# 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, *TELÉPOLIS:* REDES E INTERCULTURALIDADE

*Margarita Ledo Andión*

O meu amigo Jorge Campos, xornalista e profesor portugués, aplicou a lucidez na análise da situación da television 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 conflicto, a defensa, a protección da industria, en concreto da industria do audiovisual europea fronte á penetración absoluta dese espacio 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 conflicto 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 producción de contidos, artéllanse unha serie de operacións que poñen en contacto os productores audiovisuais tradicionais, mesmo os estudios 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 sopesando 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 audiovisiuais 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 conivencia 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 producciónss 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 productos 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, construíndo e creando os perfís diversos da representatividade ata se converter en dereitos xerais. Mesmo a día de hoxe, cando se fala de redes ou productos audiovisuais, un dos puntos que máis veces escoitades é isto do "acceso universal" e, polo tanto, gratuíto 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 producto, 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 servicio todo o que son leis, gobernos e mesmo, no concreto, producción 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 pensedes 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 pensedes 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 pequeño 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 producto en orixe practicamente sen custo, un producto 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 producción. 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 producción. 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 aburrimento 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 dixo onte Vicente Verdú, que se está traballando en Europa unha media de cincuenta e sete horas semanais cando deberiamos 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 aparece-los 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 concédenche tamén tempo. Neste momento pasa todo o contrario, un electrodoméstico máis róubache 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 estudios sobre o futuro traballo no fogar, sobre a deslocalización que converte a túa casa no lugar que ocupas na producción, 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 reproducción 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, pódeche converter en usuario dunha oferta completamente aleatoria porque tampouco tes muito máis que facer. Oficialmente es un desempregado, 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 mediadas 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 productos 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 segregar 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 estudios 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, premes 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 conflictos en aberto nos que xa podemos esculca-lo afán por controla-los contidos, dunha banda, e de controlar puntos neurálxicos 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 neurálxicos, 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 coñecéde-los resultados fantásticos que houbo–, fórmulas fantásticas que eran por acumulación: coller un productor dun país, actores doutro, un director dun terceiro, un guionista dun cuarto e aí tiñámo-lo que ía se-lo grande producto intereuropeo a enfrontarse á maquinaria Hollywood. Pero desta maquinaria o perigo non era tanto o incerto da criatura que fora saír da súa producción senón que os que controlaban as redes de distribución desa producción 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 qué nos salvou. Os productos, infumables, conseguiron para si a denominación de orixe “europudin”.

“Europudin”, un producto que se fai de restos, non se identifica, un pudin é algo que só ten o nome para identificalo, podes ter calquera sorpresa, hai unha especie de ligame, que neste caso non pasaría de se-lo celuloide da película supoño, hai unha especie de ligame 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 pudin. 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 neorrealismo 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 productos 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 desenvolvelo 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 productos 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 construcción 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 circuítos cando teñen que gañar tempo para ver como darlle unha voltiña á construcción 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 contradiccións 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 producto 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 traslada-la 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 decato 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, africáners, 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 presentei, 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, téñoo 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 multiculturais pero o que simplemente se está esixindo é un espacio para tódalas diferencias. A miña dúbida é se estariamos 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 construcción dunha comunidade na historia, unha construcción que lle permite relacionarse co contorno e aproveita-lo contorno, que lle permite a comunicación e entenderse a través da linguaxe 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 prendernos á definición que transcriben moitas veces os estudios 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 producción 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 "Renacenza", a xeración das Irmandades, a Galicia do alén e, agora, a industria musical. E, ás veces, estas construccións 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 pola Normalización Lingüística quen conseguise a televisión en galego. De certo que nada, a nivel de contidos de producción 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 pequeño 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 productos 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 producción 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 estructurar e darlle unha certa cohesión á producción e á industria audiovisual en Galicia. É dicir, as grandes intencións e o grande soporte institucional que hai para a producción 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 Neorrealismo 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 producción 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.