

*Comunicación Audiovisual:
Investigación e formación universitarias*

*II Coloquio Brasil-Estado Español
de Ciencias da Comunicación*

Edición a cargo de
MARGARITA LEDO ANDIÓN
MARGARIDA KROHLING KUNSCH



1999
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

COLOQUIO BRASIL-ESTADO ESPAÑOL DE CIENCIAS DA COMUNICACIÓN

(2º. 1998. Santiago de Compostela)

Comunicación audiovisual : Investigación e formación universitarias : Actas do II Coloquio Brasil-Estado Español de Ciencias da Comunicación (Santiago de Compostela, 23-25 de novembro de 1998) / Edición a cargo de Margarita Ledo Andión, Margarida Krohling Kunsch. - Santiago de Compostela : Universidade, Servicio de Publicacións e Intercambio Científico, 1999. - 487 p. ; 24 cm. -

(Cursos e Congresos da Universidade de Santiago de Compostela ; 115). - Bibliografía. - D. L. C-***/1999. - ISBN 84-8121-761-1.

1. Medios de Comunicación Social-Congresos. I. Ledo Andión, Margarita, ed. lit. II. Krohling Kunsch, Margarida, ed. lit. III Universidade de Santiago de Compostela. Servicio de Publicacións e Intercambio Científico, ed. IV. Serie

316.77

© Universidade de Santiago de Compostela, 1999

Composición e maqueta

JOSÉ PEREIRA FARIÑA

Edita

Servicio de Publicacións
da Universidade de Santiago de Compostela
Campus universitario sur

Imprime

TÓRCULO ARTES GRÁFICAS S.A.L.

ISBN 84-8121-761-1

Dep. Legal: C-1173-99

Introducción

Margarita Ledo Andión

Catedrática de Comunicación Audiovisual e

Publicidade

Universidade de Santiago de Compostela

Coordinadora do Coloquio

A representatividade da investigación brasileira no ámbito da comunicación, o seu papel dinamizador na área latinoamericana amais da significación do sector audiovisual na industria da cultura naquel país fai que o diálogo co Brasil abra de contado as mellores expectativas para todas as persoas que, neste caso dende a Universidade pública das diferentes nacións do Estado español, desenvolven tanto a docencia como a pescuda en conexión cos dilemas e co soerguemento de interrogantes que esta zona movediza contrae en cada sociedade e a nivel global.

O medre e a consolidación dos departamentos de Comunicación Audiovisual nas nove Universidades que estiveron presentes en Compostela é un indicador de primeira orde que nos confirma a calidade e contemporaneidade das súas liñas de investigación e que nos fala da continua evolución e adaptación dos planos de estudio a unha situación atravesada por condicionantes políticas e tecnolóxicas que reclaman un seguemento puntual, creativo e dende un método de máxima interioridade, movilizando todos os seus recursos, por parte das Ciencias da Comunicación.

De seguro que ningún pon en dúbida que o noso tempo, e as nosas sociedades, son un produto de cómo se tipifican no seu seo as relacións de comunicación -que inclúen o mercado, obviamente, ou a formación- e que o noso tempo, as nosas sociedades, son simultaneamente actores desas mesmas relacións. A necesaria confrontación e comparanza entre realidades distintas como as do Brasil e o Estado español, a discusión sobre as posibilidades de intercambio e o deseño de pesquisas comúns estaban, pois, na axenda da convocatoria do II Coloquio de Ciencias da Comunicación.

Tendo como referente a experiencia da primeira edición do Coloquio, que reunira en Londrina, no verán do 1996, a investigadores universitarios brasileiros e españois, tanto por razóns xeo-lingüísticas e culturais como por

razóns académicas e científicas, a Facultade de Ciencias da Información e o Departamento de Ciencias da Comunicación da USC comprometéronse e encomendáronme a organización desta segunda edición do mesmo que decorreu en Santiago de Compostela o pasado novembro e ao que asistiron colegas en representación da Universitat Autònoma de Barcelona, UAB; da Universidad Complutense de Madrid, UCM; da Universidad de La Laguna, ULL; da Universidad de Málaga, UM; da Euskal Herriko Unibertsitatea, EHU; Universitat Pompeu Fabra, UPF; Universidad de Salamanca, USAL e Universidad de Sevilla, US.

Pretendíase, nesta ocasión, aprofundar nas relacións entre a formación universitaria e a investigación, dende o espacio específico da Comunicación Audiovisual, e localizar as súas diferencias verbo doutra caste de ofertas procedentes ben das propias empresas do sector ou dos centros de capacitación profesional, ben dende entidades que orientan a súas pesquisas sob obxectivos de índole administrativa, hiperpragmática, ou comercial.

Dado que os fenómenos, e os casos, que se congregan sob esta denominación, Comunicación Audiovisual, son de natureza complexa, a nosa proposta para entrar en aspectos singulares no momento actual artellouse nun vértice que téñ que ver coas estruturas de produción, é dicir, co desenrolo industrial e coas políticas de comunicación como un activo do mesmo; nun segundo vértice configurado entorno a cuestións de circulación, recepción e audiencias, e, na fin, nun outro vértice que é o da investigación e a formación. Aspectos específicos tocante modelos de produción mediática e a súa incidencia de consumo; as estratexias das industrias culturais no binomio globalización/identidade e a análise do discurso e pluralidade metodolóxica foron outras tantas Mesas que serviron para configurar os contidos deste Foro ao que o profesor Jose B. Terceiro contribuiu cunha lección inau-

gural rica e plena de suxerencias no que se entrecruzaron as tecnoloxías, as actitudes e a cultura finisecular.

A realización do II Coloquio foi posíbel, asemade, pola contribución económica dunha serie de institucións como a Secretaría de Estado para la Investigación, do Ministerio de Educación y Cultura do Goberno español; da Consellería de Cultura, Comunicación Social e Turismo da Xunta de Galicia; da Consellería de Educación da Xunta de Galicia e do Vicerrectorado de Investigación da USC aos que cómpre engadir a de Caixa Galicia.

Os resultados deste Foro deixan ver as posicións que ocupa a Comunicación Audiovisual a nivel estratéxico, o seu papel nas identidades culturais e políticas e a responsabilidade de configurar, dende a Universidade, propostas de coñecemento nas que se incardinan modos de actuación e coas que se sistematice a análise, múltiple e dialéctica, dun fenómeno do que agora apresentamos visións panorámicas e tamén estudos específicos e de tendencias que amplaremos na concreción de proxectos de pescuda multilateral.

A espera da próxima formalización deste espacio de discusión, de iniciativa e de aprendizaxe intercultural, dámosvos as gracias a todas as persoas participantes no II Coloquio Brasil-Estado español de Ciencias da Comunicación.

Santiago de Compostela, 1999

**Tripe nacionalidade: Galicia, Bretaña
e País de Gales**

Margarita Ledo Andión

Universidade de Santiago de Compostela

Na pasada primavera, xusto cando chegábase á fin da pescuda que titulamos "Tv e interculturalidade: Bretaña, Galicia, Gales" produciuse un feito que veu adequirir 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 encol o chamado "Acordo Multilateral de Investimento", o AMI, no seo da OCDE. Esta nova sigla, AMI, nova no espazo en aberto, no espazo público, levaba tres anos preparando a súa chegada con total discreción. E agora faino por entre a contestación de colectivos profesionais, de actores políticos e de representantes institucionais. Francia, o país que liderara a "excepción cultural" no GATT, vén de se retirar das negociacións do AMI e de se implicar no debate, deste xeito, a nivel gubernamental.

A modo de exemplo, o AMI cuestiona todo o sistema de axudas ao cinema. No nome da igualdade de trato para o investimento nacional e foráneo as Major usamericanas reclaman subvencións consonte ás taxas sobre as entradas en sala. E a "sala" pertence, eís unha das modalidades da perversión, ao seu sistema cuase monopólico de distribución.

Nos seus efectos o AMI emparéllase con outra sigla, NTM (New Transatlantic Market), é dicir, coas necesidades das industrias da comunicación norteamericanas -un sector que a nivel de exportación é tan importante como o aeronáutico- por asentar unha zona librecambista entre USA e Europa que, amais de dismantelar o sistema de cuotas, unha das medidas de protección do cinema e da produción audiovisual europea, veña tolleitar a incipiente organización entre nós do sector. Unha zona librecambista, un espazo completamente desregulado no que se efectivizará a converxencia comercial, co mercado como referente único. Por iso o director Claude Lelouch, no nome da asociación de realizadores e de produtores franceses, fala de dar un paso á fronte incluíndo como clausula, a

categoría "soberanía cultural".

Se nos fixarmos na Televisión, en diante non falaremos xa dende a tecnoloxía da "era dixital". Falaremos, dende os rendementos, da era da peaxe; escoitaremos falar da integración vertical; iremos cara un nomenclator cada vez máis reducido que repetiremos con facilidade: Microsof para os loxiciais, Havas na prensa electrónica, C+Nethold, ou o temíbel MKBB (Murdoch, Kirch, Bertelsmann, Berlusconi). Vontade oligopólica, vontade de poder coa que tronzar en dous o mundo, consagración da barbarie que caracteriza ao 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 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, por manter que entre o rico e máis o probe a liberdade é opresora e a lei é liberadora-, dende os outros suxeitos valórase o Dereito colectivo por sobre do contrato, o imaxinario colectivo e simbólico por sobre o financeiro, nun proceso que de seu nos conduz ao debate sobre a idea de servizo público, sobre a televisión de servizo público.

Hai menos dunha semana, o 17 de novembro de 1998, os Ministros e Ministras de Cultura da Unión Europea reafirmaron por unanimidade a súa competencias encol do servizo público audiovisual, curándose en saúde das conclusións ás que poida chegar a Comisión Europea após o estudo das reclamacións sobre "competencia desleal" que lle presentaron varias canles privadas de televisión. Importante esta resolución conxunta das e dos Ministros. Mais a paradoxa vense sen demora cara o real-real. E na azarosa Francia, quizaves o país onde o diálogo entre sociedade e Poder é meirande a pro-

pósito da política que intervéñe o sector, 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 refere a acceder aos acontecementos de interese que serán fixados nunha lista oficial.

Inmediatamente contestada polas organizacións profesionais, por sindicatos e parlamentarios, socialistas, verdes, comunistas da "esquerda plural", tanto por non prever no sistema público compensación financeira á perda de publicidade como por poñer en perigo as obrigas de investimento da televisión na produción cinematográfica, a comén deste mes de decembro o Goberno francés retirará o proxecto de lei para continuar co proceso da súa discusión e da elaboración dun novo texto. Non imos entrar no caso español, cun sector público abandonado á súa sorte, ao endebedamento coa banca e a unha posíbel privatización. Opinar e reclamar medidas políticas en tanto cidadáns; como estudosos elaborar propostas; intervir en calidade de militantes, todo indica, pola primeira vez, que ninguén poderá manterse ao abeiro da televisión.

Como vostedes saben, a televisión pública foi un dos vértices en que asentou a sistematización que fixemos unha equipa de investigación universitaria de Santiago de Compostela, Haute-Bretagne e máis Aberystwyth encol a produción audiovisual en galego, bretón e galés, nunha primeira fase para os anos 94-95-96, e que se continúa nun observatorio que está traballando no bienio 1997-1998 e fará, a seguido, o 1999-2000.

Por historia e porque os procesos na historia son tan variados como esta triple nacionalidade, Bretaña-Galicia-Gales participa dunha certa ilusión de semellanza que impregna aos países

da periferia atlántica, países morfolóxicamente transferíbeis, coa mesma poboación (perto de 3 millóns), con emigración, con formas expresivas parellas na música, na literatura, nos mitos e mesmo nalgo tan material como a tipoloxía das empresas do audiovisual: pequenas, cunha ou dúas persoas fixas, son un arquetipo de flexibilidade laboral. Adoito formalizadas como sociedades limitadas e adicadas de preferencia á produción, o seu cliente nodal son as institucións e a tele pública, tele pública que asemade, adoita ter os dereitos de difusión amáis de funcionar como distribuidora no mercado exterior. Coa súa orixe maioritaria dende o coñecemento empírico do sector, asociadas sob esquemas corporativos para xestionar solicitudes de subvención dende diferentes entidades europeas e nacionais, febles no seu financiamento e na súa profesionalización, non podemos derivar, porén, que estes en aparencia resultados iguais teñan idéntica significación.

Mesmo se as horas de exportación en Galicia e en Bretaña son intercambiabeis, pouco máis de dez para o periodo analizado, este dato fala de problemas diferentes, e iso é o que nos interesa presentar para a discusión porque é o que acolle valor a partir de entender a interculturalidade como un operador e non como algo que non vén dado, de pensar a interculturalidade como algo a construír a partir de determinadas mediacións. Como a tele ou como os novos modos de oferta e de relación dos produtos audiovisuais.

A partir da noción de fluxo comunicativo, da posibilidade de recuperación de calquera produto en calquera momento e en calquera contexto, a competencia pasa a artellarse arredor da información que circule sobre cada ben, arredor da súa visibilidade, e da imaxe de marca que acompaña a cada produto, 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 beneficianse deste novo modelo concurrencial, usufrutúan da converxencia tecnolóxica e do apoio político ás realizacións nacionais e son o elemento que se precisa para conxugar unha vella dicotomía, o da identidade como reserva patrimonial ou o da identidade como mediación para as relacións sociais, incluídas as de carácter económico, é dicir, a identidade como mercado.

E para operar no mercado, co soporte produción audiovisual, como obra audiovisual, máxime as linguas de ámeto restrinxido ou as culturas de nacións sen estado como a galega non poden prescindir dunha televisión pública nen poden deixar que a televisión pública prescinda das súas obrigas de servizo público, a primeira das cale 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 en 1985, as preocupacións identitarias maniféstanse en data recén estando máis perto, nos seus primeiros anos de vida, da filosofía de mínimos da TV de proximidade que da TV de servizo público en canto que un mass media fundamental no proceso de construción da nación e en relación dialéctica cos diferentes ámetos da vida social. Entre eles o mercado. Pero esta preocupación, que se adianta a recomendacións que seguen outros países, deixa ver os aspectos contradictorios no nivel da acción cotián e do Audimat. Porque se ben fronte á situación de Bretaña ou de Gales as aventaxes 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 (aínda que poida vir galeguizarse a traveso doutra sociedade interposta) e a contidos reprodutores das privadas, "Tardes con Ana"- cando o que lle cómpre é comprometerse coa dinamización da produción no sector e coa circulación e rentabiliza-

ción duns ben prodixiosos nos que se unen o imaxinario e mais o real. A identidade e máis o mercado, por retornar á nosa consigna funcional. Uns bens que teñen diante deles o reto de ser competitivos e a obriga de contribuir ao pluralismo efectivo nos múltiples eidos nos que se manifestan as relacións de intercambio a nivel internacional.

No outro extremo, o caso bretón, aínda abandonando nunha etapa recuada de televisión de desconexións, lonxe das modalidades contemporáneas de Tv identitaria e ollando para si mesma nas mans dos servicios internacionais da privatizada TF1 que no seu momento fixera unha experiencia piloto durante os mundiais-emitindo en bretón- e que se dispón a inaugurar co satélite, no 1999, unha canle rexional no que a rentabilidade estará na oferta de servicios multimedia. No caso galés, pola contra, S4C nasce como canle identitaria e é, asemade, a que comparativamente apresenta millor e máis rentábel estrutura comercial.

Verbo do marco legal, como saben, o da TVG é o Estatuto de Autonomía e para S4C sonno as sucesivas regulamentacións -importantísimas no panorama británico, tanto que se dixo sempre que realmente a canle privada ITV non puido funcionar se non como apéndice da BBC ate o 92-, as famosas Broadcasting Act. Das tres Compañías, son S4C e máis a TVG quen aunan, pois, as condicións políticas requiridas para plantexarse estratexias transnacionais, estratexias que requiren, a curto prazo, programas de catalogación-indexación, dobre, subtítulaxe e, sobre todo, de co-producción e alianzas de difusión.

Indonos para o papel de cada unha das tres televisións na produción audiovisual (France Ouest, en Bretaña; TVG en Galicia; S4C, en Gales) e sin poder establecer relacións de sentido entre o número de horas e a representatividade comercial ou identitaria (prácticamente monolingüe a TVG; menos de 2 horas semanais

a bretona; unhas 40 horas a galesa), no apartado de xéneros observamos como son dominantes os de ficción en Gales, as news en Bretaña, e no tres casos o xénero documental é un dos que nutren o sector. A presenza de longametraxes cinematográficas e dos filmes de animación como un dos produtos con máis posibilidades de saír ao 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 produción de "Os vixiantes do Camiño" para estrearse no 99, segundo o exemplo galés que conquistou o nominación ao Oscar, como millor 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 coproduccións e de comercialización estándar, en parcería con La Cinquième ou coa irlandesa RTE, e unha rede de exportación en soportes diversos a máis de cincuenta países, incluídos USA e Canadá.

A 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, amáis do modelo errado houbo e mantense unha fatídica relación profesional-, 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 affairs, pero tamén para a serie estrela dende os seus inicios, Pobol y Cwn- e dende a privada HTV amáis das sociedades independentes que se foron creando arredor das demandas concretas da canle en galés.

Pola súa banda, de non prantexarse como sociedade productora/difusora, a TVG endexa-máis tería chegado a existir, carente dun sector

no que se ensamblar de partida e carente dunha televisión pública estatal disposta a cooperar, por mandato legal, na produción en galego con vistas a convertila no modo de produción normal.

Por outra banda, é significativo observar que son os derradeiros cinco anos, singularmente a partires de 1995, os anos en que medra o audiovisual bretón, galego e galés, feito ao que non é alleo o cambio de rumbo na política europea xeral, a conciencia da comenencia de abrirse a outras solucións e a visibilidade do litixio entre defensores da concentración e quen loitan polo recoñecemento de medidas de política cultural que contribúa naos procesos identitarios tanto como a que se redefina, na súa complexidade e singularidade, todo o sector que configura a industria da conciencia, e da subconsciencia, de seguirmos as coitas dunha das persoaxes de Wenders en "O correr dos días" cando fala e di dos americanos: téñennos colonizado o subconsciente.

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

Así, neste AA 1998-1999, amáis de continuarmos co levantamento e catalogación da produción no que xa anomeamos Observatorio do Audiovisual, e no que participa como parceiro o Consello de Cultura Galega, traballamos, xunto coa Universidade de Gales-campus de Bangor, Telefís Eirean, en Irlanda, TV3 en Catalunya, e a TVG, na definición dun servizo 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 acollén as nosas intervencións- é que o incardinamento ou a desaparición do audiovisual nos pequenos países vai vir derivado, tamén, do seguemento das variantes que lle son consonte 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 desenrolou axiña a conciencia de identidade como parte do seu activo comercial, tanto no aínda anomeado mercado interno -desenvolvemento de campañas de imaxe corporativa nas outras canles, estudos de recepción...- coma no externo, con vistas aos 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, estánse a manifestar en escollas, por parte das produtoras, cara o multimedia pero, sobre todo, nas actuacións de televisións públicas, como S4C e TVG, con plans específicos de presenza no universo dixital onde, en palabras do presidente e máis do director executivo da canle de Wales "pola primeira vez a lingua galesa estivo en

paridade coa inglesa ao comezo dunha revolución tecnolóxica".

Pola súa banda TVG distribúe o sinal no territorio español por satélite (Vía Dixital) e por cabo (CTC, Cable i Televisió de Catalunya) así como en territorios próximos (Portugal, Asturias) e por cabo en algúns 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, "Tv e interculturalidade", 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 espazos lingüísticos e definindo, sobre todo, a identidade dos produtos como modo de participar sen discriminacións, sexa cal fora o volume de actividade de cada sector.

Neste senso lembrábase a necesidade de efectivizar programas de subtítulaxe dende cada lingua, ofertándoas no seu momento á par das versións a outras linguas, e políticas de dobraxe, á par de proxectos de investigación que localicen determinadas constantes nos usuarios e 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 espazo xeolingüístico de Portugal e Brasil, a resultados das conclusións deste Coloquio.

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 demostrase que é a garante de que exista, subsista ou se desenvolva un sector da industria da cultura que intervéñ, asemade, na concreción

democrática da oferta plural. Por iso amplamos a 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 engadiríamos xa un programa de ensino e de reciclaxe en vistas á consideración dun polo público multimedia; a proposta de programas "universidade/industria" que inclúan as políticas das TV públicas de cara ás alianzas internacionais, e incorporar a noción da calidade ao concepto de "soberanía cultural".

E é que, de seu, a investigación que levamos a USC, a UHB e a UW, no seu desenvolvemento tiña que se topar co AMI e situarse fronte do AMI a partir mesmo da súa hipótese de partida: a tv pública como insustituíbel 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 Canada, 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 recóllese na carta que envía o senador francés Jack Ralite ao director xeral de F2/F3 pedíndolle espazo para a discusión encol do AMI nas canles públicas, e na que di: "vos non ignorades como ese Tratado, negociado en solitario polos 29 países máis ricos do mundo, téñ que ver con todas as 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 sul-, o estatuto da propiedade intelectual -derei-

tos de autoría e dereitos veciños- e , todo iso no nome dun mercado mundial que sería natural como a gravitación universal, decía 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 comprirá substituír as institucións públicas polo que acorden, entre eles, os inversores, as Microfosf, Telefónicas, Aseguradoras, Compañía Xeral de Augas... Os Murdoch, Kirch, Bertelsmann, Berlusconi... and so on.

· O Ami sería , pois, a fin lóxica dun proceso no que as corporacións fixan as regras e llas impoñen a calquera modalidade institucional nas que se refrean as relacións de forza, é verdade, dos suxeitos colectivos que se constitúen en nación en base a referentes non reducísbeis ao 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" ao que lle opomos modos tan artificiais, construídos polo xénero humano, como as linguas, a identidade ou a democracia sobre un tapete de xogo real.

· Democratizar a comunicación implica espallar as obrigas de servizo público a todos os actores do proceso . Implica o artellamento de programas de innovación, de pescuda, de creación. Implica un polo público de produción multimedia. 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 ámeto do audiovisual un tipo de achegamento ás cuestións do imaxinario e do simbólico en relación ao real, a produción, o financiamento, a difusión como aspectos da

categoría que se vencella con esta hipótese, a da democracia, e canda ela como unha manifestación colectiva da mesma a esixencia do retorno da tele como servizo público luíndo nos ámetos da ética e a correr o risco, como nos oitenta, de convertelo todo en mera xesticulación: ben, que o fagan as privadas. O trunfo maior do "laissez-faire".

Pola contra, a identidade é para nós parte dun proceso en construción, proceso no que aprendemos -andamos a aprender- que a institucionalización da diferenza faise necesaria, que é tamén un valor de mercado, que ao noso favor xoga a lei fronte da fortificación, o documento, o acordo, fronte do monumento, que a lingua é o signo visíbel da apertenza a unha cultura capaz de se relacionar con todas as culturas.

Asístenos, asemade, a recomendación do Informe Final "Construír a sociedade europea da información para todos" da Comisión Europea/Dirección Xeral de emprego, relacións industriais e asuntos sociais (abril, 1997) que no seu apartado 11b) e sob o epígrafe "Alimentar unha Europa multicultural" conclúe: A utilización das tecnoloxías da información e da comunicación poderá manter unha visión multicultural de Europa no seo da sociedade da información, considerada comoun polo de desenvolvemento cultural, de transmisión de ideas e de feitos de civilización, de promoción de contactos directos entre grupos diversos (polo xeral en dispersión) e de apoio ao multilingüismo da sociedade europea. Será positiva a cooperación con programas do mesmo tipo fóra das fronteiras europeas, así como coordinar accións cos organismos internacionais que interveñen neste dominio.

Unha recomendación que nos da pé a concluir achegándonos á idea de área xeo-lingüística como un outro factor de calidade que entra a dibuxar os espazos de comunicación efectiva. Así, pola conxunción de diversas variantes, entre as caís a perda de representatividade e de

operatividade do antergo "Estado-nación", da súa filosofía impostiva e dogmática, unívoca, expansiva e racista, as rexións lingüísticas, por exemplo Latinoamérica pero tamén a lusofonía, entre Galicia, Angola e Timor Leste como puntos extremos e os enclaves da emigración; a área do catalán, que tivo que soportar a interdicción política do sinal da súa televisión pública cara as Illes ou para o País Valencià; a área do gaélico -S4C Digital Network, SDN, comeza a emitir para Escocia-; todas elas están na base da globalización cun signo diferente do signo usa-mericano, dos seus referentes de valor e a súa industria audiovisual en idioma inglés.

Temos así que mesmo a transmisión vía satélite non se presenta xa como un universal, para unificar contidos, e que tende a especializarse a partir de constantes culturais e de fala, síntoma de que o sector da infraestrutura detectou a comenencia de planear a diversidade de mensaxes daccordo a variantes estratéxicas de tipo lingüístico. Pero para tamén facelo dende a produción nacional dos pequenos países, é dicir, como parte das nosas relacións sociais, cómpre que, coa tecnoloxía, teñamos asemade a capacidade de decisión política a favor. Eís un dos vectores que interveñen, na hora actual, no debate xeral arredor dos usos e funcións da comunicación.

A achega que facemos, neste senso, para a discusión en torno á sociedade da información -dende dentro da historia, é dicir, dende dentro da fronteira política e cidadán, considera positivo adoptar o termo de fluxos fronte do de produtos import-export, ou referirse á emisión, almacenaxe e recuperación de calquera ben, dunha obra calisquer por calisquer usuario en calisquer lilngua e en calisquer lugar, fronte dos calendarios cotiáns de emisión convencional.

Estamos a tratar dos procesos identitarios como procesos comunicativos, procesos mediados pola industria cultural e sobremaneira polas producións audiovisuais no que as televisións

propias demostran ter un papel central. Consideramos a posibilidade da nosa intervención en espazos xeo-lingüísticos como un dato positivo, como un potencial activo de mercado, que atinxe, no caso das teles, tanto ás públicas como ás privadas, tanto aos modelos comerciais como culturais ou variantes de tipo local, educativo, comunitario ou temático. E non podemos esquecer que entendemos os actos políticos, neste eido, como normativos. Estamos, pois, a favor da regulación, da existencia da Lei do Audiovisual; defendemos a comenencia de Autoridades independentes que hoxe non son as vixentes no sistema galego, e estamos, en fin, pola reflexión sobre o fenómeno do intercambio de contidos dende dentro do mesmo fenómeno, dende o interior do entrenzado de relacións que define e que o definen na base da construción da idea de interculturalidade a partir da acción dende os espazos nacionais.

"Triple nacionalidade" ábrese, a partir de aquí, cara camiños múltiples. Tal calisquer enigma agacha un procedemento laberíntico e ricaz, con componentes simbólicas, imaxinarias e indiciais, co corpo colectivo metido de cheo no cerne da súa propia cultura material. A semeanza de todas nós como protagonistas dun romance que coma Devalar, de D. Ramón Otero Pedrayo, non consintamos a aniquilación.