

GALICIA, ESPAÑA, PORTUGAL E AS FACTORÍAS DE FUTURO

Actas das Xornadas
celebradas os días 5 e 6 de xuño de 1997
en Santiago de Compostela

GALICIA, ESPAÑA, PORTUGAL E AS FACTORÍAS DE FUTURO

Actas das Xornadas
celebradas os días 5 e 6 de xuño de 1997
en Santiago de Compostela

Coordinador
Xosé López García



**CONSELLO
DA CULTURA
GALEGA**

Ponencia de Comunicación
Santiago de Compostela, 1998

Galicia, España, Portugal e as factorías de futuro: actas das Xornadas celebradas os días 5 e 6 de xuño de 1997 en Santiago de Compostela / coordinador, Xosé López. – Santiago de Compostela : Consello da Cultura Galega, Ponencia de Comunicación, 1998. — 105 p.; 24 cm.

D.L. C-445-99. — ISBN 84-87172-42-3

1. Comunicación social – Congresos e asembleas. I. López, Xosé, coord. 316.77

Ponencia de Comunicación
Manuel Rivas, Xurxo Lobato,
Miguel Anxo Fernández,
Antón Rodríguez, Ana Romaní,
Xan Carballa, Miguel Anxo Seixas,
Víctor Fernández Freixanes e Xosé López

EDITA:

© Consello da Cultura Galega

ISBN: 84-87172-42-3

D.L.: C-445-99

IMPRIME:

Gráficas ATV

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| NOVOS DESAFÍOS, NOVAS OPORTUNIDADES Xosé López | 9 |
| ANÁLISE DO MUNDO DA COMUNICACIÓN: GRANDES ALIANZAS ESTRATÉXICAS Joan Majó | 11 |
| GLOBALIZACIÓN, MUNDIALIZACIÓN E FUTURO DAS ENTIDADES CULTURAI Vicente Verdú | 21 |
| <i>TELÉPOLIS</i> , A CIDADE GLOBAL DO FUTURO Javier Echevarría | 35 |
| PANORAMA DAS PLATAFORMAS DIXITAI Jordi Vilajoana | 49 |
| AS PLATAFORMAS DIXITAI DESDE GALICIA Francisco Campos | 55 |
| O SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO EM TEMPO DE MUDANÇA: REFLEXÕES SOBRE O CASO PORTUGUÊS Jorge Campos | 61 |
| GALICIA, <i>TELÉPOLIS</i> : REDES E INTERCULTURALIDADE Margarita Ledo Andión | 77 |

| | |
|---|-----|
| A INDUSTRIA DA COMUNICACIÓN E A CULTURA NA SOCIEDADE | |
| Juan Ramón Díaz | 91 |
| A TELEVISIÓN DIXITAL QUE VÉN | |
| Pedro Pérez | 95 |
| OS CONTIDOS NAS FACTORÍAS DO FUTURO | |
| José Luis Gómez | 101 |

NOVOS DESAFÍOS, NOVAS OPORTUNIDADES

Xosé López

As tecnoloxías actuais non só permiten a intercomunicación global en tempo real senón que tamén multiplican os espazos locais e abren novas posibilidades para o mosaico de culturas que compoñen o mapa mundial. Estas oportunidades que se debuxan no horizonte aparecen como un dos motivos polos que desde Galicia se analizan posibles camiños a seguir no futuro para vencer os desafíos a fin de aproveitar as novas oportunidades que se presentan.

Galicia non pretende vivir pechada en si mesma. Todo o contrario. Na liña do *Informe Mundial sobre a Cultura 1998*, da UNESCO, quere aproveitar a globalización para favorecer os intercambios e relacionarse en pé de igualdade cos outros pobos do planeta. Na sociedade globalizada hai que aproveitar as oportunidades porque esta nova realidade está actuando en tódolos campos, e de xeito especial en tódolos campos do desenvolvemento cultural.

Vivimos nunha fase en que o panorama mediático é cambiante e está marcado pola transformación tecnolóxica e mercantil da comunicación. Estas transformacións tenden a reforzar os grandes espazos de comunicación global e os espazos de comunicación local. É precisamente desde a proximidade, desde os ámbitos locais, desde onde un país como Galicia, con lingua e cultura propias, precisa deseñar unha política de comunicación que faga posible a supervivencia na constelación mundial de culturas.

Só estas políticas de comunicación que defendan a lingua e a cultura propias serán capaces de garantir unha presenza en boas condicións na comunicación global. A

intervención dos gobernos ten que dirixirse, de xeito preferente, a acabar cos desequilibrios entre produción e consumo. Unha das estratexias para reducir estes desequilibrios consiste no investimento en todo o relacionado coa renovación das infraestructuras tecnolóxicas.

Hai, pois, un papel decisivo por parte dos gobernos autonómicos e locais. Estes, da man das tecnoloxías actuais, terán que favorecer a produción de contidos para intervir con éxito na sociedade da información. Estas medidas deberán contribuír a que a creatividade e o pensamento crítico, nun marco plural e diverso, se alimenten dos intercambios internacionais.

A necesidade de fomentar o debate sobre o estado da cuestión e as posibles saídas á actual encrucillada levaron á Ponencia de Comunicación do Consello da Cultura Galega a organizar unhas xornadas para que investigadores, expertos e profesionais do hipersector da comunicación formulasen os seus puntos de vista. Neste volume recollémos os relatorios que se presentaron.

Nota.- Algunhas das conferencias son reproducións literais que foron transcritas das gravacións para a súa publicación. Este feito foille advertido ós autores.

ANÁLISE DO MUNDO DA COMUNICACIÓN: GRANDES ALIANZAS ESTRATÉXICAS

Joan Majó

Pedíronme os organizadores das xornadas que esta intervención se centrara arredor deste tema das grandes alianzas. Todos estamos vendo nestes últimos meses e anos como no sector da comunicación e da información unha empresa absorbe a outra, como se producen alianzas e fusións e como algunhas empresas se rompen, algo que tamén ocorreu nestes últimos anos. Dalgunha forma todos, e eu inclúome, estamos un pouco sorprendidos ou, polo menos, un pouco atónitos ante o que vai pasar. ¿Por que agora Telefónica e a British Telecom se uniron, e por que Murdock, o principal propietario de prensa non soamente en Gran Bretaña senón tamén en toda unha serie de países de fala inglesa, ademais agora se vai lanzar á televisión? Hai unha serie de fenómenos deste tipo que hai que saber interpretar. O que eu pretendo nesta charla é dar algúns elementos para que poidamos, no día a día, interpretar algunhas destas cousas que ocorren, e, ó mesmo tempo, nunha segunda parte, facer algúns xuízos de valor: que me parece ben a min do que está pasando, que me preocupa e que quizais habería que facer para evitar algúns dos perigos que eu vexo.

Hai algúns días daba unha conferencia en Madrid e alí, falando dunha forma castiza, eu preguntaba: ¿por que hai esta movida? Quixera que intentáramos entender tres fenómenos que están ocorrendo nestes últimos anos, de natureza fundamentalmente distinta e de orixe distinta, e que están ocorrendo todos a un tempo, xa que a súa converxencia no tempo vai crear un escenario e unha situación que non vai ter nada que ver

coa que agora coñecemos. Destes tres fenómenos, un ten un carácter fundamentalmente económico, outro ten carácter fundamentalmente tecnolóxico e o terceiro é máis ben de tipo político. Vou dedica-la primeira parte da miña exposición a describir estes tres fenómenos.

Empezarei polo fenómeno económico. Para dicilo en termos un pouco técnicos, que logo paso a explicar, os custos marxinais dos elementos físicos necesarios para producir, almacenar e distribuír información son cero, nulos. Isto non ocorrería nunca en ningún sector. ¿Que quere dicir que os custos marxinais son nulos? Quere dicir que se vós tedes unha memoria de catro megas e queredes substituíla por unha memoria de corenta megas ó cabo dun ano, esta é máis barata cá de catro megas do ano anterior. Cobraravos máis ou menos, falamos de custos e non de prezos (outra cousa é que logo as empresas trasladen os custos a prezos ou non, iso é independente). Os custos de fabricar catro megas hoxe son menores cós de fabricar corenta megas hai un ano. Polo tanto, os aumentos de capacidade fanse a custo fixo, que é o que eu quero dicir cando afirmo que os custos marxinais son nulos. O caso das memorias é quizais o que mellor coñecedes porque quen máis e quen menos todos tivemos un PC e sabemos do que vai, pero os exemplos son constantes. Nestes momentos está funcionando xa no mercado global, aínda que sexa de orixe americana, un satélite que está transmitindo 500 canles de televisión. Este satélite, que está funcionando desde hai un ano, é máis barato que o último satélite de Astra, que está transmitindo 48 canles de televisión. Polo tanto o prezo das canles de televisión non só se mantiveron, senón que baixaron.

Con isto, chego á miña segunda afirmación neste primeiro fenómeno: o feito de que os custos marxinais sexan cero fai que os custos unitarios se reduzan case a cero. O presentador dicía que eu estiven moi vinculado ó mundo da información e sobre todo no aspecto electrónico, e é verdade: hai 30 anos, no ano 67, eu fabricaba ordenadores; tiña unha empresa en Barcelona onde se fabricaban os primeiros ordenadores de España, ordenadores pequenos como correspondía ó momento. Daquela eu utilizaba para os ordenadores memorias de silicio, e recordo perfectamente o custo das memorias que utilizaba en termos de bits: almacenar un bit custábame 3 dólares (naquela época o dólar custaba 65 pesetas, co cal almacenar 1 bit custábame 200 pesetas). Hoxe, como todos sabemos, unha memoria de 4 megas, que almacena 4 millóns de bits, vale unhas 4.000 pesetas. Noutras palabras, almacenar un bit non vale 200 pesetas, senón que vale unha milésima de peseta. Nestes 30 anos, polo tanto, o custo de almacenar un bit reduciuse case un millón de veces. Isto é verdadeiramente impresionante desde o punto de vista das consecuencias que vai ter, porque isto ocorreu no mundo do almacenamento, pero tamén ocorreu no mundo do procesamento de datos. Naquela época da que estou falando, eu fabricaba ordenadores pequenos, pero o prototipo de ordenador que tódalas empresas querían era o IBM 360, que tiña unha capacidade de proceso moi grande e valía entre 10 e 14 millóns de pesetas. Hoxe, nos vosos coches, sen que sexa un coche de luxo, levades microprocesadores que teñen máis capacidade de proceso que aquel IBM 360. O número de instrucións por segundo que poden facer é superior ó de

aquel IBM 360, e nin sabedes canto valen, de feito algúns coches levan ata unha ducia. Algo parecido ocorre no mundo da distribución da información, cos cables, ou cos satélites.

Para que nos fagamos unha idea do carácter revolucionario que isto ten, propoño a analogía seguinte. Cando eu fabricaba ordenadores na rúa Rocafort de Barcelona, no ano 67, tiña un Seat 600, que era o coche que tiñamos os acabados de casar que empezabamos a traballar e que xa tiñamos un pouco diñeiro para mercar un coche. Aquel Seat 600 tiña 22 cabalos e custoume 62.000 pesetas. Se nestes 30 anos no mundo do automóbil ocorre o mesmo que ocorreu no mundo dos ordenadores, neste momento o meu coche tería aproximadamente 5.000 cabalos e valería pouco máis de 140 pesetas. Isto queredes dicir que esta sociedade sería unha sociedade en que todos voariamos porque, evidentemente, con 5.000 caballos vóase, e por 140 pesetas todos terían algo co que poderían voar. Isto demostra que este primeiro fenómeno de tipo económico ten unhas potencialidades de cambialo todo, de facer que a nosa vida sexa distinta non no campo do transporte pero si no campo da información. Polo tanto, este primeiro fenómeno, os custos físicos de producir, almacenar e distribuír información pódense considerar cero. Outra cousa é que Telefónica nos siga cobrando demasiado por unha chamada, pero os custos son cero hoxe en día ou están tendendo a cero a unha suficiente rapidez como para que os despreceamos cando falamos destas cousas. ¿Que queredes almacenar 4 gigas? ¿400 gigas? Todo iso non custa nada, e se aínda vale algo, dentro de tres anos non valerá nada.

Este primeiro fenómeno que describín é económico pero ten unha base tecnolóxica, é dicir, o que contei foi posible gracias ós avances que houbo na microelectrónica do silicio e na introducción da fibra óptica e nunha serie de elementos tecnolóxicos. O segundo fenómeno é puramente tecnolóxico, e é o fenómeno da dixitalización. ¿Que é a dixitalización? Todo o mundo fala da sociedade dixital, o mundo dixital. O concepto de dixital vai ligado ó concepto de código. Como todos sabemos, a transmisión de información necesita un código, un intermediario, xa que non somos capaces de transmiti-lo coñecemento directamente desde onde está, un cerebro, ata onde ten que chegar, que é outro cerebro. Polo tanto, ó non poder transmitir de cerebro a cerebro, necesitamos un intermediario. Para transmitir información agora, ou eu escribo e vós ledes, ou eu falo e vós escoitades ou eu debuxo e vós mirades. Máis ou menos pode haber variantes, pero, basicamente, son estes tres intermediarios: a escritura, a palabra ou a imaxe, os que nos permiten transmiti-lo coñecemento.

Cada un destes sistemas funciona se nos puxemos de acordo antes no código. Se eu escribo nun alfabeto que non coñecedes, non me entenderíades; se falo un idioma que vós non coñecedes, non me entenderedes, pero eu iría máis ó fondo. No caso da palabra e da imaxe hai un código físico. No caso da palabra son as frecuencias sonoras. Vós estádesme escoitando e estádesme entendendo, á parte de porque falo castelán e vós entendéde-lo castelán, porque o voso oído é capaz de detectar unha serie de frecuencias que son as que produce a miña larinxe. Como a miña larinxe produce unhas

frecuencias de entre 30 e 3.000 hercios e o voso oído interno ten unha serie de células que vibran precisamente con estas frecuencias, é posible que haxa esta transmisión de información; o código son estas frecuencias sonoras. Se debuxo en cores, vós veréde-lo que fixen porque na vosa retina hai unha serie de células que son capaces de seleccionar e detecta-las frecuencias da luz que forman as distintas cores. Ó longo da historia cada tipo de información tivo o seu código. Se escribimos, o código é o alfabeto; se escribo números, nós entendemos porque nos puxemos de acordo no mesmo sistema de numeración. Se non usámo-lo mesmo sistema de numeración o código non é o mesmo e non nos entenderemos. Se falo entenderémonos porque hai unhas frecuencias; se escoitamos música percibímola porque hai unhas mesmas frecuencias. Se falamos de televisión, de transmitir imaxes, vémolos porque hai as frecuencias da luz.

Cada sistema de información ten o seu código natural, que son, máis ou menos, os que acabo de explicar. Neste século vinte, os progresos da electrónica e da electricidade foron avanzando moito en asegura-la capacidade de transmisión. Consideremos, por exemplo, a palabra. Eu estou falando, e, se non tivese este micrófono, non podería seguir falando igualmente: habería unha transmisión directa da miña voz, desde a miña larinxe ata o voso oído. Pero se esta sala fose moito máis longa, isto non sería posible. A transmisión directa ou natural ten unha limitación de espazo. Aquí chega a electrónica, e inventámo-la radio, a transmisión telefónica, etc. A transmisión electrónica consiste en que hai un aparello, neste caso un micrófono, que transforma as frecuencias sonoras, de pouco alcance e baixa frecuencia, en frecuencias electromagnéticas, de grande alcance, sexa por cable, sexa polo aire. No outro extremo, o outro teléfono ou o receptor de radio recibe as frecuencias electromagnéticas e convérteas de novo en frecuencias sonoras, e logo mándaas ó altafalante. Aumentamos enormemente a capacidade de transmisión pero, de momento, non cambiámo-lo sistema, seguimos transmitindo ondas. Non son as mesmas ondas, pero son ondas. Da mesma maneira funciona a televisión.

Nun momento dado, aparece un concepto tecnolóxico totalmente novo e revolucionario, que é o concepto da transmisión dixital. Transmitir dixitalmente un fenómeno consiste, non en transmitir un fenómeno, senón en transmiti-la medida numérica dese fenómeno. É dicir, se este micrófono fose dixital, non convertería a miña onda sonora nunha onda eléctrica, senón que en cada momento mediría a frecuencia, intensidade, os harmónicos da miña voz, e transmitiría uns números combinados de forma binaria (só ceros e uns). Esa medición daríase cada milésima de segundo, e se queremos unha máis alta fidelidade cada 10 milésimas de segundo; así, a medida sería máis axustada, tendo a electrónica suficiente para facelo. Polo tanto, a transmisión dixital non transmite nunca unha onda, só números, que son a descrición numérica daquela onda. No outro extremo, na radio dixital ou o teléfono dixital, hai un aparello que xa non é un simple altafalante. É un aparello que recibe unha serie de números e que, sobre a base da información que lle chega, de tipo numérico, volve crear unha onda coa intensidade, frecuencia e harmónicos que lle di, volvendo crear fielmente o que está escrito nos números, sen saber exactamente o que lle di.

No caso da televisión (agora que se fala moito de televisión dixital), o fenómeno é exactamente o mesmo. A televisión dixital consiste en que, na cámara de televisión que está filmando un acontecemento ou unha reportaxe, hai un aparello que a examina continuamente e está dicindo “este punto é de tal luminancia, brillo, cor”, e tódalas características técnicas e físicas necesarias para describilo fielmente, e así con cada punto da imaxe. Polo tanto, a televisión dixital, sexa por cable, por satélite ou por ondas hercianas, o que manda ó outro extremo é unha serie de ceros e uns que permiten que no outro extremo alguen reciba isto e con esta información volva crear unha imaxe e un son. Teoricamente, a televisión dixital e a radio dixital é o mesmo principio, pero hai unha gran diferenza, que é a cantidade de información que se necesita para poder reproducir un son ou unha imaxe. A reprodución dunha imaxe de televisión necesita unha cantidade de bits impresionante; é moi doado face-lo cálculo: unha pantalla de televisión son 625 liñas por 1000 liñas verticais, é dicir, 625.000 puntos. Hai o son, ademais, e unha serie de liñas que non se ven pero que son útiles. Polo tanto, eu sempre calculo que unha pantalla de televisión é un millón de puntos, engadindo os de son. Esta pantalla de televisión cambia 50 veces por segundo, polo tanto cada cincuentavo de segundo temos que reproducir e engadir novos elementos e informacións. En cada segundo, pois, hai que reproducir-la información correspondente a 50 millóns de puntos. De cada punto hai que dici-lo brillo, a luminancia, en fin, un centenar de bits para transmitir-la información de cada punto. Para transmitir televisión dixital necesítase que varios xigabytes por segundo pasen polo tubo, antena ou cable.

Mentres non tiñamos fibras ópticas e satélites de gran capacidade, isto era imposible. Para obviar isto, prodúcese un fenómeno ligado á dixitalización, que é a compresión da imaxe. No momento en que non transmitimos unha imaxe senón que transmitimos unhas informacións que nos permiten facer unha imaxe, dámonos de conta que estamos transmitindo moita información redundante. É dicir, eu transmito unha pantalla de televisión, e esta pantalla ten un millón de puntos; ó cabo dun cincuentavo de segundo teño que transmitir outra pantalla de televisión. Do millón de puntos orixinal ó seguinte, a maior parte non se moverían. Nun partido de tenis, por exemplo, a pelota moveríase un pouco, pero na maioría das imaxes de televisión, os cambios da maioría dos puntos entre unha pantalla e a seguinte son nulos. O que ocorre entón é que a información que se envía é só a nova, os puntos que cambiaron; os outros déixanse como estaban, co cal, en lugar de enviar un millón de puntos só envío 12.000, e aforrei gran cantidade de bits por segundo. Se seguimos comprimindo a imaxe, ó final xa non se manda nada que se pareza a unha imaxe, senón que mandamos vectores, ecuacións, elementos que digan “este punto cada décima de segundo aumenta tres decibelios e pasa do verde ó azul”. Por este motivo a miúdo dise que, cando a televisión é dixital, por onde antes pasaba unha canle agora poden pasar dez. A base das plataformas dixitais é que diminuíu a cantidade de información e, polo tanto, por onde antes pasaba unha canle analóxica agora pasan dez ou doce canles dixitais.

Esta gran vantaxe de aforrar medios de transmisión ten un grande inconveniente. Podemos imaxina-lo intelixente que ten que se-lo receptor para que, recibindo esta es-

traña mestura de cousas, transmita unha imaxe e un son. De feito, o día que merquedes un televisor dixital teréde-lo maior ordenador que da vosa vida. A capacidade de proceso e de memoria dun televisor dixital é impresionante, porque ten que garda-las pantallas de varios segundos antes, e cada pantalla é, como dicía, varios xigabytes, e por iso debe ter moitos xigabytes de memoria. O televisor dixital, polo tanto, é un grande ordenador, que existe hoxe porque a cantidade de memoria e proceso que fan falta xa non custan nada. Hai anos poderían ser posibles tecnoloxicamente pero custarían uns 10 millóns de pesetas, e non se pode poñer un televisor dixital no mercado a ese prezo. Ata que os prezos do silicio e dos microprocesadores non baixan ata o punto de ser case nulos, como dicía antes, isto non foi posible.

Este fenómeno da dixitalización de tódalas informacións é o concepto revolucionario que permite que esteamos falando do novo sector da información. Ata agora existiron distintas industrias, cada unha delas baseada nunha tecnoloxía distinta e nun código distinto. A prensa baseábase nun código, o alfabeto, e nunha tecnoloxía, fundir chumbo (os linotipistas facían pranchas de chumbo coas letras das distintas páxinas para poñelas posteriormente nunha rotativa e imprimilas). A industria cinematográfica utilizaba a tecnoloxía química: a cámara de filmación gravaba quimicamente unha emulsión que estaba sobre un filme que logo se revelaba. Neste momento, en cambio, todos estes procesos fanse da mesma maneira e todos se codifican dixitalmente. Polo tanto, hoxe un periódico non se fai con chumbo, senón na memoria dun ordenador. Cando se pecha un periódico, péchase no ordenador, en forma de ceros e uns, de bits. No momento en que o periódico está enteiro na memoria dun ordenador, o editor pódoo imprimir e mandarmo á miña casa sobre un papel, ou podemos mandar por cable, e eu recibilo na pantalla do ordenador. Podo recibir só certas partes que eu elixia; se unha delas me interesa especialmente podo gardala no meu ordenador ou imprimila; non é necesario imprimir miles de exemplares e repartilos con camionetas. O concepto de periódico asociado a papel desaparece.

Polo tanto, se ata agora había unha tecnoloxía que era a que usaban as compañías telefónicas para as súas transmisións dixitais, e por outra banda había unha tecnoloxía que era a que usaban as compañías de televisión para distribuí-la televisión polo aire ou por cable, no momento en que o teléfono é dixital e a televisión é dixital xa non ten por que haber dous cables distintos. Un mesmo cable coa mesma tecnoloxía pode distribuír televisión e teléfono. Non só non hai necesidade de que haxa dous cables distintos; tampouco ten que haber dúas empresas distintas. ¿Por que ten que haber, se está dixitalizada a radio, a televisión, o teléfono, o periódico, diferentes empresas? A consecuencia é que hai unha concentración de empresas que fan de todo, xa que, debido á converxencia de tecnoloxías, provocada pola converxencia de códigos, as empresas convértense nun conxunto de provedoras de información. Este é o segundo fenómeno, o da converxencia de códigos, que leva á converxencia de tecnoloxías e que leva, finalmente, á converxencia de redes e á converxencia de empresas.

Antes de pasar ó terceiro fenómeno, debemos chama-la atención sobre o seguinte: o día que esteades mirando entusiasmados unha paisaxe no voso novo televisor dixital non

tedes ningunha garantía de que o que estades vendo exista. Non hai garantía de que esa imaxe responda á realidade. O televisor reproduce unha imaxe en función dunhas informacións numéricas que lle están chegando. Poden se-las que estea xerando unha cámara que filma unha paisaxe. Pero estas informacións poden vir doutro sitio, algo que fora filmado noutro lugar, que estivera almacenado nun ordenador, que fora manipulado, etc. Isto non é o futuro: cando hoxe escoitamos un compact disc, por exemplo unha melodía interpretada por Karajan en Berlín, non temos garantía de que aquela novena de Beethoven se interpretara como a estamos escoitando nós. Porque nun CD non hai ondas como as que tiñan os discos antigos. Nun CD hai números. Moitos CDs, ademais, dino: *digitally remastered*, que quere dicir que o fixeron de novo, o que pode significar quitarlle ruídos, melloralo ou outras cousas, como coller anacos dunhas e outras interpretacións que non necesariamente sexan reais. Polo tanto, o fenómeno do dixital acelera enormemente a realidade virtual, a realidade creada artificialmente.

O terceiro fenómeno, de natureza política, consiste en que, en Europa, estamos asistindo a un proceso acelerado de liberalización do mundo das comunicacións que comporta dúas liñas de traballo. En primeiro lugar, estamos convertendo un sector que estaba monopolizado nun sector que cremos que está liberalizado. En América é distinto, pero en Europa tanto as telecomunicacións como a televisión naceron cun esquema segundo o cal cada un dos países europeos tiña unha soa empresa de teléfono e unha soa empresa de televisión. En España eran Telefónica e Televisión Española, en Inglaterra a BBC e a British Telecom, etc. Estas empresas estaban en réxime de monopolio e eran únicas en todo o país. Este esquema rompeu e introducimos pouco a pouco, e con bo criterio, a competencia.

Agora hai varias canles de televisión e, no teléfono, aínda que custe un pouco máis, hai tamén competencia nos móbiles en España, e pronto a haberá nos fixos. En segundo lugar, ó mesmo tempo produciuse algo conceptualmente moito máis importante: pasouse do concepto da información como servizo público ó concepto da información como mercancía. Mercantilizouse o sector da información. Xa non funciona como servizo público senón que se pretende que funcione segundo as regras do mercado. Este é un dobre fenómeno: liberalización do mercado dende o punto de vista da introducción da libre competencia, e mercantilización da información, é dicir, o paso de ser un servizo público e gratuíto a ter que pagar por ese servizo, por exemplo, a televisión, como se paga o periódico.

Tendo en conta toda esta perspectiva que acabo de expoñer, que indica que desaparecieron tódolos custos físicos no sector, que produciu unha converxencia de tódolos elementos tecnolóxicos nun único tipo de empresas, que se produciu unha liberalización do sector e unha mercantilización do sector (de maneira que agora se encargan empresas privadas), unido ó elemento político da desaparición das fronteiras nacionais europeas (pódese editar e transmitir en toda Europa), non é de estrañar que haxa esa “movida” da que falaba ó principio. Agora todos se teñen que resituair, de forma especial aqueles actores privados que cren que aí está o seu negocio e que poden entrar en acti-

vidades económicas ás que ata agora non podían entrar, ben porque non estaban liberalizadas, ben porque existían fronteiras. Dende este punto de vista, as grandes alianzas estratéxicas ás que se refire o título da miña intervención non son máis que o intento dos grupos económicos presentes neste sector de responder a toda esta ebulición e de tomar posicións de acordo con dous criterios. 1) Onde é posible facer máis negocio, é dicir, onde está o meirande valor engadido en todo o proceso da información. O proceso da información segue sendo a tres niveis: produtores de contidos (libros, imaxes, filmes), distribuidores de información e operadores de redes, o elemento físico (cables, flota de camións que reparte periódicos, etc.). Ata agora cada un destes sectores estaba compartimentado (por exemplo, nos cines españois só hai emisión de películas que logo se distribúen a outros cines; en Francia, por exemplo, os cines emiten as películas vía satélite, e así será en tódalas partes no futuro). A partir de hoxe hai un único sector de produción de contidos que os estende ós distintos tipos de distribución posible (celuloide, rústico, CD, etc.) e non queda só nun deles. O mesmo ocorre no tema das infraestructuras: xa non hai razóns para que unha empresa opere televisión e outra opere telefonía porque a mesma empresa que ofrezca servicios telefónicos xa pode dar servicios de televisión. Polo tanto, o obxectivo da empresa, como dicía, é identificar onde están os puntos de máis valor engadido e asegurar que se está presente nestes puntos. 2) A segunda finalidade é identificar en toda esta cadea de valor cales son os puntos que, controlándoos, permiten controla-lo conxunto da cadea. É un aspecto político, que non é só a busca do valor engadido, senón a busca do punto da cadea que permite o control do resto. Aí é onde se están producindo as batallas de carácter xa non económico, senón político: controlar unha cadea de valor no mundo da información pode dar moito poder político.

A miña opinión persoal está en que os puntos máis susceptibles de control dentro da cadea se atopan na propiedade dos dereitos de autor ou de transmisión. Os contidos teñen uns dereitos, como por exemplo os dun club de fútbol que permite que se retransmita un partido ou os dun autor que permite que se publique o seu libro. A posesión destes dereitos é clave. O outro extremo tamén é clave: o control da rede de distribución, sobre todo se é unha rede que non responde, dende o punto de vista da lexislación, a unhas garantías de que estea aberta, de que sexa accesible para todo o mundo, de que as súas tarifas estean reguladas, e, especialmente, cando, ademais, á rede se lle engade un sistema de control de acceso, o que aumenta aínda máis a capacidade de control.

Remato dicindo que son partidario dunha liberalización total na produción de contidos, é dicir, son contrario a calquera tipo de censura. Tamén son partidario dunha liberalización total na prestación de servicios; gustaríame que dentro duns anos houbera a través da rede electrónica 200 periódicos se é necesario. Facer un periódico a través da rede ten moi baixo custo e a xente podería consultalo libremente se ten certa fiabilidade. En cambio, non estou de acordo nunha liberalización total, en contra do que opina Bruxelas, das infraestructuras. Creo que hai que regularlas impedindo que se convertan nun puro obxecto de mercado, e, aceptando que desapareza o concepto de servicio público

no mundo da información, creo que hai que mante-lo concepto de servizo público nas infraestruturas. Dito doutra forma, non hai dúbida de que os transportistas que funcionan nas estradas levando mercancías actúan con absoluta liberdade, pero a ninguén se lle ocorreu que cada empresa de servizo de transportes constrúa a súa propia autoestrada. Non só a ninguén se lle ocorreu obrigarlles a construí-la súa propia autoestrada, senón que a ninguén se lle ocorreu darlles permiso para que o fagan.

A liberalización total das redes de comunicación é como dicirlles ós transportistas que poden crea-la súa propia autoestrada. Creo que no sector da información deberiamos seguir un *approach* parecido ó que existe no transporte por estrada, sobre todo por unha razón: se para prestar servizos de información hai que construír unha infraestrutura propia, as barreiras de entrada para novos competidores son moi difíciles. Se un novo competidor pode entrar no sector sabendo que pode usa-la autoestrada que xa existe, isto é moito máis fácil. A tese da liberalización das infraestruturas axuda ós que xa teñen as súas propias infraestruturas porque xa saben o difícil que é atopa-lo financiamento necesario para que haxa novas infraestruturas. Dende este punto de vista, eu ata chegaría a prohibir que o que opera unha infraestrutura prestara servizos. Dito doutra forma, Telefónica debe facer que funcione ben a infraestrutura e deixar de facer plataformas dixitais; sobre esta infraestrutura ofrecer bos servizos, e con bos prezos, e así gañará a vida (porque cando digo que as infraestruturas deben ser un servizo público non digo que deban ser propiedade pública). Polo tanto, as empresas que teñen unha infraestrutura o que teñen que facer é operar esta infraestrutura e facer negocio con ela, pero tela a disposición de tódolos servizos, de forma non discriminatoria e con tarifas claras e transparentes.

Dende este punto de vista, non son partidario dos gobernos europeos que consideran que o que hai que facer neste sector é a liberalización total (algúns gobernos neoliberais teñen unha tese de que o que hai que facer agora é quitar toda a regulación actual e deixar que as leis do mercado e das empresas privadas actúen). Pero tampouco estou de acordo con outros gobernos que, dicindo o que eu acabo de dicir, pretenden facer xusto o contrario: intervir directamente, non só controlando as infraestruturas senón controlando os sistemas de distribución. Entre un extremo neoliberal e outro sistema, ás agachadas, intervencionista, que di que o que vai facer é constituír un grupo e facer unha plataforma do goberno, o peor é algún que fai as dúas cousas á vez, como está ocorrendo aquí nestes momentos. Creo que é necesario un papel dos gobernos para garanti-lo funcionamento axeitado deste mercado. Isto será un mercado e non se debe evitar que funcione como tal, pero cunhas regras establecidas que impidan que baseándose no funcionamento do mercado uns grupos poidan adquirir un control excesivo do sistema; moito menos, se os grupos que pretenden controlar isto son os herdeiros dos anteriores monopolios contra os que loitamos. Imaxinen a gracia que me faría agora que houbese unha plataforma dixital en España formada por Telefónica e por Radio Televisión Española, os dous monopolistas dende hai 40 anos, e que agora ademais collen o monopolio da televisión dixital. Pobres de nós.

GLOBALIZACIÓN, MUNDIALIZACIÓN E FUTURO DAS ENTIDADES CULTURAIS

Vicente Verdú

Vou transmitir algúns pensamentos que me suxeriron sobre unha situación como a que vivimos agora no mundo, desordenada, un tanto caótica, carente de referencias e que está creando movementos sincopados aquí e alá, pero sen saber ben onde se atopa o proxecto colectivo, onde hai unha orientación para traballar con vistas a reformar unha situación que de moitas maneiras non nos interesa, non nos convén, non nos convence e non nos satisfai. Entre as cuestións que poderían definir esta situación de paradoxos e de contradicións eu recollín algúns puntos, como é o feito de que o mundo cada vez, como é claro, se globaliza máis, hai máis fusións de empresas, máis conglomerados dominantes da situación económica e, ó mesmo tempo, hai eses movementos centrífugos das nacionalidades, das etnias, das relixións, que reivindicán para si unha entidade diferencial; outro paradoxo ou contradición aparente é que cada vez comunicámonos máis e cada vez parece que o contido da comunicación é máis livián. Probablemente para que circulen as cousas teñen que ser máis lixeiras, e de feito encontrámonos nunha situación en que non cesan de circular informacións, referencias doutros lugares remotos, referencias doutras persoas e doutras afeccións, e cada vez máis, como o demostran moito os medios de comunicación e, especialmente, a televisión, con menos peso, con menos entidade, con menos capacidade de traumatizalas nosas vidas ou de alteralas positivamente.

Outra contradición é que, cando se revisa a historia do século, se ve que sempre se produciu unha correlación entre o aumento do desenvolvemento tecnolóxico e,

como consecuencia da produtividade, unha diminución das xornadas do traballo e un aumento do emprego. No ano 1890 podíase estar traballando arredor de oitenta e tantas horas semanais e nos anos 20 traballábanse sesenta e cinco. A publicidade creou esa nova necesidade de consumir, non baseada soamente nas necesidades de uso senón nas necesidades de cambio, creou unha industria incipiente de servicios e deduciu, gracias á produtividade das novas técnicas, o tempo que ocupaba a xente no traballo. Despois da Segunda Guerra Mundial sucedeu o mesmo e rebaixouse o tempo de traballo ás corenta, corenta e cinco ou cincuenta horas. A partir de 1973, coa crise do petróleo e coa perda de beneficios das empresas, o capital cambiou a súa estratexia, quíxose resarcir do que perdera co aumento de enerxía. Cando tivo a oportunidade de introducir novas tecnoloxías, nesta terceira Revolución Industrial informática e electrónica, as produtividades de máis que obtiñan, en lugar de repartilas en salarios máis altos ou en tempo de ocio maior, non as repartían, e atopámonos cun panorama en que, como nunca, as forzas de control da sociedade son maiores e a desasistencia da poboación é máis alta. Especialmente en Occidente, estanse traballando cincuenta e seis ou cincuenta e sete horas, mentres que os parados están nunhas cifras que non se igualaron nin sequera nos tempos da Gran Depresión.

No tocante ós tempos de ocio para a xente que traballa, atopámonos agora nos niveis dos Estados Unidos dos anos corenta, nuns casos, e dos anos vinte noutros; e se a tendencia segue así chegaremos á desesperante situación de que uns están traballando tanto coma nas primeiras décadas do século mentres outros están privados desa autoestima fundamental que é o tempo de traballo. Hai máis información e máis medios para ter noticias do mundo que nunca e sen embargo ese mundo váisenos das mans como nunca. Non hai, a partir do período que vai de 1989 a 1991, unha explicación desta globalidade.

Falamos da globalidade como un fenómeno de obviedade e de explicación do todo, que non explica finalmente nada, ou falamos da comunicación como un signo de progreso sen saber a que conduce esa comunicación.

Digo que o punto de elo se produce neses anos de 1989 a 1991, cando se derrubaban os réximes comunistas, e con iso pérdese a simetría do mundo. A simetría, como saben os arquitectos e sabémo-los escritores, nas estruturas dos nosos textos e das nosas composicións ten un valor de equilibrio enorme, e non é estraño, porque responde a unha sensación de calma, de dominio, de establecemento de dimensións que achega a quen a observa e a quen entra en relación con ela a sensación de que se está encadrado nunha certa racionalidade. A perda da simetría, a perda do poder no mundo comunista, foi celebrada entón por parte dos americanos e, sobre todo, por Bush ante as Nacións Unidas, como o principio do establecemento dunha nova orde mundial.

Engadido a iso, celebrábase o triunfo na Guerra do Golfo, o cal parecía neutralizalo perigo iraquí e o que representaba o islamismo. A partir de entón parecía que se

establecía un soar aberto para o establecemento da felicidade; é unha metáfora que é do gusto dos americanos.

Volvendo á idea de que se estableceu unha nova orde mundial, esa sería unha orde feliz, porque se instalaba sobre unha superficie plana, despexada de contrarios, onde por fin podería cumprirse o proxecto dunha economía capitalista de libre mercado e dunha democracia formal en tódalas súas dimensións. Desá maneira, a situación parecía máis propicia que nunca, pero pola parte americana, pois celebrouse como unha situación que se correspondía coa mesma inauguración da Nación Norteamericana: un soar amplo, aberto, sen contradicións, despexado de tódalas herdanzas como é o soar americano inaugural de guerras relixiosas, de guerras fratricidas, esquecidas as guerras civís. Ese soar prometía, como prometeu nos Estados Unidos a finais do século XIX, a creación dunha potencia cunha capacidade de desenvolvemento insuperable e descoñecida ata o momento na historia da humanidade.

De feito, Estados Unidos era a sexta potencia en 1870, e converteuse na primeira en 1911, cando desenvolveron todo o maquinismo, tódalas industrias da telecomunicación que despois serviron -e non é unha casualidade- para configurar a clase de mundo que temos e as relacións que establecemos agora os homes e as mulleres que estamos dentro del.

Sen embargo, ese novo mundo, que parecía prometedor, pronto comezou a atopar a insuficiencia para a creación dun proxecto colectivo que lles gustase ós homes. Estamos nunha vía de estación aberta e entón lánzase o modelo neoliberal, capitalista, e esa proposta da democracia formal por todo o mundo. Pois ben, tanto un coma outro modelo de relación social revélanse hoxe como motivos de desgusto e de insatisfacción, de inxustiza, de desigualdade alí onde se establece, e a xente cada vez é máis consciente diso.

Se se refire ó modelo económico, tódolos contaxios que se produciron do neoliberalismo no mundo levaron a un crecemento da pobreza, maiores inxustizas e segregacións nas cidades, feitos ós que non se lles atopa remisión. Danse casos no Terceiro Mundo, como vin recentemente en China, onde se producen fenómenos dunha aparencia monstruosa: cidades que hai vinte anos eran aldeas de pescadores de 18.000 habitantes, teñen agora 3.600.000 -como é Yen-Sen-, copiadas ó estilo e semellanza das cidades norteamericanas como Denver, Houston ou Baltimore; son cidades onde se reproducen outra vez os mesmos problemas de contaminación, tráfico, vivenda, sanidade, marxinación, afluencia de inmigrantes que non atopan aloxamento, explotación destas xentes desamparadas que non piden máis que a supervivencia. E, engadido a iso, problemas que en China son máis fortes, como unha grande opresión política e un gran control policial.

China sofre hoxe unha explotación dobre: a explotación do capitalismo polas boas sen democracia. Pero as democracias que hoxe se estenden polo mundo, e este é o outro

modelo, que chegarían a propiciar ese soar, esa extensión sinxela, estanse a trivializar e corromper, causando unha dexeneración do sistema. Taiwan, Corea do Sur, Singapur son modelos democráticos, como tamén os hai en América Latina.

Xa ninguén se cuestiona ser ou non ser demócrata, como ninguén se cuestiona a fondo esas cousas dos dereitos humanos. China fai unhas resistencias agora en virtude dunhas estratexias de cambio, pero non terá problemas en aceptalas máis tarde, porque finalmente acaban sendo ficcións que se burlan despois no desenvolvemento normal das leis na relación de poderes.

A estas alturas non faltan críticas dentro de Europa -mesmo onde a democracia non se instaurou de maneira farsante- que demostran que tódolos principios da Ilustración da igualdade, a liberdade, a fraternidade, non se cumpriron. Non hai igualdade, non hai xustiza ou hai unha xustiza para uns e outra para outros, non hai maior solidariedade senón cos sentimentos de individualidade, de ser competitivos e rivais. A xente vive cada vez en cápsulas máis solitarias, e non hai esa liberdade porque, aínda que apareza nas leis, non se pode realizar en termos da convivencia real debido a que as influencias de poder están máis diseminadas que nunca. Antes a autoridade definíase con toda nitidez, agora a autoridade está realizando un rizoma, unha rede nos medios, nas relacións económicas, nas construcións policiais, vixilancias informáticas.

Isto fainos pensar en países como Estados Unidos -que colocamos sempre como o exemplar onde a democracia se estableceu con máis forza e onde as liberdades e as tolerancias son maiores- como un país intolerante, duro e restrictivo, a niveis do que aparece flotando, logo a niveis do que aparece máis subterráneo aínda quizais a influencia sexa máis intensa e máis decisiva.

Con esta situación non é estraño que cando, por exemplo, o *Newsweek* trata de facer unha análise de como se atopa o mundo o faga coma un semanario de información xeral. Di na portada que se o estamos facendo tan ben, é dicir, se o crecemento vai tan ben, a economía marcha tanto, a bolsa sobe tanto, ¿por que nos sentimos tan mal?; algo non está funcionando ben e dinos diariamente que necesitamos unha reacción ante o mundo que se está a debuxar.

Hoxe hai unha maior conciencia ecolóxica, debido a que perdémo-la natureza; cada vez hai un gusto maior polas antigüidades porque perdémo-la referencia na historia; e cada vez aumentan máis as organizacións, as ONGs, os voluntariados e demais, isto é sinal de que perdémo-lo establecemento dunha solidariedade fluíndo do sistema en que nos atopamos.

Agora case parece todo unha resistencia, resistímo-lo Estado de benestar, porque parece que se hai unha conquista que entendiamos xa adquirida, tamén se nos arrebatada. O mundo parece funcionar dunha maneira automática por si mesmo, contrariamente ós

desexos que teñen os homes. E todo isto que se está configurando a unha escala planetaria fai dalgunha maneira desconcertante a disposición para actuar nun sentido eficaz por parte dos pequenos grupos e por parte dos grandes grupos cando os houbera.

Tratei de facer unha especie de sumario das análises que apareceron nos últimos tempos e que algúns xa coñeceredes. Unha é a que fixo Fukuyama no seu célebre libro *El fin de la Historia*, e outra é a que fixo máis recentemente Samuel Hunkinton chamándolle *El choque de las Civilizaciones*. Cada un dá unha explicación do que nos está ocorrendo ou do que está ocorrendo no mundo. Para Francis Fukuyama, nesa liña que dicía Bush, chegouse a un punto en que está ese soar disposto e listo, amoblalo, e non hai nada mellor có que sería o mobiliario dun capitalismo neoliberal. Con esa conclusión, Fukuyama chama a fin da historia, en canto tamén a fin da busca dunha mellora das condicións de ordenación de todos nós. Chegado a ese punto de perfección, non vendo no horizonte ningún recambio, alcanzámo-lo tope dun progreso nos modelos sociais e deberíamos dalgunha maneira aceptar como unha realidade fatal esa fin da busca, e esa fin da evolución na historia.

A outra análise, a de Samuel Hunkinton sobre o choque das civilizacións, refírese á parte conflictiva do que agora sucede. Fukuyama falaría da ataraxia, que nós comprendemos que existe, que hai unha especie de pasividade, de desconcerto, de falta de tomar iniciativas creadoras; esa sería, por dicilo dalgunha maneira, a parte que Fukuyama resalta e a que atende á outra parte que hai no mundo. Tamén pola súa vez é desconcertante que haxa loitas étnicas e relixiosas, que haxa nacionalismos ascendentes, reivindicacións de tipo tribal que non acabamos de comprender nun mundo intercomunicado.

Este, que é o outro aspecto conflictivo, non o pasivo senón o dinámico, Hunkinton explícao como emerxencia dun choque de civilizacións. O seu libro, que se publicou en 1996 nos Estados Unidos e comezou a desatallas polémicas en Europa e no Pacífico, sostén a tese de que ata agora estiveron no mundo máis ou menos soterradas as forzas de sete ou oito civilizacións, e que agora, coa emerxencia desta comunicación, esas civilizacións entran en pugna e en colisión. Estas sete civilizacións serían: a Occidental, a Confuciana, a Chinesa, a Hindú, a Islámica, a Latinoamericana e a Africana. A tese que sostén Hunkinton e o mundo que se deduce del sería un mundo en que tendo gañado potencia sectores que antes estiveran máis ou menos sufocados, agora daban na colisión fendas en que se demostraba esa falta de integración total do mundo.

O libro recibiu moitas críticas, e non é de estrañar. É un libro, de novo, feito por un americano e inspirado nunha realidade norteamericana onde ese mapa é moi visible. Estados Unidos durante os últimos anos, con toda a corrente do politicamente correcto, cuestionouse que era ser americano, que era América, e que era a cultura americana, e tivo moitos problemas para poder atopar unha solución. Ó tópicos de que aquilo era un *melting-pot*, unha mestura de culturas sinxela e interpenetrable, chegouse pola evidencia da marxinação dunhas minorías, pola evidencia dunha rebelión en forma de crimes

urbanos, dos negros sobre todo; chegouse a unha evidencia de que esa integración era unha ilusión e que efectivamente hai un choque entre esas civilizacións que residen alí. Os chineses e os coreanos teñen as súas lavanderías e os seus restaurantes ou as súas froiterías, os polacos teñen as súas industrias de taxis, e cada un vive alí pero non está formando parte dunha masa conxunta. Entón a idea de Occidente –tódalas culturas que América metabolizara e absorbera dentro de si– revélase unha falacia, e non é estraño que a inspiración do libro reproduza este modelo de choque que se vive como un conflito dentro dos Estados Unidos.

Polo tanto, eu non faría máis fincapé no que Hunkinton di, porque creo que é unha desviación moi nesgada, provocada pola súa experiencia directa cun territorio que vive este problema. Todos escribimos dos nosos problemas, facemos referencia a eles na nosa biografía e proxectámo-las preocupacións máis inmediatas que temos, e neste caso cumpriuse absolutamente. Creo que non será un libro que dure moito pero si foi un libro que entrou a limita-la polémica de en que mundo vivimos e como explicar estes colapsos, estas sacudidas que non sabemos entender ben.

No libro *La Ilusión del Fin* faise dalgunha maneira unha síntese destas dúas teorías, a priori, porque o libro de Jean Beaudrillard é previo ó de Hunkinton, e incluso pode que sexa simultáneo ó de Fukuyama. *La Ilusión del Fin* é un libro onde se plasma o estilo de Beaudrillard, que fai sempre analoxías estéticas e metáforas dos fenómenos sociais. Segundo a tese deste último, atopámonos nun punto da historia ó final do século no que os sucesos ocorren como se estivesen gravados nunha cinta de vídeo que, chegado un punto no seu pase na pantalla, esvara e volve rebobinarse e reproducir-las escenas que antes se viviran. Aí entrarían os nacionalismos, os nacismos, as loitas étnicas, os grupos poderosísimos económicos, que reproducirían os modelos feudais. Sucede como se a historia, dalgunha maneira atemorizada por traspasa-lo milenio, rebotase contra a parede do século e estivese reproducindo imaxes grotescas do seu pasado anterior.

A reciclaxe e todo isto que está tan en auxe na nosa época, non soamente nos fenómenos sociais, senón nas modas, no cine, na música, nos gustos da xente, no que antes se dicía das coleccións de antigüidades; trátase un pouco de asirnos atrás ante o vértigo de traspasar unha fronteira cara a un destino que non sabemos cal é. A maior traxedia e a maior enfermidade desta fin de século -e que non ten proxecto para o futuro- ten agora mesmo desencadeada unha máquina, unha máquina cega, automática, que é o mercado, coa cal parecen resolverse tódalas cuestións.

O mercado é o absoluto de tódalas cousas. Antes referíase ás cuestións económicas, e probablemente ninguén vai discutir que, nunha sociedade onde se produciu a división do traballo, o mercado é necesario para intercambia-las mercancías, senón ¿como iamos poder funcionar, desenvolvernos e cooperar? Pero o mercado non só recolleu as mercancías, senón que recolleu valores que antes estaban fóra del, colleu a cultura e mercantilizou tódolos produtos culturais, absorbeu o deporte e converteuse en medio de mercaderización coma outros que antes estaban fóra do mercado.

E colleu tamén a relixión, converténdoa nun produto mercantil. En San Francisco observei uns folletos que repartían nunha parroquia, como se fai nas parroquias americanas destas metodistas ou en tódalas demais derivacións -as segundas igrexas, como se chaman nos Estados Unidos-. Nos folletos desta derivación estableceran o procedemento explícito de que as esmolos ou as ofrendas que fixeras non se entregaban a fondo perdido, senón que tiñas dereito á devolución dos cartos se en quince días a petición que fixeras e pola que ofrendaras non se cumpría, se o Santo ou Deus non respondían, ou se quen queira que fose non daba sinais de vida positivas.

Esta idea tampouco é tan allea co que pasa coas igrexas e os seus predicadores na televisión, que atraen fregueses e fan uns grandes negocios con isto. A xente sabe que ten que pagar pola súa felicidade -e os americanos aprendérono moito antes ca nós-, páganlles a quen os escoita na súa clínica. Pagan pola súa felicidade, por comunicarse, ser atendidos e acompañados, polo que non podían obter gratuitamente porque o que antes era gratuíto xa está absorvido polo mercado.

A auga será axiña absorbida polo mercado, e probablemente será tamén absorvido polo mercado o aire, e xa o é no sentido de que os que contaminan pagan. É máis, cando hai un asunto co que non sabemos que facer dicimos que o resolva o mercado. É moi avasaladora a influencia de EE.UU., e cando digo isto non o fago porque teña algunha teima contra Estados Unidos, que poida que a teña, senón porque, de feito, parece que este país é dalgún xeito o futuro da humanidade, o seu modelo de funcionamento económico e social é o modelo económico e social que se está importando e de aí deriva que as cousas sexan as mesmas, e non en van cando un vai alí e ve o que pasa pode te-la certeza de que o verá aquí pouco despois. Eu marchei ós Estados Unidos no ano 93 e cando vin a xente xa comía flocos de millo no cine e os nenos celebraban o Hallowe'en como se celebra alí. Podíase falar doutras cousas máis, como modos de vendas das cousas, formas de funcionamento dos hoteis ou características de comportamentos sociais.

Cando alí te-la evidencia de que un individuo non soamente é un ser disposto en tódalas direccións posibles, senón que é un ser que ten que pensar en si como un produto de mercado, inmediatamente a educación que se solicite para ese suxeito é unha educación moi instrumentalizada cara á produción. Isto vézmo-lo tamén aquí, a eliminación de materias que parece que non teñen rendibilidade, a idea de que a formación dunha persoa ten que estar en función das demandas do mercado e non en función de si mesmo. Todo isto crea un mundo onde, xustamente ó estar un en función das demandas mercantís, é pouco capaz de vivir para si. Témo-lo exemplo do ensino: se unha persoa está moi ensinada para producir rendementos en tanto está enchufado ó posto de traballo, as cousas funcionan, pero cando se desenchufa do posto de traballo queda sen funcionalidade, é unha peza solta, desorbitada. Unha persoa formada para si é unha persoa que ten no seu patrimonio interior a oportunidade de ser feliz consigo mesma. A diferenza que pode existir entre unha persoa formada instrumentalmente e

outra persoa formada pluralmente no gozo dun paseo por Santiago é incomparable. A persoa que está amoblada interiormente ten unha enorme cantidade de argumentos para vivir consigo, goza da súa propia amenidade. Ese é o paradoxo entre estar preocupado en amobla-lo apartamento e despreocuparse por amoblarse interiormente, cando un vive consigo mesmo e non co apartamento; pero amobla-lo apartamento dá máis resultado dende o punto de vista do mercado para tódolos efectos.

E así podíamos empezar a establecer moitas contradicións coas que vivimos e das que somos agora máis conscientes, quizais porque atravesámo-la febre consumista e vémo-lo grao de satisfacción que produce. Nos Estados Unidos, de novo, nos últimos vinte anos, a xente en xeral multiplicou a renda polo dobre e algúns polo triple, e nas sondaxes para coñece-los sentimentos de satisfacción o resultado é que declaran ser menos felices ou tan felices como hai vinte anos; nada do moito que gañaron en termos de benestar material foi orientado a mellorar, a progresa-los individuos como seres humanos. Non ten desinterese o mercado, o mercado non está para iso, pero para iso estamos nós, para que o mercado non o faga todo.

Nese repaso de análises o último sería o de Beaudrillard, que fai pensar que a historia escorrega e se repite, e que, polo tanto, estamos nun momento que sobre todo podería caracterizarse por ese temor de atravesar un século XXI sen o equipamento dunhas ideas, sen o equipamento dun proxecto político-social-humano no que empeñarse, e face-la sociedade, prestarse ilusionadamente a esa cooperación.

Creo que, mantendo un pouco de distancia, se podería describi-lo que está sucedendo, ó mellor cunha organización, por suposto convencional, que distinguira a existencia dun sistema de globalización, cun contido duplo; dúas revolucións internas a ese sistema, ou subrevolucións, non revolucións tan grandes coma as revolucións que trastornan a Historia; dous novos paradigmas dentro desa globalización; e, finalmente, dúas dinámicas contradictorias de fusión e de fisión no mundo. Vou ir brevemente con cada cousa.

A mundialización -ou globalización- da que se fala tería dous chanzos: un é a mundialización da economía, iso parécese indiscutible porque o mundo está xa asociado, interdependente. Aquí non hai emprego e as empresas vanse para Taiwan, non hai materias primas, non hai man de obra en África e veñen lexións de chineses para traballar en grandes obras públicas en África central. Hai unha baixada da Bolsa en Tokyo e repercute nunha serie de países e, finalmente, en España. O mundo está interrelacionado dunha forma material con estas translacións das empresas e de man de obra, con este movemento de busca de lares máis propicios para a fabricación, e está relacionado financeiramente e de maneira absoluta. En Hong Kong, por exemplo, fanse sobre todo moitos reloxos (oito millóns), e hai uns catro millóns de xoguetes, de bonecas e cousas así. As bonecas fanse en tres sitios distintos segundo lles vai, segundo está máis barata ou cara a cousa. E pasa o mesmo coas fábricas de automóviles: Toyota fai

convenios con Nissan -aínda que se levaron sempre mal entre elas-, e entón Toyota cómpralle a Nissan uns compoñentes que lle resultan máis beneficiosos e a cambio des véndelle outros. Todos están interrelacionados, e se isto sucede na economía material, na economía financeira é máis transcendente. A economía financeira é case o 70% do total dos investimentos do mundo, o 70% é unha bolsa de diñeiro que se acabaría se se concentrase en calquera parte, acabaría con todo o poder posible. Para facernos unha idea, os tres fondos de pensións máis importantes dos Estados Unidos teñen unhas reservas equivalentes a dez veces a suma das reservas das divisas dos sete países máis ricos do mundo; se os tres fondos de pensións desexaran converte-lo franco na moeda máis forte de Europa, bastaría con que investisen en francos, ou ó contrario, se quixesen arruinar ó país, arruinaríano igualmente.

As masas de capitais móvense dun lado ó outro, por suposto en grandes masas, pero a unha velocidade asombrosa, á velocidade da luz. Esta é unha clase de globalización do mundo, a económica. Outra globalización económica do mundo, á cal me referín antes, é a absorción, unha e outra vez, de calquera factor dentro do mercado. As prisións privadas nos Estados Unidos medran sen parar porque o interese é gañar diñeiro con elas, os señores que hai dentro e as leis que se lles apliquen dan igual. En definitiva, o seu contrato co Estado é que os manteñan confinados alí.

Non creo que puideramos inventar nada que non tivese relación co mercado, incluso o amor. O amor -eu observeino no ano 1984 nos Estados Unidos- tamén entraba nos cálculos das xentes, que se facían con moita frialdade con respecto ás conveniencias ou non de manter relacións cunha determinada persoa, segundo o seu porvir, os fondos cos que contaba, o patrimonio de que dispoñía, etc.; lin un libro que se chamaba *Economía da dor e do amor*, que poñía todo isto en claro. A economía da dor pola súa vez podía estar relacionada con todo o asunto da sanidade, como dende logo estamos vendo aplicándose aquí. E é cada vez máis evidente que se unha persoa cumpriu 55 anos, e eu xa case me atopo nesa tesitura, pois xa non ten moito dereito a un transplante, porque xa non é xulgada en función dunha vida con tódalas súas singularidades e complexidades, senón da potencia, a reserva que lle queda para ser productivo; entón, como ten menos reserva para ser productivo en virtude de que ten menos anos para ofrecer ó mercado, non tería un lugar primordial nos transplantes.

Coñecín unha señora en Chicago, que era a muller do presidente da Illinois University en Chicago, e tiña unha filla dunha idade adulta, e, polo tanto, ocupando un posto peor nas listas de espera. Eles foron os meus anfitrións nun Congreso que houbo en Chicago en novembro pasado, e como tiñamos moita relación porque iamos a *parties* xuntos, acabamos preguntándonos polas familias. Entón a señora díxome que estaba nunha situación especialmente apurada pois tiña unha filla en San Luís cun problema de transplante de ril, pero como estaba na lista un pouco atrás non parecía que llo puidesen dar pronto, e levaba xa un ano e medio esperándoo. O caso é que á señora non lle saían as contas para facer unha viaxe a San Luís nin para quedar coa súa filla alí en vir-

tude do traballo que tiña en Chicago. As relacións familiares non se sobrepoñen ás relacións da economía, e se as xentes teñen que repartirse en lugares diferentes e non ver-se nunca, pois fano e acéptano cunha vontade absoluta, porque asumiron que o mundo do diñeiro, das conveniencias materiais, está por riba de tódalas cousas. Cando aquí se fala tanto agora, resolveríámolo problema do desemprego coa mobilidade. ¿Que quere vostede dicir co problema da mobilidade? Que eu desintegro a miña familia. Efectivamente, non teño traballo en Almería e ó mellor hai un en Estonia, e voume a Estonia. Iso é o que pasa en EE.UU., a xente vaise a esas distancias. ¿Que acaban sendo a reunión familiar, a convivencia humana, etc.? Nada; acaban sendo pezas. Os galegos, cando van fóra de Galicia, vémoslos en núcleos que crearon onde queira que estean, porque tiveron sempre, como os italianos ou os chineses, a intensidade dun arraigamento familiar forte, asentado nos antepasados, nas crenzas e nunha idea da vida moi diferente á dun americano. En EE.UU. un 17% das persoas cambian de residencia cada ano, pero evidentemente cambian de residencia moi cedo.

No acto que se celebra cando remata a High School -que é o segundo ensino-, os americanos, que son tan ríxidos nas cousas sexuais, aceptan que esa noite as nenas, que van con eses vestidos longos, e eses nenos, que van cos smóking, vaian durmir fóra, e non poden imaxina-lo insólito que é iso. Non quero dicir que os nenos non teñan relacións sexuais entre si, pero os pais non as ven. Os nenos teñen relacións sexuais entre si ós 14 anos, pero aceptar publicamente que o fillo vaia durmir coa moza ou coa amiga nun lugar diferente sería un escándalo, porque ese é un rito de paso mediante o cal a familia xa se desmembra. Cando se dá o paso entón é aceptable. Ademais, os nenos comezan a gañar diñeiro pronto, porque tamén están formados na escola para gañar diñeiro canto antes, e desmémbranse cunha gran facilidade. Moitos preparan para si a cea sós ou compran os pratos precociñados ó seu gusto sen dar contas a ninguén, e como na casa hai varias pantallas -de televisión, de Internet ou do que sexa- a xente distribúese nas súas zonas e non se dan conta uns dos outros, de maneira que cada cal funciona como unha peza separada; dende un punto de vista do mercado, a mellor oferta que se pode facer. Unha familia é moi pesada de circular, o mesmo que unha comunicación complexa é difícil de transmitir, pero moléculas soltas nun medio gasoso son moi doadas de colocar aquí e alá; e este é o modelo da mobilidade. Aquí resistímonos a movernos e por iso temos desemprego, resistímonos a vivir peor, pero esa sería unha reivindicación esencial.

Creo que todo este discurso está agora mesmo empezando a crearse como consecuencia dunha experiencia doutras cousas que antes pensabamos que poderían se-la solución para os nosos problemas e que se revelaron como frustracións, con farsas, como estafas do chamado progreso.

Un sistema con dúas cabezas ou con dous chanzos é a globalización xeral da economía, todo interdependente, a real e a financeira, e todo economizado. Despois habería dúas subrevolucións, pequenas revolucións comparadas coa revolución soviética ou

coa revolución francesa, dúas revolucións dentro deste mundo: unha revolución tecnolóxica, moi patente, que fixo un cambio substantivo no desenvolvemento, é dicir, se no século XIX se substituíu o músculo, a forza humana, pola máquina, agora o que substituímos é o cerebro pola máquina, e por máquinas que, como son máquinas intelixentes, se relacionan entre si e poden establecer funcións e con iso desenvolver sistemas de interrelación que nos pertencen menos do que nos pertencía antes a tecnoloxía; e unha revolución sociolóxica, que é a que antes mencionei a propósito do poder. Cando o poder está moi concentrado parécenos antigo, é o caso de Aznar, que parece antigo constantemente porque quere mandar e ser visto como o mandatario. Pois iso non se fai así, o poder hoxe está disolto en redes, nós sómo-lo que somos non porque nos fixeran admonicións fortes na casa, e os nenos menos; non somos así porque a escola fora unha escola forte de principios moi claros, nin somos así porque houbera un sistema ríxido de comportamento na sociedade. E se falamos da tolerancia absoluta, e se se trata da española, a supertolerancia, non hai un país que teña máis insumisos ca este, nin país onde haxa máis xente que se droge impunemente nas rúas, nin lugar onde se digan as barbaridades que se din aquí e non pase nada, onde hai un xornal que se chama *Eguin* e segue circulando.

Pois ben, a idea esa de autoridade xerarquizada cámbiase por esoutra clase de autoridade difusa, diseminada nas redes; somos influídos non por un mestre, non por un pai, non por un dictador, senón por unha escena de comunicación que nos vai producindo unha configuración de cada un de nós sen que sexamos capaces de percibir exactamente de onde vén o foco claro da influencia. Cando os nenos violan ás súas compañeiras de nove anos ou matan ós seus compañeiros de clase, que teñen dez e doce anos, non o entendemos: pero, ¿que é a escola, que fai a familia, isto que é? Faino ese mundo da televisión, das comunicacións, esoutro caso de mundo exemplificante sen que o exemplo apareza como unha estampa predominante. Nesta revolución non sabemos ben contra que pelexar e dende onde nos veñen as forzas e que forzas opoñer a elas, porque sempre, de novo, hai unha diferenza enorme de poder e hai unha ocultación do poder.

Como penúltimo punto, falaría de dous paradigmas que cambiaron o mundo ultimamente. Dous paradigmas onde descansaba o edificio socio-político dos Estados socio-democráticos modernos nados da Ilustración. Un é a idea ilustrada do progreso e outro é a idea de máquina social. Hoxe o progreso está case sumido na comunicación, progresamos moito porque nos comunicamos moito, a xente vai de aquí para alá, coñece moitas cousas, ten acceso a toda a información posible, iso é o progreso. Pero hai unha especie de superstición sobre a comunicación, unha énfase da comunicación, da que por suposto poderían verse os seus beneficios se se tratase de estar no mundo da publicidade ou de vender algo, pero non se ven os beneficios claramente dende ese punto de vista da sociedade, comunicarse cara a onde e cara a que e con que e de que. O outro paradigma que se substituíu é a idea de máquina social ou a imaxe do reloxo, a sociedade moi propia das ideas utópicas do século XIX, cando se tiña idea de que non funcionaría ben se tódalas súas partes facendo cousas diferentes non estaban articuladas para que a maquinaria en

conxunto avanzara. Desa maneira a sociedade víase como un todo e non se concibía que o avance desa máquina non comprendera tamén a outros sectores que estivesen dentro do mecanismo. Hoxe esa idea do reloxo, da máquina integrada, salta en anacos. Agora pode haber un desenvolvemento dun 10% de crecemento en China, pero hai un 75% da poboación que vive coa situación case feudal de hai sete séculos. Eu vin zonas en China que parecen gravados do século XV-XVI, as xentes con lazada, etc.; pero tamén as hai no mundo desenvolvido: os 60 millóns de pobres que hai na Unión Europea, as xentes que están vivindo en condicións miserables no Bronx de Nova York -cun índice de mortalidade infantil igual ó de Bangla Desh-, as cidades como Xacarta, Adís Abeba, Calcuta, Bombai, São Paulo, onde quedan masas enteiras de xente fóra de toda consideración, arrombadas como quedaron arrombados continentes enteiros como África. O progreso non se entende como un conxunto de avance de todos, progresamos como especie, o progreso enténdese como o desenvolvemento quizais dunhas determinadas redes de macroempresas que funcionan estendendo as súas divisións ó longo do mundo.

E xa, finalmente, mentres hai unha gran tendencia a buscar bloques de intercambio económico e todos son bloques xa -é bloque Asia do Sur, é bloque México, EE.UU. e Canadá, é bloque a Unión Europea, é bloque o Cono Sur, son bloques os países de Extremo Oriente, a unión do Magreb-, fronte a iso, que cada vez é máis común, veñen os movementos de emancipación, separatistas, dos Balcáns, o Cáucaso, en Gran Bretaña, en Italia, na Unión Soviética, en España, que se corresponden tamén con contradicións da mesma natureza noutros ámbitos; aínda que noutros ámbitos son movementos desa mesma natureza os que suceden coas empresas. Os grandes conglomerados internacionais, os mamuts contemporáneos que se unen e forman un conglomerado de 19 billóns de dólares, as unidades que agora pretende facer Boeing con McDonnell, as que se produciron xa en grandes laboratorios internacionais como Rocher e Ciba, chegando ó punto de que cando alguén empeza a indagar nas empresas dáse de conta que as súas ramificacións chegan ata tal punto que xa non soamente se trata dun mesmo xénero senón de xéneros diferentes, e fan unha multitude de actividades diferentes todas asociadas entre si porque hai establecidas sinerxias entre elas.

Esta tendencia existe e pola súa vez existe a tendencia das pequenas empresas. O 50% das exportacións dos EE.UU. están feitas por empresas de menos de dezanove traballadores mentres que en Singapur un 80% das exportacións son feitas por empresas con menos de dez traballadores, porque o mercado cambia moi rápido e é preciso ser flexible e adecuarse ás condicións particulares de cada rexión; todo isto fai que as empresas grandes pola súa vez teñan divisións pequeniñas e que se estean producindo simultaneamente dous fenómenos: enormes sumas de poder pero pola súa vez funcionamentos flexibles diferenciados en cada un. Habería que engadir a isto incluso o feito de que os mellores executivos das empresas, cando teñen a oportunidade, establécense pola súa conta creando empresas propias, porque agora é posible a través da electrónica, das distintas posibilidades de comunicación, a través de ofertas que se fan, que son sobre todo ofertas de servizos. Isto está tan presente na economía como para definir actualmente un

modelo que os chineses chaman o *huanchi*; os empresarios que eu coñecín pola zona di-cíanme que sería o futuro da humanidade, é dicir, xa non sería unha gran IBM ou unha gran General Motors senón unha rede máis disipada de combinacións de favores e de contraprestacións que se establecen ben por intereses económicos ben por complicidades nadas -en China dáse moito- de proceder dunha mesma rexión, de ser dunha mesma xeración, de pertencer a unha mesma familia, extensa como adoitan se-las familias chinesas.

Unha forma de establecerse no mundo, na que está escondida de novo o que é a gran masa de poder, que está actuando máis eficazmente en lugares de sombra, esa unión do xeral, do xeral e do pequeniño, e tamén a mesma cuestión que sucede coas nacións, e imos ler, porque creo que pode ser interesante, o que hai de previsións sobre os Estados que se van ir creando nos próximos anos: os cálculos din que as 184 nacións que agora forman a ONU, e que eran 159 hai unha década, seran máis de trescentas no ano 2000, este cálculo apóiase en feitos bastante evidentes como e o caso da Union Soviética, como son as 50 etnias que hai en China, os tres mil grupos étnicos de Indonesia, os miles de tribos e linguas que hai en África, os máis de cen idiomas que se falan en Latinoamérica, ata crear gradualmente máis de mil nacións na metade do século XXI.

A idea desta integración parece boa en termos de economía, pero en termos de recoñecemento e de identidade cobra máis forza quizais para non estar disolvéndose nese marasmo xeral dunha economía globalizada, libre comercio si, unión non. Neste sentido o de Maastricht parece outra cousa bastante vellouqueira. Poderíamos ter unha moeda única sen perde-los sinais de identidade de cada país, usando a rede electrónica que os operadores financeiros, que fan inmediatamente unha unidade de conta, propoñen. Estamos vendo o nacemento de tribalismos fronte ó global, un tribalismo que dende logo non sería nacionalismo na medida en que o nacionalismo italiano fascista e alemán se impoñía, dunha parte ó individuo e doutra parte ós intereses internacionais.

O tribalismo non fai nin unha cousa nin a outra, respecta o individuo e non se pon a manter comunicacións e conexións con outras etnias ou con outros grupos sempre que se manteña, como din os cataláns, o feito diferencial; pero o fenómeno é así agora e cada vez máis a xente viaxa, frecuenta outras culturas e fai turismo. Nestes momentos un de cada nove habitantes do mundo está viaxando, pero volve e quere aferrarse ó seu terreo; entón, no capítulo de reivindicacións, o que antes podería ser unha retrocesión -iso do pobo, a vida familiar, a preservación da cidade tradicional- hoxe é unha reserva de loita, que se incorporaría facilmente ás reivindicacións de fin de século que aínda non sabemos ben como se perfilan pero pouco a pouco estamos reunindo en pezas de crebacabezas un programa o suficientemente extenso como para ocuparnos nesa loita que pensabamos que perdera todo o sentido.

Nesa terra que dicía antes poderían máis, por exemplo, as relacións afectivas que as instrumentais, ou faría das relacións utilitarias unha mestura de utilitarismo e de con-

vivencia afectiva, estaría máis necesitada de solidariedade que de rivalidade, tería máis en conta a integración de tódolos grupos, como sucedeu sempre cos parvos ou pobres do pobo, que formaban parte da comunidade, fronte á separación do traballo co ocio como dúas unidades separadas da vida das xentes. Esta medida da cidade nosa, mediterránea, de amenidade sen igual en ningunha parte do mundo, esta forma de vivir que nos permite comunicarnos co que nos vende a prensa, ou co home do café, a nosa sobremesa, a comunicación cos familiares, que tropezamos con alguén co que paramos uns minutos sen necesidade da urxencia de ser requiridos, todos estes son beneficios que deberíamos xa integrar nese programa de reivindicacións. Hai unha dirección, ó meu modo de ver tola, mercantil, productiva, competitiva, cara a beneficios monetarios moi fortes, pero hai tamén unha conciencia cada vez máis clara de que isto non é o que nos gusta, e preguntámonos por qué se as cousas as facemos tan ben nos sentimos tan mal, porque efectivamente o que estamos facendo non se compaxina co que é a condición humana e co que é o benestar que desexan para si os homes e as mulleres.

TELÉPOLIS, A CIDADE GLOBAL DO FUTURO

Javier Echevarría

A hipótese ou o conxunto de hipóteses que se derivan do concepto de *Telépolis* –equivocadas ou non intentan pensar conxuntamente múltiples fenómenos, moitos dos cales xa os comentaron outros conferenciantes– baséanse en que a humanidade emprendeu a finais do século XX a construción dunha cidade global para a cal propoño o nome de *Telépolis*. É dicir, que non vexo os valores ilustrados, non vexo ausencia de proxectos senón todo o contrario, creo que aínda se está entrando na fase de configuración, de emerxencia nun gran proxecto, para o bo e para o malo; isto é, a cuestión dos problemas, as consecuencias desta cidade global comentareinas ó final da miña exposición, pero a construción superposta ás formas sociais xa existentes, e superposta ás cidades clásicas ou ós Estados, ás Nacións, ás Rexións, ó territorio en xeral deste grande artefacto, o que na segunda parte da miña exposición intentarei visualizar ou describir, creo que dá sentido e permite polo menos pensar conxuntamente en múltiples fenómenos que son de gran relevancia a finais deste século.

Adóitase falar de Sociedade de Información, a terminoloxía canónica europea Autoestradas da Información ou da Comunicación, que era a que utilizaban nos EE.UU. Agora xa se fala de Infraestrutura Mundial da Información e Infraestrutura Nacional da Información (un breve apuntamento: á parte da Mundial e da Nacional habería que falar das infraestruturas Rexionais e Locais, incluso das Infraestruturas Domésticas da Información -aínda que eu no tema doméstico vou entrar menos-, prolongando a metáfora esta das Autoestradas da Información ou da Comunicación, ata dos Corredores

da Información, é dicir, como os interfaces das casas coa cidade global, como se organizan e cales son os artefactos que permiten conectar con ese novo espazo urbano). Fálase tamén de globalización, un tema moi comentado co termo de Cidade Global. Fálase de Mundo Dixital: a dixitalización, como ben dixo Joan Majó, é un compoñente fundamental desta construción de *Telépolis*, Ciberespacio -termo moi californiano-, punto máis romántico, os navegantes, “surfing”, etc. Fálase de realidade virtual, múltiples denominacións, múltiples propostas conceptuais -diría eu-, que circundan unha serie de cambios, de transformacións que hai que pensar, que hai que reflexionar independentemente de que isto sexa un proceso moi acelerado e de que calquera tipo de proposta dentro de cinco ou dez anos teña que ser modificada radicalmente.

A proposta é pensar todos estes fenómenos sobre a metáfora dunha cidade, non dunha aldea global, porque aínda que haxa fenómenos de tribalización e fenómenos onde se extrema o local, precisamente por contraposición ó global, veremos logo que os personaxes que constrúen as grandes multinacionais, que constrúen *Telépolis*, de ningunha maneira poden ser considerados como aldeáns, senón que son cidadáns no sentido pleno da palabra. Entón cidade global é mellor que aldea global, ó meu modo de velo.

Por outro lado, a metáfora da cidade e o termo *Telépolis*: hai un libro en alemán de 1995 de Florian R. que se titula *DiTelépolis*; Michel, decano de arquitectura, escribiu un libro que se chama *The City of Beach*, tamén en 1995, e Miller escribiu un libro que se titula *Civilisations and Ciberspace*. Isto é, que pensar a cuestión do Ciberespacio como unha cidade é un tópico dentro dos usuarios da rede ou nos debates que se establecen en Internet; por outro lado, está claro que é un fenómeno en que hai que ter en conta todo o que se chaman as cidades dixitais ou tamén Telecities, os Cibercities, é dicir, como as cidades actuais -penso en Amsterdam e outras moitas que tamén o fixeron- con elementos de realidade virtual, visitas a museos virtuais, etc., cunha representación a través das redes telemáticas da propia cidade, dixitalizándose e facendo as súas cibercidades.

Ó meu entender, o termo *Telépolis* é un termo moi cargado de derivacións e tamén de intencionalidade porque é completamente distinto pensar todos estes fenómenos en termos dende a metáfora da *polis*, da cidade, que pensalos dende outros tipos de metáforas que teñen algunhas vantaxes e tamén inconvenientes, pero ó meu entender hoxe por hoxe é unha metáfora polo menos interesante.

Entón falamos de *polis* como cidade e de *tele* como diferenza específica, por dicio en termos filosóficos clásicos; é dicir, que aquilo que permite integrar múltiples fenómenos relevantes é este *tele*. Os dicionarios das distintas linguas terán que abrir en *tele* un par de páxinas máis porque irán xurdindo nos próximos anos neoloxismos e isto vai ligado a unha realidade que se integra, sintetiza ou resume, no termo *Telépolis*.

A diferenza fundamental, polo tanto, é non só as telecomunicacións ou a posibilidade de recuperar información a distancia, sendo estas dúas variantes da cuestión moi

importantes, senón que a gran novidade -en fase embrionaria pero con apuntamentos moi importantes verbo disto- é a interacción a distancia ou a interrelación a distancia.

Agora voume centrar nas transformacións que se xeran no ámbito do espacio, e por espacio entendo espacio social, e por tempo tamén entendo tempo social. É dicir, trátase de ver con este termo *Telépolis* como se xera ou se está xerando e construíndo un espacio social de comunicación, de telecomunicacións, de interrelacións a distancia e tamén de interacción a distancia.

A este novo espacio, que desde a metáfora de *polis* eu propono pensalo como espacio urbano, pódesele seguir chamando tamén, por suposto, ciberespacio, e é o primeiro argumento polo cal cabe falar dunha cidade global, porque transforma as diversas actividades dunha cidade, as diversas profesións, gremios, artes, etc. As cidades poden ser vividas, claro está, dende múltiples puntos de vista, eu agora estou pensando nas cousas desde o punto de vista arquitectónico ou urbanístico.

Platón na *República*, cando investiga o que é a *polis*, o texto canónico, digamos fundador da noción da *polis*, para nada fala, que eu recorde polo menos, nin de edificios, nin de urbanismo, sempre se refire a actividades humanas. O que vai indagando é cales son as formas de actividade humana imprescindibles para que haxa unha *polis*, unha cidade. Despois de Platón desenvolvéronse moitas máis á parte das que el considerou, el ou os demais teóricos que actúan desde esta perspectiva, é dicir, pensa a cidade como un espacio social para a interrelación, para a acción humana ou para a interacción entre seres humanos, incluíndo persoas físicas e tamén institucións. Digamos, dende esta perspectiva, que o *tele* vale para todas e cada unha das profesións clásicas dunha cidade.

Estase vivindo nas últimas décadas e máis aceleradamente nos últimos anos un proceso de adaptación ou de progresiva adaptación das distintas profesións a esta forma de interacción a distancia. Os primeiros foron os militares, é dicir, esta *Telépolis* da que eu falo ten unha orixe militar claramente, incluso dende o punto de vista metafórico poderíase comparar cun castelo que quedou a medio construír na iniciativa de defensa estratéxica ou coñecida como “Guerra das Galaxias”. Boa parte desa tecnoloxía é a que se aplica agora á construción deste burgo, é dicir, deste burgo que xurdiu arredor dese castelo que non se acabou de rematar porque o castelo de en fronte caeu.

Entón os militares foron os primeiros -estou pensando en Arpanet, que é a orixe histórica de Internet- para que o Estado, os Estados Unidos de América, no caso de hecatombe nuclear non se derrubase, non caese coma un castelo de naipes e houbera moitas funcións que manter, incluso despois do estalido de múltiples bombas nucleares, pero en concreto para elimina-lo número de mortos, para diminuí-lo número de mortos. No caso de explosións nucleares seguidas o tempo de atención sobre os afectados é moi importante, co cal, despois dunha explosión nuclear, que funcionen os servizos sanitarios

e os servizos de interconexión diminuía a porcentaxe de mortos ou paliaba os efectos das explosións da hecatombe nuclear, e nese sentido construíuse Arpanet, que é unha estrutura moi importante que, como tal estrutura espacial, se mantén na estrutura actual de Internet; entón unha estrutura fundamentalmente descentralizada, por descentralizada entendo que calquera dos nodos da rede Arpanet podía te-lo control e podía funcionar toda a rede con só un dos nodos que funcionase, co cal non habería centro ningún senón, citando a Kusak, o centro estaba en ningunha parte e tamén por tódalas partes, entón o feito de que se constrúa como efecto da Guerra Fría e da ameaza da hecatombe nuclear este estraño artefacto, e que o constrúan os militares fundamentalmente coa colaboración de científicos e con industriais, isto é, coas grandes industrias en EE.UU., dá idea da primeira adaptación a esta estrutura de interacción a distancia á que me vou seguir referindo a continuación.

Un segundo gremio que se adaptou moi ben a estas interaccións, de tódolos xeitos pódese falar de teleguerra perfectamente, é a arte militar contemporánea. No fondo, se pensamos nos fenómenos de violencia ou de guerra entre os seres humanos, o que ocorreu progresivamente é un distanciamento, dende as guerras épicas de Homero na *Ilíada*, nas guerras corpo a corpo, que se consideraban manifestación máxima do valor e das virtudes militares, ata a invención progresiva da espada, da lanza, do arco, das frechas; é dicir, o ser capaz de face-la guerra progresivamente cada vez a maior distancia foi un dos aspectos claros no desenvolvemento das artes militares. Hoxe existen os satélites de observación militares, que circulan pola atmosfera, capaces de capta-los obxectivos inimigos incluso varios metros baixo terra, a posibilidade mesma tamén de dadas ordes a distancia -por distancia entendo a miles de quilómetros-, os propios grandes mísiles, é dicir, a guerra xa non é por contacto físico entre os combatentes senón que se fai, nin sequera xa por invasión do territorio, e esta sería outra das diferencias fundamentais, senón cada vez a máis distancia. Grandes exemplos son a propia iniciativa de defensa estratéxica ou a rede militar Milnet, que é outra rede telemática. Non só existe Internet, senón que tamén hai redes doutro tipo que non son descentralizadas, senón que son estritamente centralizadas e non son de libre acceso, senón que son de acceso extremadamente controlado e restrinxido. A morte de Dudaheiv, o líder checheno, é un exemplo canónico, un paradigma para min do que é esta guerra a distancia, do que é esta violencia a distancia como forma contemporánea da guerra. Un sinal electrónico perseguido, o do seu teléfono móbil, perseguido tamén electronicamente a través da atmosfera ou dos servidores correspondentes dos nodos por onde pasaba esta mensaxe, dá lugar a unha orde a un mísil para que siga -é igual onde se dese a orde, eu non vou entrar en onde estaba o Estado maior que decidiu esta acción militar-, pero efectivamente a acción foi eficaz sen ter que chegar en absoluto á cidade nin ó búnker ou ó lugar onde estaba escondido Dudaheiv. Este é un exemplo canónico do que chamo interacción, un exemplo típico de interacción humana, como son os xogos conxugais, os xogos na cama, que son unha interacción clásica como o é darse unha labazada. Entón o feito de que se poidan dar labazadas ou tirar bombas ou matar a través das redes telemáticas desborda o concepto de medio de información ou de medios de comunicación, e apunta os medios de interacción para o bo e para o malo, como dicía antes.

A segunda moi importante para a metáfora esta de *Telépolis* é o diñeiro, a rede *swift*, a rede financeira, que tamén é outra rede telemática que tampouco é Internet independentemente. O diñeiro electrónico xa está entrando na rede pero iso é por outros motivos, en calquera caso as redes telemáticas por onde circula o diñeiro electrónico, que é por onde circulan os grandes capitais e as transaccións electrónicas entre bancos, entre entidades financeiras, a especulación en bolsa, etc., o feito de que o diñeiro sexa telediñeiro, un diñeiro co cal xa non se ten contacto físico, non é o diñeiro moeda onde un vai tocando as moedas, e tampouco é o diñeiro papel, onde un vai tocando o papel, senón que é un diñeiro a distancia, isto é, se usámo-la nosa tarxeta de crédito, o noso diñeiro non está en ningunha parte, é dicir, é pura información, puros números, é a forma máis abstracta do diñeiro, a que máis rapidamente viaxa, o cal ten moitas vantaxes dende o punto de vista da circulación. En xeral o noso diñeiro está a distancia, esteamos onde esteamos no planeta; na zona urbana de *Telépolis*, que se vai ampliando progresivamente, podemos acceder ós nosos aforros, á nosa arca ou ó noso colchón, onde gardámo-los aforros, e non só os aforros, senón tamén os nosos ficheiros íntimos, é dicir, os nosos segredos. Sobre a intimidade volverei posteriormente.

O feito de que o diñeiro, que é unha forma social creo que particularmente relevante, se transforme -esta mañá Vicente Verdú dicía que podería haber unha unidade monetaria baseándose no diñeiro electrónico-, creo que é un dos compoñentes desta transformación para pensar. O diñeiro transformouse poucas veces ó longo da historia fronte ó diñeiro moeda, que, simplificando moito, é o diñeiro dos nobres, isto é, do poder feudal que pon a súa marca sobre a moeda, ou o diñeiro papel, que é o diñeiro dos Estados, dos Estados nacións onde é a efixie do rei ou do presidente da República e a sinatura, en calquera caso, do Gobernador do banco correspondente, quen dá validez a esa convección. Na actualidade aparece unha forma de diñeiro, o diñeiro electrónico, que non todos, pero vai crescendo visiblemente nas últimas décadas, que xa non o imprimen nin distribúen os Estados nin os poderes feudais senón outras formas de poderes, as grandes multinacionais do telediñeiro, que son un dos compoñentes fundamentais da construción de *Telépolis*; estes telebancos, telebancos no sentido máis abstracto da palabra, non me refiro só ó banco na casa, que é outra variante a ter en conta, senón á circulación do diñeiro electrónico por redes telemáticas.

E o terceiro grande exemplo que quería pór é o dos científicos. Os científicos, que xa colaboraran en Arpanet, nun momento dado xeran a súa propia rede, en realidade a súa propia rede integrada dentro doutras, pero a N.S.F.NET ou a SINET, en fin, unha serie de redes que se van integrando. Os científicos acostumbráronse os últimos dez ou quince anos a interactuar a distancia tamén, o cal significa que en lugar de reunirse tódolos científicos nun mesmo laboratorio, por exemplo, onde está o técnico de laboratorio, en matemáticas, estatística, observacións de microscopia electrónica, están diseminados polo planeta. O propio obxecto de investigación está noutra parte, ou sexa, non ter por que estar fisicamente presente no laboratorio, e os instrumentos de observación, de computación, de simulación informática, etc., pola súa vez non teñen por que estar

no laboratorio como tal, quero dicir que o laboratorio, esta unidade de científicos investigando instrumentos de observación, medida, etc., que tradicionalmente se reunían nun recinto, nun escenario onde se elaboraba a ciencia nun recinto común, e con presenza física de tódolos actores e de tódolos intervinientes no experimento; neste momento isto xa non se require porque este espacio social a distancia permite perfectamente, non digo toda a ciencia pero porcentaxes cada vez maiores da investigación científica, traballar a distancia nese sentido. Cabe falar e fálase, este é un termo canónico non é unha proposta miña, fálase de teleciencia.

Estes tres exemplos son profesións relevantes: militares, banqueiros, científicos, poderes en calquera caso. Se pensamos noutras formas de poder clásico, aquí non xa a través das redes telemáticas, senón por outra vía, que fundamentalmente é a prensa -a prensa vouna deixar de lado, como a radio e, sobre todo, a televisión, que á fin e ó cabo é outra das segundas formas relevantes de *Telépolis*-, e vemos moi ben como o poder político nas súas tres vertentes, dende Montesquieu, o executivo sobre todo pero o parlamentario tamén, non hai máis que recorda-lo golpe do 23-F e o feito de que isto fose retransmitido pola televisión, isto é decisivo, converteuse nun golpe en *Telépolis*, no barrio español de *Telépolis*; e o xudicial -isto é máis tardío pero estamos ante a plena explosión, digámo-la entrada do poder xudicial-, tamén neste espacio se dá, porque os efectos da xustiza teñen moito que ver coa administración da xustiza a distancia. A xustiza tradicionalmente administrábase reunindo ós procesados, ó pobo, ás testemuñas, ós avogados, etc., nun mesmo recinto, agora xa non é así. O pobo está nas súas casas vendo o xuízo contra Simpson en directo, son programas de máxima audiencia, entón esta diseminación do escenario, esta explosión do escenario canónico da xustiza é comparable á explosión do escenario canónico da guerra, o campo de batalla que se converte nun telecampo, o laboratorio ou o banco como tal, este banco a distancia que mencionei antes.

A igrexa, o poder relixioso é relevante sen dúbida; non hai que esquecer que segue habendo moitos Estados teocráticos, e tamén se adaptou, en particular a igrexa católica, adaptouse perfectamente, sobre todo co Papa actual, a esta forma de presenza do Espírito Santo, iso é, de presenza da Asemblea. A Asemblea, en lugar de reunirse nunha igrexa, nunha catedral por exemplo, reúnese a distancia gracias a esta tecnoloxía, neste caso a da televisión. Os telepredicadores son outro exemplo típico de adaptación do poder relixioso a esta forma *tele* de interacción.

Deixei a propósito para o final o poder económico, que foi quizais o que máis fortemente se adaptou a esta *Telépolis*. Isto é claro coa presenza do mercado na casa, dos escaparates, e a través da publicidade é como se os escaparates, que tradicionalmente estaban polas rúas das cidades, de súpeto témolos presentes no noso salón ou no noso dormitorio, ou no noso cuarto de baño, dependendo de onde cada quen teña a súa fiestra a *Telépolis*, a súa fiestra televisiva a *Telépolis*. Pois ben, isto en principio era só para a propaganda, para a publicidade, pero a partir do avance da tecnoloxía e

da progresiva construción deste novo espazo social, deste teleespazo, vai chegando fundamentalmente na produción, é dicir, para min a grande novidade, o fundamental, é o feito de que aparece un novo modo de produción, é dicir, aparece un novo modo de produción que é a produción a distancia posibilitada, que se pode desenvolver, levarse adiante neste teleespazo no cal estou facendo estas primeiras aproximacións.

O teleconsumo ou o teletraballo, que tamén son termos canónicos, xa na actualidade todo está no circuíto salvo a distribución no caso dalgúns materiais, é dicir, a distribución ten que ir por outro medio, teñen que vi-las mensaxerías ou as grandes compañías de transportes en 24 horas, en 8 horas, ou sexa, no mínimo tempo posible, pero aínda así cada vez hai máis materiais, por exemplo todo o que ten que ver co sector da información, que no mesmo medio pode ser tamén distribuír, co cal non só a produción, a publicidade, ou sexa, o anuncio, a compravenda, senón tamén a distribución tenden a facerse no caso de determinadas mercadorías, neste novo espazo social a distancia.

Mencionei estes poderes clásicos pero, sen embargo, nas restantes profesións, nos deportistas, no espectáculo, no sexo, na prostitución, no cabaré, na música, na arte, etc. vemos unha progresiva adaptación, unha progresiva presenza destas formas de actividade humana neste novo espazo de interacción a distancia. Este é o meu primeiro argumento a favor de pensar todas estas transformacións como desde o punto de vista da metáfora dunha cidade a distancia, dunha cidade claramente global.

Temos tamén que pensar no feito de te-la natureza na casa, xa non en forma de testo ou en forma de xardinciño na terraza ou no balcón, senón en forma de programas ecolóxicos onde vémo-lo fondo do mar, cousa que os seres humanos rarisimamente o viron, onde vémo-los animais no seu propio medio, vémo-los virus, as bacterias; a natureza nunca foi tan fermosa nin tan espectacular como o é na actualidade, isto é efecto de *Telépolis* e isto ten moito que ver co auxe do ecoloxismo.

O segundo grande argumento a favor de pensar todo isto en termos de *polis*, de cidade a distancia, é que non só se transforman as actividades públicas ou as formas de interacción pública como tódalas que mencionei, os poderes clásicos, senón que tamén e sobre todo transfórmase o privado e o íntimo. A presenza da cidade global nos nosos ámbitos íntimos, o feito de que un poida estar na cama insultando ó líder político correspondente, insultando ou aplaudíndoo, iso dáme igual, ou vendo o partido correspondente, ou estando nun cabaré, ou oíndo a misa, ou comprando ou vendendo, ou facendo mil cousas ou vendo a natureza, o feito de que todo o que tradicionalmente os seres humanos fixeron nunha cidade se faga agora dende os ámbitos íntimos, o cal transforma radicalmente os propios ámbitos íntimos.

Dende o punto de vista da transformación dos ámbitos privados, *Telépolis* ten catro formas, catro tecnoloxías que a posibilitan, que son: o teléfono, a televisión, o telediñeiro e as redes telemáticas; en realidade o telediñeiro non é máis que unha rede telemática pero imos distinguir en concreto Internet e imos poñela como cuarta forma. O

teléfono, por exemplo, é unha forma hoxe en día en fase de converxencia coas outras tecnoloxías, pero a transformación que induciu o teléfono non foi só nos ámbitos privados -e por ámbito privado entendo non só os ámbitos domésticos senón tamén as empresas-; se pensáramos que deixaran de funcionar os teléfonos, a economía mundial caería e para entendelo só temos que pensar ata que punto dependen o funcionamento, os negocios, os pactos, as conversacións de homes de negocios, ou ata que punto depende unha empresa da súa rede telefónica interna -ou hoxe en día do seu intranet dentro de Internet-. A transformación das actividades privadas, dos negocios ou dos teléfonos eróticos, por poñer un exemplo que tamén é perfectamente canónico, a incidencia sobre o íntimo e o privado, e non só sobre o público, dános idea da profunda transformación que se está inducindo, é dicir, que *Telépolis* non só se presenta como nova forma social de interrelación e interacción a distancia nas prazas e nas rúas, senón que tamén o fai nas casas, nos edificios, nas oficinas, etc.

Dito isto como segundo grande argumento, paso a facer unha afirmación que non vou poder xustificar e é que, ó meu entender, polo menos no seu momento actual, *Telépolis* en absoluto se parece a un imperio nin a un Estado. Dou un argumento breve sobre por que non é nin un estado nin un imperio, aínda que xa digo que non vou entrar niso a non ser que no coloquio a algún de vostedes lle interese. As formas sociais clásicas, con algunha excepción como por exemplo o libro, moi habitualmente foron ligadas a un territorio, no caso dos estados en tanto forma social é moi claro, ou as cidades tamén, é dicir, un estado, as súas leis, a súa constitución, é vixente nun determinado territorio. O territorio é constitutivo no sentido de que forma parte da constitución, e precisamente esta dependencia de boa parte das formas sociais dunha certa topoloxía, con interior, fronteira e exterior, ó meu entender é unha das claves, das diferencias específicas que ten *Telépolis*, con respecto ás formas sociais clásicas. Quero dicir con iso e poño o exemplo desta mesma aula, esta sala está construída conforme o mesmo esquema dos bancos, independentemente da calidade arquitectónica de todo este edificio, con respecto ó mesmo esquema como está feito un dormitorio, un apartamento, un laboratorio científico, un banco no sentido clásico, ou un estadio deportivo, é dicir, aquí estamos nun recinto co seu interior, isto ten as súas fronteiras e as súas alturas, fiestras e portas, e logo hai exteriores que dan a outra zona dentro do mesmo edificio cunha gran praza, e logo a continuación o espacio urbano como tal.

Para interactuar ou interrelacionarse, neste caso aínda non estamos nunha fase interactiva, ou sexa, unha conferencia, queírase ou non, ten un lugar dominante que é o do conferenciante e é máis ben comunicación ou incluso información, en calquera caso quizais no mellor dos casos valor engadido no sentido de coñecemento de novas ideas e novas hipóteses que se poidan obter nesta forma de interrelación na que estamos agora; pero ben, as formas de interrelación clásicas, incluída a compra, a venda, e moitas máis, fanse sempre en recintos con interior, fronteira e exterior, e isto sucede independentemente das distintas variedades históricas, culturais, lingüísticas, etc., é dicir, é unha topoloxía subxacente ó espacio social clásico, o espacio social que perviviu

durante séculos -deixo de lado as culturas nómadas-, e aínda que sempre hai excepcións, en termos xerais é así.

Pois ben, *Telépolis* no que modifica é nesta estrutura topolóxica, e por iso no *tele*, en lugar de ámbitos de interacción ou de interrelación con interior, fronteira e exterior e coa topoloxía derivada diso, coa métrica, a distancia, o contorno, a veciñanza como propiedades topolóxicas derivadas desa estrutura, o que prima é outro tipo de topoloxía, que é a topoloxía reticular, é dicir, a unidade de interacción ou interrelación son redes e redes hai moitas: está a rede Telefónica, Retevisión ou a rede televisiva do país correspondente. Pódese falar de redes radiofónicas tamén se se quere, pódese falar de redes bancarias como a do telediñeiro que xa mencionei, ou de redes telemáticas como os exemplos que puxen. O importante para interactuar a través desta topoloxía, destes novos espazos sociais, non é estar á hora debida no lugar debido para poder face-la interacción, senón estar conectado a través das tecnoloxías correspondentes que van variando e van modificándose, pero estar conectado dentro dunha rede, estar enganchado a un nodo, de tal maneira que un poida manda-las súas mensaxes, recibilas, a poder ser en tempo real, como no caso do teléfono, ou senón con intervalos de tempo o máis rápido posible.

En xeral a posibilidade de interacción, interrelación a distancia en espazos sen interior, fronteira e exterior, ou, para ser máis preciso, con novas formas de interioridade, de fronteira, formas reticulares de interior, de fronteira e de exterior, é, ó meu entender, a novidade específica de *Telépolis*.

Vou facer unha breve descrición de *Telépolis*, unha breve visualización, porque é moi importante ter presente o termo superposición, é dicir, este espazo social superponse ós previamente existentes, superponse en principio sen destruílos, é dicir, o feito de que exista *Telépolis* non quere dicir que Santiago vaia desaparecer, os lugares vaian desaparecer, os mercados vaian desaparecer ou a prensa impresa vaia desaparecer. É unha nova forza social que, sen dúbida, exerce influencia, e influencia poderosa sobre o resto de formas sociais, pero dende logo que non necesita destruílas; moitas formas sociais destruíron as previamente existentes ou transformáronas arrasándoas e construíndo, digamos, enterrando ás anteriores para demostra-la nova vixencia, as novas leis ou o novo imperio ou o novo estado ou a nova relixión, o que se queira. Entón *Telépolis* é unha cidade onde os cimentos non están na terra senón que están literalmente no aire, os grandes pivotes sobre os que repousa a cidade, sobre os cales se constrúe a cidade, son os grandes satélites de comunicacións. Aquí podíamos distinguir en función dos niveis orbitais e das funcións respectivas diferentes niveis, pero imos supor que hai uns satélites de interconexión entre os demais satélites, estes son os cimentos de *Telépolis*. Isto ten moitas consecuencias, porque entón os cimentos de *Telépolis* non son cimentos sólidos, ou sexa, non son cimentos como os que poden se-los deste edificio ou os da catedral, porque non están fundados na terra, a cidade é inestable nos seus propios fundamentos, co cal depende da votade de manter eses cimentos e toda a estrutura que sobre

eles se vai construír, e, en segundo lugar, os cimentos mesmos dependen radicalmente dos cambios tecnolóxicos e da innovación tecnolóxica, co cal unha certa innovación tecnolóxica -por exemplo o feito de que neste momento os satélites artificiais poidan da-la televisión dixital de gran calidade, que, segundo creo, isto é debido a innovacións tecnolóxicas de hai tres ou catro anos- pode nun momento facer menos relevante os cableados, quero dicir que a propia arquitectura ou construción da cidade é tecnoloxicamente dependente, e nese sentido non é unha estrutura tan estable nin moito menos como pode ser construír sobre pedra e con cimentos na terra.

Dito isto sobre os cimentos, logo podemos pasar a unha primeira planta onde aparecen xa os xermes das rúas ou prazas de *Telépolis*, hai satélites militares, hai satélites financeiros, hai satélites científicos, hai satélites deportivos, satélites informativos, as rúas son gremiais. *Telépolis* é unha estrutura feudal, metaforicamente feudal; cabe falar de neofeudalismo verbo disto.

Unha segunda planta xa son as grandes torres de comunicacións de televisión ou os grandes teleportos, os grandes servidores, que recollen dos satélites artificiais, as grandes parabólicas pola súa vez que recollen os sinais, as mensaxes destes satélites artificiais.

En canto á terceira planta, é onde por primeira vez se toca terra, por primeira vez *Telépolis* xa, aínda non recobre, aínda non xurdiu a arañeira mundial nin están aínda as retevisións, esa será a cuarta planta, pero xa tocamos terra.

A cuarta planta, como xa anticipei, é toda a infraestrutura terrestre de *Telépolis*, por suposto as redes eléctricas sen as cales non funcionaría todo isto, mais logo os repetidores, as cadeas de repetidores, os servidores, as súas conexións, os seus puntos neutros, etc. Toda esta estrutura xa existente que se vai despregando, esta estrutura física, esta *Telépolis* non é, en absoluto, unha cuestión virtual nin espiritual, senón que é estrictamente material, o que pasa é que é unha cidade que, en vez de contruírse con pedra, con madeira, con ladrillos, con cemento, co que sexa, constrúese con silicio, con fibra óptica, con cable de cobre, etc., e con tódolos materiais de I+D que son materiais.

E a quinta planta, tamén de novo por resumir ou por abreviar, xa son os teléfonos, as antenas de televisión, parabólicas ou non, que teñamos nas nosas casas ou nos edificios correspondentes, a nosa tarxeta de débito ou o engancho a unha conta electrónica, é dicir, na quinta planta por fin aparecen os cidadáns, aparecen os seres humanos. O específico de *Telépolis* para interactuar co piso de abaixo ou coa habitación do lado, en lugar de desprazarme ou desprazarse para encontrarnos e vernos no mesmo recinto, os cidadáns de *Telépolis*, os *telepolititas* interactúan ou interrelaciónanse a través de toda esa armazón tecnolóxica, en vez de interrelacionarse a través do espazo urbano, do espazo arquitectónico clásico, dáse esa interacción a distancia a través desa armazón tecnolóxica.

A base topolóxica de *Telépolis*, mencioneina anteriormente pero quero insistir nun aspecto fundamental con respecto a iso, é que a vida social e as interrelacións entre os seres humanos que se estruturan en interior, fronteira e exterior, dá lugar a un modo de vida e tamén de conflitos ou de formas de interrelación que foron sempre os conflitos cos veciños, ben cada cal señor na súa casa o en calquera caso a soberanía nacional, é dicir, a xurisdicción no que unha cidade, digámo-lo seu regulamento, as súas normas de construción, etc., teñen vixencia, esta dependencia do territorio; insisto, no pequeno e no grande, no doméstico, no intermedio, e nos grandes Estados-nacións, esta dependencia do territorio sinalou sempre a existencia dun interior, dunha fronteira onde había múltiples conflitos, houbo centos de guerras ó longo da historia, e non me refiro só a guerras entre estados ou nacións senón a riñas entre veciños, ou dentro dunha mesma casa os conflitos que ás veces se solucionan a base de darlle a cada cal a súa habitación ou o seu propio espacio, é dicir, este aspecto territorial, constitutivo, din, do ser humano, para min constitutivo dunha determinada forma de socialización dos seres humanos. Non digo que isto non exista en *Telépolis*, pero existe baixo variantes ou baixo propiedades topolóxicas moi diferentes. Na noción de contorno é completamente distinta, o contorno se eu estou aquí co ordenador eu teño un contorno que é a praza do Obradoiro, un contorno urbano, pero dende o punto de vista de *Telépolis* o meu contorno é o servidor ó cal eu estou conectado ou o meu provedor de servizos a Internet, ou a rede Iris ou Infovía, no cal accedo ás rúas e prazas de *Telépolis*.

Con todo isto non estou dicindo que *Telépolis* resolva ningún dos problemas nin políticos, nin éticos, nin culturais, nin económicos dos seres humanos, estou dicindo que está emerxendo, estase construíndo unha nova forma de interacción e de interrelación entre os seres humanos, e que esta forma dá lugar, como consecuencia, a múltiples problemas, a múltiples vantaxes e inconvenientes, como por exemplo a propia tensión entre o global e o local que se comentaba pola mañá. *Telépolis* ten o seu propio modo de produción e, polo tanto, a súa forma específica de xeración de riqueza, e volvo ó exemplo para que non se pense que estou falando só de riqueza no sentido monetario, do termo no sentido económico, vou falar de riqueza no sentido intelectual, no sentido do coñecemento; é dicir, os seres humanos para xerar valor engadido, pero valor engadido no sentido amplo da palabra, por exemplo para xerar novos coñecementos, o que fixeron tradicionalmente foi reunirse nun mesmo espacio, por exemplo nunha aula, nunha escola ou nunha universidade, e entón aí prodúcese unha transmisión, unha transferencia de coñecementos tanto teóricos coma prácticos, que se chama ensino. Este proceso de educación, que xera novos coñecementos en ámbalas dúas persoas, porque en realidade é unha cuestión interactiva, é unha relación interactiva. En lugar de actuar neste espacio, na aula ou en lugar de actuar nunha tenda, nun recinto pechado con fronteira, exterior e interior, *Telépolis* o que posibilita é que estas mesmas formas de interacción xeren novos coñecementos ou modificacións dos coñecementos previamente existentes ou manufacturación do coñecemento, ou en xeral manufacturación de determinadas formas materiais, non de todas; isto non é válido para toda a produción, pero si é válido para sectores cada vez máis relevantes da produción, pois ben, produción

a distancia, é dicir, que pode haber sete persoas distribuídas polo mundo en distintos planetas e conectadas a través da rede, poden xerar negocios, valor engadido, riqueza a distancia, isto é o que fundamenta a posibilidade das teleempresas e do teletraballo; entón o feito de que esta forma social poida xerar baixo unha forma antes non existente novas formas de riqueza ou novas riquezas ou novas formas de traballo é outro argumento adicional para manter, efectivamente, que se pode constituír unha *polis*, pódese xerar unha *polis* baseándose nese feito porque hai unha economía de base específica deste espacio social e que, en cambio, non se dá noutros espazos sociais.

Xa dixen antes que hai excepcións, que *Telépolis* non é unha gran novidade, hai outras formas, o libro é unha forma de interacción, polo menos de comunicación a distancia que xera valor engadido a distancia, e a distancia tanto espacial como a distancia temporal, e entón o feito de que aínda poidamos seguir lendo, pois, a Homero, xa que o mencionamos, e que isto nos ofrezca ideas, nos ofrezca metáforas ou nos dea pracer sen máis, dános satisfacción, isto é, valor engadido tamén no sentido do pracer, non só no sentido do coñecemento. Estas son formas de comunicación a distancia entre os seres humanos, pero deixando estes precedentes, e cabería mencionar outros, a gran novidade é que existe unha posibilidade de xeración de riquezas ou de valores engadidos a distancia.

Habería moitas máis cousas sobre cuestións económicas pero vou ir ás cuestións políticas e culturais, que creo que son as que neste foro poden ter máis incidencia. Entón a consecuencia fundamental é o cambio da noción do cidadán, isto é, se cambia a cidade obviamente cambia a cidadanía, entón verbo disto cambios da noción de cidadán, aínda que tampouco houbo tantos ó longo da historia. A cuestión do cidadán asígnase polo nacemento, polo lugar de orixe, co cal se un naceu en tal sitio é cidadán por orixe, por natureza dese sitio. Logo, xa cando os valores ilustrados avanzaron moito e a Revolución Francesa e a Constitución dos EE.UU. de América instituíron o principio de residencia e se admitiu que, aínda que un nacera noutra cidade ou noutra zona xeográfica, se emigraba integrábase máis ou menos, ou polo menos se residía durante “x” anos e tiña casa -o ter casa e ter enderezo é condición para estar dado de alta no censo- pasaba a ser cidadán desoutro sitio, co cal o principio de residencia é a segunda gran forma de cidadanía. Pois ben, isto é o que se modifica en *Telépolis*, e vese moi claro en Internet. Tamén na televisión, pois xa que dependemos das eleccións dos EE.UU., pois, ¿por que non temos dereito a votar?, se vémo-las eleccións e practicamente participamos na campaña electoral, é dicir, que xorden incluso a través da televisión tendencias a romper-lo principio territorial e a ser cidadáns ou polo menos intentar intervir en cuestións que nos afectan, aínda que as decisións se tomen noutro territorio, noutro Estado; pero o feito de que, en concreto a través da rede de Internet, para participar, para interactuar, para traballar non fai falta a proximidade; digamos que para traballar eu en Tokyo podo estar vivindo aquí en Santiago e facer polo menos algo de teletraballo e buscar algo de diñeiro, ou podo montar unha empresa, exactamente igual vivindo aquí en Santiago, podo montar unha empresa con sede noutro lugar, isto rompe radicalmente o principio de territorialidade e da asignación de cidadanía por orixe e por residencia.

Esta segunda gran transformación derivada de *Telépolis*, ó meu entender vai derivada deste *tele* e desa ruptura de principio territorial como forma canónica de interacción social e humana. Entón os dereitos e os deberes dos telecidadáns cambian, e baseándose no criterio de orixe ou no criterio de residencia o ser humano é suxeito de dereito e de deberes, que son aqueles que foron formulados no seu contorno, é dicir, no territorio onde vive, onde traballa, onde mora, onde transcorre polo menos unha boa parte da súa vida. Houbo moita xente á que isto non lle satisfacía, ou non encontraba traballo, ou vivía na miseria, etc., e é a forma clásica da emigración, pero a posibilidade dos teleemigrantes, da emigración a distancia sen saír da casa, é outra das grandes novidades derivadas de *Telépolis*. Así como a Revolución Industrial -xa se dixo esta mañá que isto pode ser considerado como unha Terceira Revolución- xerou núcleos de riqueza e actividade económica, etc., construíu grandes cidades, grandes metrópoles en torno ás grandes factorías industriais ou ás grandes zonas comerciais, a construción de *Telépolis* está suscitando o mesmo, é dicir, está suscitando o fluxo de enormes capitais, tremendas loitas entre os grandes capitais e as grandes multinacionais por facerse coas plataformas dixitais. Estas son un excelente exemplo, quen controla dúas plataformas dixitais é como controlar un satélite, é dicir, está na segunda planta, creo recordar, de *Telépolis*, é dicir, que non é broma, é como antes controlar todo un territorio, e é como quen controla un servidor, como se Bill Gates consegue lanza-los seus propios satélites artificiais e dende estes se fixera xa con media cidade, con media *Telépolis*, ademais de controla-lo software. Estas son o tipo de batallas políticas, telepolíticas, que se están librando na nosa época e que teñen a súa forma de expresión en conflitos que están de actualidade. En calquera caso, está a emigración a distancia, os capitais ou as empresas, ou a xente que loita polo poder en *Telépolis*, pero logo están os cidadáns que intentan busca-la vida en *Telépolis* e entón emigran, navegan por Internet, ou fan deseños de páxinas web, ou comercian, ou compran, venden, ou rouban, porque os asaltos dentro de Internet son algo completamente lóxico coma en calquera cidade. A xente rompe cousas en Internet, e tamén rompe cousas nas cidades, hai pornografía en Internet, e nas cidades adoita haber pornografía, “barrios golfos” hainos en Internet, é dicir, son pequenos argumentos, pero as formas clásicas da vida social que van expresándose neste novo espacio social a distancia.

Terceiro punto que quero subliñar: Nesta estrutura é moi claro que un valor relevante é a interdependencia, dende logo o que non cabe pensar en *Telépolis* é en independencias, é dicir, isto é un valor ligado ó territorio. Independencia, soberanía, etc., incluído na casa, digamos, eu na miña casa son o señor ou a señora, os espazos domésticos xa están invadidos pola cidade, e entón un ten que establece-los seus pactos, loitar polo mando a distancia ou ter conexións a unha plataforma ou a outra, é dicir, que a presenza da *polis* na casa rompe aquela soberanía, excepto, claro está, para aqueles que non queiran entrar en *Telépolis*, ou sexa, que esa é unha cousa perfectamente sensata e que moita xente practica e practicará, así como moita xente non emigrou ás grandes cidades ou ás metrópoles, senón que quedou no seu porto pesqueiro, dedicouse á agricultura ou á gandería, etc., e permaneceu no contorno clásico. Exactamente igual, aquí

hai moita xente que permanece nos seus contornos urbanos clásicos e outros emigran a *Telépolis*, emigrar enténdese unhas cantas horas ó día, ou sexa, *Telépolis* é inhabitable, non hai que esquecer que non é un ámbito para a vida, senón que é un ámbito para a interacción, para a interrelación, que son cousas completamente distintas. Pois ben, entón é necesaria a interdependencia; a interconexión é algo específico da cultura de *Telépolis* e, en particular, da cultura de Internet.

Outros aspectos que enuncio brevemente son a multiculturalidade, ou pódese falar de multilingüismo, e non só de multilingüismo senón de algo máis forte có multilingüismo, que podíamos chama-la plurisemiótica, ou sexa, o feito de que en *Telépolis*, en concreto en Internet, pero tamén a través das parabólicas, eu podo ter na casa a miña conexión, en lugar das plataformas estas das que tanto se fala, pois eu oriento a miña parabólica para outro lado e estou lendo en turco, e estou lendo en cirílico, ou estou lendo en chinés. Nada me impide, dende Santiago, coller calquera destas plataformas, engancharme a unha plataforma que puidera haber noutro alfabeto, e nese sentido refírome ó aspecto plurisemiótico.

Outra cuestión importante, para rematar, é que a nós esta estrutura, polo menos os que temos unha certa idade, pódenos parecer unha estrutura artificial, mentres que pola contra nos pode parecer que nada é máis natural que unha cidade como Santiago ou unha cidade como San Sebastián, ou como Madrid, ou como calquera outra, porque nos fomos socializando, fómonos individualizando neste contorno.

PANORAMA DAS PLATAFORMAS DIXITAIS

Jordi Vilajoana

Antes de entrar no tema das plataformas dixitais, gustaríame situa-lo mundo do que estamos a falar, o sector audiovisual, que a Unión Europea sitúa como o sector de maior crecemento do século XXI. Considérase que vai se-lo sector que xere maior crecemento e que vai crear máis postos de traballo. Isto vén provocado polo fenómeno da dixitalización, que, unido á fibra óptica, dá lugar a este concepto das autoestradas da comunicación e, en xeral, ó fenómeno da sociedade da información, á que moitos chaman a terceira gran revolución da humanidade. Tivémo-la revolución agrícola, hai dez mil anos, tamén baseada nuns avances tecnolóxicos; a revolución industrial, hai douscentos anos; e hai moita xente, entre os cales estou eu, que opina que esta é a terceira gran revolución, a da información, a da comunicación audiovisual.

En calquera caso, estamos a falar dun sector económico cun potencial de crecemento moi grande. Para poñer algúns exemplos e dar datos deste sector, podemos dicir que no ano 1981 había 40 canles de televisión en toda Europa. No ano 1994 había 120, e a previsión para o ano 2000 sitúa en Europa unha oferta de 500 canles de televisión. O descodificador “Simulcrip”, que está a comercializar Canal Satélite, e tamén o “Multi-crip”, que vai facer Telefónica, van ter un potencial de transmisión de 950 canles. Este número de canles que se vai ofrecer en Europa supón un feito moi significativo. No ano 1985 en Europa víronse duascenas mil horas de programación, en 1995 víronse seiscentas cincuenta mil horas, e a previsión para o ano 2000, dentro de tres anos, é que Europa vai necesitar tres millóns e medio de horas de programación. Estas horas pódense

crear en Europa, que sería o máis interesante, ou poden ser importadas dos Estados Unidos, que teñen unha gran capacidade de produción. En principio, a previsión é que este sector, que na actualidade ocupa a un millón oitocentos mil europeos, vai precisar dous millóns máis. Polo tanto, estamos nun sector económico de grande importancia, e, en función desta grande importancia e doutros factores, eu entendo que as televisións do Estado español temos unha gran responsabilidade ó intentar que parte deste crecemento quede nas nosas autonomías e países.

As plataformas dixitais son un dos aspectos desta revolución. Constitúen un novo sistema de distribución que permite pasar, debido á compresión da información, centos de canles dos satélites ós fogares. ¿Como ve a Televisión de Cataluña este fenómeno? Nós tiñamos un obxectivo moi claro: estar neste futuro tecnolóxico que se está a construír, por diversos motivos. En primeiro lugar, razóns lingüísticas e culturais; falouse da globalidade do mundo ó que nos estamos a encamiñar, pero non podemos perder, dentro desta globalidade, o local, o próximo. Nun momento en que todo é cada vez máis universal, resulta que a CNN cada vez é máis local. Como dixen eu nunha ocasión, en Barcelona, a CNN é cada vez máis aldeá, e o propio Turner díxome que era verdade. A CNN cada vez toca temas máis locais, e isto é o interesante, ve-lo local dende a globalidade. Hai xente que inventa palabras para isto, como o “glocal”, é dicir, ter unha visión do local dende o global, e non que o global e universal invada e aniquile o local. Hai que estar próximos á cultura propia, á terra, e dende ela busca-lo universal. Este é o reto que teñen establecido as televisións autonómicas. Precisamente, as televisións autonómicas son líderes. ¿Por que ocorre isto? ¿Por que están a crecer? Porque esta visión máis próxima do universal está a conectar máis coa xente. O mesmo ocorre coa ficción; a ficción feita na casa está a competir coa que vén dos Estados Unidos; e así, as teleseries fabricadas localmente, como a *Nisaga* que se fai en Cataluña e as series de Madrid están competindo e gañando ás series americanas. Isto demostra esta necesidade de que o próximo loite e compita co universal. Entón, un dos motivos polos que queremos estar neste mundo dixital é por defender estes valores próximos e a lingua próxima. A lingua universal é o inglés, e o español tamén é patrimonio de 400.000 falantes, pero o galego, o catalán e o vasco non se poden perder. Estas novas tecnoloxías deben permitir que esta diversidade lingüística e cultural estea viva nestas novas tecnoloxías e por iso nós debemos estar presentes nestas tecnoloxías para loitar neste novo mundo. Ademais, a tecnoloxía permite esta diversidade: ó recibir unha cinta de vídeo poderemos elixi-lo audio que prefiramos, e escoitalo na lingua que escollamos, sexa o español, o galego ou o alemán. Por iso, debemos defender estas diferencias lingüísticas que, ademais, enriquecen os valores culturais de toda Europa, a súa riqueza precisamente vén da variedade cultural, que hai que defender dende as novas tecnoloxías.

Outra razón para estar nestas novas tecnoloxías é que estas constitúen un motor industrial importante. Agora que está de moda saca-las cifras dos custos das televisións públicas, gustaríame deixar claro que as televisións autonómicas teñen uns custos e unhas

subvencións, e que estes custos e subvencións devólvense, subverten en riqueza, reinvesten na industria, e están a dar postos de traballo que crecen arredor das televisións. Por exemplo, coas series locais démoslles traballo a 1.500 actores novos, formados no Instituto do Teatro, de maneira que, desta forma, o teatro en Cataluña tamén crece porque estes actores que se fan populares na televisión logo fan teatro tradicional e os teatros énchense de espectadores. De feito, neste ano houbo 150.000 espectadores máis nos teatros cataláns que o ano anterior. Desta maneira, as subvencións producen beneficios engadidos e non sempre son gastos de cartos públicos senón investimentos. Polo tanto, o que estamos a facer é move-la industria que temos ó noso redor, move-la cultura, achegar novos produtos e promove-la industria que vai ser tan importante no futuro.

O Parlamento Europeo recomendáballes en xullo deste ano ós Estados membros que facilitasen a entrada das televisións públicas nestas novas tecnoloxías: plataformas dixitais, operadoras de cable, etc. Isto recomendábao por tres motivos. En primeiro lugar porque actuasen como motor industrial deste sector audiovisual; en segundo lugar, para conseguir novos ingresos para financiar as novas televisións a un menor custo público; en terceiro lugar, para introducir diversidade. Se as plataformas se guiaran por criterios estritamente económicos, sendo os produtos economicamente máis rendibles o deporte, especialmente o fútbol, o cine -sobre todo as grandes estreas de películas norteamericanas- e o erotismo, terían que concentra-las súas emisións arredor destes temas. ¿Que debemos face-las televisións públicas cando entramos nestas plataformas? Introducir diversidade que enriqueza a oferta ós consumidores. Consideramos que hai programas que non teñen esta temática pero teñen éxito, como as series. Estas son as liñas de traballo que debemos introducir nestas novas plataformas e canles temáticas. Entendemos que tamén a cultura debe ter cabida nestas canles temáticas. En Cataluña estamos chegando a acordos con grandes institucións como pode se-lo Palau da Música; concretamente, fixemos un investimento para colocar no Palau da Música unhas cámaras fixas para intentar retransmitir, cun sistema de pagamento pero cun custo moi baixo, os concertos e espectáculos do Palau. O mesmo ocorre co novo Liceo, que se está a reconstruír; e o mesmo queremos facer co Teatro Nacional de Cataluña, que vai ofrecer teatro de alto nivel de calidade; está prevista a implementación de cámaras para que, a baixo custo, se transmitan obras dixitalmente e o consumidor poida, se así o desexa, velas.

Polo tanto, hai toda unha serie de factores neste mundo que poden potencia-la cultura. En canto ó cine, por exemplo, a ficción que estamos a facer nas televisións en España está a preparar actores, directores, produtores; o talento é moi importante, pero o talento, ademais de ser un don divino, chega traballando. ¿Que ocurría antes cos realizadores e produtores do cine español? Que, con sorte, podían facer unha película de hora e media cada dous anos. Nestes momentos, con estas series de centos de capítulos, están a traballar cada día sete ou oito horas, durante moitos días ó ano. Así estamos a preparar directores capaces de facer un cine mellor. ¿Por que se di que América fai un mellor cine? Porque América o que fai é moito cine: pode chegar a facer tres mil

películas ó ano, e destas só vinte ou trinta son un éxito. Dende unha estricte análise de calidade, a súa rendibilidade é baixa. En España fanse unhas cen películas, de entre as cales catro ou cinco son magníficas, de modo que a nosa ratio de calidade non é baixa. Se puidesemos facer máis cine a situación melloraría. Isto poden facelo as televisións, que producen cine dunha forma diaria e continuada. Estes actores, que están cada día durante tres ou catro horas actuando, son actores potenciais para desenvolver un mellor cine no futuro.

O outro gran problema que ten o cine é a distribución. A través das plataformas dixitais van ter unha sala de cine diaria de un ou dous millóns de persoas; será unha super-sala onde os espectadores van pagar por ve-la película. Isto vai xerar máis cartos ó cine e vai dar máis oportunidades de ver este cine feito na casa. Todo isto son novas posibilidades industriais onde non podemos deixar de estar e de loitar por elas.

Outro tema importante das plataformas dixitais e das novas televisións é que, ata agora, e nos dous últimos anos, os implicados estivemos a pelexar en todo o mundo: a guerra do fútbol, a guerra dixital, etc.; co xurdimento de novas tecnoloxías producíronse novas situacións e conflitos. Os motivos fundamentais xurdiron da gran confluencia de empresas e sectores. Así, ata agora, coa tecnoloxía anterior, as empresas de telefonía facían telefonía, as empresas de televisión facían televisión, e os operadores de informática facían informática. Nestes últimos anos, comezando en Estados Unidos, vemos como unha editora de prensa e revistas como *Times* se une coa productora de cine *Warner* e crea a *Timeswarner*, e tamén como un creador de software informático como Bill Gates merca unha televisión e se une cunha empresa que crea aparellos de televisión, e como compañías que fabrican aparellos de televisión, como *Philips*, ven que non é suficiente con crear aparellos de televisión e mercan compañías de cine como *Columbia* ou *Paramount*. Polo tanto, nos últimos anos houbo unha serie de movementos estratéxicos sorprendentes pero absolutamente coherentes co novo mundo ó que nós estamos a afrontar, onde as tecnoloxías conflúen, e onde as empresas que, por exemplo, soamente fabriquen aparellos de televisión, non teñen o futuro garantido, ó non te-lo que emite esa televisión. A nivel mundial hai grandes alianzas e algunhas son espectaculares: o presidente da *General Motors* di que o que lle vai ben a América vaille ben á *General Motors* e o que lle vai ben á *General Motors* vaille ben a América. Este personaxe, que en principio fabricaba coches, despois fabricou avións e despois satélites, agora ten unha plataforma dixital de televisión. É dicir, que vai ampliando a seu nivel de influencia, pasando da vía do transporte ós satélites e ó contido da emisión dos satélites, e así concentra todo o proceso nunha soa empresa.

Isto é o que ocorre nos tres últimos anos, e xa empeza a chegar aquí: vemos que as empresas de telefonía queren entrar en televisión, que as editoriais queren entrar en empresas de televisión, etc. Por isto, as televisións non podemos afrontar este novo mundo en soidade. Televisións como a galega ou a catalana teñen que afrontar este futuro producindo máis e mellor na casa, facendo máis produción propia, loitando por

dereitos que teñan valor (por iso as televisións galega e catalana loitámo-lo ano pasado por ter dereitos do fútbol, como pasaporte que nos colocaba no futuro, xa que o fútbol é primordial no futuro), colocando industrias ó noso redor, facendo cine, facendo mellores informativos, demostrando a nosa competitividade e gañando audiencias ós competidores. Pero tamén son imprescindibles as alianzas. Durante anos, as televisións autonómicas actuamos aliadas na FORTA (Federación de Organismos de Radio Televisión Autonómica) mercando e explotando conxuntamente dereitos. Estas alianzas, sen romper as que xa temos, han ser ampliadas, xa que temos que buscar socios para afrontar xuntos este futuro: socios noutras compañías, como fixo, por exemplo, a Televisión de Galicia, incorporándose a unha plataforma dixital onde hai empresas de telefonía, editores locais, televisións internacionais, etc.

A televisión de Cataluña vai tomar unha decisión similar nos próximos meses, porque quere estar nunha plataforma dixital e buscar socios para afrontar este futuro, á parte de non renunciar ás alianzas anteriores como son as televisións autonómicas; no eido do fútbol estamos asociados a dúas televisións privadas, Antena 3 e Canal +, que teñen importantes dereitos. Pensamos que as televisións autonómicas, a FORTA, debe ter alianzas coa outra televisión pública, Televisión Española, pero sen excluí-los acordos con empresas de telefonía, informáticas, etc. As televisións pasaremos de ser empresas que emiten por unha ou dúas canles, a ser grandes centros de produción multimedia. Nós, en Cataluña, nos últimos dous anos, desenvolvemos empresas que entran no mundo multimedia. O ano pasado creouse unha sociedade, que se chama Principal de Ediciones, onde pretendemos explota-los productos que temos na televisión noutros medios, e así producir discos, libros, CD-Rom, compact discs, etc. Concretamente, este nadal o disco máis vendido en Cataluña foi un resumo musical da música que se emite cada día nunha das nosas emisoras, con case 40.000 copias dun produto altamente competitivo. De *Nisaga de Poder*, que é unha serie que emitimos cada día na Televisión de Cataluña, feita por nós, sacamos un libro que acaba de vender case 20.000 copias en dúas semanas. Isto non o inventamos nós; a BBC, por exemplo, é unha cadea de televisión que ademais é o primeiro editor de revistas en Inglaterra, é dicir, do seu produto televisivo edita revistas de grande importancia no mercado. Polo tanto, da mesma forma que as empresas de telefonía, por exemplo, moven o seu mercado cara a outros sectores, as televisións temos que vernos como motores industriais que debemos xerar productos audiovisuais ó noso redor, xeradores de riqueza en canto a xeradores de talento, artistas, presentadores, creadores de productos que poidan ser explotados en calquera medio de distribución, e este é o reto que estamos a afronta-las televisións deste país.

A tecnoloxía é un feito neutral. Eu acabo de coñecer a Ted Turner en Atlanta, e díciame “esquece a tecnoloxía, o reto está nos contidos”. Eu penso que isto é o que temos que afrontar como televisións públicas autonómicas, é dicir, o noso traballo é xerar contidos que sexan competitivos, tanto neste mercado como no exterior, pero sempre dende o local. Levamos unha gran sorpresa cunha serie que fixemos antes de *Nisaga de Poder*,

que se chamaba *Secreto de Familia*, unha serie feita e ambientada en Xirona. Era unha serie feita en Cataluña pero dificilmente exportable. Por sorte, entramos en conexión coa televisión cubana, mostrámoslles uns capítulos e eles dobráronos á lingua que lle chaman “español neutro”, un castelán especial. Cando vimos aqueles capítulos dobrados, o que era Xirona parecía Porto Rico, é dicir, que ó cambiarlle a lingua, unha serie que parecía local e encantadora, que conseguira *shares* en Cataluña do 40 por cento pero que parecía que era invendible, converteuse nun produto que parecía cubano, e agora estase a vender alí, e alí pensan que está feito en Cuba. Polo tanto, non debemos caer na trampa de que para ser universais temos que ir a Nova York. Dende Galicia, dende Santiago, pódese ser universal, e Galicia ten bos exemplos de universalidade. As súas prazas son universais, en Cataluña temos pintores e músicos que, partindo do máis catalán e mediterráneo, son admirados no mundo. Este é o reto, desenvolver talento local, propio, próximo, e ser capaces, coas novas tecnoloxías que permiten a universalidade, de sacar este produto e ser universais. Este é o traballo das televisións, arriscado, pero ilusionante, que nos pode encher de satisfacción a todos.

AS PLATAFORMAS DIXITAIS DESDE GALICIA

Francisco Campos

Antes de falar de Galicia nas plataformas dixitais, gustaríame facer unha serie de reflexións. Atopámonos diante dun panorama moi aberto de distribución de información. Por unha parte temos infraestruturas, é dicir, canos, e por outra parte temos contidos. ¿Que posición deben toma-los operadores que interveñen nesta actividade cada vez máis ampla? Tratarei de falar disto e da visión que ten a compañía Radio Televisión de Galicia neste aspecto. Direi, en primeiro lugar, que a visión estratéxica da compañía RTVG, como a de tódalas compañías de radio e televisión públicas, está na propia lei angular que desenvolve cada unha delas, e ten como misión fundamental a incardinación dentro dos valores culturais e lingüísticos nos que nacen esas entidades, polo menos as que se desenvolven no marco da lei da terceira canle. Nese sentido, teño que dicir que a RTVG está situada e preparada para eses novos escenarios de televisión dixital, por satélite, por cable, por vía terrestre, por sistema de difusión microondas, e a través de Internet, medio de difusión ó que hai que prestarlle atención dende o mundo do negocio da televisión.

Tamén me gustaría falar da terminoloxía; o inglés impón o termo “ordenador” fronte a “computador”, ou o termo “dixital” fronte a “numerización”. O concepto mesmo de “plataforma”, que vai ó concepto de integración e que supera ó termo “autoestrada”, concepto máis bidireccional. Curiosamente iso coincide co gran desenvolvemento da industria da microelectrónica en Estados Unidos, que quere toma-lo relevo fronte á industria do hardware do Xapón cando abandona a súa carreira aero-espacial e

se centra na industria do chip e pon ó servizo unha rede de difusión concibida con fins militares ou de estratexia de defensa. Estes aspectos marcan o desenvolvemento global da industria no seu conxunto. Pero a tecnoloxía está aí, accesible, e é posible, desde ámbitos locais, intervir nesas tecnoloxías e estar en disposición de ofrecer contidos. Ese é o punto onde nos temos que centrar de verdade.

Deses catro sistemas de distribución: por satélite, por cable, por microondas a través do fío de cobre de telefónica e a través de Internet, non sei cal vai se-lo medio predominante, non sei cal é o mellor para marcos xeográficos específicos, aínda que eu teño as miñas opinións acerca disto. En calquera caso, esas son alternativas que dende o punto de vista dos operadores non podemos perder de vista, e temos que centrarnos moito nelas. Eu diría que estamos como nunha especie de Amazonas inexplorado que ofrece moitas posibilidades e perigos, e que a visión estratéxica das empresas, polo menos no caso da RTVG, é de non perde-lo tempo, que hai que explota-lo río tratando de leva-la barca con xeito pero á velocidade xusta para que non encalle nin sexa arrolada polas correntes. Isto creo que é un asunto importante. A tecnoloxía dixital permite a globalización cunha maior facilidade no transporte dos contidos pero tamén permite a especialización gracias á súa multiplicidade de oferta, e, polo tanto, temos dous aspectos dos xa se falou nesta sesión, o global e o local, dúas tendencias que marcan a nosa sociedade e que, dende o punto de vista dos operadores, nos obrigan a reflexionar. Nese ámbito de novas posibilidades, a RTVG opta por alternativas nese marco.

Unha delas é ve-la realidade social e a nosa conformación ó longo dos últimos anos; o fenómeno de migración e o que representa en canto ó espazo social; como se pode tamén figurar a través desa realidade un intento de espazo de comunicación. Nese sentido enmarcamos conxuntamente coa Televisión de Cataluña e a Televisión Vasca unha experiencia de comunicación entre as respectivas televisións nun marco máis global que supera os seus ámbitos xeográficos ou territoriais para buscar outro marco ou espazo de comunicación máis amplo. No caso da RTVG, despois dun tempo de colaboración, decide profundar máis e crea unha canle propia que está emitindo nestes momentos para América, cuns resultados realmente importantes, para o número considerable de galegos que viven fóra da nosa comunidade e que a reciben con moito interese. Esa mesma canle terá nunha versión específica, chamémoslle europea, unha edición especial para emitir a través da plataforma dixital de Telefónica na que participamos como socios, para España, e sobre a que hai tamén interese por parte de Portugal, especificamente non podemos esquecer esa realidade que temos preto de nós da que falarei máis adiante porque tamén me interesa moito. É un asunto que dende o punto de vista comercial ten moita importancia e temos que telo en conta á hora de producir. Temos aí un mercado, unha área xeográfica e lingüística de certa proximidade, con 6 ou 7 millóns de persoas se a integramos coa poboación galega. Como medios de comunicación públicos con vocación multimedia, algo no que tamén quero poñer énfase porque producir información é moi caro e debemos aproveita-las sinerxias que representa a produción de información, e cando digo aproveita-las sinerxias, enténdaseme ben,

refírome a aproveita-la información ó máximo: somos fonte de información importantísima e, polo tanto, hai que aproveita-lo recurso máis importante que é a información.

Hai dous días escoitaba a un xestor dun gran grupo de comunicación norteamericano que poñía un exemplo que me parecía moi gráfico, que sinalaba que cando se estaba tirando ó prato con perdigóns, ademais de bate-lo prato cubríase unha área de 10 metros no contorno. Non debe haber paxaros no contorno porque eu non estou propiciando esa destrución da especie, pero o que me gusta do exemplo é que indica que hai unha serie de dianas que cómpre aproveitar. Isto vén ó caso da atención que as compañías de televisión lle temos que prestar a Internet, que está aí, que é unha rede con moitas posibilidades, pero da que hai que aprender moito a producir e a comercializar. Nestes momentos creo que a maior parte dos medios de comunicación audiovisuais españois teñen o seu propio web en Internet, a televisión de Cataluña, a RTVG teñen o seu propio web, e a RTVG é a única que está difundindo televisión en directo utilizando real vídeo e ofrece unhas calidades moi determinadas, que como experimento é moi interesante porque nós vemos esa incursión nese medio de distribución como unha experiencia de I+D, porque eu si creo que este medio de distribución ofrece grandes posibilidades vendo as tendencias de converxencia cara ás que camiña esta industria. Probablemente me equivoque, pero as tendencias de converxencia son moi claras e hai que estar moi atentos a elas. Seguro que, de todos vós, moitos coñecedes un aparelleño moi pequeno que se empezou a comercializar hai pouco nas tendas españolas, o web TV, que é un aparelleño mediante o cal se pode manexar Internet dende a pantalla de televisión. Grandes operadoras de servicios alleos ó mundo da comunicación, empresas provedoras de tecnoloxía como a informática están empezando a apancarse nesta situación para producir contidos. Polo tanto, os operadores que estamos na industria da comunicación e da produción dos contidos temos que estar tamén moi atentos a esas cuestións para ver se hai posibilidade de aproveitalas.

Outra cousa é importante: como se produce para ese novo medio de comunicación ou para esa nova rede de distribución, que é absolutamente distinta. E como se comercializa ademais. ¿Vai se-la publicidade o sistema de financiamento? ¿Vai se-la esponsorización? ¿Vai ser patrocinio? ¿Vanse cobrar comisións por subministrar información? Aquí ocréreseme pensar no exemplo dun museo virtual ou dun taller virtual dun marchante de arte que mostra a través de Internet ou do web dun medio de comunicación as obras dun artista, ofréceselle a canle para mostra-las obras e cóbra-selle unha peaxe por facer esa transmisión. É un negocio de transacción dun produto, non é un negocio de comunicación. Pero a converxencia lévanos a eses puntos de reflexión. Iso estase facendo no mundo de Internet: ese tipo de negocios e actividades, e estase utilizando a información como elemento de entrada a eses negocios.

Por poñer outro exemplo do mundo de Internet: unha librería virtual que ofrece información e pon á venda dous millóns de títulos diferentes. A xente pode compralos aí ou nas librerías. A xente vai compralos en Internet porque son libros desclasificados e non os vai atopar nas librerías.

Na RTVG prestámoslle atención a ese asunto: primeiro, como nos situamos, segundo, como temos que producir información multimedia utilizando as fontes de información que temos: televisión, radio e arquivo audiovisual, porque necesitamos reutilizar esa información, porque necesitamos conseguir máis fontes de financiamento, para continuar facendo televisión, informativos, facer máis produción propia, facer máis ficción, e, ademais, para non deixar que se perda unha gran cantidade de información. Neste sentido, a título meramente informativo, temos moi avanzado -probablemente a finais deste mes se dea a coñecer- un proxecto que a Televisión de Galicia está a elaborar cos portugueses para facer unha especie de cidade virtual ou cidade *on-line*, como proxectos en raia que participarán dos fondos comunitarios interrexionais aproveitando ou reaproveitando un proxecto que no seu día se presentou para crear unha televisión transfronteiriza, que non foi posible desenvolver por problemas regulamentarios tanto en España coma en Portugal. En Portugal, como saben, non están permitidas as televisións rexionais nin locais, e polo tanto non foi posible desenvolver ese proxecto que se esperaba e retomouse trasladándoo a unha experiencia dun programa que se emite na televisión e mais na RTP conxuntamente e que se chama “Sen Fronteiras”; estamos contentos desa experiencia, da que, en principio, tiñamos unhas certas dúbidas de que saise adiante ou resultase satisfactoria.

Estas son vías que a tecnoloxía nos pon a disposición e que hai que aproveitar, e nas que hai que estar porque o noso principio estratéxico escrito na lei e absolutamente asentado nas nosas comunidades márcanos que un dos fins fundamentais é a difusión da nosa lingua e da nosa cultura. Polo tanto, entendo que situa-lo galego, o catalán, o vasco, o castelán nesas novas plataformas, cando hai unhas tendencias globais e unhas ameazas importantes, é dun valor e dunha importancia social relevantes.

Quería dicir tamén que a RTVG (a televisión de Cataluña e a vasca están na mesma situación), ademais de ser provedora de contidos, somos tamén operadores de rede porque temos redes propias. Estas redes xurdiron de forma incerta cando se montaron as respectivas canles autonómicas, pero hoxe en día están perfectamente consolidadas e tecnoloxicamente están mellor preparadas que a rede xeral ou a rede de cobertura de todo o Estado. Polo tanto, neste momento en Galicia, o caso que coñezo mellor, a rede está con forma de tres vías, para que nos entendamos. Por unha parte está a estrada normal, que é a rede pola que se está emitindo Televisión de Galicia con sistema analóxico. Por outra parte, unha rede con enlaces, de 150 megabytes completamente dixitalizados, preparados para emitir xa a televisión dixital terrestre cun investimento relativamente pequeno (especialmente se os formatos de televisión dixital estivesen perfectamente homologados, como fixo recentemente Retevisión conxuntamente con dúas empresas galegas, unha vasca, e algunha máis, cando presentou un proxecto de televisión dixital terrestre; parece que esta vai ser máis interesante que a televisión dixital satelital, e parece que os estándares de calidade van estar listos a finais do ano que vén); para complementarse co sistema de difusión de microondas, sistema francamente interesante para unha alternativa de difusión intercomarcal de grande interese para un país como Galicia, de características xeográficas específicas.

Dicía que temos unha estrada normal onde se emite televisión analóxica, unha autovía preparada para emitir televisión dixital terrestre con capacidade para emitir ata cen canles (se se reordenan as frecuencias, porque sen reordena-las frecuencias só sería posible en Galicia emitir simultaneamente dez canles; sen embargo, se conseguímo-la frecuencia única, que parece que é o que vai ocorrer, entón aproveitaríamo-lo espacio radio-eléctrico e poderíamos emitir cen canles en difusión dixital terrestre). Ademais dessa rede dixital terrestre, a Xunta de Galicia está na actualidade a rematar unha rede de conexión por fibra para unha autoestrada de comunicación de ámbito rexional, que dará conexión ás universidades galegas e outros servicios de ámbito civil de Galicia.

Polo tanto, a rede dixital terrestre está preparada; en canto ó cable, a principios do ano que vén estarán despexadas tódalas incógnitas dos concursos para a adxudicación das distintas demarcacións de cable. Galicia, en principio, parece que apunta a tres demarcacións, é dicir, unha de ámbito xeral, que abarcaría o dez por cento dos concellos, e dúas máis, unha en Santiago e outra na Coruña. Témo-lo sistema de difusión MVDS, o sistema de microondas como alternativa interesante para ámbitos de difusión local e temos tamén a alternativa de difusión de televisión por fío de cobre convencional. Como última referencia está o ámbito de Internet; seguramente tódalas redes acabarán integrándose para formar unha explotación máis racional.

Este é o panorama tecnolóxico no que eu prometía non centrarme porque me interesa poñer-lo acento na produción de contidos. Neste sentido, no que antes me refería de forma particularizada a Internet, debemos aprender, desenvolver e experimentar como aproveitámo-los nosos recursos e *inputs* de información para reutilizalos por ese novo sistema de comunicación. No ámbito da televisión interéstanos especialmente a tendencia xeneralizada, como antes sinalaba Jordi Vilajoana, de poñer-la énfase na produción propia. Debo dicir que as televisións autonómicas somos, cunha gran diferenza de puntos, líderes en produción propia entre tódolos operadores de produción actuais.

Debo resaltar tamén o punto que mencionaba Vilajoana sobre a importancia das compañías de radio-televisión nos espazos audiovisuais en cada unha das distintas comunidades. Por dar un dato cuantitativo, o oitenta por cento do presuposto da compañía RTVG reverte directamente sobre a economía productiva de Galicia. Estamos falando dun vinte por cento destinado a ámbitos alleos á economía galega, soamente. Polo tanto estamos falando dunha empresa cunha altísima importancia para Galicia. Con isto, non estou só resaltando unha cuestión que é importante subliñar, porque diversas cuestións de competencias nos levan ás veces a eses ataques que se ven ou len en contra das televisións públicas. Debo engadir que ese esforzo de produción propia está centrado con éxito na produción de ficción específica dos respectivos ámbitos, e con éxito e aceptación do público. Isto leva consigo unhas sinerxias e uns reporteiros de valor para o sector moi importantes, pero tamén para a sociedade en que se desenvolve.

Para ir rematando, quero falar do esforzo de saneamento en termos económicos que as televisións autonómicas fixeron nos últimos anos. Creo que son os operadores

de televisión que están producindo máis barato e que son as empresas de televisión que probablemente teñen as súas contas de xestión globais máis saneadas. Neste sentido, eu defendo o cumprimento estricto dos presupostos das nosas empresas, porque unha peseta pública dóeme máis que unha peseta privada; na cultura das organizacións tense que impoñer iso, o que non significa que desde o punto de vista da xestión esteamos a facer unha política de visión cerrada, pensando que se saneamos detraemos recursos ó sector. Non é así, eu digo que saneemos, e así o estamos facendo, e por iso a redución de débeda nas empresas autonómicas nestes últimos anos foi absolutamente espectacular, e son as televisións autonómicas as que presentan os mellores resultados. Debemos explicarlle á sociedade que eses recursos, que están ben xestionados, van ó sector que vive arredor desas empresas. Ademais, os recursos que se aforran desa boa xestión deben ir a esas empresas. Aquí poño énfase porque considero que estamos nun sector estratéxico, nun sector en que non se pode apostar só por un modelo. Temos que intentar axudar desde fóra a ese sector, para facelo máis aberto e non tan endóxico, porque non é bo pretender que se dirixa soamente a un cliente.

Nestes anos, o sector audiovisual galego vive un momento bo, esplendoroso segundo algúns dirixentes do sector; hai optimismo, estanse facendo proxectos innovadores, pero non debemos caer nun falso optimismo. Creo que hai que dar un paso máis: formación de capital no sector. Unha compañía pública dificilmente pode subministrar produción e capital, e os problemas de recursos de capital non os pode resolver a empresa pública galega. Polo tanto hai que buscar mecanismos para contribuír á produción de capital no sector, sector en que hai un altísimo valor engadido e alta rendibilidade.

Outro problema importante é o de márketing, que enlaza co que dicía antes de que o sector ten que abrirse máis. Un sector que ten unha empresa exclusivamente como provedora non ten boa saúde, e digo que o sector audiovisual galego está en boa saúde, pero o que quero é que estea en boa saúde mañá, e pasado, e pasadomañá. Polo tanto, hai que traballar moito máis nas alianzas, alianzas estratéxicas, non só alianzas endóxenas senón abertas e amplas, que fortalezan eses dous puntos débiles que mencionaba.

Polo tanto, daremos ese paso; eu estou convencido de que vai ser así, e no sector tamén hai ese optimismo. Contamos con esa enerxía empresarial fundamental para o desenvolvemento do proxecto, para sacar adiante os produtos, para sacar adiante a empresa. Necesitamos que esa enerxía se poña nunha dirección e creo que hai enerxía no sector e que se vai avanzar, e que o sector está nun bo momento de saúde.

O SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO EM TEMPO DE MUDANÇA: REFLEXÕES SOBRE O CASO PORTUGUÊS

Jorge Campos

As estatísticas não nos favorecem. Somos o País da Europa com uma das mais elevadas taxas de analfabetismo. 12 por cento dos portugueses não sabem ler nem escrever. Em termos de analfabetismo funcional essa percentagem sobe para 26 por cento. A iliteracia atinge metade da população. Lemos poucos jornais e, nesse aspecto, estamos na cauda da Europa. Diariamente, por cada mil habitantes há uns cinquenta jornais lidos. Na Noruega, por exemplo, os mesmos mil habitantes fazem a leitura, todos os dias, de mais de setecentos jornais. 70 por cento da população não abre um livro. Contudo, tendo os índices de leitura que tem e as taxas de analfabetismo conhecidas, Portugal, um país com dez milhões de habitantes, dispõe de três quotidianos desportivos -já foram quatro- os quais apresentam, de um modo geral, tiragens muito superiores às da maioria dos outros diários. Em nome do rigor, deve acrescentar-se que os jornais desportivos tratam quase exclusivamente de futebol. Também podemos dizer que os portugueses vão pouco ao cinema, apesar de uma tímida evolução verificada nos últimos anos, sobretudo nas grandes metrópoles de Lisboa e do Porto. O cinema visto é, no entanto, na sua esmagadora maioria, cinema americano distribuído por uma única empresa, a Lusomundo, proprietária de uma imensa maioria das salas de projecção do País e, também, um potentado multimédia ao qual apenas falta uma estação de televisão. Sabe-se, igualmente, que os portugueses, excepção feita a uma reduzidíssima franja urbana, não frequentam o teatro. E sabe-se, finalmente, que os cidadãos do meu

país detém, ao menos, um recorde europeu: estão, em média, bem mais de quatro horas por dia diante da televisão.

Os indicadores apresentados constituem parte da argumentação oficial justificativa da existência de um serviço público de televisão em Portugal, ao qual competiria, fundamentalmente, promover uma pedagogia da cidadania por oposição à pedagogia dos consumos protagonizada pela televisão comercial.

Mas, há outras razões a favor do serviço público que a Radiotelevisão Portuguesa -RTP- presta ou devia prestar. Por exemplo, o facto de no planeta haver 200 milhões de falantes da língua portuguesa, entre os quais muitos emigrantes espalhados pelos quatro cantos do mundo, justifica um serviço internacional como a RTPi. As relações com as antigas colónias africanas exigem uma RTP África. As autonomias da periferia dos Açores e da Madeira impõem canais regionais. São as chamadas razões de Estado, certamente polémicas, eventualmente contraditórias, mas de um modo geral suficientemente consensuais, pelos menos em termos das grandes linhas de orientação.

Pela minha parte, subscrevo uma parte significativa do discurso oficial sobre estas matérias. Comungo das preocupações expressas sobre a importância da televisão num país como Portugal. Preconizo um investimento sério numa televisão para os cidadãos. Contudo, assumindo-me como defensor do serviço público, não devo omitir o facto de encarar com cepticismo o futuro quer da RTP, quer do audiovisual português no seu conjunto. Não entendo, por outro lado, as razões pelas quais os operadores privados não hão-de, também eles, ser obrigados à prestação de serviço público. Por qualquer razão, fica-se sempre com a ideia que esse serviço é exclusivamente da responsabilidade do estado, podendo os privados proceder como muito bem entenderem quando, afinal, eles são concessionários e, como tal, estão obrigados a observar as contrapartidas do contrato de concessão estabelecido no quadro do pressuposto da existência de uma política definida para o audiovisual.

Mas, vejamos um pouco da história da Televisão portuguesa, pois em função dela explicam-se muitos dos impasses, incapacidades e perplexidades do momento.

1. O PECADO ORIGINAL DA TELEVISÃO PORTUGUESA

A televisão em Portugal teve as suas primeiras emissões, ainda de carácter experimental, em 1956. As emissões com carácter regular principiaram no ano seguinte. Foi a televisão de Salazar e Caetano, este último, de resto, o grande ideólogo e impulsor da RTP nos seus primeiros tempos. Hoje, já se pode ter uma ideia clara sobre esse período não apenas em função daquilo que se conhece através dos testemunhos dos mais antigos, mas também devido a um interesse crescente da comunidade científica cuja pesquisa tem permitido revelar de modo iniludível a lógica estruturante dos dispositivos tecno-discursivos dessa televisão. *Tratava-se, evidentemente, de um meio de pro-*

paganda do regime, pago por ele e sustentado por uma corte de funcionários de confiança política. Os episódios reveladores desta estratégia multiplicam-se. Dessa época são especialmente interessantes os editoriais de abertura dos telejornais. A título meramente ilustrativo, e de acordo com o professor Rui Cádima, a reunião de líderes dos movimentos de libertação das colónias portuguesas de 30 de Agosto de 1966, em Brazzaville, foi descrita como uma *reunião de criminosos*. O editorialista, que habitualmente aparecia diante da câmara, concluiu enfaticamente: “Pobre África onde o canibalismo voltou a ser oficializado e a lei da selva está institucionalizada”.

Importa relevar, em função do que agora nos ocupa, esse pecado original do meio televisivo português, o qual, à semelhança do que aconteceu na maioria dos países europeus, nasceu do poder político para o servir transformando-se, com o decorrer do tempo, numa espécie de aparelho ideológico do estado. Em Portugal, como, aliás, também, em Espanha, essa fase inicial ocorreu em ditadura -dizem-me que na Espanha a televisão nasceu no dia de Cristo Rei e que as emissões tiveram início no aniversário da criação da Falange-, o que, obviamente, só pode ter tido um efeito estruturante perverso.

2. TRANSIÇÃO E ESTABILIZAÇÃO

O poder revolucionário saído da Revolução de 25 de Abril de 1974 sobrevalorizou, do meu ponto de vista ingenuamente, o papel da televisão como elemento de regulação social orientada. A par das boas intenções, de um compreensível movimento de incontida alegria com expressão no ecrã, nomeadamente nas vertentes educativa e cultural, o facto é que um pedagogismo retórico, por vezes estridente, frequentemente contraditório, acabou por contribuir para acelerações de mudança incompatíveis com hábitos culturais longamente interiorizados. Produziu-se um efeito de *boomerang*, uma disfunção em última instância resultante do entendimento meramente mecanicista e instrumental do papel da televisão. No plano da teoria da comunicação, dir-se-ia que, agora como no passado, as concepções subjacentes a ambos os procedimentos radicavam na crença da onipotência dos *media*, ou seja, na convicção da eficácia dos mecanismos de causalidade indutores dos efeitos ideológicos pretendidos. Se a isto acrescentarmos o facto do poder revolucionário ser ele próprio profundamente heterogéneo e de cada facção ou partido, explícita ou veladamente, reclamar para si a tutela da televisão, ter-se á uma ideia da confusão instalada.

O advento dos governos constitucionais, se estabilizou os critérios editoriais definidos de acordo com os poderes eleitos, nem por isso abalou a precaridade das concepções teóricas dominantes e, muito menos, pôs em causa o crónico controle político da RTP. A cada novo governo correspondeu a nomeação de um novo concelho de Administração, o qual designava novos directores. Prioridade, portanto, para os critérios da confiança política e para a necessidade de satisfazer as clientelas partidárias. Tornou-se

rotina os partidos da oposição insurgirem-se contra a instrumentalização da televisão estatal. Uma vez chegados ao poder, tratavam de adoptar comportamentos idênticos aos anteriormente criticados. E assim tem sido.

Estou seguro que situações deste tipo não são exclusivas de Portugal e, por isso, seria fastidioso alongarmo-nos sobre esta matéria. Gostaria, no entanto, de deixar uma nota final sobre as consequências destes procedimentos e que se resume em duas palavras. A tutela partidária, ao longo dos anos, gera uma burocracia de funcionários cuja responsabilidade política secundariza a responsabilidade de fazer boa televisão. Assim sendo, a chamada cultura da empresa vai integrando uma complexa rede de compromissos, subordinações e dependências cujo registo se inscreve prioritariamente não na instância do *saber fazer* e nos *critérios de profissionalidade*, mas na instância partidária ou inter-partidária; por vezes, até em *lobbies* diferentes dentro de um mesmo partido. Consequências: desde logo, o sobredimensionamento e a consequente inviabilização da agilidade exigida às estações de televisão modernas; depois, o inevitável aparecimento de fenómenos perversos de acomodação pessoal e de distorção dos objectivos profissionais; finalmente, um sério e, porventura, decisivo entrave estrutural e conceptual à recuperação da ideia de serviço público.

3. A TELEVISÃO PRIVADA

No início dos anos 90 a questão da televisão privada foi resolvida. Durante largo tempo alimentara-se a polémica *televisão pública* -sinónimo de *manipulação partidária*- *televisão privada* -sinónimo de *independência*-, certamente uma visão redutora e maniqueísta, mas que se foi impondo ao longo dos anos 80 em consonância com as teses neo-liberais e economicistas prevaletentes. Em Julho de 1990 a Assembleia da República aprovou a lei sobre *o regime da actividade de televisão*. Depois de um processo controverso e largamente influenciado por pressões políticas, o governo da altura atribuiu um canal a Pinto Balsemão, proprietário do semanário *Expresso*, e outro à Igreja Católica, cujo projecto, no início, apontava no sentido da informação e divulgação dos valores *do humanismo cristão*.

A SIC optou por um modelo generalista e relacional semelhante ao do canal 1 da RTP. A TVI, até em função da sua tutela, destinou cinco por cento do tempo de emissão aos assuntos religiosos apostando, em tudo o mais, no *grande público* no sentido utilizado por Dominique Wolton na sua teoria crítica da televisão, ou seja, não um público popular, nem um público de elite, nem tão pouco um público médio, mas *uma espécie de mistura dos três*. A SIC principiou as suas emissões em Outubro de 1992 e a TVI em Fevereiro do ano seguinte. Contas feitas ao mercado publicitário admitia-se, na altura, a possibilidade de angariar para os quatro canais -os dois públicos e os dois privados- qualquer coisa como uns 42 milhões de contos. Isto segundo as expectativas mais optimistas e tendo já em linha de conta o desvio de verbas destinadas a outros meios, o que

efectivamente veio a verificar-se. Aconteceu o óbvio. O bolo publicitário revelou-se insuficiente para fazer face aos custos de exploração situados entre os 55 e os 60 milhões de contos. No fundo, teria sido apenas uma questão de terem sido feitas contas.

O impacto do aparecimento dos operadores privados, sobretudo da SIC, foi devastador para a televisão do Estado. Hoje a SIC ocupa habitualmente os 10 primeiros lugares nas tabelas de audiências, com todas as reservas que elas possam oferecer e, na realidade, oferecem. Num primeiro tempo, o canal de Balsemão ganhou a batalha da Informação, com um estilo mais agressivo, mais abrangente e, sobretudo, *gramaticalmente* mais correcto, contrastando com o estilo pesado, oficioso e *gramaticalmente* mal cuidado do primeiro canal do estado. Numa fase posterior, com uma programação muitas vezes a rondar os baixios do impensável, não só varreu a RTP do mapa dos programas mais vistos, como impôs um estilo subservientemente copiado pela estação supostamente de serviço público. A partir do momento em que isso aconteceu não foi possível disfarçar por mais tempo *uma profunda crise de legitimidade, de credibilidade e de identidade* da RTP.

4. A CRISE DA TELEVISÃO PÚBLICA

Berlusconi tem uma frase lapidar que costumo citar com frequência, posto que resume com rigor os objectivos da televisão comercial. Disse ele numa reunião de publicitários que a televisão não existe para oferecer programas ao público, mas sim para oferecer público aos anunciantes. Um dos problemas da RTP é justamente ter interiorizado esse princípio sustentando, ao mesmo tempo, a defesa do seu estatuto de serviço público. O Secretário de Estado da tutela do governo anterior ao actual governo socialista sintetizou de forma exemplar essa situação ao afirmar que a RTP era parcialmente uma estação comercial e parcialmente um lugar de serviço público. O actual Secretário de Estado, pelo contrário, tem-se mostrado um defensor convencido -o tempo dirá até que ponto foi convincente- do serviço público. Mas, até ver, a televisão do estado continua a viver uma crise profunda.

Vejamos, sucintamente, os fundamentos históricos tradicionalmente avançados para justificar a intervenção estatal na televisão europeia. Antes de mais evocavam-se argumentos de ordem técnica. Inicialmente, as frequências hertzianas surgiram como um bem escasso e, como tal, ficaram associadas, de imediato, a uma espécie de *monopólio natural* capaz de proporcionar igualdade de oportunidades de acesso a todos os cidadãos. Por outro lado, pretendendo corresponder às necessidades de Informação, Educação e Entretenimento, a televisão pública assumiu a promoção de um conjunto de valores culturais identificativos da identidade nacional, com prioridade para a defesa da língua. Havia, depois, um argumento de ordem política sustentado pelo desejo expresso de garantir formas de participação e pluralismo com base na Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Cidadão. Finalmente, evocava-se um argumento de ordem

jurídica vinculativo do argumento anterior e sancionado nas cartas constitucionais dos diversos países.

Este quadro está hoje ultrapassado. O monopólio da televisão na Europa principiou a ser questionado a partir do momento em que a iniciativa privada se apercebeu das potencialidades lucrativas do *medium*. Contudo, a crise de legitimidade da televisão pública tem raízes mais fundas. As novas tecnologias da comunicação, possibilitando o acesso ao cabo e ao satélite, pulverizaram o espectro hertziano e criaram as bases de uma oferta sem precedentes. Na Itália, por exemplo, de forma totalmente desregulamentada, chegaram a existir 500 canais.

No plano político, por outro lado, o final dos anos 70 e os anos 80 foram de afirmação da contra-revolução neo-liberal. Ideologicamente assistiu-se ao *regresso ao privado*, economicamente vingaram as teses sobre *a lógica da empresa e da competitividade* e socialmente acentuou-se *a falência do Estado Providência*. Em Portugal, os governos de centro-direita de Cavaco Silva deram expressão a estes valores. Foram eles quem abriu a televisão à iniciativa privada, aliás com atraso em relação à maioria dos países europeus, fazendo, simultaneamente, do canal 1 da RTP, além do habitual instrumento de propaganda, uma espécie de televisão comercial do Estado. O pagamento da taxa foi abolido. Criticada pelos novos operadores privados por concorrência desleal em matéria de acesso ao parque publicitário, orientada no sentido de competir pelas audiências a qualquer preço, abalada por uma profunda crise financeira consequente de uma política megalómana de compras e contratações, a RTP, ou pelo menos o seu primeiro canal, pareciam inclinar-se para a via da privatização, eventualmente a favor do grupo Lusomundo, quando o partido de Cavaco Silva perdeu as eleições.

O novo governo socialista herdou, pois, não apenas um enorme buraco financeiro, mas, sobretudo uma empresa que, sendo ao mesmo tempo serviço público e televisão comercial, padecia de uma profunda crise de identidade. A explosão tecnológica impôs o cabo e, desde logo, uma crescente diversidade da oferta, bem como conceitos emergentes como a interactividade, a segmentação do público e a fragmentação das mensagens. Caducava, assim, uma parte significativa da argumentação tradicional sobre a legitimidade do serviço público.

Prisioneira de um modelo generalista informado pela propaganda longamente interiorizado, refém de grupos de pressão burocratizados, desactualizada no plano da teoria dos *media*, incapaz de se repensar em função dos novos desafios, embrenhada nos labirintos da guerra doméstica das audiências, periférica em relação aos desenvolvimentos dos programas audiovisuais europeus, a RTP entrou em perda de credibilidade.

O que se vê hoje nos quatro canais da televisão portuguesa não difere substancialmente da maioria da programação dos canais generalistas europeus, isto se levarmos em linha de conta as características diferenciadas dos segundos canais do estado, habi-

tualmente mais virados para as minorias e com maiores preocupações culturais. As telenovelas e os concursos têm uma expressão esmagadora. O desporto e o cinema recolhem igualmente os favores do grande público, bem como os programas predominantemente relacionais, dos quais se destacam os *talk-shows*, os *reality-shows* e os programas de revelação de talentos. A informação ocupa também um lugar de destaque, de algum modo funcionando como tentativa de uma estratégia de credibilização por parte de operadores acoissados por uma crítica frequentemente tão desarmada quanto indigente é boa parte dos programas apresentados e criticados. Abro, aqui, um parêntesis para reconhecer a dificuldade em decidir em matéria de gosto. No entanto, se em rigor nada pode definir a qualidade de um programa, o facto é que qualquer pessoa está em condições de reconhecê-la: é o contrário da facilidade, da mediocridade e da vulgaridade.

5. O MITO DE CLARK KENT E O TERRITÓRIO DE FRANKENSTEIN

Se a guerra das audiências promoveu um nivelamento por baixo na qualidade da programação, na informação franqueou as portas ao espectáculo.

Em concorrência, com toda a polémica que a ideia possa suscitar, nada impede, do ponto de vista do mercado, de considerar a notícia como um produto à venda, um elemento, porventura decisivo, da estratégia de fidelização das audiências, tendo como referência de maior visibilidade a figura do apresentador. Esta constatação coloca problemas interessantes, quer a propósito da performance jornalística, quer sobre o modelo informativo associado ao espectáculo.

A expressão informação-espectáculo presta-se à controvérsia. Por natureza a televisão é espectacular e, como tal, qualquer desígnio semântico deve tirar partido dessa espectacularidade. Os problemas surgem quando a espectacularidade deixa de ser um meio para se transformar num fim em si mesma, limitando as possibilidades do conhecimento e potenciando o efeito de fascinação.

Foi Gordon Van Sauter, um quadro superior da CBS americana, quem inventou, nos anos 70, a chamada informação de *momentos*, ou seja, uma informação sobre os chamados casos humanos, tantas vezes devassando a privacidade das pessoas e explorando as misérias humanas. A dramatização desses casos, sempre associada à informação-espectáculo, apela aos sentimentos primários, promove a dimensão emotiva dos acontecimentos e estimula a revisão dos chamados valores-notícia no quadro de uma espectacularidade gratuita. Em Portugal, esta informação unicamente justificada pela guerra das audiências tem os seus adeptos, a começar pela televisão do estado.

As concepções neo-liberais dos anos 80 informaram, em maior ou menor grau, toda uma jovem geração de jornalistas portugueses. Tendo a pressão do mercado como referência principal, confundindo a notoriedade conferida pelo ecrã e ampliada pelas

revistas mundanas com a qualidade, essa geração tornou-se permeável àquilo a que costumam chamar a mitologia de Clark Kent. Essa mitologia é, seguramente, uma das razões pela qual a profissão de jornalista é tão apelativa para uma parte significativa da juventude.

No início de cada ano lectivo, na Escola Superior de Jornalismo do Porto, procuro tomar conhecimento dos novos estudantes e das suas motivações. De um modo geral, há uma preferência maioritária pela televisão, em detrimento da rádio e da imprensa. O que move a maioria desses jovens é a imagem do jornalista ligado a acontecimentos perigosos e exóticos, de chapéu colonial na savana africana ou de fato camuflado num cenário de guerra, sempre o protagonista central de aventuras com *happy end*. Dificilmente se encontra um desses estudantes preocupado com as notícias. Ao fim e ao cabo, eles têm dos jornalistas a imagem projectada pelos *media* de maior consumo, mas não, seguramente, de melhor qualidade.

Por norma, costumo fazer uma referência detalhada ao percurso dos principais *anchormen* americanos, praticamente desconhecidos da maioria desses jovens, chamando a atenção para o facto da informação de todo o mundo nas televisões generalistas se ter inspirado no figurino das grandes *networks* e alertando, ao mesmo tempo, para o mundo de facilidades aberto pela cópia irresponsável desse modelo.

Rather, da CBS, Jennings da ABC e Brokaw da NBC são homens maduros. Brokaw, o mais novo, nasceu em 1940. Rather, o mais velho, em 1932. Todos têm um impressionante currículo de repórteres. Só chegaram a *âncoras* já depois dos 40. E todos tiveram de dizer *não* por diversas vezes até alcançarem a notoriedade que hoje têm. Brokaw, por exemplo, teve de trabalhar para fazer os seus estudos universitários e chegou a recusar uma oferta de um milhão de dólares para fazer um jornal televisivo no qual se lhe exigia que, nos intervalos, lesse igualmente a publicidade. Estes ícones americanos projectam uma poderosíssima imagem junto da opinião pública e, a meu ver, concentram poderes excessivos. Não se lhes pode negar, no entanto, o mérito de um presente solidamente ancorado num passado profissional reconhecido. Nos EUA, dificilmente, alguém poderia passar directamente das *passerelles* para a apresentação de um jornal. Van Sauter, na CBS, tentou-o com Miss America, mas uma avalanche de críticas ridicularizou a tentativa e fê-la abortar.

Um dos riscos da informação-espectáculo, no respeitante aos seus actores, é justamente de substituir a lógica da credibilidade conquistada ao longo de um percurso profissional pela vertigem de uma real ou aparente capacidade performativa, mas da qual se ausentam a maturidade, a cultura jornalística e a memória histórica. Quando assim é, facilmente essa notoriedade, quase sempre transitória, suscita a emergência do complexo de Clark Kent como detonador do universo informativo Frankenstein. Quantas vezes o efémero super-homem, em nome da ordem transcendente da informação-espectáculo, não promove uma subtil e, nalguns casos, até, grosseira distorção dos factos

por forma a que as “histórias” convenientes não sejam prejudicadas. E quantas vezes os responsáveis editoriais não fecham os olhos a essas situações -quando não as promovem- em nome do sacrossanto critério da audiência. A ser assim, e muitas vezes é, o profissionalismo passa a ser medido pela capacidade de exposição e dramatização dos acontecimentos, violência e escândalos do dia a dia. O talento reside na habilidade de fazer o máximo de barulho a partir de coisa nenhuma e a imaginação manifesta-se no modo de encenar os factos.

O modelo americano quer das redes generalistas, como a CBS, quer das redes temáticas, como a CNN, responde aos problemas da informação na base de um profissionalismo de elevado grau de exigência historicamente interiorizado. Pode ou não estar-se de acordo com o modelo. Chomsky, por exemplo, condidera-o um modelo de propaganda e aduziu argumentos interessantes a favor da sua tese a partir de considerações sobre o efeito de agenda. Partindo do pressuposto que o efeito de agenda permite a construção da realidade, pode, com efeito, sustentar-se que a televisão fabrica o mundo à sua imagem, quer através da redundância dos assuntos tratados, quer através da estabilidade de um fundo semântico estruturado por uma lógica serial. Os códigos de reconhecimento acabariam por ser fornecidos pelo próprio discurso televisivo, cujas categorias e protagonistas se impõem através de uma espécie de ressonância consequente da repetitividade. Mas, seja como for, o modelo americano procede de alicerces sólidos. As cópias, pelo contrário, limitam-se a fazer o registo simplista da parte visível do original. Na CNN estão proibidas a ênfase e a hipérbole. A CNN nunca abriria o noticiário sobre a Guerra do Golfo anunciando o início da III Guerra Mundial.

Quanto mais e melhor a informação, melhores os cidadãos e melhor a democracia. Mas que informação é esta com um olho na audiometria e o outro na concorrência? O figurino do telejornal tradicional das redes generalistas -Ramonet chamou-lhe o telejornal modelo Hollywood- entrou em crise. Estruturado em função da ideia clássica dos géneros, construído em torno de um apresentador vedeta, o telejornal ganhava espessura em função de uma narratividade criteriosamente organizada a partir de um alinhamento. A fórmula não era perfeita e são conhecidos os limites desse tipo de informação, aliás, especialmente vulnerável aos desígnios da propaganda. Contudo, tinha seu favor a vantagem de permitir desenvolver uma narrativa coerente. Hoje, a ideia de alinhamento está condicionada à luta pela audiência. Do efeito conjugado dessa luta, da cópia apressada de novos modelos como o da CNN e do recurso frequente ao directo tantas vezes, de resto, sem nada que o justifique, impôs-se uma estética da fragmentação que pulverizou a narrativa tradicional.

Não advogo o regresso a modelos que fizeram a sua época nem quero ferir as susceptibilidades de quem quer que seja no meu País, onde, de resto, há bons profissionais e bons apresentadores de televisão, tanto na RTP quanto nas estações privadas. Mas a exigência de rigor e a consciência da dimensão ética do jornalismo impõem uma reflexão.

A audiência não pode ser a referência prioritária nem, muito menos, a instância de julgamento final do que se faz ou deixa de fazer num serviço público de televisão. Mesmo em relação à televisão privada não há nenhuma razão para a não observância de parâmetros deontológicos sem os quais não há informação séria e se corre o risco da invasão do território de Frankenstein. O sensacionalismo vive paredes meias com as grandes misérias e as grandes tragédias. E isso é perigoso para a democracia.

A vulgata da informação-espectáculo é tanto mais eminente quanto mais inquieta os poderes, tanto mais ostensiva quanto mais se cola ao mito modernista que a acompanha, tanto mais simbólica quanto mais permeável se mostra em relação ao dinheiro. Nascida da publicidade e do desenvolvimento tecnológico, dominada pela lei do mercado, comporta-se com arrogância e alimenta a feira das vaidades. De fora, com demasiada frequência, ficam as questões a montante e a juzante dos acontecimentos, ou seja, o seu enquadramento histórico e cultural e as suas consequências de toda a ordem. Visão redutora, portanto, a partir da qual é legítima a interrogação sobre os seus limites no quadro de uma cidadania responsável.

6. ELEMENTOS ESTRUTURANTES: AUDIÊNCIA E NOVAS TENDÊNCIAS

Não quero com isto dizer que a audiometria não tenha importância. Para todos os efeitos é um indicador. Todavia, a pesquisa dos *media* tem hoje razões de sobra para a considerar insuficiente e, até, perigosa. Ien Ang, por exemplo, sustenta que a noção de audiência de televisão é, na melhor das hipóteses, errada e, na pior, falsificada. Em primeiro lugar, dirigindo-se a todos ao mesmo tempo, a televisão tende a minimizar a capacidade de discernimento dos destinatários. Só por essa razão se entende que num quadro de operadores generalistas em concorrência o espectador seja tratado como um ser indefeso e vulnerável a todo o tipo de influências, embora esses mesmos operadores não se cansem de exaltar as diferenças de modo a alimentar o mito da individualidade. Quem, na realidade, defende limitar-se a dar ao público aquilo que ele quer, necessita da audiência, como de pão para a boca, como instância legitimadora dos critérios editoriais prosseguidos.

Na verdade, o conhecimento institucional não está interessado na audiência real composta por pessoas individualizadas e com comportamentos diferenciados. Importa sim o *heavy viewer*, pois só assim se dispõe de um instrumento operativo eficaz no sentido de permitir desenvolver estratégias que garantam a “audiência” capaz de reproduzir os próprios mecanismos de sobrevivência das estações. É neste contexto que Newcomb se interroga se a noção de audiência não é uma abstracção construída no sentido de favorecer a indústria da televisão.

Bausinger conta a história da mulher cujo marido liga a televisão mal chega a casa e não fala com ninguém. Neste caso, premir o botão não corresponde a qualquer es-

colha de um programa, mas tão somente a uma atitude de recusa de diálogo com a família. Padrões clássicos de avaliação do comportamento do espectador não levam, com efeito, em linha de conta a sua relação com aquilo a que ele assiste. Prevalecem os dados quantitativos da frequência de um dado canal e da preferência permanente por uma estação sobre as demais. Assim entendidos, os indicadores tradicionais ajustam-se às necessidades de regulação do espaço publicitário num contexto de televisão de *broadcast*, mas tendem a ser desajustados num universo audiovisual de segmentação da oferta televisiva. As tecnologias do cabo, do satélite e, sobretudo, do digital, seguramente irão exigir um novo tipo de indicadores, eventualmente um regresso à programação seleccionada de alta qualidade pela qual um público cada vez mais numeroso estará, inclusivamente, disposto a pagar. A televisão segmentada e temática, associada ao computador, tenderá a ser um instrumento de permanente consulta, exigindo uma atitude participativa nos antípodas da passividade atribuída ao *heavy viewer* da televisão generalista.

Essa passividade sofreu um primeiro abalo com o controle remoto, o qual, permitindo o *zapping*, veio introduzir um relativo grau de autonomia em relação às escolhas. Durante muito tempo, porém, a diversidade da oferta foi mais aparente do que real, visto os diferentes operadores terem adoptado uma relação de mimetismo na programação de uns para com os outros. Com a oferta decorrente da utilização das novas tecnologias, as novas tendências irão bater-nos à porta. Entre nós, cerca de um milhão de portugueses têm já acesso à rede de cabo, a qual disponibiliza 35 canais internacionais, alguns deles temáticos e já a operar em língua portuguesa. Com o advento do digital e em função das tecnologias da compressão, teremos acesso a uma oferta praticamente ilimitada na base de uma interactividade crescente, a qual permitirá, no limite, a cada usuário assistir ao que muito bem entender e quando entender, excepção feita aos acontecimentos mediáticos à escala global, como grandes eventos desportivos, que tenderão a ser pagos, e à actualidade jornalística, que é imprevisível. Mas as coisas não ficam por aqui. Uma outra revolução se anuncia: a revolução das linguagens.

Em 50 anos de existência a televisão não conseguiu autonomizar uma linguagem universal indiscutível. Deu passos nesse sentido em relação aos diversos géneros integrantes do espaço discursivo, mas não em relação à discursividade global. De certa maneira, falhou a conquista daquilo a que os especialistas chamam o *comfortable environment*. Não está definido, por exemplo, se o consumo de televisão é uma experiência individual ou colectiva, não se diferenciam as modalidades de percepção de acordo com o grau de concentração e de ruído, nem sequer se estabeleceram, ainda, alguns conceitos elementares como o formato adequado da tela, o nível da luminosidade óptima para a recepção ou a distância ideal do espectador face ao ecrã. Há ideias feitas sobre estas matérias. Por exemplo, a de que o espectador de televisão é apenas medianamente atento porque envolvido num ambiente de ruído. A verdade, porém, é que o esclarecimento das dúvidas levantadas seria útil ao estabelecimento de uma produção diferenciada. Com o advento da televisão segmentada, pelo menos no campo das hipóteses, a

linguagem do meio vai ter de ajustar-se a essa mesma segmentação. Há um elemento qualitativo radicalmente novo. O ponto de vista estruturante da programação passa a ser o do espectador selectivo, eventualmente interactivo, e já não o ponto de vista da audiência do *heavy viewer*. Uma sucessão de programas com uma temática comum pode, assim, determinar muito mais a linguagem do veículo do que cada um desses programas vistos isoladamente. Se isto for verdade, estaremos a caminho da identificação mais da linguagem diferenciadora de uma rede particular do que de um veículo. Em suma linguagens especializadas, sofisticadas, para públicos igualmente sofisticados e exigentes, mas cada vez mais numerosos. Uma verdadeira revolução, na qual a capacidade de enunciação de acordo com gramáticas particulares ocupará um lugar central.

Naturalmente, a enumeração das possibilidades em aberto oblitera, por vezes, uma visão realista dos problemas. Importa ter consciência da dimensão de Portugal e do seu lugar periférico e não sucumbir perante o fascínio futurista habitualmente ligado às novas tecnologias. Nunca é demais lembrar que a história da comunicação também é uma história de dependências. De qualquer modo, cedo ou tarde o meu País será confrontado com as novas realidades e dentro desse quadro terá de encontrar as modalidades de actuação que favoreçam uma presença diferenciada no panorama global do audiovisual. À empresa pública de televisão, pelo papel estratégico que lhe está reservado, reclama-se urgência na reflexão sobre estas matérias.

7. TELEVISÃO DE SERVIÇO PÚBLICO OU SERVIÇO DE CALAMIDADE PÚBLICA?

Seguramente, muitas das perspectivas, dúvidas e preocupações aqui avançadas são igualmente vossas. A reavaliação estratégica do serviço público é hoje motivo de debate e controvérsia não apenas no meu país, mas um pouco por todo o lado.

Uma primeira constatação: pelas razões apontadas, não parece sensato deixar a paisagem audiovisual inteiramente entregue aos operadores privados e à lógica do mercado. Os pequenos países, como Portugal, têm necessidade de uma política que salvguarde a sua identidade. Essa questão foi já levantada há uns bons pares de anos pelo relatório McBride e o tempo só tem vindo a dar-lhe razão. O serviço público estatal tem essa missão. Para tanto, cabe-lhe assumir-se como eixo estruturador da indústria do audiovisual, defendendo, nomeadamente o cinema português e promovendo a inovação dos programas, das linguagens e da interacção com os públicos. Em todo o caso, repito, o conceito de serviço público deveria ser alargado à participação dos privados segundo modalidades fixadas nos contratos de concessão.

Uma outra linha de valorização do serviço público aponta para a regionalização. Durante décadas, uma das consequências mais nocivas da cristalização do modelo generalista e centralista da RTP foi o enfraquecimento e virtual destruição da produção

regional. Só episódicamente um ou outro centro Centro de Produção fora de Lisboa conseguiu impor os seus programas. Inadvertida ou propositadamente a RTP criou uma programação “normalizada” na capital, à qual juntou uma espécie de remanescente apenas tolerado e mal querido, “o resto do País.” O advento da televisão privada não alterou este estado de coisas. Pelo contrário. A concorrência faz-se a partir da capital porque aí tem lugar a esmagadora maioria dos negócios publicitários.

Independentemente das decisões políticas que venham ser tomadas nesta matéria, é hoje um dado adquirido que as novas tecnologias do cabo e do digital permitem, tecnicamente, dar corpo ao princípio segundo o qual é na regionalização que está a base da universalização. Foi sempre assim. O cinema brasileiro -lembra Hoineff- conheceu a sua única fase de universalização quando foi mais brasileiro, especialmente durante os anos do cinema novo, de temática frequentemente regional. O mesmo aconteceu com o cinema italiano, sobretudo na fase do neo-realismo e logo após o movimento. Quando adoptou os modelos de Holywood entrou em declínio. Os exemplos poderiam multiplicar-se. Por isso, a aposta nos valores regionais como expressão de uma mais valia nacional é, a meu ver, uma das condições da sobrevivência do audiovisual português.

Porém, a televisão regional não se esgota nas “janelas” que a RTP acaba de abrir em diversos pontos do País. Ela passa por uma crescente autonomia em termos de capacidade de decisão e pelo aparecimento de unidades de produção ligadas aos agentes culturais e empresariais em condições de beneficiarem dos programas europeus para a televisão transfronteiriça. Passa, igualmente, pelas co-produções. E assenta, sobretudo, na capacidade de utilização das novas tecnologias.

Uma terceira linha de actuação decorre da explosão das Ciências da Informação e da Comunicação nos últimos 20 ou 25 anos. A pesquisa levada a cabo neste período de tempo tem permitido conhecer melhor a televisão, os seus actores, programas e linguagens, bem como o papel dos *media* na sociedade. O serviço público não pode deixar de integrar esses conhecimentos, quer em termos da exigência da formação de quadros altamente qualificados, quer na definição dos seus objectivos estratégicos, participando e beneficiando da educação para os *media*, a qual é, hoje, uma pedra angular da democracia.

Do exposto resulta, naturalmente, a aceitação do pressuposto da necessidade de reconversão tecnológica, como forma não só de encarar uma participação mais eficaz no mercado, mas também de promover e integrar novas linguagens e formas de expressão. Esta parece-me ser, aliás, uma das lacunas do discurso oficial -não por omissão, mas pela relevância discreta- na medida em que a capacidade de enunciação do *meio*, até num plano experimental e devido ao seu elevado grau de exigência, poderia e deveria ser um elemento distintivo das capacidades performativas do serviço público.

Boa informação e bons programas custam caro. O regime de financiamento da RTP está definido e não me compete pronunciar-me sobre ele. Indiscutível é a necessi-

dade de uma gestão equilibrada que saiba interpretar a estratégia do serviço público, quer prescindindo das medidas exclusivamente economicistas, embora respeitando o rigor orçamental, quer tirando partido dos quadros mais qualificados e criativos. Só eles serão capazes de fazer boa informação e bons programas, justificando o dinheiro gasto pelos contribuintes e justificando a existência, como modelo de referência, de uma empresa de serviço público.

Infelizmente, apesar de se ter avançado em termos estratégicos, não se pode dizer que alguma coisa tenha mudado substancialmente no último ano e meio, ou seja, desde a tomada de posse da nova tutela.

O governo socialista foi eleito com um programa no qual se faziam críticas pertinentes à política de comunicação social do governo anterior. Herdou na televisão do estado uma situação preocupante. Foi capaz de produzir trabalho teórico. Na prática, porém, são tão hesitantes os já de si tímidos passos concretizados, que cada vez mais se legitimam as rotinas identificadas com o passado recente. Por outras palavras, dá ideia que, mudadas as pessoas, se está a fazer a gestão do que havia. Caso esta tendência não se inverta, das duas uma: ou não é possível mudar grande coisa ou o governo anterior tinha razão e as críticas socialistas na oposição eram destituídas de fundamento.

Problemas com os intérpretes? Estruturas disfuncionais em termos de uma análise sistémica, independentemente de quem as ocupa? Precaridade dos saberes indispensáveis a quem se exige que pense a televisão? Predominância de soluções administrativas onde se exigiria criatividade mobilizadora? Vazio de ideias? Incapacidade na hierarquização das prioridades? Resistência por parte de interesses instalados? Dificuldades de diálogo a vários níveis? Antagonismos entre o centro e as periferias? Atrasos na definição de um estatuto que alivie as pressões partidárias? Mediações intermináveis? Conflitualidade político-partidária ao nível da tutela? Provavelmente, da resposta a algumas destas questões dependerá o futuro do serviço público de televisão. Se as soluções não forem satisfatórias, corremos o risco de estar a patrocinar um serviço de calamidade pública. Nada, afinal, que nos seja estranho, desde os tempos do pecado original que fez nascer a televisão portuguesa.

Disse no início desta intervenção estar céptico em relação ao futuro. As razões do meu cepticismo, se não foram inteiramente explicitadas suponho terem sido, ao menos, suficientemente indiciadas. Mas, há ainda uma última razão para o meu cepticismo. Talvez até nem seja uma razão e seja mais um estado de espírito que releva da cultura dos *media* no meu País.

Há dias assisti a um programa de entretenimento curioso, numa estação privada, no qual um político que habitualmente comenta futebol se fazia passar por chefe da oposição, um líder sindicalista por primeiro ministro e os directores dos principais jornais portugueses, e os de maior credibilidade, bem como outros conhecidos jornalistas,

aceitavam comentar notícias forjadas, algumas das quais de péssimo gosto, como aquela que dava conta de um grave acidente de um membro do governo. As reacções ao programa foram tão violentas, que logo no dia seguinte houve uma debandada de muitos dos protagonistas e foi necessário reformular o elenco. O facto, porém, é que quem depois veio dizer que não sabia ao que ia esteve lá e, seguramente, não foi de olhos fechados.

Não serão estes os sinais do tempo?

GALICIA, *TELÉPOLIS*: REDES E INTERCULTURALIDADE

Margarita Ledo Andión

O meu amigo Jorge Campos, xornalista e profesor portugués, aplicou a lucidez na análise da situación da televisión pública en Portugal e do que a televisión pública significa para unha sociedade. E fronte ó pesimismo da intelixencia eu vou contrapoñe-lo optimismo da vontade. Voume deixar levar un bocado nas alas da hipótese, seguindo a Dziga Vertov e a grande época en que empeza a sociedade da comunicación de masas, ben diferente do que é a sociedade da información; seguindo aqueles anos vinte, os das grandes transformacións, entre elas o sentido do espacio público e do receptor como persoa activa, persoa que intervén a cultura do cotián en tanto participa e modifica o que se lle oferta a través dos medios de comunicación. Unha persoa moi diferente do usuario interactivo que agora mesmo se nos presenta e, en parte, se nos demanda que sexamos.

Voume referir de contado a un debate que aínda se mantén aberto. A palabra debate leva implícito o sentido do imperfecto, e, polo tanto, é unha palabra que me gusta. Porque se debate cando algo non está pechado, cando algo pode ser transformado, e cando poden aparecer novas variantes que amplíen a súa significación ou mesmo fagan xirar determinados eixes que ata un momento concreto dominaban a visión panorámica da comunicación e da información.

Durante a década dos oitenta a noción “Europa” foi sendo representada por tódolos países, con tódalas culturas, dende toda a diversidade e tódalas diferencias de intereses cruzados que ese nome implica. Pero mentres se falaba de cultura Europa deixouse levar pola idea da desregulamentación, as cartas marcábanse a favor das grandes

alianzas do capital financeiro e dos oligopolios da industria electrónica, e empezou un rápido proceso de lexitimación desta nova situación que, baixo unha filosofía neoliberal, lle outorga ó mercado a capacidade de reorganización total. Todo se puxo polo tanto en función do mercado, as relacións sociais quedaban baixo a dominante do mercado, o pensamento quedaba baixo a dominante do mercado e aquela formulación que máis nos afecta do pensamento, a política, tamén quedaba baixo a dominante do mercado. E apareceron as primeiras medidas, as primeiras directivas comunitarias por exemplo a prol da liberalización das telecomunicacións, en función das empresas de infraestructuras, á marxe dese cidadán europeo que se pretendía empezar a definir dende a área pública.

Mais en cada situación non opera só aquilo que parece hexemónico. Cando nin unha década pasou, nos mesmos escenarios aparece e prende unha dúbida sobre as vantaxes, mesmo económicas, que a desregulamentación virá significar para Europa de maneira inmediata. Aparece, así, como conflito, a defensa, a protección da industria, en concreto da industria do audiovisual europea fronte á penetración absoluta dese espazo multívoco europeo por parte da industria audiovisual norteamericana, que dende o ano 82, liderada politicamente polo goberno Reagan, acollérase ó neoliberalismo como bandeira para facerse co que supoñía ía ser -e niso acertou- o sector máis dinámico e un dos máis significativo da economía mundial.

Neste conflito e aínda que o mercado segue sendo un factor obviamente de primeira magnitude, xa se poden avaliar como se produciron determinados procesos de concentración, acordos e fusións, pero, sobre todo, a entrada dos distribuidores no ámbito dos contidos. É dicir, os que posúen as redes entran na produción de contidos, artéllanse unha serie de operacións que poñen en contacto os produtores audiovisuais tradicionais, mesmo os estudos de Hollywood, cos fabricantes de electrónica de consumo, con editores de prensa e cunha serie de axentes que antes interviñan independentemente uns dos outros e na medida que isto se vai producindo tamén se van sopeando os resultados dende condicionantes de tempo e de lugar.

Condicionantes de tempo e de lugar que, como escoitabades onte, van significar para Europa que en moi pouco tempo se quintupliquen as horas de programación nas televisións e se duplique o número de postos de traballo que neste momento están ligados á industria da comunicación e da información. Non se enganaron os deseñadores das políticas audiovisuais e das políticas de telecomunicacións cando dixeron que ían ser realmente os nós estratéxicos do futuro. Mais ó mesmo tempo xorde, sobre todo a nivel das institucións europeas, unha liña crítica fronte a esta dominante coñecida xa como a lóxica das telecomunicacións. Pensade que todo isto que levamos falado quere dicir que as diversas alianzas se fan para domina-las infraestructuras e que tanto distribución como contidos están xa funcionando nas mans das industrias de infraestructuras en convivencia co poder político e cunha influencia inmediata que ninguén cuestiona.

Diciamos que fronte á lóxica das comunicacións nas propias institucións europeas comezouse a formula-la lóxica dos contidos. E este feito indícanos que existe un certo consenso xeral de que o único ben escaso do panorama actual son os contidos e

que é nos contidos onde cómpre baterse pola Europa multicultural e do cidadán. Porque neste momento hai un auténtico déficit arrodeando as industrias de producións e de difusión, os contidos acollen unha significación de tal calibre que fai que se fale en termos dicotómicos dunha lóxica fronte da outra lóxica. E iso é bo. Cito, como exemplo, só representantes das institucións europeas, cito a Elena Vaz da Silva, unha eurodiputada portuguesa, que facía un tipo de apreciación, moi interesante para nós, diferenciando a sociedade de información e maila “inforoute”, ficando esta para o concepto americano da velocidade de acceso e utilización de datos, para a lóxica das telecomunicacións, mentres sociedade da información sería un concepto europeo na medida en que lle dea prioridade ós aspectos sociais e culturais, ó acceso universal, á calidade e á diversidade dos produtos ademais de contemplar como un dos seus puntos centrais o dereito moral do autor.

Está recollendo, Elena Vaz da Silva, parte daqueles principios que nos identifican como sociedades democráticas e como sociedades participativas, parte daqueles principios cos que se identificou a modernidade, cando os homes –as mulleres non– accedían ó voto, querían intervir na política e como parte dun colectivo empezaban a declararse dereitos dos chamados universais, o dereito á educación libre e gratuíta, a asentar principios que viñan da Ilustración e que despois se van desenvolvendo a medida que se van debatendo, construindo e creando os perfís diversos da representatividade ata se converter en dereitos xerais. Mesmo a día de hoxe, cando se fala de redes ou produtos audiovisuais, un dos puntos que máis veces escoitades é isto do “acceso universal” e, polo tanto, gratuíta cando se enfrontan as dúas lóxicas, a lóxica do mercado e a lóxica de entender que temos diante bens que comportan en si un valor cultural e que, sobre todo, nos obrigan a pensar.

Vou seguir con citas de mulleres –quizais estamos nun intre en que o sentido crítico se nos agudiza por acumulación de situacións– para contrapoñe-las teses de se un fax é un filme, como expresaba no Forum do Instituto Europeo para os Media, celebrado en Amsterdam no 96, unha representante do Consello Superior do Audiovisual francés. É dicir, se o que conta é a nosa terminal, a lóxica da velocidade de circulación e que o sistema funcione sen que importe o produto, obviamente estase tratando co mesmo baremo un fax e un filme. O primeiro que temos, pois, que dirimir é se lle outorgámo-lo mesmo rango cultural, e polo tanto social, a un filme e a un fax, a algo exclusivamente operativo e funcional e polo xeral interpersoal como un fax, ou se os diferenciamos como categorías cualitativamente distintas e os situamos nunha e noutra beira da división entre a “inforoute” e maila sociedade da información. O simple paso desta división para a conciencia xeral indícanos que avanza a crítica da fetichización do mercado como núcleo organizador e da lóxica das telecomunicacións como un absoluto que pon ó seu servizo todo o que son leis, gobernos e mesmo, no concreto, produción e distribución.

Dende o noso propio panorama e dende a nosa propia adhesión a países non dominantes, no noso caso o factor de identidade xoga moito á hora de defender unha política audiovisual dun tipo ou doutro. Seguindo agora coas declaracións do director adxunto da compañía de radio televisión do Eire, en Irlanda, nos oitenta coidamos que a

política europea viña determinada polo desenvolvemento das canles de difusión, e agora comprobamos que a multiplicación desas canles non trouxo variedade de productos nin de ofertas para o cidadán. Fago un inciso para advertirvos que cada vez que escoitedes a inclusión do termo cidadán pensades que é un dos indicativos que está separando a nosa consideración de simples usuarios dunha terminal dentro da casa para reclamar de nós que nós pensemos como parte activa dunha colectividade. Que pensades que nos últimos anos, a causa dun fenómeno relativamente recente, a terminoloxía transformouse, e que saibades que nos debemos preocupar cando as palabras mudan o seu significado nun espacio de tempo moi curto, cando as mesmas palabras pasan a expresar cousas diferentes, e pasan, deste xeito, a amplia-lo seu campo de acción e de sentido. Nos últimos anos tráese cara á escena pública o termo cidadán, o problema de se un fax é igual que un filme, o problema dos contidos e de que tipo de contidos, que categorías de contidos, e cales son aqueles contidos que obviamente forman parte dese sentido da sociedade da información como un concepto que une e que abrangue os aspectos sociais e culturais e a partir deles subliña a necesidade de redefini-la televisión pública.

A televisión pública, que durante os oitenta quedou, como dixo Jorge Campos, varrida da escena polas privadas e por un modelo de contidos e un modelo de intervención da propia televisión no panorama xeral da información e da comunicación deseñada polas privadas, retómase como unha necesidade e aparecen informes moi recentes que ademais a sitúan como elemento central do que vai se-lo multimedia. E non vos cito ningunha fonte sospeitosa, cítovos un informe do devandito Instituto Europeo para os Media, que reúne un número importante de empresas de comunicación de tamaño pequeno e mediano e con elas define os obxectivos das súas investigacións. Claro, no IEM non están os grupos transnacionais pero están grupos moi significativos, por exemplo o grupo de Pinto Balsemao ou PRYSA, grupos moi significativos a nivel dos nomeados “pequenos países”.

Neses informes remárcase que a televisión pública en Europa, pola súa propia orixe non comercial, conta con dous tipos de capital. Os arquivos por unha banda, que van ser fundamentais para os catálogos e para a industria de contidos e os seus profesionais –e se despois continuamos vendo o documentario de Jorge Campos ides atopar moitas cuñas con memoria, porque os arquivos queren dicir sempre memoria– e como se pon en movemento un equipo de profesionais.

Non hai neste momento na Europa das televisións quen teña un capital humano como o das televisións públicas. Outra cousa é que o saiban actualizar, darlle responsabilidades e dinamizalo ou, ó contrario, que o poñan en función do criterio de “estrela” das privadas ou a cumprir tarefas subalternas. Pero as televisións públicas van xogar un papel fundamental, teñen dous capitais que neste momento obviamente non teñen as televisións privadas e, polo tanto, se fan medra-la aposta en creatividade, se fan investimentos tecnolóxicos e se se preocupan de organiza-los aspectos empresariais, de competir, de experimentar programas e de desenvolver liñas de servicios que van ser tamén unha das saídas do multimedia, como xa está facendo, por exemplo, a BBC, non teñen por que autoinmolarse ou por que ser conducidas á privatización.

E que non nos sigan vendendo o conto de que mudaron tanto as tornas, de que a competitividade é tan feroz, que teñen que segui-los modelos tele-lixo, conseguir audiencia a calquera prezo e situarse no camiño da dobre conversión: a do espectador en usuario e a do usuario nesa especie de persoa que por ollar lle engade valor a un produto en orixe practicamente sen custo, un produto que se vai revalorizando na medida en que vai pasando por redes de distribución e que, na fin, pon outra vez no seu sitio ó usuario, no lugar do consumidor.

Dalgunha maneira parece que o único que nos queda é repensa-lo noso papel no proceso de recepción igual que antes, na filosofía clásica, tiñamos que analizarnos segundo o noso papel persoal ou colectivo no proceso de produción. A nós tocábanos exportar sempre capital humano, monetario, de recursos e agora o primeiro xa nin o podemos facer por razóns obviamente de peche de portas empresariais, non de fronteiras. Non se pode emigrar. Tocante ó segundo, os capitais xa están todos fóra a través das redes. Caixa Galicia na Bolsa de Tokyo. E os recursos fanse cada vez máis escasos ó non entrar no sistema de produción. O noso papel, de retorno á sociedade da información, é o de repensar que tipo de receptores queremos ser; se queremos ser un receptor individual colado á súa terminal e, aínda que virtualmente abríndose a posibilidades moi diversas, na realidade afondando a súa resistencia ó aburrimiento con xogos e modos de se entreter porque non ten quen lle permita traballar no espacio exterior, ou ser un receptor-explorador, con sentido do tempo de seu para causas inútiles porque é, tamén, como suxeito colectivo, un traballador. Eu sigo pensando, e sobre todo dende o que dixon Vicente Verdú, que se está traballando en Europa unha media de cincuenta e sete horas semanais cando deberíamos traballar trinta ou vintecinco ou ó mellor menos para conseguir ser cidadáns. Pensade no valor do tempo para que os animais exploradores se foran transformando ata ser humanos. Porque colgado da súa terminal o mono ía seguir sen saír da sabana e sen ter que incorporarse para ver ó lonxe. Se tiveramos tempo para repensar, discutir, experimentar e explorar novos ámbitos, como o das redes, seguramente non nos conducirían cara á sala de estar.

Porque se as horas que investimos en traballo van aumentando e estamos, practicamente, nas condicións do inicio da segunda revolución industrial, isto quere dicir que estamos atados cada vez máis ó consumo de tempo. E antes as cousas non aconteceron así. Antes da “era dixital” calquera electrodoméstico –agora o ordenador é un electrodoméstico– significaba, sobre todo para a muller, aforro de tempo. A lavadora, un dos primeiros, ponse no lugar principal da casa porque te libera de andar todo día coas pezas de roupa de toda a familia, e xa non digamos cando empezan a aparecer os lavavaixelas, que, en principio, non che importa que che borren a decoración do prato, porque cocen as pezas que se lle meten dentro, pero polo menos concédénche tamén tempo. Neste momento pasa todo o contrario, un electrodoméstico máis róbache tempo, e tamén é a primeira vez que isto acontece: a introducción no fogar dun elemento que che vai roubar tempo e que llelo vai roubar ás mulleres, por suposto, vainas meter máis na casa como colectivo, sobre todo porque fóra xa non teñen acceso ó traballo. Fálase moito e hai estudos sobre o futuro traballo no fogar, sobre a deslocalización que converte a túa casa no lugar que ocupas na produción, da posible feminización

das novas tecnoloxías como tele-traballo, unha feminización perigosa que está sendo acompañada por unha política de retorno a esa outra gran dicotomía do público e do privado, forzando outra vez as mulleres para o espacio privado, manipulando de novo a súa capacidade de reprodución como unha necesidade de realización, planeando regalías –axudas á familia– se quedas na casa..., non me quero meter por aí porque non é o tema, aínda que a paixón me puidera levar agora por eses vieiros tan convencionais.

Así, ese novo electrodoméstico, que pode feminizarse, pódete converter en usuario dunha oferta completamente aleatoria porque tampouco tes muito máis que facer. Oficialmente es un desempleado, te-lo tempo todo para empregar probando determinados usos e para, ademais, converterte nesa mostra-tipo de usuarios en observación, sobre o que o sistema non sabe ben como actuar. É dicir, outra das grandes incógnitas de todas estas formulacións é, por unha banda, o control de acceso –se xeral ou filtrado–, e, por outra banda, facilitarlle ó usuario toda a relación coa súa terminal. Fácil uso, enrolado e sen ter –muito– que gastar. Existen verdadeiras obsesións, auténticas carreiras por quen coñece antes como se comporta a nivel de arquetipo o usuario, porque iso permitiralle obviamente establecerse cun tipo de aplicacións que pasarán inmediatamente a ser de consumo xeral.

Este papel de usuario, que obviamente está na lóxica da “inforoute”, contraponse ó papel de cidadán, que se segue pensando como parte dun espacio público e como parte dun colectivo, contraponse a seguir pensando que obviamente as formas medias de comunicación non engloban sempre os usos dos medios materiais, evítanos arrenda-los medios materiais, mesmo as tecnoloxías do tipo de significación que teñen os produtos que consumimos. Non é o mesmo consumir un filme na casa que ir ver ese filme a un cinema, non é o mesmo ir a un cinema comercial que ver ese filme nun debate dun auditorio do tipo que eran os antigos cineclubs. É tamén está a nosa escolla e é a nosa posibilidade e a nosa riqueza de relación como colectivo –e non estou negando que vexámo-lo filme na casa–, quero dicir que o propio contido non se pode arrendar nin se pode segregarse dos lugares, dos condicionantes de tempo e de lugar, dos propios soportes e dos propios medios “naturais” de acceso. Por outra banda, pensade que se a min me vai preocupar esta segunda parte de uso social dos contidos, e polo tanto tamén do control das distancias sociais impulsadas polas tecnoloxías, e da regulación desde intereses colectivos, regulación que non exclúe, necesariamente, intereses de grupos que poden ser comerciais ou mesmo intereses individuais. E se me preocupa o uso regulado das tecnoloxías estoume a situar dentro de tendencias críticas na economía de comunicación e sobre os estudos dos medios, que nos advirten que a nosa comprensión, a comprensión que temos do mundo e a nosa habilidade para transformar, neste sentido, o mundo, vén determinada polo modo en que se estructure o acceso e o control deses medios de comunicación.

Arredor da “inforoute” existe outro fetiche ou outra idea moi xeral que nos fai crer que o acceso é simple e non é caro. Pode ser simple, segundo se mire, e pode ser barato segundo se mire, e ademais pode estar controlado por nós. Andamos nesta primeira fase

da relación, que non pasa de ser unha fase de taberna. E en vez de chegar e pedir un bocadillo de luras como se facía no bar Coruña hai vinte anos, pomes un botón e o que se pide é unha información reducida e que adoito saíu noutros soportes do teu propio contorno, coma o xornal, ou utilizas a terminal como posto de correo. É curioso ve-los usos da Internet. Demandamos información que sae por outros medios e que normalmente se incorpora ás redes –páxinas de *El País* ou de *La Voz*–. Todo máis rápido e máis resumido. Outros servicios como tele-compra seguen sen callar. Non mercamos a través das redes e polo tanto neste sentido non se transformaron os hábitos. Seguimos saíndo, a pesar de ser máis incómodo, busca-lo queixo e o quilo de patacas. Algo, do programa, debe andar a fallar.

Pero se ampliámo-lo horizonte da nosa propia vida un pouco, só con abri-las marxes chegamos a eses conflitos en aberto nos que xa podemos esculca-lo afán por controla-los contidos, dunha banda, e de controlar puntos neuráxicos das infraestructuras e das redes, pola outra. Ese control é o que curiosamente a Europa gobernada pola Social Democracia nunca expón nos seus programas políticos, entrar de cheo a analiza-lo corazón do control das infraestructuras e de establecer medidas políticas consensuadas ou negociadas entre eses sectores privados que seguen mantendo o dominio sobre os puntos neuráxicos, sobre as conexións, no sentido relacional, o que implica para o concepto europeo de sociedade da información. Coloquémonos no eido do audiovisual. Durante os anos oitenta tódalas directivas europeas e tódalas direccións xerais falaban da necesidade de ser competitivos, da necesidade de facer películas, de reforza-la industria do audiovisual, da necesidade de coproducir, da necesidade de crear un mercado interno europeo e de facer productos para este mercado interno, de botar fóra o sobexo pailán fronte ó cinema de repertorio americano.

De entrada, e como cada un producía na súa casa e tiña a súa pequena rede, e non saía desa pequena rede de exhibición ou de difusión, créanse fórmulas fantásticas que vós coñecedes –e tamén coñecede-los resultados fantásticos que houbo–, fórmulas fantásticas que eran por acumulación: coller un produtor dun país, actores doutro, un director dun terceiro, un guionista dun cuarto e aí tiñámo-lo que ía se-lo grande produto intereuropeo a enfrontarse á maquinaria Hollywood. Pero desta maquinaria o perigo non era tanto o incerto da criatura que fora saír da súa produción senón que os que controlaban as redes de distribución desa produción estaban vinculadas coas grandes maquinarias da industria americana. Aínda así fixéronse estes experimentos fantásticos cuns investimentos financeiros importantes e, porque era un programa que se facía en aberto, non ocultou as súas dúbidas. Coido que iso é o que nos salvou. Os productos, infumables, conseguiron para si a denominación de orixe “europudin”.

“Europudin”, un produto que se fai de restos, non se identifica, un pudín é algo que só ten o nome para identificalo, podes ter calquera sorpresa, hai unha especie de li-game, que neste caso non pasaría de se-lo celuloide da película supoño, hai unha especie de li-game dunha serie de productos que vas metendo, e hai marabillas supoño, pero

que nunca sabes a que vai saber. A cor é moi variable, e a forma é a única que, máis ou menos, está dicindo que tes diante un pudín. Pero fixo abrolla-lo mea culpa e isto é importantísimo -claro que eu falo sempre interesadamente e é como temos que falar cando pensamos nestas historias-, fixo nacer unha reflexión coido que moi sincera, dicindo: ollo, imos facer un pouco de memoria, o que nos representa a nós na industria do audiovisual do pasado son, curiosamente, as cinematografías nacionais, o neorealismo italiano, a Nouvelle Vague, autores escandinavos coas marcas fondas da súa cultura, caso de Dreyer ou de Bergman. Sempre se recorría a Bergman e hoxe podemos engadir a Manuel de Oliveira para os máis máis arriscados ¿non si? No pasado, como mercado, o cinema europeo como competitivo é a existencia dun *star system* de seu, as Sofías Lorens, o Marcello, incluso o Alain Delon. Cine competitivo e a través de produtos que teñen á vista un referente de culturas nacionais. O paso que seguiu foi a frase, abríndose a tódolas hipóteses, da “Europa mosaico de linguas e culturas”. Unha frase de emerxencia, pero unha frase sincera, é dicir: imos proba-lo único que, neste intre, temos como diferente e ímolo probar nun momento en que as circunstancias nos favorecen, cando cae a identificación de Estado-nación e cando se abren formas de institucionalización política moi diversas e en panoramas próximos, dende Estados federais ou, no requinte español, Estados plurinacionais, e ofertas englobadas en programas electorais como a creación dun Parlamento en Escocia no momento en que gañe o Partido Laborista en GB. En Escocia non saíu un só deputado conservador, tampouco en Gales e xa se inicia o proceso constituínte dun Parlamento nacional.

Sucede, entón, que esta Europa, mosaico de linguas e culturas, converte a identidade nun valor de cambio. Por primeira vez a identidade pasa a ter directamente un valor de mercado. Vaise pagar pola identidade e isto, evidentemente, en situacións como a nosa, interesa desenvolve-lo e reinvestilo no artellamento da industria audiovisual. É mellor que, definitivamente, para mata-lo tempo, non utilicémo-la televisión senón cousas que nos divirten máis e que forman parte do noso ritual do cotián, que andemos en vivo polas festas que temos, pola morea de corpiños, de milagres e de espacios de lecer diversos. A televisión, para mata-lo tempo, é unha frase de Berlusconi feita á medida para a súa oferta de carta postal e de corrupción.

O único capital que teñen os países pequenos, chamados así sobre todo porque hai un mercado interior reducido e porque, no paradigma clásico, o audiovisual e as telecomunicacións teñen tamén un desenvolvemento cativo, o único capital que teñen, diciamos, é a invención, é o imaxinario, é a capacidade de crear mundos coa bagaxe da súa expresión. E para facer rendible este capital os países pequenos teñen que reclamar para si unha intervención da política pública que favoreza a materialidade da súa cultura nos produtos da industria audiovisual.

Xorden, pois, nos últimos tempos unha restra de variantes que se cruzan nun panorama moi móbil e moi interesante. Quero dicir que nunca neste sentido temos por que darnos por vencidos, endexamais temos que crer que as cousas van ser como hoxe nos

están dicindo que están sendo, porque o que se está constantemente realizando é un tipo de publicitación dos fenómenos como desexan que acaben por ser aqueles que controlan a construción da realidade dese fenómeno. Vós mesmos, se atendedes á discusión da lei do fútbol polas diferentes canles de televisión, á parte de convertelo no principal problema da nosa vida nos últimos meses -aquí só hai o problema das plataformas e das alianzas para as plataformas-, transfórmase nun problema practicamente de dereitos humanos como o da extinción de toda África. Eu creo que, ademais, meten África nos circuitos cando teñen que gañar tempo para ver como darlle unha voltiña á construción do problema e á presentación dese problema, iso o que nos ten é que manter alerta dicindo, “ben, é un panorama moi móbil e é un panorama moi mórbido, un panorama en que se pode intervir, no que hai que esixir políticas globais que harmonicen as outras políticas concretiñas que foron establecendo, sobre todo dende os intereses do mercado, que haxa unha harmonización e, cando digo harmonización, que haxa a localización das contradicións dunha política xeral con determinadas políticas concretas e que obviamente tamén nos permitan, igual que si podemos barallar fronte a “inforoutes” sociedade de información e empezar a ver que este é un concepto que vén dun debate e que ademais lle incorpora unha consideración cultural e social, e que a nós nos interesa esa.

Tamén temos que empezar a enfronta-lo termo globalización co termo mundialización. Imos falar da mundialización en plan cultural e da globalización en plan económico. Mentres esa barbaridade moi difícil de pronunciar que é “glocal”, unha especie de gargarexo, –“glocal” invéntano os xaponeses- para dicirnos, traballas no teu país porque a min me ben mellor, pero despois a rede de capital financeiro e a transmutación do produto é global, é algo conceptualmente económico, podemos írmonos a termos como interculturalidade, como multiculturalidade, como mundialización da cultura que xa non é “glocal”. Evitade, mesmo para non caer na trampa a través de como nomeámo-las cousas, o termo global, incluso para discutir. Eu arrodeo e onde só existía a lóxica económica pode haber outra lóxica social e cultural que fai moi difícil que se siga mantendo a lexitimidade só da primeira lóxica. A súa credibilidade decaeu en moitos lugares condicionada por fenómenos diversos e para nós, no momento de facernos visibles, é de importancia vital.

Vouvos dar un novo punto de reflexión, e cando digo así pensade que estou falando, tal e como dixen ó comezo, en termos moi hipotéticos pero con categorías que andan, é dicir, que se rozan ou entran en relación con outras posibilidades e que, polo tanto, poderán conducirnos a unha conclusión ou a outra segundo escollas que imos facer, en grande parte, nós. Pódese demostrar con citas como as que vos dixen e con outras moitas que están aparecendo a cotío, como se anda a falar do colectivo en tanto garantía do persoal, empézase a falar de que só se realmente se regula o dereito de acceso se pode contempla-lo ámbito doutras posibilidades de tipo persoal, ou, de non facerse así, as segundas comerán e varrerán do mapa ás primeiras. Empézase a falar outra vez de que o colectivo é o cadro xeral do individual, vólvese falar do termo cultura,

que desaparecera das discusións no matrimonio díxitos/telecomunicacións, e vólvese falar de cultura tamén como un activo económico, vólvese falar de identidade, e vólvese falar, unindo identidade con pluralismo, con democracia, e con diversidade. Obviamente, segundo quen sexan os actores hai un interese de fondo, pode haber un interese de dominante económica e pode haber tamén de repente ese caos lingüístico en que empezan a escoitarse case como se quixeran dici-lo mesmo “minoría”, “cultura minoritaria”, “etnia”, “pequeno país”, “nación sen estado”. É dicir, hai unha serie de palabras que se van intercambiando segundo os contextos e segundo quen as diga, e este exercicio é moi indicativo.

Eu, por exemplo, que estou moi apegada ó territorio, tan apegada que incluso a *Galicia Telépolis* case a penso máis vinculada á idea da cidade das rías –unha idea dos anos sesenta, moi suxestiva–, que non a eses piares metafóricos e fantásticos polos que te convertes pasivamente nun xerador de valor ó ve-la televisión, que é a *Telépolis* presentada por Echevarría.

Eu, que son un animal moi de territorio, cada vez que escoitaba o termo multiculturalidade por foros e debates, descodificábao segundo as miñas referencias culturais como fai todo o mundo e, tamén pola miña experiencia persoal, sempre o descodifiquei, pois, en relación cunha dobre categoría. A primeira é a que se define no contexto das relacións sociais, pero manteño que esta categoría leva incorporada a subxectividade, polo tanto sempre é persoal e xogan nela os teus intereses máis cás túas necesidades, ou penso que deben xogar máis os teus intereses cás túas necesidades. Eu escoitaba o termo multiculturalidade e dicía magnífico, estamos indo por un camiño dereitiño, en toda Europa fálase, por fin, de multiculturalidade. Para min consistía en trasladala situación do Estado español ó resto de Europa. Eu cando escoitaba a palabra multiculturalidade pensaba, e penso, na cultura española, vasca, catalana e galega ata que me decatou que isto é así acó, nas nosas coordenadas de tempo, de lugar e de historia, pero que por Europa adiante a verba “multiculturalidade” está ligada de maneira sobranceira a un fenómeno social importantísimo, o das migracións, Europa cruzada con asentamentos caribeños, hindús, africaners, pero que obviamente nesa categoría non entrámo-los asentamentos galegos que facemos as nosas festas de lacón con grelos nos Centro societarios de Xenebra, de Zürich ou Lausana.

As coordenadas, a historia e o modo de emprega-la palabra é, xa que logo, moi diferente, o que nos obriga a ver que neste contorno tan idílico que ó principio vos presenteí, como en tódolos eidos, ás veces movémonos cunha torpeza absoluta. Teño que confesar que eu son zoupona, quero dicir que tropezo na mesma pedra infinidade de veces, téño case coma un mérito, encántame tropezar outra vez co mesmo problema, e co mesmo problema sen resolver. Mais neste contorno o que si aparece por primeira vez en calquera das súas variantes é esta noción de identidade como aplicable a calquera das situacións diversas coas que nos poidamos atopar.

Adoito fálase en dereitos culturais pero o que simplemente se está esixindo é un espacio para tódalas diferencias. A miña dúbida é se estaríamos interesados en

relacionarnos co exterior como multiculturais, no sentido de que se nos deixe un anaco, un gueto para manifestarnos e acabo por crer que nos interesa máis, dende a noción de país, a relación intercultural. E isto é así porque a interculturalidade significa que te relacionas con algo porque é diferente a ti e porque só se produce coa acción de relacionarte. É dicir, non ten nada que ver con que che deixen un espacio para toca-la gaita ou con que exista ou non unha comunidade cigana en Galicia. Galicia, coma calquera outro, é un país multicultural no cadro dunha referencia xeral que é o que entendemos a nivel máis abstracto por Cultura galega como unha construción dunha comunidade na historia, unha construción que lle permite relacionarse co contorno e aproveita-lo contorno, que lle permite a comunicación e entenderse a través da lingua-xe e que lle permite lexitimarse nunha serie de referentes de valor e crea-las regras que a constitúen como sociedade e como tal cultura.

Eu coido, así mesmo, que o que nos interesa neste sentido é máis desenvolve-lo concepto colectivo de interculturalidade e non prendemos á definición que transcriben moitas veces os estudos académicos como algo que depende da interacción persoal. O punto de vista dende o que eu vos estou falando fai que a interculturalidade me interese como parte dun proceso colectivo e identitario, un proceso no que entrar en relación co outro ten, así mesmo, outra dimensión insubstituíble: o outro e nós mesmos non existiremos como algo obxectivo e pechado senón que existimos xusto no momento da interrelación, en que entramos en contacto, polo tanto é unha das expresións comunicativas per se, na que se crea unha nova relación dialéctica que se está transformando constantemente.

Neste sentido as redes permiten a interculturalidade, diráseme. E pode ser verdade. Estamos, polo tanto, nun momento en que as tecnoloxías e o uso das mesmas poden contribuír no reforzo das identidades igual que as producións dun ben que se converteu en estratéxico e que abrangue contidos audiovisuais, canles públicas ou privadas, áreas xeolingüísticas ou culturais de distribución e, ás veces, mitos que axudan a que o desexo forme parte da memoria e da acción son parte dun sistema de cultura nacional: o caso do celtismo percorrendo toda a “Renacementa”, a xeración das Irmandades, a Galicia do alén e, agora, a industria musical. E, ás veces, estas construcións son recoñecidas como de interese para a política cultural europea e cada vez préstaselle máis atención ó papel que desempeñan as canles públicas de televisión. Os casos máis significativos xa non son difíciles de localizar.

Por exemplo, agora os franceses van salva-la canle Arte e isto ocorre porque gañou unha coalición progresista, a “esquerda plural”, co ollo posto na política cultural. Sensibilidade para salvar Arte e que, por veces, mesmo se pode traducir en fondos económicos: nós agora, dende a Facultade de Ciencias da Información, fixémoslle unha proposta de pescuda á Comisión Europea, un plan de investigación que inclúe unha aplicación e unha acción intercultural, coa Bretaña e con Gales, con dous países moi semellantes morfoloxicamente a nós mais con formas institucionais moi diferentes e cun

reflexo desta institucionalización moi diferente nas súas propias televisións. Como sabedes, nós temos aquí unha televisión pública cun estatuto aprobado polo Parlamento autonómico e cos seus propios fondos de financiamento, en grande parte dende o orzamento xeral, coa súa propia programación, mentres que na Bretaña francesa teñen unha situación neste sentido moi recuada, parella ó que sería o circuíto rexional de Televisión Española en Galicia, France Ouest, un circuíto cunha programación que denominan “de proximidade”, moi reducida en número de horas, e practicamente insignificante en idioma bretón. Gales, pola contra, presenta un cadro moi particular e tamén moi diferente pois que a televisión pública en galés foi resultado da presión do movemento de base, cultural e político, aínda sen institucionalizar, un pouco como se acó fose a Mesa pola Normalización Lingüística quen conseguise a televisión en galego. De certo que nada, a nivel de contidos de produción ou de representación, sería igual. Esta televisión en Gales ten que creala, no 1982, o propio Parlamento inglés por razóns políticas e foi apoiada, ademais, profesionalmente, tecnicamente e a nivel de contidos pola propia BBC. A televisión do País de Gales deveu, así, no paradigma dunha televisión dun pequeno país que exporta a sesenta e dous países do mundo. E demostrou que en moi pouco tempo, cun departamento de márketing e comercial fantástico que usufructúa dende a propia BBC, cunha tradición de dramáticos que aproveitou ó cento por cento -e moito antes de que o conseguira TV3 coas súas teleseries-, foi capaz de exporta-los seus produtos e, canda eles, coloca-la imaxe da televisión como imaxe do propio país, caso que, obviamente, non ten que ver con nós nin co caso bretón.

Ben, estes tres casos, estas tres televisións con tres departamentos universitarios e co apoio da Comisión Europea, primeiro van facer unha especie de informe en profundidade e prospectivo do estado da industria audiovisual en cada un dos países e activar un espacio de intercambio de experiencia e de producións entre as televisións dos tres países. Todo isto mandámolo dende acó a Bruxelas e concedéronnolo, pero o máis asombroso, á parte de que nolo concedan -sempre dan moi pouco diñeiro e tamén a proposta era comedida-, é unha frase que eu non vou esquecer nunca e que dixo unha das responsables, a señora Olga Profili, no intre de lle dar entrada á documentación: “alédame que chegue unha proposta desde Galicia, chegan máis dun cento dende Cataluña por este mesmo tema...”. Creo que di moito de nós este tipo de observación.

Porque poida que o fax non sexa cousa nosa, poida que nunca entremos a controla-la industria de loxiciais nin a de electrónica de consumo, poida que o noso estea na parabólica Televés, que non é pouco, como tampouco é pouco convencernos de que existe algo que se move arredor da creación.

E cando falo de creación cultural falo de calquera tipo, non teñen por que ser só o que chamamos ficción, falo, por exemplo, de documental, e falo de calquera soporte, non ten por que ser libro nin ser película, pode se-lo CD, que é moito máis barato e que ademais non pesa nas viaxes e permite un tipo de intervención moi persoal. Temos un capital que ninguén pode utilizar no noso lugar e que se nós non utilizamos obviamente non

conseguiremos, de ningunha maneira, non só facernos visibles senón obviamente conseguir estruturar e darlle unha certa cohesión á produción e á industria audiovisual en Galicia. É dicir, as grandes intencións e o grande soporte institucional que hai para a produción audiovisual -onte Francisco Campos falaba de que se están financiando cinco propostas, cinco películas- non serve absolutamente se non saben obviamente ese valor engadido que permite unha determinada cultura, se non sabe converterse, digamos, no Neorealismo italiano ou no cinema de Bergman ou nun cinema de autor moi enraizado, e sobre todo non vai conseguir, que é outro dos fenómenos galegos, un circuíto de distribución.

Ata hoxe a produción galega do audiovisual en gran parte foi encargo institucional directo e non se realizou con parámetros de mercado -nin identitarios, nin como representación-. Gozou, iso si, da seguridade do parado, do silencio do pobre. Por maior abastanza, nada se distribúe fóra de Galicia e a penas se pensan proxectos que poidan facerse dende posicións interculturais como o son, ás veces, as coproduccións. E para iniciar este vieiro cómpre que diferenciémo-lo fax do filme. A min quen venda o fax realmente non me interesa tanto saber quen é se sei que, por mor de factores que me son externos, vou ser sempre un consumidor dese aparello. Querería que fose operativo, que me sirva para xerar riqueza e que non estorbe a industria galega. Pero o filme, como a fala, ninguén o poderá facer sen min.

A INDUSTRIA DA COMUNICACIÓN E A CULTURA NA SOCIEDADE

Juan Ramón Díaz

Os organizadores desta primavera cita profesional foron ó gran e titularon con exemplificante espírito evanxélico o ciclo que hoxe tratamos. Axexan moitos, e algúns xa albiscan, entre as penumbras das pesadas polémicas dixitais, unhas futuras Factorías da Comunicación, especie de grandes superficies comerciais, na súa maior parte instaladas alén dos mares, como antano, onde igual se destripaba unha balea que se afanaba o gran de café “O Farruco”. Na actualidade non teremos máis remedio que incluír esa próxima Factoría no famoso e discutido plan Sogama, para que leve os residuos tóxicos que, sen dúbida, vai producir. Sen embargo, a min gustaríame que esas “factorías” se trocasen, polo menos, en refinerías, nas cales se separasen as impurezas que acostuman acompañar ós produtos da comunicación e se fabricase un produto elaborado convenientemente útil para a sociedade.

Pero, no medio desta plausible mentira, é verdade que, por agora, estamos ás portas dunha xigantesca factoría, gran supermercado “multimedia”, pola que ha saí-lo alimento cultural que nos manterá en pé non se sabe cantos lustros e que fará florecer unha longa controversia sobre as vantaxes e inconvenientes da súa dimensión.

INTERPRETACIÓN ECONOMICISTA DA CULTURA

En principio, a “factorización” que se aveciña non parece que vaia poñer en perigo a cultura, entendida como conxunto de coñecementos humanos, científicos, literarios

e artísticos, se ben é certo que, na fase actual de cimentación do edificio comunicativo á que asistimos, os promotores están máis pendentes de buscar apoios, de enumerar-las características dos novos “media” e de calcular-las parámetros financeiros e de beneficio da singular operación, que de determinar-las efectos sociais que as chemineas da industria van producir. En todo caso, dirán algúns, esa é tarefa dos políticos. Varios deles fixeron xa a súa declaración de intencións, subliñando a interpretación economicista da cultura, como unha industria, e como un valor clave para o desenvolvemento xeral da sociedade, e insistindo en que o mellor vehículo é o audiovisual. Choca, sen embargo, esta preocupación pola cultura, con certos esquecementos ó desenvolvemento das comunicacións nas rexións europeas. Un espazo autonómico necesita apoios comunicativos en prol do seu idioma, cultura e forma de goberno. Outra cousa é como se articule o seu funcionamento para non caer en competencias desleais e monopolios.

A primeira sorpresa que produce a contemplación dos planos desa factoría que estamos a construír é que existen tecnoloxías emerxentes, é dicir, novos “media”, descoñecidos para a xeneralidade do público: telefonía, multimedia, bases de datos, videotexto, redes mundiais, etc. Incluso hai unha deformación entre os futuros empregados, naturalmente temporais, da factoría, que cando se refiren a un multimedia pretenden falar dunha empresa que dispón de periódico, radio e televisión por separado, cando en realidade se trata de unilo todo e ofrecelo por un só soporte e, polo tanto, xunto. O manexo desas modernas ferramentas de traballo supón o cultivo de novos coñecementos humanos e técnicos, o que vai supoñer unha mellora das facultades intelectuais dos actores, nunha clara evolución cultural.

A APARENTE CONTRADICCIÓN “GLOBAL-LOCAL”

Nesa factoría vanse concentrar tódolos puntos de produción do novo ámbito comunicativo, pero tamén é verdade que os puntos de emisión se van multiplicar. Escoltei a varios colegas referirse con temor ás repercusións que estas transformacións tecnolóxicas van ter para a cultura, especialmente para as culturas minoritarias, incluso, como a galega, con inequívocos signos de identidade. O catedrático Miquel de Moragas, que é catalán, defende, e eu tamén, que a dobre e simultánea tendencia “global-local” da comunicación moderna favorece a aparente contradicción da supervivencia das identidades culturais de alcance territorial e de mercado, máis reducidas, e, ó mesmo tempo, a súa adaptación -non necesariamente a súa asimilación- ás formas culturais mundialmente hexemónicas.

Dito isto, en célebre retrouso que copio do presidente da Xunta, tampouco se trata de “macdonalzar” as periferias, ofrecéndolles pan e hamburguesas ó gusto culinario de cada territorio. Isto é: con patacas da Limia e pementos de Padrón, que é como se resolven, ata agora, os afáns expansionistas cara ás autonomías dalgúns “mass media” de ámbito estatal.

En países con máis experiencia ca nós nesta arquitectura das factorías, comprobouse que as diversas culturas locais acaban negociando as súas propias formas coas que se imponen ás xigantescas industrias das culturas hexemónicas. A “orografía electrónica” acabou coas distancias físicas e permítelles ós grupos relacionarse entre si, nun novo fraccionamento da audiencia, que pasa de ser “sociedade de masas” a sociedade de intercomunicación de grupos ou individuos, como se está empezando a ver nas universidades, bancos, fundacións, etc.

Din os filósofos da cultura que “cultura non é soamente o creado ou transformado, senón tamén o acto da transformación”.

Así pois, a factoría xa é cultura, aínda que este obxecto cultural non fose transformado polo espírito.

Os seguidores da Escola de Frankfurt non estarían de acordo co que acabo de expresar porque consideraban unha herexía a intrusión da técnica no mundo da cultura e condenaban a comunicación e a cultura de masas porque o seu proceso de elaboración e distribución vai en detrimento dunha certa concepción sacralizadora da arte e da cultura clásicas.

A CULTURA DO ENTRETENIMENTO E O “OCIO”

Dende a aparición, con denominación de orixe, da “industria cultural” a comezos dos anos 60, pasando pola chamada “sociedade da información” da década posterior, ou a “industria da dominación”, ata as nosas factorías, ese gran conxunto da cultura nos “media” levou sempre uns vagóns que algúns, por intencionada omisión, non citan. Refírome á cultura, e recalco a sabendas o da cultura, do entretemento e do ocio.

A proximidade das entidades financeiras ó edificio da factoría non achega bos augurios, porque é coñecida a súa avaricia e o seu desmesurado interese polo beneficio. Coido que xurdirán moitos problemas de falta de ética cando a actual manipulación argumental que se practica nos “media” lles ceda paso ás estratexias comerciais do márketing para defenderse da competencia. Tampouco é moi axeitado subscribir, sen máis, a aseveración de que os clásicos e veteranos editores internacionais de prensa escrita teñan dereito de pernada no suculento banquete que ofrece o comedor das factorías. Os mellores comensais hanse atopar entre os expertos en telecomunicación, disciplina que ata hai pouco só servía para arranxar aparellos de VHF e para cubrir prazas vacantes na Armada, e que agora cobrou o vigor que lle correspondía. Tamén teñen acceso ó novo menú os profesionais máis creativos, que será a materia crucial neste período infolítico que nos toca vivir.

Nestes momentos existe unha inxente cantidade de información nas redes mundiais, onde é máis doado perde-lo rumbo ó inicia-la navegación. Por iso requírense técnicos que han seleccionar, valorar, contextualizar e dar calidade a ese océano informativo para que o usuario, en vez de “deixar de pensar”, “pense cada vez máis”.

É vital, pois, a formación dos que teñan a responsabilidade de usar e dirixi-los contidos desa inmensa maquinaria electrónica que vai dar paso a unha “sociedade de especialistas”. É no marco académico onde debe fomentarse un achegamento entre os expertos da cultura e os da comunicación, para definir métodos, códigos e sistemas.

RISCOS PARA A PRENSA ESCRITA

¿E que ocorrería coa prensa e a radio, de aquí a uns anos? Na miña opinión, os maiores riscos serán para a prensa escrita, porque a radio adaptárase moito mellor á competencia “multimedia”. Unha gran parte da prensa española atópase atrapada nas redes dunha recente renovación tecnolóxica, especialmente nas súas seccións de talleres e produción. A pesar do paulatino descenso dos tipos de xuro, as reservas económicas non lles permiten afrontar, en xeral, os riscos financeiros de novas incursións no seu sector. De feito, as novidades en canto a sinxelos “correos electrónicos” para propiciar, simplemente, o diálogo cos seus lectores, cóntanse cos dedos dunha man. Á prensa escrita favoreceralle ese binomio ó que me refería antes de “global-local” no sentido de que se concentrarán en espazos informativos curtos, rexionais, provinciais ou locais. A loita será, xa o é, moi dura e algúns rotativos perecerán no camiño.

Os novos produtos que figuran na multicolor mostra da factoría levan aparelado un maior custo para o usuario. Aínda que agora esteamos en momentos de subscricións gratuítas, o pagamento vaise impoñer. Isto non creo que sexa prexudicial para a cultura, que sempre custou diñeiro ós seus seguidores. Pero si espero que o recadador non só sexa un, como na célebre concesión das televisións privadas, senón que poidamos elixir libremente, como vostedes escolleron hoxe este salón de actos para escoitar estas ideas miñas sobre o que pode se-lo departamento de cultura da nova factoría-refinería.

A TELEVISIÓN DIXITAL QUE VÉN

Pedro Pérez

Momento excepcionalmente histórico que van vivi-los medios nos próximos meses e indubidablemente nos próximos anos. Eu creo que este si é un foro de reflexión a diferencia, pois, doutros foros, case mercados ou lugares de encontros que tivemos ultimamente, onde ninguén escoita ó outro e onde todo o mundo intenta impor sen razoer unha serie de cuestións, sen entrar no que eu creo que está pasando ou polo menos en dous aspectos que me parece importante que aquí dalgunha maneira debullemos: que ofrece cada un, que pretende cada un cambiar con respecto ó que hai, con respecto a este momento, con respecto á sociedade.

Se imos a un mundo multimedia para que a agrupación de distintas empresas ou profesionais que operan no campo dos medios, ben na radio, na prensa escrita, na televisión, sexa unha concentración de poder para anular calquera outra iniciativa en calquera dos outros campos, indubidablemente é unha perniciosa utilización do que chamámo-la concentración ou a existencia de grandes grupos ou alianzas globais, palabra que a partir de agora vostedes escoitarán moito. Eu creo que hai que ir ó multimedia pero que non hai que ir precisamente para ver se conseguimos monstros, adeptos que necesariamente consuman os nosos produtos nas súas diferentes variantes, que recademos moito, fagamos máis poderosos os nosos medios e afundámo-la posible competencia. Este modelo é tremendamente perigoso e anulador do que no futuro podería ser

unha pluralidade de ideas e dende logo unha pluralidade de culturas. Eu creo que nese multimedia cada un ten que te-lo seu xogo, ninguén debe estar asustado, especialmente o pequeno. Tanto no mundo do cine, na televisión coma na radio o talento, os pequenos grupos, os que son capaces de capta-lo que se chama, por exemplo no cine, paquete dun director, un guionista, uns actores, unha idea en definitiva, sempre poderán ser postos ó servizo dun gran grupo sen que teña que ser anulada a creación ou creatividade de quen ten esa idea. Isto é aplicable, exactamente, tamén na prensa, na radio, na televisión. Benvidos sexan os grandes grupos, benvidas sexan as alianzas globais, sempre e cando o fin sexa o que neste momento estou dicindo.

Voume concentrar en explica-lo que pretende un presidente dunha compañía que se chama Vía Digital, que foi chamado para pór en marcha un proxecto que se pretende que sexa revolucionario. Para explicar un pouco a diferenza da nosa oferta sobre a que hai agora ou as que veñan no futuro temos que sinalar que aquí se dixo que polos medios ou polo consumo vaise pagar, e, en efecto, no futuro, aínda convivindo coa televisión aberta, que seguirá vendendo espazos publicitarios ás casas comerciais, haberá outra televisión que venderá programas ou canles ós fogares ou ós abonados, e polo tanto pagarase pola televisión.

Hai distintas teorías sobre en canto tempo madurará o mercado e en canto tempo se logrará unha penetración masiva da televisión de pagamento de maneira xeneralizada. Falan algúns de vinte anos, outros de dez anos, outros de cinco anos, eu son dos optimistas e dos que cren que depende da acción humana, neste caso de como o fagamos para que a penetración sexa máis agresiva ou máis vexetativa. Non fai falta dicírle-lo que significou, e voules poñer dous exemplos, o ingreso dos españois das distintas comunidades, persoas próximas a vostedes ou a min, na telefonía móbil, e recordarán vostedes que hai moi pouco tempo, tres anos, catro anos, seguro que algún dos presentes ou algún amigo dos presentes militaba belixerantemente en contra do teléfono móbil e era capaz de dicir: “endexamais na miña vida terei un teléfono móbil”. Seguro que vostedes neste momento recordan a xente que puido dicir esa frase, e se lle pediamos explicacións ou se o mirabamos dunha maneira máis ou menos atónita, esa persoa estaba disposta a argumentar: “é que me priva de liberdade, tenme localizable e eu non quero entrar nunca niso”. Se lle preguntamos a esa persoa, que agora ten un teléfono móbil, probablemente porque llo regalaron, é capaz de dici-lo contrario: “teño un teléfono móbil porque con el gañei liberdade”. Eu creo que non era certo nin o primeiro nin o segundo, nin perdía liberdade nin gañaba liberdade; ten un teléfono móbil na maioría dos casos por unha política de márketing e de prezos, de subvención de prezos. Vostedes recordan que un teléfono móbil chegou a custar cincocentas e pico mil pesetas na primeira etapa e neste momento compran unha camisa e regálanche dous teléfonos móbiles.

Aí houbo unha política comercial determinada para que os españois dos distintos sitios acabaran tendo un aparelloño maléfico e, en razón da súa necesidade, apetencia ou

incontinencia verbal, acabaran levando a conta ó final do mes probablemente por riba do que inicialmente desexaban. Pero foise a unha política que foi distinta á outra de dicir “ben, pois a telefonía móbil crecerá, dunha maneira ou doutra”. Hai outro exemplo, no ano 83 os expertos dunha compañía fabulosa que se chama Apple Macintosh intentaron loitar contra alguén que estaba profundamente instalado no mundo da informática, como era o gran xigante IBM, esta compañía des prezaba calquera competidor que intentara facerlle sombra nese mercado que tiña practicamente cativo; ademais, dalgunha maneira eu penso que antipática para o usuario, porque se querías te-lo seu ordenador, nada menos que IBM, tiñas que pasar polas súas condicións e emprega-la informática da maneira que lla presentabas. De repente, apareceron uns homes cunha campaña tremendamente agresiva, que de maneira amigable meteron nos fogares ou nas oficinas un aparelleño, que che din que non necesitas saber informática para poder empregalo, e comézase a falar das vendas e do ratiño, do rato que, neste momento, xa non se fala do animalíño, e métese uns iconos que fan moi doado entrar nese tipo de informática, baixo o lema do ordenador persoal, termo cunado dende entón, e facendo que a xente poida entrar na informática sen necesidade non de sabela, senón de non aprendela nun futuro. E IBM, como saben vostedes, tivo que correr detrás coa lingua fóra, para poder sumarse a algo que fora unha entrada amigable, que trocaba as vidas de moitas familias ou empresas, que neste caso querían ingresar na informática dese xeito.

Nós queremos estar ou entrar na televisión de pagamento dese xeito, cun primeiro condicionante negativo de que neste momento en España a televisión de pagamento ten unha imaxe determinada. Perdoen vostedes que insista na televisión de pagamento e fale menos de satélite ou de cable, pero o de menos é a vía de acceso ós fogares, nós tentamos unha oferta neste momento pola vía do satélite pero complementarase nun tempo relativamente curto por outra oferta de cable. Ó noso entender, o desenvolvemento da televisión de pagamento en España, polo feito de realizarse precisamente en réxime de monopolio, fixo que os españois que quixeron abonarse a esa oferta recibiran moi pouco por moitos cartos, salvo nun país do mundo que é Francia, que en definitiva é a nai de Canal Plus España, en ningún país do mundo se entendería que por tres mil seiscentas pesetas recibiras tan só unha canle de televisión. Nós, neste caso, ante eses catorce, quince millóns de fogares, imos darlle a volta ó argumento. Un millón catrocentos mil entraron na televisión de pagamento, un grande éxito comercial e empresarial para Canal Plus, pero nós dámoslle a volta e dicimos que hai doce ou trece millóns que nunca decidirán estar na televisión de pagamento de Canal Plus e aí temos un caldo de cultivo, no mellor sentido da palabra, ó que referir ou indicar, ou dirixir unha oferta totalmente distinta á que ata agora se presentou. Nós xa o dixemos, por activa e por pasiva, que sairemos comercialmente cunha oferta que, por coherencia co que dixen anteriormente, pretende presentar algo moito máis plural, como son trinta e cinco canles por un prezo moi reducido de dúas mil quiñentas pesetas con IVE incluído. A partir de aí haberá todo tipo de consumos desexados porque haberá limitacións ou autolimitacións para o que non queira consumir máis ca iso, no que se chaman canles *premium* e outro tipo de fórmulas. Eu comezaba a aterrarme cando o

anterior interviniente falaba do seu diálogo tecnolóxico co ordenador, eu teño visto xa ata un descodificador onde o mando a distancia por unha banda é un simple mando e por outra banda e un teclado de ordenador, e con ese descodificador, que é un ordenador persoal máis que un descodificador, na pantalla recibes por unha banda Internet –saiban vostedes que xa hai desenvolvementos da NTT xaponesa, por exemplo, cos que se pode recibi-lo sinal de Internet vía satélite trinta veces máis rápido do que se recibe hoxe por teléfono– e por outra pódense recibir programas de televisión e cargar outro tipo de programas informáticos, e con todo isto empezar a xogar e entrar en interconexións. O que vén é pavoroso, e indubidablemente a xente ten que dalgunha maneira ingresar nesta televisión. Imos, polo tanto, intentar que ingresen nesta nova fórmula dunha maneira barata –perdoen vostedes ás veces críticanme esa verba pero eu prefiro dicila así–, tentando dar e xogando coas marxes, co que conseguiremos un gran número de abonados e, polo tanto, estaremos presentes en moitos lugares.

Eu non quero facer demagogia, pero si quero dicir dúas cousas, só estaría xustifico que alguén coma min defendese a partir de agora a televisión de pagamento se o que ofrecemos nesa televisión de pagamento fose algo que agora xa se obtén gratis. Sería ridículo que nós, neste caso, o codificasemos e cobrasemos con iso, iso poderíase chamar estafa, fraude ou, en definitiva, xogar coas consciencias e as vontades dos futuros abonados. Polo tanto, para min é regra de ouro que a televisión de pagamento debe ser algo máis do que hai neste momento no mercado na televisión aberta e pode perfectamente convivir con esa televisión; e a televisión de pagamento, e non quero ser populista, debe conseguir acceder a un gran número de fogares e que a barreira non sexa a capacidade adquisitiva das persoas, a barreira disuasoria, senón que alguén elixa ver un programa non porque poida pagalo ou non poida pagalo e polo tanto teña que deixalo de ver, senón porque simplemente lle apeteza ver ese programa ou prefira ver outro. A min, por moi barato que me poñan unha corrida de touros nunca a verei, por exemplo, e sen embargo por unha película determinada que si me apetece ver si estaría disposto a pagar, pero unha pequena cantidade para que a barreira disuasoria non sexa o prezo.

Isto, insisto, é unha teoría profundamente dispar, que neste momento é presentada dunha maneira irada, e estou convencido de que ante todo o que vén aquí estase acusando moito do regulamentismo que un goberno intenta impor en asuntos que ás veces se poden frivolar; o fútbol non é interese nacional, os descodificadores non son de interese nacional. Eu teño o pleno coñecemento de que se non se regula correctamente agora, no futuro arrepentiríamonos e dende logo pediríamos responsabilidades como cidadáns, responsabilidades políticas a quen non creou as condicións para que calquera en réxime de competencia e de igualdade de oportunidades puidese acceder a un negocio -xa veremos se é negocio- que vai cambiar moitas das pautas que neste momento se moven no mundo multitemático.

Estou convencido de que se recibise esa acusación, case seguro, e por outro lado se vostedes repasan as sesións parlamentarias do día a día, non digo xa as do Parlamento

dunha Comunidade Autónoma, as do Parlamento da Nación, ninguén se aterra porque se estea legislando e facendo normas que afecten incluso ás veces a determinadas parcelas ata territoriais e sectorialmente moi concretas dunha actividade económica, por exemplo, e tódolos días hai diferentes debates e tratamentos no Parlamento e noutros sitios para regular algo que simplemente permita que a sociedade se poida mover cunhas maiores garantías xurídicas, e aquí resulta que cando todos dicimos que se vai produci-la gran revolución, por sacar dúas normas no Parlamento, estamos dicindo que aquí se intenta frear unha actividade que alguén xa decidira exercer.

A competencia sempre será boa, e por outro lado paréceme que non é suficiente o argumento de dicir “eu xa sei face-la televisión de pagamento, levo seis anos facéndoa”. Normalmente sábea facer vostede porque foi o único que tivo ocasión de facela. Teño o trato cos clientes e o seu servicio e polo tanto eu viña primeiro e por iso quedo con esta parcela, porque quedar en solitario con esta parcela sería tremendamente perigoso, dende logo, para os medios de comunicación, e estou convencido de que tamén para os consumidores ó final, porque seguiría ocorrendo que pagarían o que se lles pedise e eles comprarían os programas, os produtos ou as canles dunha maneira non gratuita pero moi baixa porque serían os únicos provedores neste caso, ou os únicos clientes deses provedores.

Creemos, ademais, que temos unha novidade sobre a outra oferta que é tremendamente importante. Temos un socio cun 35%, que é Telefónica, que ten que baixar por lei ó 25%; dous socios co 25%: TVE e TELEVISIA; un socio co 5%, que é Recoletos; un socio co 4%, que é Tele Madrid; un socio co 2%, que é a TVG, e por aí vai baixando, pero eu a cada un dos socios considéroo con porcentaxe de control suficiente como para afectar ó futuro e ó desenvolvemento da nosa plataforma. Hai tres televisións autonómicas e fixémoslle-la invitación ás outras tres, e aquí está o director xeral da televisión catalana que sabe que enriba da mesa ten a nosa invitación e que dependerá deles incorporarse ou non, non de nós, porque a invitación téñena dende o primeiro día e mantémola, e ademais entendemos perfectamente que son decisións nas que se teñen que meditar moitas cousas para acertar en algo, que insisto, vai conforma-lo futuro dos medios a nivel autonómico e a nivel nacional, pero a presenza desas ofertas de televisións autonómicas, como a presenza doutros medios, de radio que aquí se falou antes, ou de prensa escrita, ós que tamén lles vai afecta-lo “futuro dixital”, eu creo que é tremendamente enriquecedora se entendémo-la nosa compañía Vía Digital como unha autoestrada ou como un *carrier* no que se impoñen determinadas regras para que poidan circular determinados produtos de cada un dos socios ou de socios vindeiros no futuro ou de provedores que están fóra da propia plataforma, e paréceme tremendamente interesante que unha televisión que ata agora restrinxiu o seu ámbito por razón da lei, da terceira canle á Comunidade Autónoma, poida presentar unha oferta que inicialmente se vaia ver en todo o territorio nacional e que nun futuro moi próximo se poida ver noutros lugares de Europa ou en zonas de influencia e, especialmente, en Latinoamérica. Non fai falta dicirlles a vostedes o que pode significar unha oferta ben presentada den-

de unha plataforma como a que nós pensamos montar en territorios dixitais “latinoamericanos”. Eu creo que actualmente nese mundo global de alianzas que se van realizando, cada vez é máis restrinxido e competitivo o mundo da telefonía básica e cada vez vai máis derivando cara ó mundo dos contidos e por iso se van producindo esas alianzas multimedias. Indubidablemente, se sabemos presentar convenientemente unha oferta, poderemos presentar un bloque competidor tamén do poderosísimo mundo anglosaxón que ata agora liderou como oferta básica de produción, feita sobre todo dende Los Ángeles ou dende Hollywood. Ó final, nós poñémo-lo mercado e outros están poñendo os contidos, e eu creo que é un momento en que os que poñémo-lo mercado deberíamos polo menos compartir tamén a produción, o inicio dos proxectos á hora de ver onde nacen ou onde se fan.

Creo que vai ser tremendamente interesante que cidadáns de Valencia, pero non galegos que vivan en Valencia, que por suposto terán interese por ve-la televisión que se está facendo aquí, transgredan o prohibido, que é esa barreira xeográfica, e vexan que tipo de televisión se pode ofrecer dende aquí. Paréceme plural e positivo en si mesmo, pero en definitiva con estas liñas o que pretendía era incitar en parte, entrar moi pouquiño nesa loita dixital que dentro de moi pouco tempo será un feito do pasado, que saiban vostedes que aquí estamos poñendo en xogo moito. Ás veces non dicímo-lo que estamos poñendo en xogo, confundímo-la paisaxe, as árbores non deixan ver exactamente o que vén no futuro, e o futuro que vén é absolutamente revolucionario e neste momento témo-la vantaxe de que o estamos iniciando ó mesmo tempo ca outros países. Ninguén sabe nada de televisión dixital, nin en EE.UU., nin en Xapón, nin en Latinoamérica, nin en Francia, nin en Alemaña. O que máis vantaxe nos leva lévanos dous anos, que, como poden imaxinar vostedes, nesta carreira de fondo practicamente non é tempo. Imos te-la vantaxe de que nós debemos actuar como fixeron sempre os xaponeses, copia-lo que mellor se fixo ata agora, facer un atallo e ir ó final collendo o mellor modelo. Neste momento nós estamos nesa situación, empézase esta etapa e o único que pido é que ningún nos confundamos porque ás veces estase exercendo demasiada creación de bruma sobre o que ó final son os intereses duns e doutros. Todos eles lexítimos, uns máis defendibles ca outros.

OS CONTIDOS NAS FACTORÍAS DO FUTURO

José Luis Gómez

Eu non elixín este título para esta conferencia, pero se o fixera, alomenos conceptualmente, non o faría mellor. Por dúas razóns:

- Unha: Porque para que haxa futuro na comunicación ten que haber contidos e bos, pero para que haxa contidos ten que haber factorías e boas. De non ser así, volveríamos á incomunicación, mesmo no caso, polo demais dubidoso, de que fose posible a creación illada.
- Dúas: Porque o mero enunciado da dobre conferencia evoca o que está por vir, e mestura a ilusión dos creadores coa realidade dos seus patróns, camiño das *fábricas dos sonhos* das que se ten falado no marco do Consello da Cultura Galega, un dos marcos de liberdade cultural que nos permiten seguir adiante, facendo país.

¿E que mellor para facer país que crear riqueza da man da cultura, a cabalo da comunicación, abalándonos ó mesmo tempo na universalidade? Podería parecer que si, pero non estou soñando. O que digo é máis doado que desenvolver unha grande industria en calquera outro sector. Porque para sacar adiante un gran sector da comunicación en Galicia, coido que temos talento dabondo e mesmo *un grupo de comunicación privado*

capaz de encarar ese reto, con pouco que non se lle poñan atrancos. Porque o papel das Administracións públicas non debe pasar por utiliza-las axudas para intentar controla-los medios, senón por contribuír ó desenvolvemento eficaz das infraestructuras que precisa o sector; con criterio, con obxectividade e con transparencia. O resultado non será outro que máis emprego, máis riqueza e máis influencia en clave galega.

No Grupo Voz xa andamos neso, sen esquecer endexamais que a mellor receita para facelo é ter moi presente o que desexan os lectores, os radiooíntes ou os telespectadores; en xeral, os receptores das nosas mensaxes..., compartindo, sempre, a súa ética, que tamén eso é moi importante. Como di David Jones, o director de *The New York Times*, co tempo non se poden gañar lectores dándolles menos información en vez de máis. E, se se me permite, tamén faría miñas as súas verbas cando di que se cadra non son os lectores os que abandonan ós periódicos, senón que son máis ben os periódicos os que abandonan ós lectores.

Teríamos, xa que logo, que os periódicos informan daquilo que lles interesa ós lectores e que seguirán a face-lo mesmo no futuro. ¿Nada máis? Non. As formas cambiarán, están a cambiar xa. Entre outras cousas porque a concorrència coa radio e a televisión modificaron aspectos como a cor, a profusión de imaxes, a sinxeleza e a concisión na linguaxe. Ata a documentación, que era un privilexio, ata hai ben pouco, da prensa escrita, resulta que xa atopou ocos novos cun poder ilimitado: Internet e, en menor medida, o Teletexto.

Sen embargo, a historia recente déixanos claro que os medios audiovisuais non constitúen un competidor directo dos impresos, nin viceversa.

A industria da comunicación segue presentando boas oportunidades de negocio, xa que na nosa sociedade existe unha crecente demanda de información e de entretemento, na medida en que os cidadáns dispoñen cada vez de máis tempo libre e desexan coñecer mellor a actualidade.

Precisamente para satisfacer esta demanda, as empresas de comunicación preparan novas estratexias, sometidas permanentemente a revisión para adaptarse ó que desexan os receptores, os cidadáns que nos siguen.

O Grupo Voz, por falar do que tamén se me pide especificamente, ten tomada a opción de converterse en empresa multimedia, que conta con:

– Dous periódicos –pronto, posiblemente con máis–, dos que un deles, *La Voz de Galicia*, ten dezaseis edicións, e o outro, *La Voz de Baleares*, preséntase baixo a fórmula de tres periódicos nun: o de información xeral, o de deportes e o de ocio.

– Cunha cadea de radio, Radio Voz, operativa na maior parte das comunidades autónomas (Galicia, Madrid, Andalucía, Valencia, Baleares, Canarias, Castela-A Mancha, etcétera).

- Cunha productora de televisión que traballa en Galicia e fóra de Galicia (VÍdeoVoz).
- Cunha televisión local, a piques de empeza-la súa andaina (TeleVoz).
- Cunha axencia de noticias (Voz Noticias).
- Cunha empresa de resumos de prensa de toda España, a medida do cliente (Mensaxe XXI).
- Cun estudio de produción de radio, Estudio Voz.
- Cunha empresa de estudos sociolóxicos e de comunicación (Sondaxe).
- E, entre outras iniciativas, cunha participación nun grupo que explotará o cable (Grupocable).

Pero retomémo-lo fío dos contidos en xeral e o papel das factorías. Hoxe en día todo apunta a que a estrutura empresarial, técnica e mesmo política da industria da comunicación cambiará substancialmente nos próximos anos. E nós con ela.

O acceso á información será cada vez máis doado, máis económico e, polo tanto, máis xeneralizado. Nunha situación así, as diferencias xa non as marcarán unicamente as técnicas de mercado, nin os equipamentos, nin a eficacia dos departamentos de distribución, senón que o éxito parece que vai estar reservado a aquelas organizacións que presenten os mellores equipos de redacción, pensando en dar resposta ós retos de futuro, que non serán outros que os que definan os lectores. Sabendo que o dereito á información e a liberdade de expresión son dous principios esenciais da prensa libre, que é unha das institucións básicas do Estado de dereito. Tanto é así que non se pode falar de democracia en ausencia dunha prensa que non teña as garantías suficientes para desenvolve-lo seu labor.

E por fortuna para a democracia e, xa que logo, para todos, penso que a prensa escrita seguirá desenvolvendo un importante papel de mediación diante dunha sociedade cada vez máis plural, máis rica, máis crítica e máis libre. Abonda con observar, por exemplo, canto acontece no mundo cultural, no que os periódicos son un elemento dinámico e vertebrador. Do mesmo xeito que sucede noutros campos da comunicación.

¿Os contidos da Voz? Se se me permite, vou ser moi breve e esquemático, para non cansalos. Na miña opinión os contidos de *La Voz de Galicia* poden observarse desde unha triple perspectiva:

- en función da materia de que se informa
- en función do papel que desenvolve o xornalista
- e tamén en función da presentación.

As claves serían as seguintes:

1.– A actualidade, presidida sempre pola descrición dos feitos.

2.– A información interpretada, complementada con infografía, documentación e comentario de análise.

3.– A ordenación da información, agrupada en seccións, segundo criterios xeográficos e temáticos, primando, no primeiro caso, Galicia, e no segundo, a información de Sociedade, nun sentido amplo (cultura, deportes, comunicación, etcétera).

4.– O periodismo de investigación en busca de informacións non accesibles.

5.– A opinión segmentada por sectores e especialidades e tamén de análise, sempre baixo criterios de interpretación. Opinión, en definitiva, á maneira saxona, sen perder de vista o modelo norteamericano, que entre tódalas tradicións periodísticas democráticas é o que ten raíces máis profundas, como nos lembra o ensaísta e periodista Furio Colombo.

6.– E, por último, na Voz destacaríamo-la maior integración dos elementos de cada páxina: textos, imaxes e maquetación xa que, para nós, o deseño vai implícito na propia información.

En definitiva, o obxectivo de *La Voz de Galicia* como periódico é comunicar feitos, *coñecementos e opinións a un público heteroxéneo*. Tódalas claves pasan, pois, por unha *información veraz e o máis completa posible, interesante, actual e de alta calidade*, de xeito que axude ó lector a entende-la realidade e a forma-lo seu propio criterio.

Antes de rematar, permítanme que volva citar a Furio Colombo para invitalos a vostedes a que reflexionen sobre o seguinte. Di el que desde as súas orixes, o periodismo viuse ameazado e asediado por catro adversarios:

- a escaseza de fontes
- a forza do poder
- o risco da censura
- e o estado de ánimo da opinión pública.

Para que non digan que non me mollo, doulles a miña opinión moi brevemente e préstome ó debate.

Creo que en Galicia as fontes non fan moita ximnasia; coido que o poder ten demasiada forza; creo que non hai risco de censura, pero si de autocensura nos medios con contas de explotación pouco saneadas; e penso que o mellor que temos é o estado da opinión pública, o estado de todos vostedes.

