ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE ESTUDIOS GALEGOS

ACTAS I

A IMAXE E O CONCEPTO DE "GALEGO" FORA E DENTRO DE GALICIA. HISTORIA E CIENCIAS SOCIAIS: HISTORIA. SOCIOLOXÍA, ETNOGRAFÍA, ECONOMÍA, DEREITO, POLÍTICA, COMUNICACIÓN. ARTES, ARQUEOLOXÍA, MÚSICA, CREACIÓN AUDIOVISUAL

V CONGRESO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS GALEGOS

UNIVERSIDADE DE TRÉVERIS. 8-11 DE OUTUBRO DE 1997

EDICIÓN DE DIETER KREMER

GALICIEN-ZENTRUM DER UNIVERSITÄT TRIER-1999

EDICIOS DO CASTRO

O GALEGO VISÍBEL

O GALEGO ANALISADO DENDE PRODUCTOS TELEVISIVOS EN LINGUA GALEGA, A SÚA TIPOLOXÍA E O SEU ESTATUTO DE PRODUCCIÓN E DE DISTRIBUCIÓN. ESTRATEXIAS DE INTERCAMBIO DAS PRODUCCIÓNS EN LINGUA GALEGA E POSIBILIDADES DE CO-PRODUCCIÓN COS PAÍSES UNIDOS POLO IMAXINARIO QUE DEFINE O «CELTISMO».

MARGARITA LEDO ANDIÓN

«Nós aceptamos como «natural», é dicer, xa pasou para a conciencia xeral, o idioma como política e a cultura como infraestructura material. Cómpre aceptármonos, tamén, como «natural», a lingua como producción, a língua máis alá da súa consideración como expresión de grupos de falantes, a lingua facéndose visíbel en producciónS, contar de unha en unha as producciónS en galego que se distribúen por diferentes vieiros e soportes entroques de andar contando, de un en un, aos galego-falantes». Así comezaba a miña intervención, fai agora un ano, na Mesa que sobre os medios de comunicación se desenrolou en Santiago, no decurso do I Congreso Internacional A Lingua galega historia e actualidade, reclamando dereito de paso para a lingua como materialidade e a comprensión da comunicación como intercambio a partir de coordenadas de tempo e de lugar. Como un proceso histórico, con territorio, con intereses, con regras á vista pero tamén con regras invisíbeis de significación.

Agora, neste 5º Congreso de Estudios galegos fixarémonos nos productos televisivos de stock. Non nos directos, é dicer, o futbol. Non nos programas de Plató, é dicer musicais e parladoiros. Non nos programas de fluxo submersos ao dominio do tempo. Nos programas que se poden almacenar e facer circular após ter negociado as condicións de tipo económico, a necesidade cultural, a oportunidade política, poisque enmarcamos este percurso nun cadro xeral que tén por obxectivo deseñar estratexias de distribución fóra de Galicia, coa televisión como activo na definición da identidade, é dicer, a Televisión non só como soporte, como cinta transportadora de contidos, a Televisión non só como o Medio de máis doado acceso senón como elemento que intervén nese Konstructor —deixenme manter o K fundacional— polo que somos quen de artellar as relacións co noso entorno (relacións económicas), as relacións sociais (normas

e valores) e as expresivas (a linguaxe), e por quen fomos quen de escoller (andabamos na Modernidade) a institucionalización de Galicia como nación diferente, disposta a se relacionar como diferente e disposta a entrar, deste xeito, en procesos interculturais.

Apómoslle, así mesmo, á televisión a función de mediar, de permeter que se desenvolvan relacións entre actores que a converten no seu escenario e sabemos que a televisión é, ao mesmo tempo, o nó que articulará a Industria Cultural e no que se estructurará a economía da comunicación multimediática.

Veleiquí, a TV e a identidade convertidos en referencia para parte dos dilemas que a Europa debate no eido da Comunicación e que teñen que ver con algo tan preciado como o Pluralismo, co Público e mais o Personal e tamén o Intimo, coa Multiculturalidade —esta Europa atravesada por étnias, crenzas, xéneros, minorías...— Veleiquí a TV e a identidade atraendo para sí o optimismo da intelixencia e non só o da vontade. Houbo, é certo, mudanza nos paradigmas que inflúen na análise, nas propostas de acción e nos programas.

Nós sabemos que até hai ben pouco a tele non era obxecto sistemático de estudo — e mesmo non o era de consumo para determinados sectores coma o que eu represento se non for porque nos entretiveron coas canles minoritarias que aparecen nos 70. Mentres, nos 80, anos que se mediron pola velocidade en bruto, por cautivar audiencias sob o alibí da libertade de escolla, polo rendemento comercial como fetiche e indicador de «saber facer», por razóns políticas, nacían no Estado español as canles autonómicas e para contribuir, como ben público, á normalización do galego, lingua nacional, no caso da TVG.

Simultáneamente dende as institucións europeas chegábase á directiva da chamada «TV sen fronteiras», marcada pola lóxica das telecomunicacións e do mercado en curto, que se convertirá na «Autoridade» de regulación. Unha cousa foran as decraracións a prol da Europa das identidades, outra ben distinta as carreiras por tentar facerse co mercado interno europeo do audiovisual. Pero a realidade, con variantes que non se tiñan avaliado neste plantexamento apresurado de carácter xeral, demostrou como fracasaba o segundo —non se constituiu un mercado europeo do audiovisual— e como estaba definitivamente en perigo o primeiro, a Europa diversa, a Europa das identidades. A realidade tórnase, entón, máis complexa e comezase a diferenciar «un film dun fax», os contidos, a producción simbólica, dos sistemas de comunicación, a cultura, como substantiva na producción audiovisual, do soporte de fabricación.

Os obxectivos economicistas da década dos 80 subsúmense en obxectivos políticos e dende a política intervénse outravolta na ordeación do sector da comunicación.

O debate sobre a televisión como servicio público e a transformación nos modos de pensar e de establecer programas de acción dende a lóxica do servicio público chegará, a mediados dos noventa, como unha das características deste novo periodo en que Cultura e Política son difíceis de corcoser sen a mediación

da Identidade, mentres a Identidade convertese nun valor de cambio, convertese en mercado.

No caso da Tele, do audiovisual, asistimos, asemade, á necesidade dun incremento notorio da producción e do emprego (quintuplicar as horas dende hoxe ate o 2000, duplicar os postos de traballo). En que se sitúa, a cantidade, nun reto en sí, non por iso se obvia como parte do problema a competitividade, non xa a traveso de productos se non de modos de circulación, nen se pode esquencer a calidade. E a calidade, aquí e agora, en Galicia, é dicer, en Europa, non terá basamento dabondo en parámetros tradicionais como a profesionalidade, o audimat (o sucedo) e a sociedade (os dereitos colectivos acordados) se non que se amplará a componentes éticas (as minorías), a novas formulacións e conceptualizacións do propio Medio TV e á idea do outro, do diferente, como parter da túa Identidade que asenta, precisamente, nesa diferencia e nesa interrelación.

O Audiovisual como Producción e como Emprego, o Audiovisual como Mercado e como instancia da relación Público/Privado precisou fincar outravolta os pés na terra, en territorios específicos coma o galego, despois do seu devaneo transnacional e da defensa a que se veu forzada, no límite, da «excepción cultural» para ganar tempo e artellar programas de apoio á estructuración, é dicer, á predicción de resultados máis ou menos estabeis no sector e que implican, pola primeira vez, a formación. ¿Por que non nos manifestar nós dentro da política proteccionista europea? ¿Por que non incorporar, como específico, o dereito dos pequenos países a deseñar cadanseu sector se apostamos, tamén, na lingua como infraestructura material? ¿Por qué, se por razóns de tempo e de lugar, temos o queixo e máis o coitelo na man? ¿Ou iremos, como adoita pasar, tallar a man?

Temos a favor a política e a tecnoloxía. Temos o apoio ao multilingüismo en Media II, vía dobraxe e subtitulaxe. Temos a posibilidade de multiversións na mesma operación de emisión. E temos que ousar a concreción de regras que nos garantan a competitividade, ao mellor co sistema de Cuotas, e ousar a creación de programas específicos entroques de tirar dunha política aleatoria de subvencións que nos conduz a este cul-de-sac. Temos que pensar, definitivamente, en termos de nación sen Estado, dun país nun intre significativo e delicado para acertar ou para errar.

Sempre teño un regusto a ese conflicto que devala entre o desexo, o que queres, e a vontade, o que che convén, un regusto a ese non senso entre determinados resultados cor de rosa cando falamos do que queremos (máis do oitenta e tres por cento dos cidadáns de Galicia queren a publicidade en lingua galega, segundo o estudo que coñecedes do Consello de Cultura Galega, arredor dun cincuenta e sete por cento están contra da publicidade en castelán na Tele) e a expresión, reducida oa absurdo, do que nos convén: queremos a publicidade en galego pero soamente para os productos galegos. Eis o quid.

Sempre teño un regusto incerto entre o que se di na letra e as múltiples vías, tipo pirotecnia, polas que ecoan os cartos cara Productoras foráneas que veñen cun título galego a facer en Galicia o seu budget. De «Gallego» a «La Ley de la Frontera», con ou sen aliados internos.

Sempre me quedará un regusto autófago por pagarmos con diñeiro público «Galicia para el Mundo», un programa que nos reduz a alcaldes e turismo rural.

Pero sempre me restará unha pequena decraración dun xove director, Jorge Coira, ao falar de «Matachín», en que nos diz que haberá cinema galego entrementres un curto coma o seu pase subtitulado en C+. Sempre me restará unha mostra coma a que vos traio, de tres arquetipos da producción televisiva en calquera país: espacios de entretemento, banda deseñada e documentais.

Coñecedes, estou segura, o espacio infantil que tén máis socios que o Celta, o Compos e máis o Depor xuntos. É «Xabarín». Setenta e cinco mil. O espacio que xenerou producción musical. Dous CD. Coñecedes a Miguelanxo Prado, o debuxante noso máis internacional que agora prepara a serie, de 13 episodios, «Os Vixiantes do Camiño», para lanzar no 99 e da que xa se conta cun Demo de presentación en galego-inglés. Para facer medrar a aposta. Para darlle visibilidade nos circuitos e posibilidade de contratación. Para min un indicador dunha nova cultura no audiovisual. Como o é, a respecto do galego visíbel, un programa de repertorio, un karaoke, que sae en pantalla como «O Téquele, Téquele». Pola primeira vez esa personaxe do trinque que invade a neotelevisión, a xente ordinaria facendo na tele cousas ordinarias coma se se tratara da súa sá de estar, é levada a cantar música lixeira en idioma galego. E despois duns tres primeiros meses a trancas e a barrancas, con esgos quase que luíndo nun traballo de corte misional, os Pucho Boedo, os Andrés do Barro, as Uxías ou os filobravús campean no karaoké e fanse coas finais e as semifinais. E, finalmente, a Universidade, Unha experiencia dende o intramuros rexo e anexo da Universidade. A producción, coa TVG, de cinco documentais no que participaron como co-gionistas alumnas e alumnos e que foron dirixidos por directores e directoras de diferentes ámbitos culturais, externos ao noso, pero que tiñan que realizar producciónS en galego para ser exhibidas en calquera dos lugares usuais de exhibición. Son os filmes «Retratos», do chileno Patricio Guzmán; «Quintana, sinfonía de Compostela», da cubana Belkis Vega; «Kompostela kapital Bravú» de Basilio Martín Patino; «Pegadas», do catalán Llorenç Soler e «Érase unha vez en Compostela...» de Joao Botelho, portugués. A estrea foi no Auditorio da Universidade, en Santiago, o 2 de outubro de 1997, e pasaránse no CGAI (Centro Galego de Artes da Imaxe) na Coruña, os días 15 e 16. A inicio do 98 será o primeiro pase pola televisión. Na vindeira edición, neste curso 1997-1998, tres producciónS máis con Manolo Ferrol, o fotógrafo da serie «Emigración», co bonaerense Diego Más Trelles, e con Lourdes Portilllo, feminista, chicana, instalada en San Francisco.

Semella, outravolta, que por unha banda funcione Galicia e pola outra bandeen institucións coma Política Lingüística, a máis retardataria de cantas se moven, e se xustifican, nisto do galego endogámico. Remítoos a un artigo publicado en *A Nosa Terra,* núm. 796, de 18 de setembro de 1997, por Carlos Manuel Callón, para que poidades seguir os avatares dunha proposta de dobraxe de películas de Disney ao galego, aceptada pola propia Disney, pero que non acadou o favor dos 15 ou 20 milllóns de cobertura de custes por parte dunha Dirección Xeral que tén un orzamento de 3 mil millóns. «O diñeiro do galego está-se a gastar en tecer a arañeira clientelar, subvencionando á agarda de favores. Por iso a DXPL non quere gastar fóra, nunha clientela que non cria submisión, como poden ser Microsoft ou Disney».

Nós, pola contra, estamos polo galego visíbel, pola televisión pública como posibilidade para unha política identitaria e pola recuperación das coordenadas da «excepción cultural», o cinema con territorios, a ofensiva audiovisual dende a profesionalidade e a interculturalidade, para redefinir a producción independente e para arriscarnos na conta atrás en canto á constitución de redes de intercambio. Conta atrás que encetamos cun proxecto, cunha experiencia que activa a noción de espacio atlántico de comunicación, no que interveñen instancias públicas nacionais —galegas, bretonas ou galesas— e europeas —a Comisión Europea, DX XXII— e que, dende diferentes modalidades de nos representar como nacións, dende modelos diferentes de TV públicas e con modos diversos de singularizar obxectivos identitarios, establecemos un programa de pescuda, a partires precisamente do estatuto da producción de emisións na lingua de candanseu país.

As nosas ancoraxes iniciais afirman que os sistemas televisuais, sexa cal fora a súa área de difusión, non están fóra da lóxica económica verbo da producción, da adquisición e do intercambio de programas e que nesta lóxica non pode obviarse un outro nivel, que actúa no seo do mercado audiovisual de producción e de distribución de programas e que se singulariza a partir das políticas de comunicación e do encardinamento das problemáticas culturais e linguísticas de Bretaña, de Galicia e do País de Gales.

Outra ancoraxe plantexa a posibilidade de alternativas aos modelos televisivos dominantes, que se organizan na escala estatal/nacional e cuestiona a internacionalización a partir da actual constitución dos sistemas televisivos estatais.

O que entendemos, pois, é que os chamados «pequenos países» poderán se convertir nunha variante de interés para a relación de forzas que está a confrontar Europa cos estados Unidos e que, polo mesmo, cómprelles a eles acertar coas modalidades tanto de producción como de distribución.

A construcción da Identidade, ou a Identidade como construcción, o imaxinario, a producción simbólica xóganse, estánse a xogar, unha vez máis, no ámeto da historia material da cultura que é tamén na que se define o fenómeno da Televisión.