A TRABE DE OURO

PUBLICACIÓN GALEGA DE PENSAMENTO CRÍTICO



TOMO III./ ANO IX./ 1998
Xullo • Agosto • Setembro

O COMPORTAMENTO FINANCEIRO
DA ECONOMÍA GALEGA
Xoán López Facal

PAISAXE, FILOSOFÍA E IDENTIDADE.
RESPOSTA GALEGA Ó LEGADO DO 98
Craig Patterson

REDEFINI-LA SUBXECTIVIDADE FEMININA:
NOVAS FIGURACIÓNS DA
POLÍTICA DE MOBILIDADE
Eleonora Federici

TELEVISIÓN E INTERCULTURALIDADE
EN BRETAÑA, GALICIA
E O PAÍS DE GALES
Margarita Ledo Andión

GARCÍA LORCA E LORENZO VARELA:
DOUS CABODANOS
E UN POEMA ESQUECIDO
Xosé Anxo García López

CAPÍTULO XI DO
ROMAN DE PONTHUS

MATERIAIS ASEMBLEARIOS
Fronte Popular Galega

GUGGENHEIM MUSEOA
Anxo Angueira

sotelo blanco

TELEVISIÓN E INTERCULTURALIDADE EN BRETAÑA, GALICIA E O PAÍS DE GALES

Margarita Ledo Andión

A liña lene que debuxa a construcción da Identidade como un proceso histórico vai enlazando entre si Televisión pública, linguas minorizadas, neste caso as linguas propias de Bretaña, de Galicia e do País de Gales e a consiciencia da Europa multicultural como un dos sinais do mundo contemporáneo, cando se xuntan a industria informática, as telecomunicacións e os fornecedores de programas, de contidos, para establecer os termos do que se denomina converxencia e que está na orixe non só de novos modelos de competitividade, modelos que terán que atravesar un tempo no que se tentan recuperar compoñentes éticos, é dicir sociais, no eido da producción, circulación e consumo de bens simbólicos, como de fórmulas de colaboración entre a investigación universitaria e os profesionais do audiovisual.

É no ámbito que debuxa esta liña onde se incardina o traballo que presentamos, un

traballo que parte dun plantexamento de tipo holístico no que caben diferentes xeitos de nos representar como países, políticas televisivas distintas verbo das responsabilidades públicas e das actividades na producción e na distribución, fases específicas do proceso identitario e da súa formalización, e do que se poden deducir actuacións concretas, no tempo e no espacio. Agora, cando o modo de pensar o espacio audiovisual europeo está a sufrir variacións sustanciais.

Vencellada por vez primeira coa idea de Programa, a «diversidade cultural e lingüística» aparece diante nós como unha avantaxe material, como un activo de mercado e, en tanto que parte das relacións intraeuropeas de comunicación, como cualidade que define o público, o que é de interese público. O concepto «Europa diversa», chámase Europa dos pobos, cuestión rexional ou mosaico cultural, intervén en propostas para a dinamización da producción audiovisual, para a súa distribución e para elaborar estratexias posíbeis arredor des *factotum* que denominamos competitividade e que non é alleo ao debate, en aberto, sobre a Identidade.

Os vellos paradigmas demostráronse escasamente útiles e estructuras como as do Estado moderno apenas resisten a integración de variantes que, como a territorial, son substantivas para o audiovisual na hora da mundialización. Posicións que renderan culto ao *desideratum* do mercado único mediante a aplicación mimética de estándares usamericanos aprendéronnos, na súa ausencia de resultados, a non confialo todo a análises que collen os síntomas por causas, nin a fiarnos do que se publicita como rendíbel por un simple proceso continxente de acumulación: a queda de fronteiras, a queda de regulacións, a queda do Leste, a queda do interese colectivo fronte ó auxe do corporativo e que cadra, por calendario, co que adoito chamaron a lóxica das telecomunicacións.

Foi preciso, pois, comezar a falar en plural. En imaxinarios. En mercados. En territorios e en actores políticos audiovisuais. As decisións sobre o sector trenzaron, no debate e nas responsabilidades, ás Institucións político-administrativas coas económico-empresariais. A cuestión económica comezou a hibridarse con nocións culturais. A Academia, singularmente, a Universidade Pública, xa non vai poder manter un cómodo papel de observador distante, máxime cando a Formación aparece como un dos aspectos máis críticos do problema en sucesivas reflexións e así se fará constar na intervención final do comisario Joao de Deus Pinheiro, en xullo do 94, perante os asistentes á Conferencia Europea do Audiovisual, evento que contén o xérmolo dunha nova xeira que quizais se podería situar no comén do Media II, en 1996, e pénsase que chegará a propostas salientábeis tanto na inminente Conferencia convocada polo Goberno Británico, coincidindo co inicio da presidencia da Unión e que versará sobre a era dixital, como nos resultados do Grupo de Reflexión de Alto Nivel que, por encargo da Dirección Xeral X traballa, no albor da converxencia, sobre as posibilidades para a industria europea de contidos, en cal é o papel das instancias gubernamentais perante o reto cultural e industrial e, asimesmo, citamos literalmente do discurso do Sr. Oreja no 9º Forum da Televisión e Cine Europeos (EIM-Lisboa, Nov. 1997) en cal é a importancia que se lle debe dar ao interese público, e ás consideracións éticas, no novo contexto audiovisual.

Así, o que aínda hai pouco tempo tiña aparecido como unha simple consigna defensiva, a «excepción cultural», de seguro que concebida para un período de transición perante a cativa capacidade de producción europea en relación á demanda, e para atallar

o dominio definitivo das *major* no sector, transformouse no nó dun debate gradual no que irán facéndose visíbeis, como parte da política europea, espacios emerxentes de comunicación, espacios que se representan sob múltiples epígrafes, un dos case o de mínimos «mosaico de linguas e culturas» entrementres este novo concepto, a producción e o consumo audiovisual como elementos inalienables da identidade e como reclamo para a viabilidade comercial, vai substituíndo a idea teimosa —e escasamente operativa— do ecléctico e aséptico mercado global europeo e do «europudding» como peza residual. Achegámonos, sen o sobexo de preconceptos que inutilizaran anteriores debates, á observación dun fenómeno dende a complexidade, pero co ánimo de facelo actuar no contexto de seu, nacional e trasnacional.

O corpo central de análise de «Televisión e interculturalidade: Bretaña, Galicia e País de Gales» vaise dirixir á producción audiovisual e a aspectos que conxugan categorías como a calidade e a profesionalidade, na realización e tamén na distribución, pero optamos por concentrar no título os tres vértices que nos permiten a idea de futuro: o nacional, o intercambio de contidos e a existencia de difusores públicos.

Con «Televisión e interculturalidade» iniciamos a conta atrás dunha experiencia que tivera a súa orixe no ámbito do I Congreso «Comunicación na Periferia Atlántica» (Santiago de Compostela, 7-10 de novembro do 1995) e que se concretou nun primeiro proxecto de tres Universidades, Haute Bretagne-Rennes 2, University of Wales-Aberystwyth e Santiago de Compostela. No proxecto interveñen instancias públicas nacionais bretonas, galegas e galesas e tamén instancias supraestatais, a Dirección Xeral XXII da Comisión Europea, e ten na súa mesma diversidade interna un dos seus sinais.

Tal e como avantamos, o programa de pescuda que presentamos sobre o estado da producción e da emisión na lingua de cada país faise dende tres tipos diferentes de Televisión pública, dende xeitos diferentes de lle dar pioridade a un ou a un outro obxectivo identitario por parte de cadansúa sociedade —a lingua no País de Gales, acadar Medios públicos autónomos en Bretaña, a política de co-producción e denenvolver Autoridades Mediáticas independentes en Galicia—, profesionalizar a industria de programas, e xogar a carta da competividade nos parámetros da Sociedade da Información, faise dende percursos históricos disimilares e, obviamente, dende formas diferentes de representación político-institucional da realidade nacional: Parlamento autonómico en Galicia, recén proceso constituínte no País de Gales e Descentralización funcional en Bretaña.

Existen, é evidente, algunhas constantes entre os tres países, países semellantes mesmo no seu número de habitantes —entre 2,5 e 3 millóns—, semellantes tanto a nivel morfolóxico e folklórico, como no rol subsidiario que tiveron que desempeñar para beneficio das clases e grupos sociais que foron hexemónicos dende o poder central. Nos anos sesenta comézase a falar de «colonialismo interior» porque a emigración, a expoliación de recursos e de aforro, a desarticulación xa non puido entenderse como fortuíta. E dende eses anos foi *in crescendo* a organización do movemento político e social. Por consciencia, existe a vontade e a necesidade de continuar un proceso nacionalitario e existe, sobremaneira, a lingua como o principal símbolo de identidade.

A maior abondamento, o imaxinario sobre o que se constrúe a diferencia e que nalgúns ámbitos chamarase «celtismo», o mesmo que a memoria, traen para a man nos tres

países xunto da idea de liberdade a de alteridade, que é o cerne da idea de interculturalidade en tanto que se manifesta, que se materializa no propio proceso de relación co outro, no intercambio a partir de parámetros que sinalan ás túas e as súas posicións que é, xa que logo, cando se establecen relacións de comunicación. Recoñecer eses sinais que emite cada faro, as coordenadas de cada movemento para que as nosas propostas, porque son diferentes unhas das outras sob expectativas de reciprocidade e non de semellanza nin de asimilación, entren en relación unhas coas outras.

Chegado o tempo de construír procesos interculturais como outra modalidade de intervir no real, un real que se transforma nese universo simbólico que poderiamos nomear «arco atlántico de comunicación» para manter en contacto, a través das augas, culturas de xienu escandinava, céltica, latina e que creou non só sitemas de signos solares e luares comúns, formas comúns nas que nos representamos, senón figuras sofisticadas de linguaxe e rexistros —outravolta a ironía— difíceis de descodificar dende outros espacios culturais. Culturas mestizas, nómadas, mariñas a de Bretaña, Gales e Galicia. A serea, o dragón, o outro, —material e inmaterial— incorporado á identidade en tanto que devalo; proceso histórico que fai posíbel o intercambio de productos audiovisuais informativos e ficcionais, igual que soergueu ese intercambio no eido musical e literario, a partir de territorios que se alongan dende o circuíto cultural e o festival de cinema ata a televisión e que ao facelo amplan a liberdade de expresión.

As nosas ancoraxes, esas «ideas fixas» sobre as que establecer os termos da análise e da confrontación teórica, establecen que os sistemas televisivos, sexa cal sexa a súa área de difusión, a súa propiedade e as súas funcións (servicio público ou dominante comercial), e mesmo a súa caracterización (temáticas ou xeralistas, de pago ou de acceso universal, etc.) non se moven por fóra da lóxica económica, mais tampouco da identitaria, respecto da producción, da adquisición e do intercambio de programas. Non se pode pois esquecer esoutro nivel, que actúa no seo do mercado do audiovisual tocante á producción e distribución de programas, e que ten como específico a influencia das políticas de comunicación a partir da súa relación coas políticas culturais e lingüísticas de Bretaña, de Galicia e do País de Gales.

Outra ancoraxe aposta por pensar en termos de variación, verbo dos modelos televisivos dominantes, aqueles modelos que se artellan ao nivel estatal, unha aposta que cuestiona a mundialización a partir dos devanditos modelos estatais e que contempla a posibilidade de facer medrar esa aposta cos sistemas televisivos dos «pequenos países», na súa formulación múltiple e flexible, pero que nos remite, de seu, a problemas de tipo identitario e cultural. Que nos traslada do mercado á cidadanía, e que podería xogarse como carta de interese no pulso entre industrias europeas e norteamericanas. Que non guía a considerar a elaboración concreta de estratexias para a producción, a multiversión e a distribución.

Dende as primeiras discusións sobre o proxecto, fomos conscientes da tendencia a abordar esta temática dende a ideoloxía, dende o culturalismo ou dende mecánicas exclusivamente interpretativas. Pola contra, propuxémonos chegar ata o límite na análise cuantitativa do sector audiovisual a partir de categorías que agrupan aspectos empresariais e financeiros, a evolución da producción e do emprego, consideracións verbo da formación e perspectivas para a distribución. Describir a evolución do sector nun período de tres

anos e facelo dende as ciencias da comunicación para deducir como nos podemos situar respecto dun sector que na Unión Europea prevese que medrará un 70 por cento en dez anos, que poderá pasar de 1,8 millóns de empregos a 2,6 e que, singularmente, terá que multiplicar as horas de producción (de 650 mil a 3.5 millóns) para o 2000 ao tempo que se dispara, coa dixitalización, o número de canais dende 120 a 500, é o obxectivo nuclear de cada estudio de caso, o bretón, o galego e o galés, e a análise comparativa permitirá establecer as bases de discursión de programas efectivos de distribución e de co-producción.

Pero a análise cuantitativa non se arreda do papel que lle cómpre á televisión, nomeadamente a televisión pública de carácter nacional/rexional e mesmo local, na construcción da identidade e dos modos en que se fai visíbel a identidade, é dicir, na súa representación. Unha televisión que amais da marca de orixe político-territorial, da área de cobertura e do papel que desempeña na producción de contidos dende cada cultura, ten unha función sobranceira como parte dese TV xeralista e de acceso universal que representará o 65 por cen do mercado europeo e sobre a que xirará o multimedia.

Se nin a orixe e o modelo de cada televisión das analizadas non é coincidente, este dato indícanos tamén que estamos diante de diferentes procesos xerais. Mentres o modelo francés se mantén apegado á época da primeira rexionalización, nos anos sesenta, tanto no caso galego como no galés as televisións públicas xorden por mandato parlamentario nos anos oitenta e nos sus estatutos e nos seus principios de programación prescríbese a defensa, a normalización e a cohesión da lingua e cultura nacionais. A parte da formalización política específica da historia de cada país, o caso de S4C, a Canle 4 en Gales, é o dunha sociedade emisora, non productora, que ten como fontes suministradoras a empresas independentes, á BBC e Chanel 4 e á privada HTV; no caso da TVG o 70 por cen é producción propia, maioritariamente en programas de fluxo, e mantén, asimesmo, como fornecedoras a empresas do sector.

Como explicaremos en pormenor, a base da análise cuantitativa parte da elaboración dunha enquisa panorámica, articulada en numerosos items para cada categoría e que acadou un alto nivel de resposta xenérica —por riba do setenta por cento en Bretaña e Galicia, perto do cincuenta en Gales— aínda que tamén foi significativa a dificultade de moitas empresas por cubrir apartados que teñen que ver co volume de negocio ou coa política de formación e de distribución. Complementada con entrevistas de formato pechado para acceder a determinadas cuestións-chave que preocupan a un segmento dos involucrados no proceso como é, no caso galego, a urxencia dunha Lei do Audiovisual, e co recurso a fontes administrativas para eses aspectos que sempre se tentan disimular —subvencións, capital fundacional, etc.— «Televisión e Interculturalidade en Bretaña, Galicia e País de Gales» convértese no máis representativo dos estudios existentes e permite derivar, de acordo cos principios da política europea do audiovisual, un cadro de conclusións e de recomendacións que, con carácter prospectivo, parte da localización dos problemas, pero incardínaos nun programa co que pretendemos que se estabilice a colaboración da Universidade, das institucións políticas e culturais e dos profesionais tanto no nivel do formación como no da análise e a pescuda, tronzando a pousonería que adoito caracterizou os vincallos nestes ámbitos e que mantivo cautivas as potencialidades da investigación contemporánea no eido das Ciencias da Comunicación.

A posibilidade dun observatorio da producción audiovisual nos tres países, a creación dunha *intranet* para manter *on line* catálogos e información da industria de contidos ou o deseño dunha experiencia concreta de intercambio de programas entres as tres estacións emisoras —France Ouest, TVG e S4C— son posibilidades que xogan a favor e que consideramos temerario deixar, esvaer, xusto nestes intres e que podería comezar polas producción de animación *Roger The Rooster, Os vixiantes do camiño* e o nominado ao Oscar *Famous Fred.*

Vólvese a falar en Cultura en cada Foro internacional. Vólvese a falar en Cultura como arte e parte da economía da comunicación e como base productiva. Fálase en Cultura, e o seu eido de significación, para nós, amplíase á memoria colectiva que fai posible a comunicación entre os membros dunha colectividade historicamente ubicada facendo posíbel a creación de sentido —función expresiva—, permitíndolle a relación co entorno (función económica) e outorgándolle capacidade argumentativa para as convecións implícitas nas relacións sociais (función lexitimadora), segundo a definición de Armand Mattelart en *A Comunicación/Mundo.* Fálase en Culturas, na interacción de culturas diferentes que na medida que entran en contacto outórganse mutuamente senso e nesta palabra polisémica atopámonos a vontade entre o abstracto e o concreto, entre a consciencia e a experiencia, entre o subxectivo e máis o colectivo.

Volta a terse que falar en Democracia entre Culturas, como un principio activo e como constituínte das políticas de comunicación cando de fai patente un proceso acelerado de alianzas e fusións dende a esfera privada no plano da distribución e dos contidos xunto coa industria informática e as telecomunicacións. Na idea de Rede albíscase, asimesmo, a trama e o segrego, a re-monopolización da información e a hexemonía, mentres cómpre pensar en como se institucionaliza o acceso a un recurso escaso, os medios de comunicación, polos que pasa a apropiación que facemos do discurso, da comprensión do mundo, e das posibilidades de transfondo. A necesidade de control público sobre o desenvolvemento tecnolóxico que no seu momento se discutiu na Dirección Xeral XIII implica á televisión pública no mesmo e urxe, deste xeito, pola redefinición do seu papel.

A herdanza liberal-histórica e humanista da televisión aberta a todos sen discriminacións —cando todos quere dicir tamén *todas,* cando quere dicir tamén minorías, etnias, crenzas ou clases sociais—, televisión pluralista, que puxa polo senso da cidadanía fronte da reducción da persoa a un rol de consumidor, máxime cando o medre do audiovisual farase depender, en grande medida, do gasto directo do usuario e tenderá, pois, a incrementar este rol, televisión competitiva que, amais de aproveitar o seu capital humano e os seus arquivos, ten a obriga de xogar no campo da tecnoloxía e no dos contidos e levar ao corazón da industria multimedia os dereitos dese suxeito colectivo que adoita chamarse sociedade civil e que na sociedade contemporánea constrúe, cos Medios, dende os Medios e contra os Medios a cultura, o pluralismo político e as relacións de comunicación.

As medidas concretas que, como o apoio á dobraxe e subtitulaxe, a multiversión lingüística para a producción, convértense en centrais para toda Europa teñen carácter de urxencia para as linguas minorizadas, que sexa cal fora a orixe que levou a que unha lingua, coma por exemplo o bretón, estean en perigo ou que determinadas directrices de política lingüística diglósica manteñan sen normalizar o uso social por exemplo do gale-

go, mantéñense como un dos esgos de pertenza a unha comunidade nacional, sexa cal for, tamén, o seu degrau de formalización institucional. Velaí a razón do apoio a esta investigación por parte da Dirección Xeral XXII.

Na paisaxe pola que nos movemos decote se entende por «cultura minoritaria» aquela que parte dun mercado interior limitado e que non consegue situar as súas producciónsnos circuítos estándar, precisamente porque estes productos se realizan na lingua de seu. Na paisaxe pola que nos movemos, e que transformamos na medida en que nos movemos por ela, sábese que o acceso televisivo para estas producciónsns, e para as audiencias destas producciónsns, non se fixo a través da ideoloxía do mercado como regulador senón dende a presión política. Por iso tivemos no Estado español a Lei da Terceira Canle ou existe no País de Gales S4C.

Nesta paisaxe, asemade, vaise reforzar á par doutras ofertas singulares o que se presenta como «programación de proximidade» e que non pode entrar en contradicción coa «programación de identidade» nin arredar esta da notación «interese público» é dicir como responsabilidade primeira das canles de propiedade pública e do resto de actores que definen a devandita paisaxe audiovisual.

Tempos interesantes para a parella Identidade/Televisión pública, e para un idearium que co tempo veu incidir nas consideracións adoptadas polo Consello de Europa o 17 de xuño do 1997 na cidade de Amsterdam, e que vencella directamente a radiodifusión de servicio público coas necesidades democráticas, sociais e culturais de cada colectividade e coa necesidade de preservar o pluralismo nos Media. Tempos felices que incorporan como un valro de cambio esta parella e que xa non a consideran como un resto arqueolóxico senón como unha peza preciada para lle tirar proveito á Europa multicultural. Tempos nos que os «pequenos países» —en termos de domino do sector, e sen que o tamaño teña por que ser unha determinante— non se poden incorporar pasivamente á globalización, e teñen que se situar na industria de contidos, conscientes da súa contribución á diversidade por entre ese binomio que se establece entre a converxencia tecnolóxica inminente e as modalidades que adquirirá a competitividade, entre a concentración, por unha banda, e as posibilidades efectivas de circulación e de exhibición dos seus productos específicos, é dicir, recoñecíbeis porque teñen referentes identitarios, referentes identificábeis como o neorrealismo, o ciclo Artúrico, os dramas de heroe individual de Ibsen ou Kinoglaz. Tempos, os nosos, nos que pola primeira vez, temos a favor a política e a tecnoloxía, se cadra porque foron fallando outras previsións, foi cada vez máis certo que non existe un mercado único europeo, que existen mercados e que se impón a procura de modos distintos de cooperación á par do recambio de vellos clixés como o que xungiu, en exclusiva, o servicio público cos xéneros informativos. Insistir, precisamente, no entretemento e na ficción é outro dos eidos que xa se demostran eficaces, é dicir, tamén rendíbeis, na televisión identitaria.

Nós partimos do bretón, do galego, do galés como linguas que se farán visíbeis nos productos realizados para os Medios de comunicación, en lugar de partirmos dos falantes como indicador de valor. Partimos de tres situacións lingüísticas específicas, non reducíbeis entre si. E partimos da Televisión pública, como esixencia política, como elemento de mercado e como alicerce para a circulación intercultural. Como un dos modos de actuar localmente dende unha situación que nos obriga a pensar en termos globais.

Tal e como sinalamos ao comén, «Televisión e interculturalidade: Bretaña, Galicia e País de Gales» incríbese nun marco xeral que ten que ver coa configuración que está adquirindo o audiovisual europeo, as medidas políticas que se debaten, e do papel da identidade como reclamo e como parte do interese público tamén dende a variante rexional e das nacións sen Estado.

O estudio pormenorizado de cada caso, a problematización e as necesidades de afondar todo o que se relaciona coa difusión e coa formación derívanse da análise comparativa. Ensaios de difusión de bloques temáticos entre France Ouest, TVG e S4C, por exemplo musicais ou de animación, complementan a aplicación experimental dalgunhas das conclusións.

Dende o espacio universitario compartimos a idea do profesor finlandés Tapio Varis cando nos debates do Congreso «Comunicación na Periferia Atlántica» remarcaba que para os pequenos países a interculturalidade, a interdependencia, as interconexións, a facilidade de acceso ás redes informativas, só ten senso se poden participar nos contidos. E no campo da formación Varis recupera un termo sobranceiro, europeísimo, que identifica un dos momentos máis decisivos de transformacións na cultura cotiá, o termo Constructivismo fronte de Instructivismo. Trátase, pois, de combinar ideas, materiais, espacios de comunicación que xogan a unha carta o imaxinario mórbido que esvae polas augas dos países atlánticos cando a historia material da cultura pasa pola televisión, polas estructuras de producción e da distribución en galego, galés e bretón.

CONCLUSIÓNS

A investigación realizada atopou os principais atrancos na cativa sistematización que amosan as empresas verbo dos elementos, por forza dispares, que configuran as súas actividades e a tendencia a esquivar respostas sobre os movementos económicos que, xunto co tipo de contidos específicos, definen o sector. O sobexo de dependencia das subvencións e das institucións, así como unha escasa profesionalización en eidos como o promocional, o das co-producción e a mercadotecnia en xeral, son aspectos que consideramos urxentes encarar. A partir de aquí, está na nosa intención poder contribuír ao mellor coñecemento da situación e da evolución, coa posta en marcha dun Observatorio do Audiovisual para os bienios 1997-1998 e 1999-2000.

As hipóteses que se confirman son aquelas que vencellan o desenvolvemento do sector audiovisual nas linguas de ámbito restrinxido ou de nacións sen estado —o caso galego— á existencia de variantes de Televisións públicas cunha política identitaria minimamente derfinida —o caso galés— en base a referencias culturais e tamén expresivas.

Outro dos aspectos entendidos como centrais, o tipo de implicación no mercado internacional, a través da competencia e de como se entenda a competencia, advírtenos da necesidade de mudar certos paradigmas tradicionais e pasar a pensar na competencia non como unha regueifa entre productos similares, no mesmo momento e no mesmo lugar, senón a partir da noción de fluxo comunicativo, de recuperación de cualquera producto en calquera momento e para calquera contexto, e para que haxa interese á hora de elixir

un producto, cómpre que se saiba que existe e onde reside a súa diferencia verbo de tódolos outros productos. Traballar a imaxe de marca de cada sector convértese, así, nun dos alicerces sobre os que se artellará a presencia das producción en bretón, en galego ou en galés, como parte da riqueza da industria europea cultural.

Neste senso, e dende a lóxica europea, as producción audiovisuais dende culturas diferenciadas é un activo que pode beneficiarse de xeito fundamental das posibilidades que se derivan da converxencia teconolóxica e dos novos modos concorrenciais.

Non son daquela cuestións antagónicas as identitarias e o mercado, sobre todo pensando en termos de espacio-nicho, como o que desenvolven as temáticas, nin o son os procesos interculturais de creación e realización de novos productos a partir da entrada en contacto de diferentes realidades como as do sector en Bretaña, en Galicia e no País de Gales.

Malia certas analoxías no nivel cultural e político, e sobre todo, a nivel de obxectivos, cómpren unha restra de advertencias no momento de entrar a ler as conclusións que avanzamos. A primeira ten que ver co desequilibrio temporal verbo do paso dun sistema televisivo estatal e monopólico ao sistema mixto e comercial, hai só unha década nos casos galego e bretón, fronte das máis de catro décadas no espacio anglo-saxón, onde ITV posúe, dende as orixes, configuración rexional. Xunto coa pública estatal, coa BBC, a privada ITV contribuíu e contribúe, fornecendo programas para as emisións en galés de S4C.

A segunda ten que ver co desenvolvemento desigual do debate arredor da Identidade e os compromisos que este debate incorpora na cultura profesional do sector, e mesmo nas liñas de programación das TV públicas. Porque, en xeral, as Televisións non acaban de asumirse como constructoras de visións e versións colectivas, e para as que é máis doado aceptar que a lingua ten un rol político do papel político que o ten o discurso, é dicir, os contidos, e adquirir consciencia dos factores históricos, culturais e sociais que interveñen na interpretación, na recepción destes contidos.

Se collemos o caso galego como exemplo, malia terse creado a TV pública por un mandato parlamentario no 1985, as cuestións identitarias maniféstanse en data recente, estando máis preto, nos seus primeiros dez anos de vida, da filosofía de mínimos da TV de proximidade, que da TV pública como un *mass media* fundamental no proceso de construcción da nación, e en relación dialéctica con outros ámbitos da vida social. Entre eles o mercado e, dende o mercado, en relación coas formas de producción e de circulación de determinados bens de carácter simbólico. Uns bens que teñen diante si o reto de ser competitivos e a obriga de contribuír ao pluralismo real nos múltiples eidos nos que se manifestan as relacións de intercambio a nivel internacional.

«Hoxe recoñécese que a simple creación de novas canles ou de novos medios de distribución non traen a diversidade de fontes de programación que o cidadán europeo podería disfrutar», aseguraba Bob Collins, en tanto que adxunto á dirección de Radio Telefis Eireann no transcurso do *8th European television and film forum* celebrado en Amsterdam no 96. Mentres, revisábase a orientación da política europea nos anos oitenta, política que tiña deixado, en exclusiva, o desenvolvemento das emisións nas mans do mercado, para concluír que o elemento-chave para entendérmonos é ollar para a audiencia como parte dunha comunidade e non como simples consumidores. Mirar para a

audiencia como un elemento vivo, que a pesar de que o denominemos «usuario» resístese a deixar de formar parte da historia de seu.

Pero ese elemento-chave esixe capacidade de decisión. Capacidade que falta no caso bretón, sen competencias en medios de comunicación e, polo mesmo, sen Televisión pública autónoma. A variante de Tv descentralizada non é representativa das modalidades contemporáneas de Tv territorial que, en troques, atopamos nos casos galego e galés como constitutiva da industria cultural. O marco legal, no caso da TVG, é o Estatuto de Galicia e para S4C son as sucesivas Broadcasting Act. Ámbalas dúas televisións, cos seus propios organismos de dirección e de control, estarían en condicións de rematar co falso prexuízo da lingua propia como un elemento retardatario verbo da difusión noutros mercados, e estarían en condicións de situar producción audiovisuais no fluxo comunicativo a través de estratexias transrexionais e de proxectos, a curto prazo, de catalogación, dobraxe, subtitulaxe e, sobre todo, de co-producción. A nivel de rendibilidade só S4C describe nos seus informes anuais unha política de vendas en aumento dende 1995, e xusto agora a TVG plantéxase a explotación dos seus arquivos para ofertas temáticas.

A televisión pública é, nos 3 casos de estudio, o nó dinamizador da producción audiovisual. Nembargantes, a súa traducción é, tamén, diferente en cada caso dos analizados, tanto a nivel cuantitativo: número de obras, postos de traballo e volume de negocio, como na circulación e na tipoloxía destas producción. Así, de modo xeral, son dominantes os xéneros de ficción en Gales —e o meirande investimento de S4C no 1996 foi para Dramas— as variantes informativas, incluídas as *news* o son en Bretaña, e en tódolos casos o xénero documental é unha das modalidades que nutren o sector. A presencia de longametraxes cinematográficas e dos filmes de animación como os productos con máis posibilidades de saír ao mercado exterior, son outra das constantes pero definen o audiovisual nos casos bretón, galego e mais galés.

No caso galego a oferta de documental e ficción para televisión está relativamente equilibrada e o anuncio recén dun plan de apoio á cinematografía, por parte da TVG, cunha previsión de mil millóns de investimento nos vindeiros 3 anos, indícanos que o modelo galés —coa nominación ao Oscar para a mellor película en lingua estranxeira de *Hedd Wyn,* no 1994, e do filme de animación *Famous Fred* no 1998— convértese na referencia para as prioridades inmediatas no ámbito da producción. O caso bretón, a case inexistente producción en lingua bretona, está xusto nun dos momentos cruciais para entrar a deseñar un programa de revitalización que sobrepase o efecto etnográfico e pense en públicos específicos, coma ese público novo e urbano, no seo do que se está a incrementar o número de novos falantes. Todo indica, pois, que a saída do atraso vai depender máis de medidas políticas de tipo nacionalitario, como as que definen os procesos galego e galés, que da capacidade endóxena do propio sector. Resulta, por outra banda, de difícil comparación o capítulo de visibilidade das producción no exterior, onde en volume son parellos o caso bretón e galego (arredor de 10 horas vendidas nos 3 anos) e despégase, de maneira salientable, o galés tanto no ambito das co-producción con compañías francesas (*La cinquième*), irlandesas (*RTE*), canadenses ou americanas, como a rede de vendas a máis de cuncuenta países e en soportes diversos. Como indicativo do devandito, só mencionar que a serie para nenos *SuperTed* foi a primeira serie europea de animación emitida en USA pola canle de cabo Disney.

Á parte da diferente cultura empresarial das canles públicas de carácter estatal que serviron de referencia e que influíron para ben, no caso da BBC/S4C, e de modo negativo para a TVG, ideada sob o modelo protexido da TVE, o caso galés é o máis claro para localizarmos un sector de empresas do audiovisual que nace porque nace S4C. Definida como socieade difusora, os contidos chéganlle de producciónss externas en galés fornecidas —para *news* e programas de reportaxe e magazin, pero tamén para a serie estrela dende o seu comezo, *Pobol* y *Cwn*— dende a BBC e dende a privada HTV e por sociedades independentes que se foron creando arredor das demandas concretas da canle en galés. Pola súa banda, de non plantexarse como sociedade productora, amais de difusora, TVG nunca tería chegado a existir, carente dun sector no que se apoiar á partida e carente dunha televisión pública estatal disposta a cooperar, por mandato legal, na producción en galego. Dada a tardía e nada exemplar diferenciación do mapa mediático público/privado, tanto en Francia coma no Estado español, só a partir dos últimos anos tanto o sector como o que abordou este equipo de investigación.

Tamén é significativo observar que son os últimos cinco anos, singularmente a partir do 1995, os anos nos que medra o audiovisual bretón, galego e mesmo galés, feito ao que non é alleo o cambio de rumbo na política europea xeral. 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 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, os puntos de encrucillada de informacións que interesan ás productoras e polo xeral dedican parte da súa actividade á formación profesional, a detectar as 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 a afondar, dende a institución universitaria, neste caso a partir da Université de Haute Bretagne-Rennes 2, da Universidade de Santiago de Compostela e da Univesity of Wales no deseño de ofertas curriculares e de pescuda vencelladas directamente coa satisfacción de necesidades, tanto da ideación e producción como da difusión e das políticas de promoción, un dos puntos febles no caso galego e tamén no bretón.

Se algo sobrancea nos tres casos é que o pulo futuro, ou a súa posíbel extinción, vai vir derivado do coñecemento complexo dos camiños que vai trazando o sector da comunicación, por unha banda, e do aproveitamento das medidas que se están a activar na política europea para dinamizar os países de pequena producción e, como dereito inalienábel, aqueles que producen nunha lingua de seu, de máis ou menos extensón. A este respecto, e porque en tódolos casos a preocupación polo multimedia converteuse en central, tanto para as televisións como para as productoras, chamamos a atención para as recomendacións do Informe final «Construír a sociedade europea da información para todos», do Grupo de Sabios (Groupe d'experts de haut niveau) da Comisión Europea / Dirección xeral de emprego, relacións industriais e asuntos sociais, concluído en abril do 1997, e escolmamos o texto da *11b) Alimentar unha Europa multicultural:*

> A utilización das tecnoloxías da información e da comunicación poderá manter unha visión multicultural de Europa no seo da sociedade da información —considerada como un polo de desenvolvemento cultural e de transmisión de ideas e de feitos de civilización, de promoción de contactos direc-

tos entre grupos diversos (polo xeral en dispersión), e de apoio ao multilingüismo da sociedade europa. Será positiva a cooperación con programas do mesmo tipo fóra das fronteiras europeas, así como coordinar accións cos organismos internacionais que interveñen neste dominio.

O reto dixital: identidade comercial nacional e independente como activo intercultural

A lingua e o imaxinario nacional como un valor de cambio, un sector audiovisual que está a medrar, directivas comunitarias a favor e a comprensión dixital ampliando o mundo das relacións interculturais... todo semella indicar que foi no caso galés onde se desenvolveu axiña a consciencia da Identidade como un parte do seu activo comercial, tanto no mercado interior —desenvolvemento de campañas de imaxe corporativa nas outras canles, estudios cualitativos de recepción, etc.— como no exterior, Identidade que vai afondar como marca ao enfrontar os seus plans para a «era dixital».

O afianzamento, asimesmo, da consideración da Identidade como un elemento promocional emerxe tamén nas liñas de acción da TVG que se convertirán, asemade, nun elemento de esixencia de galeguización do sector e que en viendeiras análises poderemos confirmar.

A consciencia das mudanzas que traerá o desenvolvemento da dixitalización e da converxencia tecnolóxica para os modos de comunicarnos e para a *competitividade* no mercado internacional maniféstase a través de opcións, por parte das productoras, cara ó multimedia pero, sobre todo, nas actuacións de televisións públicas como S4C e TVG, con plans específicos de presencia no universo dixital onde «for the first time ever the Welsh language has been given parity vith English at the start of a techological revolution» tal e como plantexaban o presidente e o Directo executivo. Prvs Edwards e Huw Jones.

A distribución do sinal da TVG no territorio español, por satélite (Vía Dixital) e por cabo (CTC, Cable i Televisió de Catalunya) ou en territorios achegados xeograficamente (Asturias) e culturalmente (Portugal) e tamén a Latinoamérica como continente co meirande continxente de emigración económica —e política intelectual, a raíz da guerra civil de 1936— por cabo como na Arxentina e Venezuela, por satélite en México e por ámbolos sistemas en Uruguai indican que o galego, neste caso, circula como outra posibilidade. A partir deste punto, terá que encarar sob outras esixencias, amais da lingüística, a identificación dos seus contidos e a calidade dos mesmos, igual que se dispón a facelo S4C que comezará neste ano 1998 a ofertar programación a través do Multiplex 3, incluíndo 30 minutos diarios para Escocia en gaélico, como SDN, S4C Digital Network Ltd. Así como por satélite, para Europa, plantexándose xa unha política de subtitulaxe que lle permita a espectadores doutros países incorporar ao seu cotián productos coa marca da cultura galesa que tan bo resultado ten dado nas fórmulas estandar de comercialización, en puxa dende o 1995 igual que a práctica do galés no interior.

The task now is to define the nature of the services which S4C might offer to viewers and to create for ourselves a unique identity in a multi channel age.

RECOMENDACIÓNS

Entrada na era multicanle dende a filosofía intercultural, asegurándose a cobertura de espacios e definindo a identidade dos productos como reclamo e como modo de participar en pé de igualdade, sen discriminacións, sexa cal fora o volume de actividade do sector.

Necesidade de plantexar políticas de subtitulaxe dende as linguas de ámbito restrinxido, ofertándoas, no seu momento, á par das versións a outras linguas, e políticas de dobraxe para cada lingua xunto con proxectos de investigación que detecten nichos de mercado e variedades nos universos de recepción —características e culturas dos ususarios—, comezando polos países do «Arco Atlántico» e pola potenciación da imaxe corporativa das televisións públicas de cada país.

Debate sobre o papel das Autoridades mediáticas, da súa función entre as empresas e o interese público xusto cando se inician estes vindeiros quince anos de relevo do vello set analóxico polo dixital, un debate que lle interesa singularmente ás televisións públicas dos pequenos países, televisións que se converten en garantes de que exista, ou subsista (caso bretón) unha oferta orixinaria e plural, por razóns de custes e por obxectivos político-culturais.

Ampliación das categorías tradicionais que definen a cualidade, para incluír entre as mesma a identidade, apóndolle o sentido de valor democrático e anti-xenófobo na aprendizaxe da diferencia, do outro, como un valor intercultural e posta en escea da diferencia con ferramentas básicas indexing, copyrighting e marketing.

Atraer, en suma, a inevitabilidade política e comercial da lóxica das culturas para a lóxica das telecomunicacións, esquecendo a ilusión de semellanza e recoñecéndonos, en palabras de Dominique Wolton, na aceptación mutua das diferencias radicais que constitúen o espacio europeo para facelo, agora si, rendíbel en tanto que vivíbel.