

# A industria do cine e o audiovisual: difusión e comercialización

Miguel Anxo Fernández

Compre lembrar previamente que camiñamos sobre un carreiro de grande incerteza. Son tales e tan rápidas as mudas no eido dixital, que tanto condicionan ao audiovisual, que especular a dez anos vista como se propoñen estas xornadas, pode resultar tempo perdido. En particular a Galicia, ao cabo o territorio que me toca analizar.

Compre tamén ter en consideración a dimensión demográfica do noso país, con 2.718.525 habitantes segundo o censo máis recente, repartidos entre 313 concellos, dos que 113 non chegan a 2.000 veciños, sendo o de Vigo o máis poboado con 292.817. Insisto niso porque calquera valoración cuantitativa en canto ás industrias culturais galegas, sobre todo no audiovisual en termos de rendibilidade, vai estar moi condicionada pola súa xeografía humana.

Casualmente, mentres preparaba esta intervención, déronse dúas circunstancias que, de algunha maneira, anticipáanse

desde este país como dúas balizas cara a ese horizonte de 2025.



Figura 1

Imos coa primeira: desde hoxe e ata o próximo xoves, estrease en Compostela unha nova iniciativa, o *Conecta Fiction* [Fig. 1], promovido pola Xunta de Galicia, o ICEX do Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, e máis a SGAE, anunciado como “o primeiro evento dedicado á coproducción de ficción televisiva (series e miniseries) entre Europa, América e Estados Unidos”, que busca “negociar e pechar acordos de coprodución coa finalidade de consolidarse como plataforma audiovisual para o talento, o financiamento e a produción”<sup>1</sup>.

A iniciativa pretende consolidarse desde Galicia, como a gran cita anual vinculada ao proceso previo á produción de contidos para televisión (actualmente o medio que lidera a demanda audiovisual en todo o mundo).

É nutrida a axenda anual de encontros e feiras para negociar produtos audiovisuais en todo o mundo, pero o

---

<sup>1</sup> Dossier de prensa

Conecta Fiction pretende detese nese importante paso previo dos proxectos, cando aínda son só ideas. Non lles vou abafar con cifras, pero haberá 350 profesionais acreditados nos numerosos eventos programados. Son dez os produtos seleccionados na procura de coprodución, xunto a outros cinco correspondentes ao *pitching* Laboratorio SGAE, que aspiran aos dous contratos que ofrecerán Movistar+ e máis a RTVE. Entre os quince aspirantes temos o proxecto *Una casa en amargura*, participado pola produtora galega Ficción asociada con Cuba.

Non está mal. Hai un proxecto galego metido aí, competindo a gran nivel con outros de varios países. Con todo, convén recordar que case 50 produtoras participan coas súas obras e proxectos no recente catálogo de Films from Galicia [Cadro 1], promovido pola Agadic con destino aos mercados internacionais.

Cadro 1

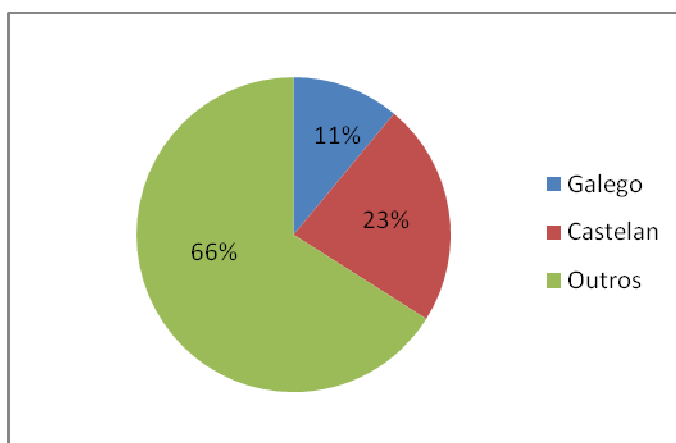
### Producción audiovisual galega 2016

2016	Producidos	En desenvolvemento e/ou preprodución
Longametraxes	13	10
Documentais	18	3
Animación	2	4
TVMovies/Teleseries	10	3
TV/Programas de entretenemento	7	
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>20</b>

Fonte: Films From Galicia 2016/Agadic

Imos coa segunda circunstancia: hai escasos días, a Academia Galega do Audiovisual concedía os seus premios Mariluz Morales, en homenaxe á intelectual e xornalista galega, muller pioneira da crítica cinematográfica en España na primeira metade do século XX. Un dos gañadores foi o ensaio “O galego no cinema galego”, obra de Brais Romero Suárez, no que verte un dato ben preocupante. Afirmar que temos *“un sector cinematográfico no que a lingua pesa moi pouco, sendo esquecida en máis da metade das producións rodadas entre o ano 2000 e 2015”*<sup>2</sup>. Susténtao cun cadro adoecido, extraído dos datos oficiais do Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA): o 66% deses filmes falan castelán e só o 23 %, galego [Gráfico 1]

Gráfico 1



Pero retrocedamos ao principio. A miña intervención deberá centrarse na difusión e a comercialización na

<sup>2</sup> Romero Suárez, Brais, “O galego no cinema galego”, inédito, 2017, 8.

industria do cine e o audiovisual en Galicia. Non son un experto en stricto senso, e non vou fartar con cantidades, estatísticas, parámetros e outras lérias técnicas que ao final embarullan o que entendo é unha das prioridades neste foro: a reflexión. O outro déixollo aos especialistas, moitos deles xa me precederon na xornada de hoxe e outros farano na de mañá. Pero cando fago referencia a cantidades, estatísticas, parámetros e outras lérias técnicas, é porque (e moito me temo que no 2025 seguiremos igual), faise moi laborioso e complexo cuantificar ao sector audiovisual galego, que, simplemente, aparenta caótico.

Certo que existen asociacións profesionais que agrupan a empresas, como a Asociación Galega de Produtoras Independentes, Agapi, ou o Cluster Audiovisual Galego, xunto a numerosos colectivos sectoriais, e mesmo a Academia Galega do Audiovisual, pero intentar achegarse con un mínimo rigor a un estado da cuestión audiovisual en Galicia, semella (permítaseme a expresión coloquial): de tolos. Sobre todo no tocante a número de empresas, actividade, volume de negocio, emprego... Case resulta contradictorio, pois somos un país pequeno, onde nos coñecemos todos e non debería converterse nun problema detectivesco.

Sálvase desta selva estatística, porque as súas cifras están sometidas a transparencia pública, a Televisión de Galicia,

da que sempre se dixo que é o motor audiovisual do país, pero que está a devecer en canto ao seu apoio ao cine e aos formatos alternativos optando máis polos contidos de entretemento e as teleseries [pode que de cara a ese horizonte do 2025 tamén cumpra unha reformulación do seu compromiso coa ficción e a creación audiovisual, pero iso agora non me corresponde falalo a min]. Tamén se salva a xestión do diñeiro público audiovisual da Xunta de Galicia a través da Axencia Galega de Industrias Culturais, Agadic, que nunca é suficiente pese a ir en aumento. En todo caso, as cifras da Televisión de Galicia e máis as de Agadic, sempre aportarán un mirada parcial e incompleta sobre o dinamismo do sector pese a súa forte dependencia de ambas institucións.

Pois como lles dicía, antes de reflexionar sobre a difusión e a comercialización co horizonte posto nese 2025, dos dous apuntamentos anotados ao comezo, deducimos que Galicia xa conta felizmente cunha infraestrutura homologable para eventos audiovisuais tipo Conecta Fiction, e con iso introduce no propio sector unha considerable dose de autoestima, pero ao mesmo tempo confírmase un síntoma alarmante: o audiovisual galego rexeita a súa propia lingua.

Así de rotundo.

Mal imos xa, e peor iremos no 2025, moito me temo, a non ser que afrontemos un plan de choque para o que, eu, persoalmente, recoñézome falto de ideas. Entre outras cousas porque os nosos axentes audiovisuais dan prioridade ao mercado por encima de calquera outra consideración, digamos que inmaterial, sentimental ou, falemos claro, de compromiso de país... O seu seica é un negocio, pois nin se senten unha ONG nin senten a necesidade de abrazarse á bandeira propia. Pode que sexa inxusto xeneralizar, pero unha gran maioría pensa así baixo a coartada de que son empresas, e fan negocios buscando rendibilidade económica, que visto así ten a súa lóxica.

E miren, o tema non é para tomar á lixeira. Nun contexto de globalización, dunha sociedade dixital no terceiro milenio ao que Galicia debe aspirar prioritariamente a non ser excluída, se falla a lingua deixamos de ser nós, non hai outra. Non levarei a miña intervención por ese carreiro, pero parafraseando ao astronauta Tom Hanks no filme *Apolo XIII*<sup>3</sup> cando fala con Houston, afirmo: “Galicia, temos un problema”.

Algo está a fallar e, créanme, reducir o problema á responsabilidade única das institucións e dos estímulos públicos, equivale á táctica do avestruz: agachar a cabeza e deixar o resto ao fresco...

---

<sup>3</sup> *Apollo XIII* (EE UU., Ron Howard, 1995).

Francamente sería un síntoma de rendición como país, chegar a 2025 coa produción audiovisual galega falando na chamada lingua franca en nome da globalización, pero por aí encarreamos, pois tal como afirmou moi recentemente a produtora Emma Lustres, na súa empresa Vaca Films, domiciliada na Coruña, a prioridade é clara: *“la primera liña de actuación, está formada por películas en inglés destinadas al mercado internacional con el objetivo de llegar a amplias audiencias”*<sup>4</sup>. Velaí o problema: as audiencias. Indispensables para garantir a rendibilidade económica dun produto, pois ao fin e ao cabo, falamos diso, de produtos... Vaca Films é a produtora líder en canto a cine en Galicia e unha das mellor consolidadas no panorama español, como tamén lidera na produción televisiva española, a galega Bambú Films, cunha década de traxectoria profesional e que nestes días está a gravar polas Rías Baixas a teleserie *Fariña* para Antena 3 Televisión. Dos responsables de Bambú e do seu equipo, a case totalidade galego, non coñezo manifestacións públicas a prol do uso da lingua de Rosalía, pero o seu histórico tampouco deixa dúbidas, gravan en castelán porque a súa cliente nesta serie é Antena 3 e, lícitamente, aspiran a un nicho no mercado global.

---

<sup>4</sup>Fontao, Ángela, *Faro de Vigo*. 29.02.2016



E non esquezamos que na lingua está o cerne da nosa identidade como país, como sociedade, como cultura. E o audiovisual claro que é entretemento, pero tamén deberá aspirar a un sinal diferencial. Niso son categórico: se as imaxes audiovisuais esquecen o galego, duramos como país diferenciado o que unha bolsa de *chuches* ás portas dun colexio...

E o máis sorprendente está en que a lingua é quizáis o primeiro valor diferencial. Hai moita demanda no mercado de produtos singulares nos que lingua, xunto coa paisaxe, e o conxunto no noso acervo, son, serían, valores á alza. Mírese cara a produción nórdica ou a dos países británicos e o seu entorno, por citar dous exemplos máis a man.

Abeiro o tema, pero velaí queda.

Afrontar a difusión e a comercialización do audiovisual, require deterse previamente nos grandes cambios que están a darse en todo o mundo, certamente impensables cando o presente milenio asomaba. Como a irrupción na produción de contidos audiovisuais de grandes compañías como Amazon, Google a través da súa filial YouTube, Facebook, e algunha outra. Empresas de streaming servidoras de contidos con tarifa plana como Netflix, HuluPlus, Movistar + e varias máis, que darán prioridade ao inglés a aos principais idiomas nacionais, o castelán entre eles pola forte

presión demográfica latina. Pero nese contexto, as linguas minorizadas terano moi complicado, agás ocasionais coxunturas.

Nesta liña de cambios espectaculares, anoten que o empresario chinés Wang Jianlin e o seu grupo Wanda, xa é o maior exhibidor de Europa con 7.600 pantallas (incluídas as máis de 500 de Cinesa, maioritaria en España, onde andamos polas 3.500<sup>5</sup>), ás que Jianlin suma as máis de 2.000 que posúe en China e as máis de 5.000 nos Estados Unidos. E medrando<sup>6</sup>...

Igualmente anótese que Hollywood mira cada vez con maior intensidade para Asia e o seu succulento pastel, sobre todo China, coa intención de establecer estratexias conxuntas que os collan ben colocados cando se produza unha liberalización daquel mercado. O propio Wang Jianlin mercou a comezos de 2016 o estudio de Hollywood, Legendary, e xa advirte que pronto irá a pola mítica Warner. Pero ademais, Spielberg e os seus socios cofundaron en 2012, Oriental DreamWorks, na que a matriz estadounidense DreamWorks xunto con Universal, aportan o 45% do capital<sup>7</sup>. Se lles anoto isto é para que asuman o contexto global no que terá que canear o audiovisual galego

---

<sup>5</sup> Segundo un estudio de 2016, promovido por AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), **o parque de cine en España é de 679**, cun número de pantallas sobre 3.500.

<sup>6</sup> <https://okdiario.com/economia/2016/05/26/wanda-quiere-comprar-distribuidora-cine-enrique-cerezo-700-millones-166202>

<sup>7</sup> O 55% restante é de China Media Capital, Shanghai Media Group e Shanghai Alliance Investment.

e, si, naturalmente, tamén o europeo... Por unha banda con un oligopolio de pantallas e con outra con produtoras multinacionais contra as que vai ser complicado, ou imposible, competir.

Pero regresemos á clave galega, ao apartado da difusión e ao que é o primeiro escaparate para o sector: a exhibición en pantalla grande e ao que lle pode agardar de cara ao 2025. Teñamos en conta que a primeira destinataria do audiovisual propio deberá ser a sociedade que o acolle. Primeiro como nutrinte cultural e despois para contribuír a fornecernos como país de seu. Despois ven o asalto aos mercados foráneos e os planes de internacionalización... Iso, despois, porque se o público galego responde con entusiasmo a un filme galego falado en castelán e faino con preguiza a ese mesmo filme falado en galego, algo non funciona.

Quen desexe achegarse á evolución histórica do sector da exhibición, teñen ao seu dispor os sucesivos informes bianuais que este Consello da Cultura Galega publica como *A Comunicación en Galicia*. Foi sector puxante na Galicia da primeira metade do século XX como no resto do estado español, e someteuse aos vaivéns e circunstancias das décadas posteriores. Pero actualmente está moi descompensado [Cadro 2].

## Cadro 2

## Salas de exhibición en Galicia. Maio, 2017

	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra	TOTAL
Concellos con salas de exhibición privadas	A Coruña (47) Carballo (5) Cee (3) Ferrol (2) Narón (12) Ribeira (3) Santiago (15)	Lugo (16) Monforte (3) Ribadeo (2) Viveiro (3)	A Rúa (1) Leiro (1) Ourense (8) Verín (1) Xinzo (1)	A Estrada (2) Caldas de Reis (2) Marín (1) Nigrán (1) Pontevedra (8) Vigo (33) Vilagarcía (7)	
Total	7 (87)	4 (24)	5 (12)	7 (54)	23 (177)
Concellos en Cinemas de Galicia (Agadic/Xunta de Galicia)*	Cariño Ortigueira Cedeira As Pontes	Foz	Celanova Allariz O Carballiño Verín	Bueu O Grove Sanxenxo Redondela	
	4	1	4	4	13 (13)
Total	11	5	9	11	36 (190)

\*Registradas/homologadas como salas de exhibición cinematográfica polo ICAA.

Só o 48% do censo galego ten acceso a unha sala comercial de cine, na súa grande parte nas provincias de A Coruña e Pontevedra, onde se concentra o 70% aproximado da súa poboación. Hai outro 47 % do censo total que non pode acceder a unha sala de cine no seu lugar de residencia [Gráfico 2]

### Espectadores das salas cinematográficas en Galicia

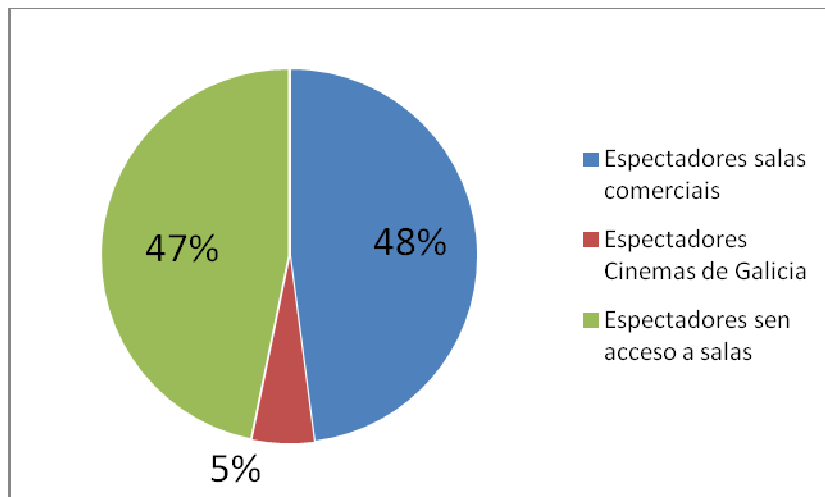


Gráfico 2

Resta un 5% que se beneficia dun plan de choque iniciado pola Axencia Galega de Industrias Culturais, Agadic, en novembro de 2014 co nome *Cinemas de Galicia*, consistente

en ofrecer cine semanal reaproveitando espazos públicos homologados na sección terceira, a de exhibidores, no Registro de Empresas Cinematográficas y Audiovisuales do ICAA [Cadro 3]. Poderían sumarse a rede de cine clubs agrupados na Federación de Cine Clubs de Galicia<sup>8</sup> que agrupa a unha ducia de colectivos, pero na súa grande parte teñen en núcleos con salas comerciais ou nas que xa opera Cinemas de Galicia. Igualmente a pantalla institucional do CGAI, na cidade da Coruña.



**Novembro 2014/Xuño 2017** Cadro 3

Concellos participantes	13
Habitantes	146.727*
Films galegos	60
Films alleos	30
Número de sesións	250

\*INE, 2016

Ao fío desta situación, anotemos a maiores que Galicia apenas aporta o 5% de pantallas ao parque español, polo que en termos relativos somos un país que incide case simbólicamente no balance de resultados dos grandes grupos exhibidores españois que operan entre nós (Cinesa e Yelmo, con varios complexos entre A Coruña, Vigo e Santiago), deixando a cota galega maioritaria á empresa

<sup>8</sup><http://feciga.org/Cineclubes/Pontevedra/index.html>

Galicine (con sete multisalas) e Ciproga (con cinco multisalas), reducindo os independentes ás empresas familiares que funcionan en vilas maioritariamente, e as representadas polos Multicines Norte en Vigo, Duplex en Ferrol, Foro Metropolitano en A Coruña, e a feliz singularidade da experiencia cooperativa Numax en Compostela, que ademais dunha sala e librería, ofrece tamén un laboratorio de gráfica e video, e unha distribuidora.

Un modelo, o de Numax, que pese a súa mocidade xa é un referente na cultura galega e de proporse evolucionar a franquicia, sería perfectamente asumible nos grandes núcleos de poboación galegos pola súa forte aposta polas imaxes alternativas e os cines minorizados. Un modelo polo que se aposta en Europa como resposta ao dominio audiovisual abusivo da gran industria, en especial a través do subprograma MEDIA do Programa Creativa promovido pola Comisión Europea, con liñas destinadas (e cito textualmente) “a formación, desarrollo, distribución, agentes de ventas, promoción (mercados y festivales) y redes de exhibidores”. Axudas ás que xa optaron, e seguen a facelo, empresas e profesionais galegos.

Traio agora as verbas de Almodóvar no recente festival de Cannes, como presidente do Xurado e a propósito da polémica con Netflix ao presentar dous filmes a concurso,

pero destinados a non ser exhibidos en salas: "*Yo defenderé siempre y mientras viva la capacidad de hipnosis de una gran pantalla (...). Creo firmemente en que la primera vez que se ve una película, la pantalla no puede ser parte del mobiliario*"<sup>9</sup>. Nesa resposta hai tamén implícita unha reacción da cultura fronte á industria e os grandes intereses en nome das novas tecnoloxías que dan prioridade ao consumo individualizado a través de numerosas modalidades. O mercado puro e duro, un mercado moi rendible.

E aí onde un país como o noso ten o principal risco de ser literalmente laminado.

Así pois, a difusión vincúlase ás pantallas, niso que algúns chaman *multipantallas* pola súa diversidade, por colectivas e individuais, e nunha orde por agora ben regulada polos Estados.

A prioritaria e inicial para a produción propia, estaría nas **pantallas grandes colectivas**, nas propias e nas foráneas, nas de Galicia, nas de España e nas do mundo, como de feito acontece de cando en vez con éxitos puntuais como o recente de *El desconocido*<sup>10</sup>, rodada e estreada en castelán, pero emitida en galego pola Televisión de Galicia,

---

<sup>9</sup><http://www.elmundo.es/cultura/2017/05/17/591c569ce5fdea376d8b4588.html>

<sup>10</sup> *El desconocido* (España, Dani de la Torre, 2015).

e sobre todo coa animación, o caso máis fresco, *Arrugas* <sup>11</sup>. Ambos filmes vendidos a varios países e *El desconocido* xa mercada por Hollywood para unha *remake* no que Liam Neesom substituirá a Luis Tosar.

Despois, as **plataformas de descargas legais**, que teñen no cine español as peores cifras de negocio. Outro tanto no soporte físico, **deuvedé** ou **bluray**, para o home cinema e con cifras de ventas risibles agás moi contadas excepcións.

Finalmente as **televisións** en función dos acordos previos de produción, acordos que condicionan a contrapartida económica a recibir, xeralmente a baixa e con contratos draconianos.

Claro que para difundir un produto faise necesario o recurso ao intermediario: o **distribuidor**.

Tamén historicamente, cando a etapa analóxica para entendernos, a da copia física, no século XX, Galicia dispuña dun amplo tecido distribuidor acorde coa ampla rede de salas espalladas polo país. Actualmente de todas elas, sobrevive a viguesa Baños Films con case 70 anos de historia, e convertida xa nunha intermediaria, no argot “axente” que, ocasionalmente, asume a distribución para salas de produto galego. Os seus clientes son o círculo periférico e os cineclubs, que traballan copias en soporte blu

---

<sup>11</sup>*Arrugas* (España, Ignacio Ferreras, 2011)



ray e moi illadamente, en arquivo DCP, para o que xa están equipadas as salas comerciais galegas.

Xunto a Baños Films, está Numax Distribución cunha liña moi valente e alternativa, apostando claramente por un cine singular, e que actualmente ten en catálogo seis filmes para os que dispón como clientes prioritarios no ameto galego as salas antes mencionadas alleas aos grandes circuitos, os cine clubs e os colectivos culturais. E a maiores unha pequena rede de salas con similares características a súa sala Numax, espalladas polo territorio español.

O Programa Media dispón de axudas e estímulos para estas labores de difusión, e a elas tamén recorren os profesionais galegos.

Imos rematando. A revolución dixital trouxo unha mudanza integral ao sector audiovisual, cambiou o negocio convencional ata un novo modelo de negocio, e aínda que o consumo tradicional de imaxes continuará existindo [lémbrese aos apocalípticos que fulminaron a pantalla grande coa chegada do VHS, o libro de papel coa chegada do e-book e a tablet, a revolución dos formatos tradicionais por causa do smarphone, a desaparición da propia televisión convencional...], pero certamente o sector audiovisual galego, que ten na Administración a un aliado e a un interlocutor firme, desde que en 1999 foi declarado

estratéxico polo pleno do Parlamento de Galicia, sacando adiante unha Lei do Audiovisual, enfróntase ao principal dos seus desafíos, unha mellora cualitativa da súa profesionalización e ao tempo (fago relato de urxencia):

- A necesidade dunha aposta forte pola singularidade cultural con todo o que iso representa, co idioma propio como parte irrenunciable.
- Novas formas de produción, distribución e difusión, na que sexa prioritario conectar coa sociedade que o acolle, polo de agora claramente de costas, posiblemente porque non conecta co que se lle ofrece. Pero ao tempo ser consciente de que o mercado propio non é suficiente para crear e amortizar industria.
- Axustarse aos nichos de mercado que van xurdindo dos novos modos e maneiras de consumo audiovisual, sobre todo por mor das novas tecnoloxías.
- Capacidade de procurar alianzas, tanto internas como externas, cara a facturar produtos máis competitivos para a súa internacionalización.

Se na miña visión de conxunto transmito unha certa mirada pesimista de cara a ese horizonte 2025, ben é certo que a evolución do propio consumidor rematará facilitando as cousas no tocante á lingua.

Explícome. Xustamente grazas as novas tecnoloxías, inxerir lendas nun produto audiovisual xa é rápido e relativamente barato. Medran as ofertas para o consumo dos filmes e produtos nas linguas orixinais, e mesmo a televisión xa da opcións a facelo. Outro tanto os soportes físicos para home cinema e as descargas legais. Xa é posible ir a un *multiplex* e ter sesións en V.O., como cada vez son máis as salas que ofertan todas as súas sesións na lingua orixinal (caso da Numax en Galicia ou o mencionado Centro Galego de Artes da Imaxe, CGAI).

Xa é cuestión do propio consumidor, que rematará acostumándose ás lendas e mesmo esixindo a oferta nas imaxes nas voces orixinais. Estou convencido de que no 2025, o audiovisual galego xa non terá tanto prexuízo para exportarse na nosa lingua, forzado polas propias circunstancias de mercado. A dobraxe xeneralizada debería ter as horas contadas.

Iso permíteme ser optimista.

E voules confesar un soño imposible. Faleilles nalgún momento de Amazon, de Google... Multinacionais que apostan claramente por diversificarse na produción audiovisual. Desde Galicia opera outra multinacional: Zara, coa súa sé central en Arteixo. Soño con erguerme un día e ler nun xornal ou no meu iPhone, que Zara da o salto á

producción audiovisual. Imaxinen o que iso sería para este país... Cunha cantidade risible, certamente, poderían facer de Galicia un país de imaxes.

Pero se non chegan a tanto, imaxinen que nas case 2.200 tendas que teñen por todo o mundo, houbera un recunchiño dedicado ao produto cultural galego: un filme, un libro, unha música, unha foto, unha pintura, un debuxo... O que iso faría por Galicia e pola súa cultura. Simplemente daríanos visibilidade, xustamente o que perderemos se non imos de fronte ao problema.

Remato cunha pequena homenaxe ao meu admirado Carlos Velo, aquel visionario que a comezos dos setenta, despois de estar ao tanto das novas tecnoloxías cando aínda eran embrión no exilio en México, e cando ninguén sabía de Internet, mesmo dos cedés, deixou escrito unha década despois o seu proxecto de vello galeguista histórico que chamou unha Politeca de Galicia, *“que non é máis que centos de caixas e caixiñas onde están gardados a zanfona de Santalices, un autógrafo de Rosalía e o retrato dun emigrante; as vieiras de Carlomagno e a trabe de ouro de Risco; un disco da Nova Canción, o ambiente da lonxa de Vigo e unha cerámica de Seoane; un vídeo nunha escola da Coruña e as máscaras de Castelao, unha película da tasca do liño en Lobeira, un discurso de Basilio e un póster da autonomía... Mañá, os contidos desas caixas van quedar*

*gravados nun pequeno disco magnético e desfilarán as súas imaxes como lóstregos da memoria de Galicia, na pantalla dunha computadora oriental<sup>12</sup>".*

Esta idea agora arráncanos un sorriso de tenrura, pero, sinceramente aínda deberíamos andar niso...

Moitas grazas!

---

<sup>12</sup>Propuesta de Centro de Capacitación, Producción y Archivos de la Imagen (CECAPROAI), México, octubre, 1985, en Fernández, Miguel Anxo, As imaxes de Carlos Velo, Promocióins Culturais Galegas, Vigo, 2002, p. 281