran a crear industrias culturales de ámbito comarcal o supracomarcal.

En este camino chocan, a veces, con unos mercados con muy pocos consumidores de productos informativos. Pero proyectan conseguir un hueco en el mercado local, convencidos de que en la época de lo global, de lo planetario, también hay espacio para los proyectos que mantienen las raíces en la tierra y quieren prestar especial atención a la sociedad en la que se mueven. De momento, varios propietarios de imprentas, empresarios de distintos sectores, docentes y periodistas mantienen vivo lo que hasta hace poco era sólo un sueño.

### **2.1. Diarios locales**

La prensa gallega presta una gran atención a la información próxima. Los nueve diarios de información general que se editan en el mes de junio de 1997 han dedicado buena parte de sus esfuerzos a ofrecer un discurso centrado en los acontecimientos locales. Tanto *La Voz de Galicia*, con sus dieciséis ediciones, como *Faro de Vigo*, que también optó por una política de ediciones para cubrir la provincia pontevedresa -tres ediciones-, o *El Progreso* de Lugo y *La Región* de Orense, con ediciones únicas provinciales, publican un mínimo de ocho páginas de información local -las principales ediciones incluyen entre doce y dieciséis páginas-.

Sin embargo, a pesar de contar Galicia con una prensa local que apenas deja espacio para los diarios de información general editados en Madrid -venden poco más de 32.000 ejemplares frente a los más de 204.000 ejemplares de los siete diarios controlados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD, 1996)-, las pequeñas publicaciones han buscado un hueco en el mercado. Para ello han evitado competir con los diarios y han apostado por productos informativos complementarios.

Coinciden con los diarios en una decidida apuesta por los contenidos próximos. Y ésta ha sido una de las claves del éxito, como explicaremos. Supieron ofrecer unos contenidos muy familiares para los ciudadanos, abrieron las páginas a la participación de los movimientos de dinamización sociocultural e hicieron un gran esfuerzo creativo.

Mientras los diarios incrementaron el número de ediciones comarcales en los últimos quince años, con buena aceptación de los lectores, grupos de empresarios o profesionales optaron por la creación de pequeños medios propios (López, 1994: 226-237). No compitieron abiertamente con los diarios, sino que buscaron productos complementarios que interesasen a los lectores de prensa y a todos los habitantes de las respectivas localidades.

## 2.2. El peso de la historia

Fue un lento despertar el de las publicaciones periódicas comarcales. Antes de que algunas cabeceras alcanzasen la consolidación en el mercado, hubo una larga lista de iniciativas que fracasaron, siempre por motivos muy dispares. Pero, al mismo tiempo, el cierre de una publicación casi siempre tuvo respuesta con el lanzamiento, al poco tiempo, de otra dispuesta a tomar el relevo y luchar por la supervivencia.

Casi todas las publicaciones nuevas tuvieron como modelo la experiencia de los tres semanarios *históricos* que mantuvieron alta la bandera de un periodismo de anecdotario local y de expresión de los puntos de vista de los grupos económicos más activos en la vida de las respectivas comarcas. Se trata de *La Voz de Ortigueira*, *La Comarca del Eo* y *Heraldo de Vivero*. *La Voz de Ortigueira* mantiene su cita ininterrumpida desde el 4 de junio de 1916 y *La Comarca del Eo* desde el 5 de octubre de 1919. *Heraldo de Vivero*, que dejó de salir en tres ocasiones, apareció el 17 de febrero de 1912.

Estas tres cabeceras actuaron como modelos para experiencias promovidas por colectivos muy diversos en tiempos de libertad de prensa. Su continuidad sirvió de aliciente para muchos empresarios o profesionales locales entusiastas de la prensa comarcal. No cabe duda que la sombra de la prensa comarcal de comienzos de siglo fue alargada y que si no siguiesen con su cita con los lectores las cabeceras *históricas* posiblemente la prensa comarcal actual tuviese *otra cara*.

No podemos olvidar que a comienzos del presente siglo se consolidaron publicaciones en las principales villas. Viveiro, Ribadeo, Ortigueira, Noia, Redondela, Mondoñedo, Verín o Monforte son sólo algunos ejemplos de municipios donde hubo una prensa comarcal con buena aceptación por parte de los lectores. En estas localidades, durante la Segunda República, la prensa jugó un papel muy importante en la vida local. La movilización política fortaleció el clima favorable a estas publicaciones.

El levantamiento militar de 1936 cortó de raíz el florecimiento de la prensa comarcal. Sólo mantuvieron su presencia en el mercado *La Voz de Ortigueira*, *La Comarca* -más tarde pasó a llamarse *La Comarca del Eo*- y *Las Riberas del Eo* -en Ribadeo, donde siguió editándose hasta 1971-. No había espacio para la pluralidad informativa y sólo *Heraldo de Vivero*, desaparecido en 1936, encontró nuevos promotores *bien vistos por el régimen*, que sacaron la publicación el 2 de marzo de 1963.

## 2.3. Nuevos modelos

A finales de la década de los setenta, distintos colectivos, la mayoría formados por militantes antifranquistas, editaron publicaciones de corta duración, algunas de carácter comarcal. Pero fue la restauración democrática la que creó un marco que facilitó la recuperación de las publicaciones en las entidades locales de población de Galicia. Varias de las nuevas cabeceras *bebieron* en la experiencia de las *históricas*, aunque aportaron distintas innovaciones, tanto en los contenidos como en la presentación. Algunos colectivos de pequeños empresarios locales crearon empresas y colocaron al frente de los proyectos a periodistas, lo que reforzó el modelo informativo de las publicaciones.

En estos años -la segunda mitad de la década de los setenta- se luchaba por un nuevo modelo de publicación capaz de interesar a los habitantes de la comarca, de conseguir la autofinanciación y de favorecer la participación de colectivos de dinamización sociocultural. Gente joven, con mucha ilusión y con proyectos poco estudiados, promovió la mayor parte de los medios comarcales impresos. Fue así como muchas publicaciones apenas tuvieron unos meses de vida.

De las iniciativas habidas, conviene citar las que resultaron más novedosas y que aportaron modelos a seguir. Fue en 1982 cuando apareció *Badal* en la costa lucense, que se convirtió en el primer proyecto con un planteamiento comercial considerado serio. La iniciativa corrió a cargo de empresarios locales y miembros del movimiento asociativo, que mantuvieron la publicación semanal y de información general hasta julio de 1983. Otros ejemplos considerados importantes en la reciente historia de la prensa comarcal han sido los de *Beiramar*, en 1987, en la costa lucense, y *Barbanza*, en 1988, en la comarca coruñesa de Barbanza.

En 1984 nació *A Peneira*, una publicación quincenal en gallego promovida por empresarios y personas del movimiento asociativo de Pontearreas y Baixo Miño. *A Peneira*, puesta en marcha por un equipo encabezado por un periodista, mostró un camino a seguir en el mercado y en la vida local. Consiguió la supervivencia sin excesivos problemas y cerró una etapa de *mala suerte* para muchas cabeceras comarcales.

#### 2.4. Paradigma para los nuevos tiempos

La continuidad de *A Peneira* en el mercado convirtió a esta publicación en uno de los principales paradigmas de los *nuevos* medios comarcales impresos de Galicia. Este éxito del quincenal de Pontearreas, unido a la relativa estabilidad de otras publicaciones -*A Tempo*, en Verín; *Onde o mundo se chama Celanova*, en Celanova; *Achantada*, en Chantada; *A Folla*, en Escairón, o *Contrarretanca*, en A Estrada, por citar algunas- permitió cierto optimismo sobre el futuro de la nueva prensa comarcal en el finisierre peninsular.

Su ejemplo lo siguieron asociaciones y empresarios de las principales comarcas, que en los últimos años han sacado a la calle varias publicaciones periódicas. Incluso un grupo de jóvenes empresarios editó en 1994 el primer diario comarcal, *O Barbanza día a día*, en la comarca coruñesa del Barbanza, que estuvo en el mercado algo menos de un año.

Mejor suerte que *O Barbanza día a día* han tenido *O Norte*, quincenal editado en la comarca coruñesa de Negreira; *O Salnés*, quincenal publicado en O Grove; *A Comarca do Morrazo*, quincenal de Bueu; *A Nova Comarca do Barbanza*, quincenal para la comarca del Barbanza; *O Sil*, mensual editado en la orrensana localidad de O Barco de Valdeorras, y *O Miñor*, mensual de la comarca pontevedresa del Val Miñor -está a punto de iniciar una nueva etapa como publicación quincenal-.

Al final, el resultado ha sido una red relativamente estable de publicaciones comarcales formada, como hemos dicho, por veinticinco medios impresos de información general y cincuenta de información especializada. No se puede asegurar si se mantendrá la tendencia al incremento del número de cabeceras, aunque, como mínimo, sí podemos afirmar que las principales publicaciones prevén mantener su presencia en el mercado a corto plazo.

### 3. Mapa de publicaciones

El mapa de publicaciones comarcales existente en Galicia presenta cabeceras que no pueden incluirse bajo un único modelo. Al contrario, hubo y hay gran variedad de medios impresos. De ahí que, al margen de la división entre las de información general y las de información especializada o las *históricas* o las *nuevas*, también pueden establecerse tres tipos básicos de publicaciones de información general (López, 1995: 117-120): prensa comarcal, prensa asociativa comarcal y prensa gratuita comarcal.

En el apartado de prensa comarcal se incluyen las publicaciones de información general promovidas por empresarios -personas físicas o personas jurídicas-. A pesar de las características de cada cabecera, condicionadas por la periodicidad, la mayor parte reproducen a pequeña escala el funcionamiento de los diarios. No obstante, ofrecen más opinión y, en general, han abierto las páginas a la participación de los lectores y de los colectivos.

La prensa asociativa comarcal constituye un grupo de publicaciones promovidas por asociaciones culturales o vecinales que, además de sus boletines, editan publicaciones de información general. Estos soportes se caracterizan por el alto índice de opinión y por las secciones abiertas a los distintos colectivos organizados de la sociedad local.

En tercer lugar, el apartado de publicaciones gratuitas agrupa a los soportes impresos de información general producto de la actividad editorial de una empresa, periodística o no, que se entrega sin la adecuada contraprestación económica y que tiene como principal ingreso la publicidad (Nieto & Iglesias, 1993: 306). Estas publicaciones apenas tuvieron presencia en el mercado comarcal hasta el inicio de la década de los noventa.

#### 3.1. Apoyo a la normalización lingüística

Una de las principales apuestas de las publicaciones comarcales ha sido la colaboración con el proceso de normalización del uso del gallego, promovido por asociaciones y asumido por el Gobierno autonómico. Algo más del setenta por cien de las publicaciones editadas a comienzos del presente año tenía más del

sesenta por cien de los textos -información y publicidad- en la lengua de Rosalía. Este es uno de los motivos por los que reclaman más ayudas al Ejecutivo gallego, que por ahora ha prestado poca atención a estos soportes impresos, aunque tiene en estudio un plan de apoyo.

Según los expertos, la información en lengua propia es muy necesaria en un país que cuenta sólo con un diario en gallego -*O Correo Galego*- y que tiene un mapa de medios impresos diarios con contenidos desgalleguizados (Ledo, 1993: 12). Esta laguna de los diarios pueden aprovecharla las publicaciones comarcales para realizar una oferta diferenciada no sólo en los contenidos, sino también en el idioma.

Varios promotores de publicaciones comarcales en gallego han defendido la lengua propia para ofrecer productos complementarios a los de la prensa diaria, que comprendió bien el camino de la focalización de la información para modernizar el sistema tradicional de las redes de abastecimiento informativo (Campos, 1994: 60). Uno de los que más se ha destacado en esta lucha en favor del gallego como lengua de la prensa comarcal ha sido el editor y director del quincenal *A Peneira*.

### 3.2. Soportes abiertos a la participación

El fomento de la participación de los distintos colectivos ha sido una característica general de buena parte de las publicaciones comarcales. Estos medios ofrecen altos índices de artículos de opinión y de tribunas públicas. Un porcentaje superior al cuarenta por cien de los textos corresponde a géneros de opinión (López, 1995: 209). Este es uno de los principales rasgos diferenciadores con los diarios.

Esta política favorable a la participación ha cosechado buena aceptación por parte de los lectores, lo que ha llevado a muchos promotores a profundizar en la línea de la información participativa. De hecho, en varios casos los grupos de dinamización sociocultural y los colectivos de la comunicación local organizados se han convertido en el principal apoyo para estas publicaciones, que apenas dedican espacios a cuestiones que no tengan que ver con la vida local.

Muchos editores de publicaciones locales han entendido que los grupos de dinamización sociocultural constituyen uno de los principales *aliados naturales*, al igual que los colectivos de la comunidad local organizados. La supervivencia de algunas cabeceras estará condicionada por la capacidad de garantizar la participación democrática en los proyectos informativos, que tendrá como principal objetivo favorecer la circulación de información próxima.

Es más, varios editores han dado participación en las sociedades editoras a grupos culturales, vecinales y pequeños empresarios locales a fin de facilitar una política informativa plural. Estos mismos editores han solicitado la colaboración de colectivos organizados y han incorporado redactores-dinamizadores, que colaboran de forma desinteresada o a cambio de una pequeña remuneración en la producción periodística.

### 3.3. Lejos de la homogeneización

Estas publicaciones sirven de soporte básico para que los ciudadanos de las comarcas tengan acceso a una información alejada de la homogeneización y de la estandarización que propician los grandes centros de distribución. No cabe duda que entre sus aportaciones actuales está la colaboración para frenar la uniformización de los contenidos que caracteriza a los diarios y para facilitar la participación de los ciudadanos, a la que ya nos hemos referido.

Al cumplimiento de este papel ayudará, sin duda, el nuevo modelo de organización territorial de Galicia en comarcas, iniciado con experiencias piloto y ahora regulado por una ley en fase de tramitación parlamentaria. La organización territorial en comarcas facilitará una *mayor vida local*, de la que podrán dar información estos soportes impresos. Así habrá contenidos muy diferentes de los que ofrecen los diarios, sobre todo si profundizan en el proceso de democratización de la información, al que también nos hemos referido en el anterior apartado.

En el nuevo marco normativo sobre organización territorial, estos soportes impresos encontrarán numerosos estímulos para profundizar en la política dirigida a facilitar el acceso de los habitantes de las comarcas, tanto con artículos sobre contenidos especializados como mediante tribunas públicas, secciones de consulta -servicios- o cartas al director -una sección muy *abierta* y con mucho eco en la mayoría de las publicaciones-. Es decir, las publicaciones comarcales contribuirán mejor a hacer realidad el derecho de los ciudadanos a estar informados de la vida local.

Su mayor proximidad a los ciudadanos ya permite ahora a estas publicaciones cumplir mejor con la función social de dar a conocer la actividad política, social, cultural, deportiva y económica del entorno

en el que se editan. Todos los datos apuntan que las publicaciones comarcales están en buenas condiciones para explicar los antecedentes y las consecuencias de los acontecimientos de los que informan. Y, sobre todo, cuentan para ello con la colaboración del movimiento de dinamización sociocultural existente.

Este modelo de periodismo popular (Guillaumet, 1993: 7) ha encontrado apoyos en sectores locales, aunque también el rechazo, al menos en alguna ocasión, de grupos que se consideran perjudicados por la línea informativa de estas publicaciones. La proximidad a los poderes locales, siempre con estrategias dirigidas a conseguir el control de los contenidos, obligan a los editores a mantener una política informativa de cierto distanciamiento, aunque alejada de la confrontación -en algunos casos no es así-. Sin duda, se trata de la lucha de estas cabeceras por una independencia respecto de los poderes locales, siempre difícil y controvertida.

#### **4. A modo de conclusión**

La prensa comarcal gallega ha superado la mayoría de edad en la última década del siglo XX. Inició un camino que ha sabido aprovechar la experiencia del pasado e introducir algunas de las innovaciones que caracterizaron a las principales iniciativas. Buscó un modelo alejado de los estándares de los diarios, que presta especial atención a la opinión, a la participación ciudadana y al periodismo de servicios.

El papel de estas publicaciones comarcales es el de servir de soportes impresos para una información real -ajustada a lo que acontece-, plural -democrática- y participativa -que facilita la participación de los ciudadanos- en el panorama comunicativo. Estos soportes impresos constituyen la columna vertebral de una oferta informativa diferenciada de la que hacen los diarios a los habitantes de las principales comarcas de Galicia.

A pesar de la oferta comarcal que hacen los diarios gallegos, estas publicaciones tienen un papel complementario, ya que su periodicidad es distinta y su proyecto informativo claramente diferenciado. Son actores distintos en la política autonómica de comunicación, ya que los diarios pertenecen al grupo de empresas convencionales de comunicación y las publicaciones comarcales a las iniciativas populares y locales de comunicación.

Las publicaciones comarcales constituyen un modelo propio de prensa local en Galicia que trata la vida de la comunidad comarcal como parte de lo general gallego. Este hecho habrá que tenerlo en cuenta a la hora de planificar una política de comunicación de ámbito gallego -para la Comunidad autónoma de Galicia-.

Esta prensa comarcal, que ha recuperado la función social de la subjetividad, camina con paso firme, aunque con muchos problemas para conseguir la supervivencia en mercados con poco movimiento económico. Todos los datos expuestos apuntan a la consolidación de la prensa comarcal gallega, aunque no cabe duda que estas publicaciones tendrán que ganar el futuro día a día. Su desafío es difícil, pero posible, como han demostrado en los últimos años.

#### **Bibliografía**

Baamonde, Miguel Angel (1994): *Medio siglo de periodismo monfortino*. Lugo: Diputación Provincial de Lugo.

Barreiro Fernández, Xosé Ramón (1981): *Historia de Galicia. IV. Edad contemporánea*. Vigo: Galaxia.

Cal Martínez, Rosa (1988): *La prensa alternativa en la zona <NO urbana> de Galicia (1975-1984)*. Madrid: Universidad Complutense.

Campos, Francisco (1994): *A reconversión da prensa en Galicia (1982-1992)*. Santiago de Compostela: Servicio de Publicacións da Universidade de Santiago.

Celeiro Alvarez, Luis (1987): *El Escolar. El Faro de Veiga e La Voz de Ortigueira*. Santiago de Compostela: Servicio Central de Publicacións da Xunta de Galicia.

Garitaonandía, Carmelo & Sánchez Tabernero, Alfonso (1992): *Las empresas informativas en la Europa sin fronteras*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

- González Mariñas, Pablo (1989): *Galicia, ¿provincia única?* Santiago de Compostela: Sotelo Blanco.
- Guéry, Louis (1992): *La presse régionale et locale*. París: Editions du Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes.
- Guillaumet, Jaume (1993): *La premsa comarcal. Un model català de periodisme popular*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.
- Ledo, Margarita (1993): *O diario postelevisivo*. Santiago de Compostela. Edicións Lea.
- López, Xosé (1994): *O papel das publicacións locais na Galicia de fin de século (1990-1994)*. Santiago de Compostela: Servicio de Publicacións da Universidade de Santiago.
- López, Xosé (1995): *Detrás da prensa popular*. Santiago de Compostela: Edicións Lea.
- Mabileau, Albert & Tudesq, André-Jean (1992): *La communication dans l'espace regional et local*. Bordeaux: Centre d'étude et de recherche sur la vie locale.
- Maciá, Juan (1993): *La comunicación regional y local*. Madrid: Editorial Ciencia 3.
- Moragas, Miquel de (1988): *La comunicación local en Cataluña (1975-1988)*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Nieto, Alfonso & Mora, Juan Manuel (1989): *Concentración informativa en España: Prensa diaria*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Nieto, Alfonso & Iglesias, Francisco (1993): *Empresa informativa*. Barcelona: Ariel.
- Pérez Pais, María del Carmen (1985): *La prensa gallega durante la Segunda República*. Madrid: ANABAD.
- Pérez Vilariño, José (1982): *Los periódicos ante las autonomías*. Madrid: Akal.
- Precedo Ledo, Andrés (1994): *Desenvolvemento territorial e planificación comarcal*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- Rivas, Manuel et al. (1993): *Informe da Comunicación en Galicia*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- Rodríguez Porto, Ramón & Sánchez Moure, Anxel (1988): *Chantada na súa prensa (1908-1931)*. Lugo: Diputación Provincial.
- Ruiz del Arbol, Antonio (1987): *1970-1980. diez años de prensa local madrileña*. Madrid: Consejería de Gobernación de la Comunidad de Madrid.
- Santos Gayoso, Enrique (1990): *Historia de la prensa gallega. 1880-1986*. A Coruña: Edicións do Castro.
- Santos Gayoso, Enrique (1995): *Historia de la prensa gallega. 1800-1993*. A Coruña: Edicións do Castro.
- Timoteo Alvarez, Jesús et al. (1989): *Historia de los medios de comunicación en España*. Madrid: Ariel.