PONENCIA DE COMUNICACIÓN CONSELLO DA CULTURA GALEGA



COMUNICACIÓN E CULTURA

EN TEMPOS DE REDEFINICIÓN

Actas das Xornadas celebradas
os días 11 e 12 de decembro de 1998
en Santiago de Compostela

Coordinadores: **Xosé López García**
Xosé A. Neira Cruz

CONSELLO DA CULTURA GALEGA

Pero hai máis motivos para a esperanza. Segundo un estudio de Cable i Televisió de Catalunya, a empresa que está a cablear todo o territorio catalán, as familias que xa dispoñen desta tecnoloxía nos seus fogares diminúen radicalmente o uso sobre o segundo televisor da casa. Non é que teñan un consumo audiovisual menor, reorientan o mesmo cara a outras tecnoloxías, e aí, señores, xa lles falo de Internet. Máis ca de Internet estoulles a falar da revolución dixital na que xa nos atopamos inmersos. ¡¡Por fin unha revolución cultural-comunicativa!! Necesitabamos dalgún elemento que axudase a rompe-la dinámica en que caeramos. Necesitabamos de algo que nos reorientase nos nosos hábitos de consumo cultural. E ese algo, aínda que a algúns lles doa e lles resulte incrible, é Internet. Ese algo é a revolución dixital.

De seguro que ha crear outra tipoloxía de problemas. Non é a solución a todo pero por primeira vez na historia comunicativa atopámonos cunha tecnoloxía mediática que aglutina tódalas demais. Non é unha tecnoloxía nova, trátase dunha tecnoloxía que refunde as anteriores.

Sen dúbida isto vai transformar non só os propios medios, tamén os propios hábitos dos consumidores, e esa é a miña esperanza. Unha tecnoloxía que, á parte de tódolos problemas e vantaxes que vostedes lle queiran atopar e que seguramente as ten, ofrecerá en breve unha interactividade que nos fará verdadeiramente protagonistas da mensaxe. Imos consumi-lo que realmente queiramos. E vai remata-la hipocrisía mediática do "fágoo porque o quere a miña audiencia" ou "eu non vexo nunca *Esta noche cruzamos el Mississipi*" (que malia ser un dos programas de máis audiencia non vía ninguén). E aí e nese acto de sinceridade imos comprobar se realmente foi primeiro o ovo ou a galiña. Primeiro o que quere a audiencia ou o que quere o meu peto.

Si señores, no novo medio Internet deposito a miña esperanza para o matrimonio cultura-comunicación. Pero non porque isto nos arraigará máis, non porque poderemos preserva-las nosas esencias, simplemente porque penso que terminarán moitas hipocrisías. Serémo-lo que queiramos ser. E, en caso de que o que fosemos non me gustase, saberei claramente que este matrimonio tería fracasado. Quizais nuns anos acumule unha nova decepción, pero deixen que por uns meses, ó mellor uns anos, viva con esta esperanza: a de elimina-la dúbida que actualmente me absorbe.

Da loita de fronteiras ata a fronteira cultural

MARGARITA LEDO ANDIÓN
FACULTADE DE CIENCIAS DA INFORMACIÓN
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Preséntasenos, como problema, a creación e a difusión de contidos dende linguas e países situados na periferia do Poder, é dicir, do Mercado ou, como expón o epígrafe do Consello da Cultura Galega, dos centros de emisión cultural.

Preséntasenos como problema porque asistimos á perda da nosa capacidade de expresión cultural en canto perdémo-la nosa capacidade de producción real, e preséntasenos como problema porque a perda de espacio para as producións -audiovisuais, no caso que nos ocupa- dos pequenos países e dende as diferentes culturas europeas trae da man a marxinalidade destes países verbo dun sector que articula non só as relacións económicas senón as regulamentarias no cadro do debilitamento paulatino da xa mirrada democracia en que nos movemos.

De fiármonos do que se declara, sexa cal sexa o Goberno e sexa cal sexa o país, concórdase en que as posibilidades para a parella creación cultural/diversidade non van vir derivadas das regras do mercado. Porén, a meirande parte dos gobernos, sexa cal sexa o país europeo no que esculquemos, non adoptan decisións efectivas de estructuración e dinamización do audiovisual. Dicíanolo así Michèle Soulignac, dende a SRF (Société des Réalisateurs de Film), mentres refería o devezo hollywoodiano que se acubilla, aínda, nas institucións, por riba das identidades, á marxe da memoria, sen ter en conta sequera evidencias como as que amosan, en curto, que o cinema europeo de suceso tivo e ten as súas ancoraxes nas realidades nacionais. Institucións europeas que teiman, por exemplo, nunha grande distribuidora cando a paisaxe material presenta unha armazón de pequenas e medianas compañías de distribución que pertencen a tecidos disimilares, na súa orixe e evolución, pero que forman parte dun mesmo proxecto en tanto están inmersos nun mesmo proceso, polo de agora defensivo, de construcción da industria do audiovisual.

Teño, así, para min, que o tipo de entrada para este problema ten que partir dunha primeira pregunta, unha pregunta de esgo fundacional se quixeren, ten que arrincar de saber de maneira explícita se considerámo-lo proceso de difusión e de creación de contidos un proceso substantivo, é dicir, organizador do real, organizador dun real-colectivo que identificamos como nación galega.

A resposta afirmativa seméllanos a única posible. Difícil mante-la incerteza, máxime nun país que accedeu á Modernidade cando xorde, aló polo 1916, coas Irmandades da Fala, un outro problema, o da propia estima, e maniféstao no vencello da política e da literatura, do desexo e da acción. Pero desta resposta afirmativa que calquera de nós xa fixo rutineira -como, senón, xustifica-lo chamado Partido dos escritores, o Partido Galeguista, durante a República-, esvaen, hoxe en día, responsabilidades que nin sempre somos quen de querer incorporar ó devalar da idea de soberanía e de democracia nacional.

Eu vou, polo mesmo, achegarme ó problema da creación e da difusión de contidos como unha necesidade que é, xa, difícil de arrodear ou de entreter con cerimoniais como a cociña. Iso facíano ben mellor ca nós os galeguistas da posguerra, os dos anos escuros, como nos fixo lembrar Dosinda Areses, facíano ensoñando no viño albariño a Galicia do medievo, con armada de seu. Eu, educada por Dosinda Areses, achégome ó problema a través das relacións que se establecen entre dúas mediacións: a producción audiovisual, por unha banda, e a televisión pública, a TVG, pero non ollada como iso que se nos presenta diante dos ollos, como réplica das canles comerciais españolas, senón pensada como televisión de servicio público, como televisión coa que se vertebran relacións sociais de comunicación. Televisión aberta, que esixe profesionalidade -e pode esixila ós case quince anos da súa fundación e coa experiencia de ter nutrido con recursos humanos por exemplo os equipos de retransmisións deportivas de Canal + ou a productoras privadas non galegas-, profesionalidade renovando formatos, pluralizando a oferta de opinións, arriscando ensaios experimentais e espacios para audiencias específicas que, polo xeral, adoitan funcionar como animadoras sociais aínda que cuantitativamente sexan minoritarias, rendibilizando o diñeiro público non só con axuste de contas senón coa definición e a dinamización dunha política identitaria que comece pola súa propia imaxe de marca: que ninguén disimule -como se lle dera vergoña- que traballa para a TV de Galicia -ou, senón, eu tamén quero a miña roupa-, que as alianzas para a difusión ou a producción sexan avaliadas e respondan a unha estratexia cos obxectivos claros, cando menos diáfanos, que os productos con que nos representa a TVG, na casa e por fóra da casa, non contribúan ó estereotipo de primarios, festeiros, morriñentos, politicamente acomodaticios e preocupados pola moda do vestido.

A mediados dos oitenta Italo Calvino preparou un ciclo de conferencias para Harvard que titulaba "Seis propostas para o vindeiro milenio". Unha delas era a exactitude. O seu pasamento chegoulle denantes de pronuncialas pero catro das intervencións ficaron por escrito. Coincidía, nalgunha das súas preocupacións, con outro pensador moi editado en Galicia e en galego, o filósofo Alain Badiou, en ollar para as imaxes coma un dos productos do século XX que son, ó mesmo tempo, operadores do século XX, productos que ó mesmo tempo definen o século. É a posición que nós adoito acollemos para os contidos e para a circulación destes contidos, productos e operadores identitarios, suxeitos activos.

Por máis abastamento permítanme trasladarlles un par de cuestións dun seminario de Badiou, que decorre este cuadrimestre na Universidade Paris VII, sobre o século XX. Badiou fai unha abordaxe corsaria do século polo fío funambular das crebas, das fendas que fan visible a pasaxe -dis-

continua- entre o XIX, o século do positivismo e do imaxinario, das ciencias e do marxismo, para o XX, e fala de tres aspectos completamente innovadores na política, coa entrada da subxectividade como constitutiva da conciencia revolucionaria, tal e como se manifesta, segundo o propio Badiou, na obra *¿Que facer?* de Lenin. "Petar na alma do pobo ata conseguir un estado de conciencia revolucionaria". Alfonso Rodríguez Castelao. Fala da fenda na creatividade artística e da súa expresión no *Manifesto surrealista*. Nós poderiamos falar de *Máis alá*, de Manuel Antonio, e aproveitar para desvelar por que o Dr. García Sabell mantén acubillados, nos seus baúis, os textos en prosa de Manuel Antonio. Fala da Psicanálise, que remata co dispositivo simbólico do pai ó deixar agroma-lo inconsciente e ó deixar medra-la idea antiautoritaria, a idea de democracia -para as mulleres-. É mágoa que non poidamos coller como exemplo a Nóvoa Santos e a súa obra -cito de memoria dende unha fotocopia que hai ben tempo me pasou Luis Mariño-, "la inferioridad intelectual del sexo femenino" ou quizais "la indigencia espiritual de las mujeres". Entrénzanseme estas frases do ilustre científico. Proben a intercambia-las palabras entre unha e outra e o resultado final dá sempre igual. Debe ser verdade.

Coa producción audiovisual e a televisión pública como mediacións voulles procurar algúns sinais, certos síntomas, para que entendámo-la complexidade real, non a nivel de intencións ou de programas, senón de intervención dende o interior mesmo da construcción identitaria, do feito que tratamos e do contexto en que este feito se desenvolve.

No comezo do verán do 1997 unha intervención nosa na sede coruñesa da UIMP, Universidade Internacional Menéndez Pelayo, adiantaba o título "A identidade como reclamo e como mercado". No celme da nosa incipiente proposta estaba a necesidade de facer visible unha categoría, a da identidade, non máis abstracta que a de calidade ou a de entretemento, atravesada coma elas por fenómenos históricos que organizaron o gusto e a verdade, facela visible como marca e pasar a considerala como un elemento de mercado no ámbito do intercambio cultural. Presentábamos, asemade, naquela ocasión, xunto con colegas da Universidade de Haute Bretagne e mais de Wales-Aberystwyth, o proxecto "TV e interculturalidade: Bretaña, Galicia e País de Gales" que iría estudia-lo estatuto da producción audiovisual na lingua de cada país, avalia-los resultados e elaborar certas recomendacións. O informe final deste estudio circula dende o mes de xullo e fíxose, dentro do programa Media II, en colaboración con televisións públicas e institucións político-culturais.

Realizado, no caso de Galicia, en relación estreita coa TVG, axiña se confirma que a realización e maila exhibición de ficción en galego é un dos puntos febles xunto coa carencia de programas de distribución. Pasados uns meses a TVG establece coa sociedade catalana Filmax un acordo de dobraxe de producciónss foráneas ó galego e, contando coa subvención da Dirección Xeral de Medios, nesta *rentrée* outonal contemplamos e oímos "Un amor por descubrir" na nosa lingua. Da súa man chegaron os primeiros datos empíricos de que o galego non resultaba anticomercial. O segundo filme que se acorda dobrar: "Os padriños do noivo" chegará en xaneiro amais dunha ducia

de películas e de deseños animados en soporte vídeo. Son informacións que lemos en *A Nosa Terra*, número 857, do 19 de novembro, xunto cunha nova ben significativa: a película *Fisterra* de Xavier Villaverde vaise proxectar en Galicia só na nosa lingua nacional. *Fisterra* presentouse nos Festivais de cinema, como adoito fan as obras de autor, e pasará, o 8 de xaneiro, para as salas comerciais. Tódalas copias en galego, nas sete cidades e nalgunhas vilas de Galicia, mentres a productora Continental anuncia que rodará o filme seguinte no noso idioma como lingua orixinal.

Non existen razóns militantes, aínda que puidera habelas, por detrás desta decisión. Un dos polos do sector audiovisual, o das sociedades de producción independente organízase, sabe que o galego é, tamén, mercado, e venceu teimas antigas de querer facelo todo en idioma inglés. O sector organízase e por iso avalía como negativo para a súa estabilización, alén de contradictorio ó se tratar dun sector moi protexido pola administración, o crecente dominio dunha sociedade catalana -Gest Music- na canle pública do sistema televisivo en Galicia.

De feito, a TVG móvese en varias direccións, por veces en vías paralelas e alleas, pois que aínda que se esforza por contribuír ó proceso identitario, e así se representa en escenarios internacionais, ou dá algúns pasos cara ó servicio público co control de custos, o investimento en renovación tecnolóxica e a preocupación pola reciclaxe profesional, na práctica establece acordos que implican unha política privatizadora efectiva -por non entrarnos nos contidos que esta política comporta, reproducindo formatos das privadas estatais e que o Consello de Administración ou a permanente do Consello Superior do Audiovisual deberían vixiar- mentres continúa sen definir unha estratexia de difusión a través por exemplo das temáticas ou de canles interculturais, como ARTE, ou relámbese competindo con programas banais, esquecendo as fórmulas de coprodución -un dos camiños para atraer cara a si a imaxe de marca dos seus aliados e convertela nun activo máis-, e teriamos de peneirar moi fino para poder falar de ateibos sequera dunha rede internacional redaccional, do respecto pola lingua e do futuro de programas infantís ben exitosos tal *Xabarín*. Coma outro caso do que temos coñecemento directo porque eu mesma dirixín, co profesor Romá Gubern, o posgrao "O Guión e o estilo documental", que estivo na orixe das producción ás que me vou referir. Dende xullo do 1997 a TVG ten os dereitos de explotación de cinco documentais, dirixidos por Basilio Martín Patino, Patricio Guzmán, João Botelho, Belkis Vega ou Llorenç Soler, que só difundiu na noite do 24 para o 25 de xullo do 1998, ás tres da madrugada, agás a película de Botelho, de ton máis infantil, que se emitiu no espacio da tarde. Síntoma, este, o da non difusión de productos da propia canle pública, que se manifesta en moitas outras televisións e que xa está a soerguer comisións de traballo para ver este novo tipo de censura sobre suxeitos que non son ordinarios en moitas ocasións e que de seu contribúen para darlle corpo -é dicir, experiencia e consciencia- ó servicio público.

Regresaremos, no seu momento, á significación que pode contraer este tipo de actuación para as prácticas e consumos culturais e á responsabilidade política que se deriva das mesmas. Tanto por parte do goberno galego como da primera forza de oposición, o BNG, que é asemade unha forza

nacionalista, ou sexa, identitaria de seu, por razóns diferentes, a reorganización do sector público da industria da comunicación non acaba por ser prioritaria. Así, o BNG entretense nunha política de mínimos, hipertactista, que trata coa TVG dende as regras que esta lle impón, como televisión de modelo gobernamentalizado, preocupándose polos minutados máis que por definir unha estratexia global, unha programación de servicio público ou un plan de eficacia comercial que tamén forma parte da soberanía. E é que no escenario estanse a deixar ve-las bambolinas, andamiaxes secretas que fan corre-lo tempo.

Na pasada primavera, xusto cando chegabamos á fin da pescuda que titulamos "TV e interculturalidade: Bretaña, Galicia, Gales", producíase un feito que veu a adquirir significación sobranceira para o futuro das prácticas culturais e para o lugar que lle cómpre á política nese futuro. O feito foi a interrupción das negociacións sobre o chamado "Acordo Multilateral de Investimento", o AMI, no seo da OCDE. Esta nova sigla, nova no espacio en aberto, no espacio público, levaba tres anos preparando a súa chegada con total discreción. E agora faino entre a contestación de colectivos profesionais, de actores políticos e de representantes institucionais. Francia, o país que liderara a "excepción cultural" no GATT, acaba de se retirar das negociacións do AMI e implícase, deste xeito, no debate a nivel gobernamental.

A modo de exemplo, o AMI cuestionaría todo o sistema de axudas ó cinema e no nome da igualdade de trato para o investimento nacional e foráneo, as *Major*, o reino do cinismo, andan xa a reclamar subvencións consonte as taxas sobre as entradas en sala.

Nos seus efectos o AMI emparéllase con outra sigla, NTM (New Trasatlantic Market), é dicir, coas necesidades das industrias da comunicación norteamericanas a nivel de exportación por asentar unha zona librecambista entre USA e Europa que, amais de desmantela-lo sistema proteccionista de cotas, veña eiva-la incipiente organización europea do sector. Unha zona librecambista, un espacio completamente desregulado no que se fará efectiva a converxencia comercial, co mercado como referente único. Por iso Claude Lelouch, no nome da asociación de realizadores e de productores franceses, fala de dar un paso á fronte incluíndo como cláusula a categoría "soberanía cultural".

Se nos fixamos na Televisión, en diante xa non escoitaremos falar dende a tecnoloxía da "era dixital". Falarásenos dende o rendemento da era da peaxe, escoitaremos falar da integración vertical, iremos cara a un nomenclátor cada vez más reducido que repetiremos con facilidade: Microsoft para os loxiciais, Havas na prensa electrónica, C+Nethold, ou o temible MKBB (Murdoch, Kirch, Bertelsmann, Berlusconi).

Vontade oligopólica, vontade de poder coa que Nietzche querería tronzar en dous o mundo, consagración da barbarie que caracteriza o século e que tronza, de vez, en dous o mundo.

A desregulación é, así, dende a vontade de poder, unha necesidade natural, como o é espallar, dende a lóxica das infraestructuras, a converxencia informática-telecomunicacións-audiovisual.

Dende outros suxeitos implicados, e dende o concepto de cidadanía, pola contra chámase pola Lei, tal e como fixera Félicité Lamennais a mediados do XIX, condenado polo Papa a causa do seu ideario liberal, ó manter que entre o rico e mailo pobre a liberdade é opresora e a lei é liberadora. Dende os outros suxeitos valórase o dereito sobre o contrato, o imaxinario colectivo e simbólico sobre o financeiro, nun proceso que de seu nos conduce ó debate sobre a idea de servicio público, sobre a televisión de servicio público.

Hai un mes, o 17 de novembro de 1998, os Ministros e Ministras de Cultura da Unión Europea reafirmaron por unanimidade as súas competencias sobre o servicio público audiovisual, curándose en saúde das conclusións ás que poida chega-la Comisión Europea despois do estudio das reclamacións sobre "competencia desleal" que lle presentaron varias canles privadas de televisión. Importante esta resolución conxunta das e dos Ministros. No real, porén, o paradoxo non se deixa agardar. Aínda en Francia, a Ministra de Cultura e Comunicación presentou un proxecto de Lei do Audiovisual que arrodea o control sobre o sector privado para remarcar, soamente, o reagrupamento das canles públicas nunha sociedade, a baixa do tempo publicitario e a aplicación da directiva "Televisión sen fronteiras", singularmente no que se refire a acceder ós acontecementos de interese que serán fixados nunha lista oficial. Inmediatamente contestada polas organizacións profesionais, sindicatos e parlamentarios -socialistas, verdes, comunistas- da "esquerda plural" tanto por non preve-la compensación financeira da perda de publicidade como por poñer en perigo as obrigas de investimento da televisión na producción cinematográfica, a comezos deste mes de decembro o Goberno francés retirou o proxecto de lei para continuar co proceso da súa discusión e elaborar un novo texto. Non imos entrar no caso español, cun sector público abandonado ó chou, ó endebedamento coa banca e ás portas dunha posible privatización.

Opinar e reclamar medidas políticas, como cidadáns, elaborar propostas, como estudiosos, intervir, como militantes, todo indica, pola primeira vez, que ninguén poderá manterse ó abeiro da televisión.

Como vostedes saben, a televisión pública foi un dos vértices en que asentou a sistematización que fixemos sobre a producción audiovisual en galego, bretón e galés, nunha primeira fase para os anos 94-95-96, e que se continúan nun observatorio que está traballando no bienio 1997-1998 e fará, a seguir, o 1999-2000.

Por historia e porque os procesos na historia son tan variados como esta triple nacionalidade, Bretaña-Galicia-Gales participa de certa ilusión de semellanza que impregna ós países da periferia atlántica, países morfoloxicamente transferibles, coa mesma poboación (preto de 3 millóns), con emigración, con formas expresivas parellas na música, na literatura, nos mitos e mesmo en algo tan material como a tipoloxía das empresas do audiovisual: pequenas, cunha ou dúas persoas fixas, arquetipo de flexibilidade laboral, formalizadas como sociedades limitadas e adicadas de preferencia á producción, o seu cliente nodal son as institucións e a tele pública, tele pública que, asemade,

adoita te-los dereitos de difusión amais de funcionar como distribuidora no mercado exterior. Coa súa orixe dende dentro do coñecemento do sector, asociadas, febles no seu financiamento e na súa profesionalización, non podemos derivar, porén, que resultados iguais teñan idéntica significación. Mesmo se as horas de exportación en Galicia e en Bretaña son intercambiables, pouco máis de dez para o período analizado, este dato fala de problemas diferentes, e iso é o que nos interesa presentar para a discusión porque é o que colle valor a partir de entende-la interculturalidade como un operador e non como algo que nos vén dado, a interculturalidade como algo a construír a partir de determinadas mediacións. Como a tele ou como os novos modos de oferta e de recuperación dos productos audiovisuais.

A partir da noción de fluxo comunicativo, da posibilidade de recuperación de calquera producto en calquera momento e en calquera contexto, a competencia pasa a artellarse arredor da información que circule sobre cada producto, arredor da súa visibilidade, e da imaxe de marca que acompaña a cada producto, entre elas, como levamos dito, a da súa canle de orixe e, nun senso máis amplo, a da súa cultura de orixe. Dende a lóxica da Europa "mosaico de linguas e culturas" as producións de cada país benefícianse deste novo modelo concorrencial, usufructúan da converxencia tecnolóxica e do apoio político ás producións nacionais e son o elemento que se precisa para conxugar unha vella dicotomía, a da identidade como reserva espiritual ou a da identidade como mediación para as relacións sociais, incluídas as de carácter económico, é dicir, a da identidade como mercado.

E para operar no mercado, co soporte producción audiovisual, como obra audiovisual, máxime as linguas de ámbito restrinxido ou as culturas de nacións sen estado como a galega, non poden prescindir dunha televisión pública nin poden deixar que a televisión pública prescinda das súas obrigas de servicio público, a primeira das cales é a definición dunha política identitaria e dun programa de acción.

Se collemos como exemplo o caso galego, malia terse creado a TV pública por un mandato parlamentario no 1985, as preocupacións identitarias manifféstanse en data recente estando máis preto, nos seus primeiros anos de vida, da filosofía de mínimos da TV de proximidade -tan querida para os franceses, e que agora tentan apurar para competir a través de F3 con TF1 ou con M6- que da TV de servicio público como un *mass media* fundamental no proceso de construcción da nación e en relación dialéctica cos diferentes ámbitos da vida social. Entre eles o mercado. Pero esta preocupación, que se adianta ás recomendacións que seguen outros países, deixa ve-los aspectos contradictorios no nivel da acción cotiá e do audimat. Porque aínda que fronte á situación de Bretaña ou de Gales as vantaxes lingüísticas e de política formal da TVG son manifestas, tamén o é a súa práctica privatizadora -entrega do *prime time* a unha productora foránea como *Gest Music* e a contidos reproductores das privadas, "Tardes con Ana"-, cando o que lle cómpre é comprometerse coa dinamización da producción no sector e coa circulación e rendibilización duns bens en

que o imaxinario é parte do real. Onde se implican identidade e mailo mercado, por retornar á nosa consigna funcional. Uns bens que teñen diante deles o reto de ser competitivos, ¿por que non?, e a obriga de contribuír ó pluralismo efectivo nos múltiples eidos en que se manifestan as relacións de intercambio a nivel internacional.

No outro extremo o caso bretón, aínda abanándose nunha etapa recuada de televisión de desconexións, lonxe das modalidades contemporáneas de TV identitaria e ollando para si mesma nas mans dos servicios internacionais de TF1, que no seu momento fixeron unha experiencia piloto durante os mundiais -emitindo en bretón- e que se dispoñen a inaugurar co satélite, no 1999, unha canle rexional na que a rendibilidade estará na oferta de servicos multimedia. No caso galés, pola contra, S4C nace como canle identitaria e é, asemade, a que presenta mellor e máis rendible estructura comercial.

Verbo do marco legal, como saben, para a TVG é o Estatuto de Autonomía e para S4C fóronо -agora comeza a se ocupa-la Asamblea Nacional- as sucesivas regulamentacións -importantísimas no panorama británico, tanto que se dixo sempre que realmente a canle privada ITV non puido funcionar senón como apéndice da BBC ata o 92-, as famosas Broadcasting Act. Das tres Compañías, son S4C e maila TVG as que reúnen, pois, as condicións políticas requiridas para trazar estratexias transnacionais, estratexias que requiren, a curto prazo, programas de catalogación-indexación, dobraxe, subtitulado e, sobre todo, coprodución e alianzas de difusión.

Índonos para o papel de cada unha das tres televisións na producción audiovisual (France Ouest en Bretaña, TVG en Galicia, S4C en Gales) e sen poder establecer relacións de sentido entre o número de horas e a representatividade comercial ou identitaria (practicamente monolingüe a TVG, menos de 2 horas semanais a bretona, unhas 40 horas a galesa), na sección de xéneros observamos como son dominantes os de ficción en Gales, as news en Bretaña, e nos tres casos o xénero documental é un dos que nutren o sector. A presencia de longametraxes cinematográficas e dos filmes de animación como un dos productos con máis posibilidades de saír ó mercado exterior son, neste caso, si, unha constante para o audiovisual tanto galés, como galego, como bretón. Así o demostra o plan da TVG de apoio á cinematografía -mil millóns de investimento en 3 anos- ou a producción de "Os vixiantes do Camiño" para estrearse no 99, segundo o exemplo galés que conseguiu o nomeamento ó Oscar, como mellor película estranxeira, de Hedd Wyn, no 94, e de Famous Fred, no 98. Tamén é a canle galesa a que presenta unha política empresarial de coproducións e de comercialización estándar, en parcería coa Cinquième ou coa irlandesa RTE, e unha rede de exportación en soportes diversos a máis de cincuenta países, incluídos USA e Canadá.

Á parte da diferente cultura empresarial das canles públicas estatais que serviron de referencia para as diversas televisións territoriais e que influíron para ben, caso BBC/S4C, ou para mal, TVE/TVG -e neste caso, amais do modelo errado, houbo e mantense unha fatídica relación profe-

sional-, no caso galés localizamos unha relación causal directa no nacemento dun sector audiovisual con *mamá* S4C e *aunt* BBC. Definida como sociedade difusora, os contidos chéganlle dende a BBC -para as *news* e para programas de reportaxe ou *current affaires*, pero tamén para a serie estrela dende os seus inicios, *Pobol* y *Cwn*- e dende a privada HTV amais das sociedades independentes que se foron creando arredor das demandas concretas da canle en galés.

Pola súa parte, de non concibirse como sociedade productora/difusora, a TVG endexamais chegaría a existir, carente dun sector en que se ensamblar de partida e carente dunha televisión pública estatal disposta a cooperar, por mandato legal, na producción en galego.

Por outra banda, é significativo observar que son os últimos cinco anos, singularmente a partir de 1995, os anos en que medra o audiovisual bretón, galego e galés, feito ó que non é alleo o cambio de rumbo na política europea xeral, a conciencia da conveniencia de abrirse a outras solucións e a visibilidade do litixio entre defensores da concentración e os que loitan polo recoñecemento de medidas de política cultural que contribúa ós procesos identitarios tanto como a que se redefina o sector da industria.

Son os anos que tenden xa a unha certa especialización das compañías e son anos en que se establecen asociacións profesionais (APAB, AGAPI, TAC), asociacións que en tódolos casos funcionan a xeito de *lobbing* económico-político diante das institucións administrativas e culturais, no propio territorio e no exterior, e encárganse das negociacións coas televisións. Son, asemade, encrucilladas informativas para as productoras e polo xeral adican parte da súa actividade á formación profesional, a esculcar naquelas eivas máis urxentes e a aprenderlles ós seus asociados cuestións relativas ó oficio. Esta función de *training* aparece en grao diverso nos tres casos e para nós devén nun dato relevante de cara a afondar, dende a Universidade, no deseño de ofertas curriculares e de pescuda vencelladas directamente coa satisfacción de necesidades, tanto en ideación e producción como en difusión e políticas de promoción.

Así, neste ano 1998-1999, amais de continuarmos co levantamento e catalogación da producción no que xa denominamos Observatorio do Audiovisual, e no que participa como parceiro o Consello de Cultura Galega, traballamos, xunto coa Universidade de Gales-Campus de Bangor, Teleifis Eirin en Irlanda, TV3 en Catalunya, e a TVG, na definición dun servicio integrado europeo para as televisións de linguas minorizadas que concluirá no vindeiro xuño e do que agardamos ter, nesas datas, o informe final.

Se algo sobrancea -por iso o senso de urxencia que acollen as nosas intervencións- é que o incardinamento ou a desaparición do audiovisual nos pequenos países vai vir derivado, tamén, do seguimento das variantes que lle son propias e do aproveitamento de medidas que se poidan activar, e reclamar, dos organismos europeos sempre que se deseñen estratexias de vertebración.

A lingua e o imaxinario nacional como un valor de cambio, un sector audiovisual que está a medrar, directivas comunitarias a favor e a numerización ampliando o mundo das relacións interculturais..., todo semella indicar que foi no caso galés onde se desenvolveu axiña a conciencia de identidade como parte do seu activo comercial, tanto no aínda denominado mercado interno -desenvolvemento de campañas de imaxe corporativa nas outras canles, estudios de recepcións...- coma no externo, con vistas ós seus plans para a "era dixital". As mudanzas que traerá a converxencia da dixitalización coas telecomunicacións e o audiovisual para os modos de nos relacionar e para a competitividade -¿sen freo?- no mercado mundial, estanse a manifestar en escollas, por parte das productoras, cara ó multimedia pero, sobre todo, nas actuacións de televisións públicas, como S4C e a TVG, con plans específicos de presencia no universo dixital onde, en palabras do presidente e mais do director executivo da canle de Gales "pola primeira vez a lingua galesa estivo en paridade coa inglesa ó comezo dunha revolución tecnolóxica".

Pola súa banda a TVG distribúe o sinal no territorio español por satélite (Vía Dixital) e por cable (CTC, Cable i Televisió de Catalunya) así como en territorios próximos (Portugal, Asturias) e por cable nalgúns países latinoamericanos (Arxentina e Venezuela), por ámbolos dous sistemas no Uruguai e por satélite para México, duplicando, practicamente, a programación que ofrece para Galicia.

As recomendacións que faciamos na investigación devandita, e que vostedes poden consultar en calquera dos tres idiomas -galego, galés, bretón- e tamén en inglés, mentres se prepara xa a edición en francés, referíase á entrada na era multicanle asegurando a cobertura de espacios lingüísticos e definindo, sobre todo, a identidade dos productos como modo de participar, sen discriminacións, sexa cal sexa o volume de actividade de cada sector.

Neste senso lembrábase a necesidade de efectuar programas de subtítulos dende cada lingua, ofertándoas no seu momento ó par das versións a outras linguas, e políticas de dobraxe ó par de proxectos de investigación que localicen deteminadas constantes nos usuarios, as súas culturas -non só televisivas- comezando, no noso caso, polos países do Arco Atlántico e pola potenciación da credibilidade e prestixio de cada canle pública, amais de engadir, xa agora, como prioritario, o espacio xeolingüístico de Portugal e Brasil, a resultas das conclusións do Coloquio celebrado recentemente.

O papel das Autoridades mediáticas, e a súa reformulación como reguladoras e vixiantes do interese público, faise, no momento actual, imprescindible, máxime en situacións como as dos pequenos países onde a televisión pública se demostra que é a garante de que exista, subsista ou se desenvolva un sector da industria da cultura que intervén, asemade, na concreción democrática da oferta plural. Por iso ampliámo-la cuestión da calidade, amais das categorías clásicas que falan dela dende referentes históricos, profesionais e sociais específicos, á identidade, apóndolle tamén o valor de aprendizaxe do outro como posibilidade multicultural e como dialéctica intercultural.

Tocante a estas recomendacións engadiriamos un programa de ensino e de reciclaxe con vistas á consideración dun polo público multimediático, a proposta de programas "universidade/industria" que inclúan as políticas das TV públicas cara ás alianzas internacionais amais de incorporarlle, como acabamos de dicir, ó modo de pensa-la calidade o concepto de "soberanía cultural".

E é que, de seu, a investigación que levamos adiante a USC, a UHB e a UW, no seu desenvolvemento tiña que se topar co AMI e situarse fronte ó AMI a partir mesmo da súa hipótese de partida: a TV pública como insubstituíble para a identidade, a regulación e as autoridades independentes como necesidade democrática, a política como o terreo de xogo no que urxe tomar decisións. Por iso nos afectan, a favor, feitos como a fenda que se abre coa interrupción das negociacións por presións diversas dende países como Canadá, Bélxica, Francia..., dende foros de debate como o que se realizou este verán en Marrocos -e agardo que como este de Compostela-, no que a idea motriz se recolle na carta que envía o senador francés Jack Ralite ó director xeral de F2/F3 pedíndolle espacio para a discusión sobre o AMI e na que di: "vos non ignorades como ese Tratado, negociado en solitario polos 29 países máis ricos do mundo, ten que ver con tódalas prácticas humanas que pasan a ser definidas obrigatoriamente como investimentos". "Limitándonos só a cuestións culturais e artísticas -prosegue- o AMI cuestiona potencialmente as políticas culturais nacionais e tamén a política europea, os acordos bilaterais -especialmente cos países do sur-, o estatuto da propiedade intelectual -dereitos de autoría e dereitos veciños- e todo iso no nome dun mercado mundial que sería natural como a gravitación universal, dicía hai pouco un ideólogo na Unesco". Referíase Ralite, sen nomealo, a Alain Minc.

O AMI -ou o NTM- viría configurarse, así, como o programa estratéxico máis ambicioso para unha economía "global e unificada" no que cumprirá substituí-las institucións públicas polo que acorden, entre eles, os investidores, Microsoft, a Compañía Xeral de Augas, os Murdoch, Kirch, Bertelsmann, Berlusconi... *and so on*.

- O AMI sería a fin lóxica dun proceso en que as corporacións fixan as regras e llas impoñen a calquera modalidade institucional nas que se reflictan as relacións de forza, é verdade, dos suxeitos colectivos que se constitúen en nación baseándose en referentes non reducibles ó beneficio económico tan só.

- A creación dun oligopolio -e a conseguinte eliminación do tecido que configura hoxe o sector en países como o noso- e a economía de peaxe semellan o modo natural "como a gravitación universal" ó que lle opomos modos tan artificais, construídos polo xénero humano, como as linguas, a identidade ou a democracia sobre un tapete de xogo real.

- Democratiza-la comunicación implica espalla-las obrigas de servicio público a tódolos actores do proceso.- Si. Implica o artellamento de programas de innovación, de pescuda, de creación.- Si. Implica un polo público de producción multimedia.- Si. Pero implica tamén un non: o do control do imaxinario colectivo por parte dos grupos financeiros.

Esta reflexión podería terse chamado "Televisión pública ou barbarie", unha hipótese selectiva, como calquera hipótese, que nos fai escoller dentro do ámbito do audiovisual un tipo de achegamento ás cuestións do imaxinario e do simbólico en relación ó real, contempla-la producción, o financiamento, a difusión como aspectos da categoría que se vencella con esta hipótese, a da democracia, hoxe unha categoría colectiva -iso do servicio público- que corre o risco, como nos oitenta, de converterse en mera xesticulación: ben, que o fagan as privadas, pero que o fagan ben. Sería o triunfo maior do "laissez-faire".

Ímonos agora cara á tan coñecida e publicitada perda de fronteiras anticipándonos, para facilita-la comprensión, con un si ás fronteiras lingüísticas para construírmos espacios xeo-culturais e políticos de comunicación, con un non á converxencia sobre bases de dominio tecnolóxico, con un si a unha oferta con sinais de orixe, con un non á competencia frontal e dende as regras de xogo das comerciais, con un si á oferta transversal para públicos específicos internacionais, con un si -para bota-la romana desta beira- ás fronteiras xeo-lingüísticas do galego -incluímos América-, ás fronteiras políticas do Galeuzca -inclúo a "Declaración de BARCELONA"-, con un si ás referencias do espacio europeo, lusófono ou céltico como fronteiras culturais.

Coa perda de fronteiras, e mentres se ensumiron os vellos muros de contención, agromaron outros territorios e canda eles a redefinición da comunicación como o *locus*, como o lugar en que acontecen procesos en aberto para a construcción da identidade en relación ó outro, aquilo que é diferente de nós, que ten outros intereses e con quen nos entendemos -finlandeses, galeses, bretóns, irlandeses...- ou fronte ós que resistimos ou reivindicamos.

Un proceso, o da identidade como construcción, no que ollamos como adquire valor, tamén de mercado, a institucionalización da diferencia, a lei fronte á fortificación, o documento fronte ó monumento. A "Declaración de Barcelona", outra vez, fronte á "Constitución española".

A lingua e a cultura deveñen en actores de mercado amais de funcionar, para nós, como orixe material e coma signo visible dese dereito colectivo que acollemos en palabras como soberanía e que precisa dotarse de corpo para participar, cómpre repetilo, da experiencia e tamén da consciencia.

Pola conxunción de diversas variantes, entre as cales a perda de representación -e de resultados- do antigo Estado-nación e da súa filosofía impositiva, unívoca, expansiva e racista, as rexións lingüísticas -Latinoamérica pero tamén a lusofonía, na que incluímos Angola ou Timor Leste e os enclaves galegos en diversos países-, a área catalana -que tivo que soporta-la interdicción política do sinal da súa televisión pública cara ás Illes ou para o País Valenciá- ou a área do gaélico -S4C Digitasl Network, SDN, comeza a emitir para Escocia-, están na base da globalización comunicativa cun signo diferente do dos gringos como centro emisor da súa producción na súa lingua única e cos seus referentes de valor.

A transmisión vía satélite non se presenta xa como un universal e tende a especializarse a partir de constantes culturais e lingüísticas, unha actuación da industria de infraestructuras que non é allea á necesidade de planifica-la diversidade de contidos para asegurarse a cativiade dos mercados e na base da cal, hipoteticamente, calquera proposta poderá circular. Pero para facelo dende a producción dos pequenos países e como parte das súas relacións sociais cómpre que, ó mesmo tempo que a tecnoloxía, teñámo-la política a favor. Velaí un dos vectores que interveñen no debate xeral arredor da comunicación e da cultura na hora actual.

Por iso adoptámo-lo termo de fluxos fronte ó de productos import-export, e referímonos á emisión, almacenaxe e recuperación de calquera sinal en calquera lingua por calquera usuario en calquera lugar fronte ós calendarios cotiáns de emisión convencional, sen extrapolar estes elementos á perda de audiencia da televisión xeneralista que seguirá a rexe-lo modelo na oferta multicanle. Por iso non arredámo-la compresión dixital e a multiversión lingüística, e temos considerado o galego, en suma, como reclamo e como mercado. É a achega que facemos, para a discusión arredor da sociedade da información. Dende dentro da historia, é dicir, sobre o signo da fronteira política e cidadá.

Estamos, pois, tratando dos procesos identitarios como procesos comunicativos mediados pola industria cultural, partimos de espacios xeo-lingüísticos como un activo comunicativo e de mercado que atinxe, no caso das teles, tanto ás públicas como ás comerciais ou a variantes de tipo local, educativo, comunitario, etc. e considerámo-los actos políticos, neste momento, como necesariamente normativos: estamos pola regulación, pola Lei do Audiovisual, por Autoridades independentes que hoxe non se dan no sistema galego, pola reflexión sobre un fenómeno dende dentro do fenómeno, dende o interior do sistema de relacións que operan e no que, como medio e como suxeito, opera.

Tódalas persoas xa coñecen os *gap's*, os fosos que se crean a través dos cartos para acceder ás grandes ofertas de interese xeral, e dende a nosa situación estes fosos teñen que ser defensivos, coma os que arrodearon os castros, defensivos para a producción e para o tipo de contidos. Tódalas persoas sabemos que o alleamento se dará en nós como suxeitos sociais mentres se nos condena á individualización -perderémo-lo corpo e perderémo-la rede, xa verán- converténdonos nun falso actor sen público, como os que representaron a Valle no Teatro Principal, sen o outro, e sen conexións.

Hai uns días, na apertura do II Colóquio Brasil - Estado español de Ciencias da Comunicación o profesor Terceiro recollía o seguinte cadro de costumes: dous cadeliños nun teclado dun loxicial e un dicindo para o outro: "o mellor de Internet é que ninguén sabe que es un can". O grande marxinado será pois un suxeito colectivo que, ó contrario do que pasaba na novela *Devalar* de Otero Pedrayo, estalará confuso nunha morea de faíscas que nin se chegan a luír ou, xa non digamos, nin

a entrenzar. E tamén temos que saber que as estratexias "rexionais" das privadas -para nós, pola contra, rexional quere dicir multinacional, como Europa, Latinoamérica, etc.- pasan pola TV de proximidade, para a oferta de servicios multimedia, tele-tenda e demais. Imaxínense o barrio de Salomé en Compostela, onde eu moro agora, o barrio da praza de abastos, substituíndo a entrada do peixe, dos queixos de leite sen pasteurizar ou os pementos de Pinto de Herbón polo "tele-achat".

Se na definición de espacios xeo-lingüísticos, como o lusófono para nós, ou culturais, como o Arco Atlántico ou a Europa, é certo que nos topamos coa reproducción do sistema de matriz americana en países da periferia -de México a Taiwan-, tamén o é que neles somos unha opción real e que vai depender de como nos situemos no mesmo para configuralo de modo plural, diverso, baseándose nas industrias culturais nacionais, evitando o *free-trade*, advírtenno-los estudiosos, e a negociación transectorial.

Estamos aprendendo a olla-la realidade dende novos paradigmas que, paradoxalmente, se deixan ver coa fin da guerra fría e despois da ilusión de información en tempo real, sen mediacións, con que se anunciaba a Guerra do Golfo dende un único emisor.

Por unha banda o denominado Oeste, xa saben, o que identificamos co celme dos principios do posfordismo -globalización, liberalización de mercados, aumento da competencia nacional e internacional, descenso do estado do benestar...-, confróntase, a partir do satélite e con vistas á DTV, coas culturas televisivas locais, ou que chama locais, e xa puxo en marcha ofertas específicas dentro do propio territorio a través do cable ou por satélite (para India ou para Oriente Medio, por exemplo). Esta confrontación entre culturas viña sendo analizada, no período previo á globalización, por parte dos investigadores achegados ós Cultural Studies e singularmente a través do intercambio de Programas, do fluxo de Programas. Lémbrense dos estudios sobre Dallas, das pescudas con metodoloxías etnográficas da escola de Birmingham -ou pos-Birmingham, aínda que eu sigo a ser moi Stuart Hall-, dos filtrados que non permiten o paso de mensaxes, e cheguen ata as teses máis optimistas de Michel der Certau, á invención do cotián. Recoméndolles, tamén -e o lugar non é accesorio-, consulta-las actas do AIERI celebrado en São Paulo en 1992 para localizar autores de pequenos países que presentaron comunicacións neste sentido, por exemplo Joe Straubhaar, ou retoma-las palabras de Benedict Anderson sobre a simplificación que adoito se lle apón ó nacionalismo. Refírome a unha obra publicada en Verso hai 15 anos, no 1983, que dicía así: "identity and cultural affiliatin are no longer matters open to the neat simplifications of traditional natinalilsm. They are matters of ambiguity and complexity of overlapping loyalties and symbols with multiple meanings".

Non está moi lonxe, no ámbito que nos ocupa, dunha autora como Marjorie Ferguson, que, dez anos despois, en 1994, dende posicións do global como "mosaico" fala dun mundo posglobal con realiñamentos rexionais, fracturas nacionais e étnicas mentres proliferan vectores mediáticos que se entrecruzan para dar cabo do concepto unificado do global.

É neste concepto de creba do modo uniforme de pensa-lo global onde intervimos. Onde nos facemos visibles. Onde temos que facernos entendibles. Pasar filtrados para os productos audiovisuais nos que ten moita importancia a representación: quen o difunde, quen o coproduce, quen o distribúe. Por iso urxe definir estas estratexias dende quen pode facelo, as productoras e o centro distribuidor principal, a TVG, e dende o plan de investimentos da propia TVG: "many nations, core and peripheral, place special importance on the international profile they can stablish with their audiovisual exports" asegura Sinclair, un dos estudiosos dos espacios xeo-lingüísticos. A imaxe que dá de si o programa periférico, como se identifica, ten que ver, non o dubiden, máis con decisións políticas que co acerto ou desacerto dunha determinada operación comercial.

A contradicción singular da TVG radica no tipo de contidos dese case 70 por cento de producción propia e na imposibilidade de facer circular eses contidos como parte dun programa de marca da canle pública e de desenvolver efectos multiplicadores -políticos, culturais e comerciais-, a partir de productos ancorados, con referencias -que non teñen nin que ser temáticas senón narrativas, de discurso- nacionais.

A súa responsabilidade non é tanto producir a eito, cubrir horas e horas, senón aliarse para coproducir, para distribuír, para defender determinadss decisións, para estar nos espacios que nos definen e ser un activo que poida estar presente, en tanto que tal, e operar coas novas tecnoloxías da información e da comunicación. E cun capital que lle foi entregado e que anda a malgastar. Acóllome ás palabras dun pensador como George Steiner para repetir: "Parler une langue, c'est habiter, construir, enregistrer un cadre du monde spécifique: une *mondanité*, au sens étymologique, fort, de cet mot. C'est occuper et traverser un paysage singulier dans le temps".

Falar unha lingua é habitar, construír, rexistrar unha modalidade específica do mundo: un "estar no mundo", no senso etimolóxico, forte, da verba. É ocupar e atravesar unha paisaxe singular no curso do tempo.