



DIVERSIDADE CULTURAL E COMUNICACIÓN NA SOCIEDADE DA INFORMACIÓN

Actas das xornadas celebradas en Santiago
de Compostela os días 27 e 28 de maio de 2000

Coordinador
Xosé López

R. 13746

CCG
2001
196



**DIVERSIDADE CULTURAL
E COMUNICACIÓN NA
SOCIEDADE DA INFORMACIÓN**

Actas das xornadas celebradas en
Santiago de Compostela
os días 27 e 28 de maio de 2000

Coordinador: Xosé López



Consello da Cultura Galega
Santiago de Compostela, 2001

Diversidade cultural e comunicación na sociedade da información : actas das xornadas celebradas en Santiago de Compostela os días 27 e 28 de maio de 2000 / Xosé López (coordinador). — Santiago de Compostela : Consello da Cultura Galega : Asociación Galega de Investigadores en Comunicación, 2001. — 122 p. ; 24 cm
D.L. C-2156-2001 . — ISBN 84-95415-36-4
1. Sociedade da información. I. López, Xosé, coord. II.
Título

ÍNDICE

Introducción	7
Os medios en liña, a escola e a interculturalidade <i>Xosé López García</i>	9
Xornalismo e cultura na sociedade da información <i>José Manuel de Pablos</i>	13
Cultura e comunicación: perspectiva europea <i>Antonio Sánchez-Bravo</i>	41
Grandes grupos de comunicación e diversidade cultural <i>Ramón Reig</i>	53
Iniciativas locais en Internet e diversidade cultural <i>José Ignacio Armentia Vizuete</i>	71
Redes e sistemas de información (ou o soño de Prometeo sen cadeas) <i>Jorge A. González</i>	83
Os investigadores universitarios diante da diversidade cultural <i>Francisco Fernández Rei</i>	101
A diversidade cultural na sociedade dixital: Respostas institucionais e retos para a formación <i>José Vicente Castaño</i>	115

Edita

© Consello da Cultura Galega

Pazo de Raxoi, 2º andar

Praza do Obradoiro

15705 Santiago de Compostela

Teléf.: 981 569 020

Fax: 981 588 699

Enderezo electrónico: correo@consellodacultura.org

Colabora: Asociación Galega de Investigadores en Comunicación

© Da fotografía da cuberta: Xurxo Lobato

ISBN 84-95415-36-4

D.L. C - 2156 - 2001

INTRODUCCIÓN

A Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega quere recoller e analiza-los vertiginosos cambios que afectan, desde as últimas décadas do século XX, á cultura e á comunicación, motivados, en boa medida, pola implantación masiva das tecnoloxías da comunicación. Á parte das fondas modificacións do sistema económico mundial e a evolución de novos discursos ideolóxicos e sociais, aparecen as autoestradas da información. Son moitos os nomes dados á sociedade xerada por este proceso: sociedade postindustrial, posmoderna ou, sobre todo, era da información. As distintas identidades culturais enfróntanse a retos derivados da creación de novas redes e medios. En definitiva está en xogo a súa inclusión nos novos marcos do poder fronte ó proceso de globalización. Nos relatorios e mesas redondas destas xornadas trátanse polo miúdo a posición e estratexias das diferentes culturas perante os novos mecanismos comunicativos. Representantes da Comisión Española da UNESCO, investigadores de universidades estatais como os profesores Jorge González, Antonio Sánchez-Bravo, Víctor Fernández Freixanes, Ramón Reig, Ignacio Armentia ou Francisco Campos e traballadores dos medios de comunicación analizan o papel dos medios públicos, a investigación académica fronte á Ib, a iniciativa local en Internet e a posición de grandes grupos de comunicación fronte á interculturalidade. Nestas xornadas puidéronse escoita-las reflexións de importantes teóricos no mundo da Ib cultural. A reflexión conxunta de profesionais dos medios e investigadores pode xerar novas perspectivas no estudio da comunicación e da cultura.

Santiago de Compostela, 19 de abril de 2001

OS MEDIOS EN LIÑA, A ESCOLA E A INTERCULTURALIDADE

Xosé López García

Sabemos que a interculturalidade se manifesta en distintas expresións culturais. E sabemos que a comunicación intercultural aparece sempre como unha vía imprescindible para supera-los malentendidos (Miquel Rodrigo Alsina, 1999). Parece, polo tanto, un obxectivo aconsellable que os xornalistas traballen cunha nova visión intercultural que lles permita facer realidade unha mellor comunicación entre persoas que non comparten os mesmos referentes culturais. Hai que traballar, pois, por mundializa-la Ib cultural e pola incorporación do coñecemento dos medios de comunicación ós estudos regados da escola.

No século XXI vivimos baixo a alongada sombra da comunicación ciberespacial. As redes telemáticas afectan cada día que pasa a máis persoas no mundo. Vivimos na sociedade rede. E é unha rede, Internet, a que centra boa parte das expectativas de cambio sobre as formas de comunicar no inicio do novo século. A actual sociedade, que conviñemos en chama-la sociedade da información, avanza baixo o paraugas das transformacións que se producen no hipersector da comunicación. E sabemos que os avances tecnolóxicos aceleran as innovacións.

Tódalas estatísticas coinciden. Cada día son mais os cidadáns que acceden á rede de redes e cada día son más os medios que se atopan na rede. Internet xa pasou de ser un simple medio de comunicación a constituir un dos piares do hipersector industrial da sociedade globalizada. Quizás por isto son moitos os ollos que miran cara a esa rede.

Non se trata de que vexamos Internet como a solución a tódolos problemas. As tecnoloxías actuais facilitan as cousas, aínda que non terminan cos problemas. Persisten as desigualdades económicas –non hai infraestructura en tódolos países–, non tódolos cidadáns saben «navegar», non garanten que tódolos cidadáns esteán mellor informados, non aseguran a calidade dos contidos –na rede entra o bo e o malo...–. Pero non podemos vivir á marxe da rede. É o futuro, aínda que o futuro non sexa só Internet.

Hoxe os nenos nacen e viven coa e na rede. É certo. De aí que os medios queiran aproveita-las ferramentas actuais, queiran aproveita-las posibilidades de negocio e queiran aproveita-las posibilidades para comunicar mellor. É dicir, os medios deben estar na rede, porque a través da rede difúndense contidos e faise realidade a interactividade. Hai, pois, unha vía para a interculturalidade.

Os nenos, ademais de chegar ó mundo baixo a alongada sombra de Internet, tamén nacen coa mirada posta na escola, por onde están chamados a pasar. E hai xa bastantes anos que a escola se deu de conta que non podía vivir á marxe do sistema educativo que conforman os medios de comunicación no que se coñece como a primeira fase da sociedade da información. Foi na década dos oitenta cando as autoridades educativas puxeron en marcha iniciativas concretas –programas de prensa e escola– que pouco a pouco viviron sucesivas etapas, pero todas caracterizadas por romper coas tendencias dirixidas a que as aulas camiñesen de costas á realidade cotiá. A escola abriu as súas portas á libre circulación de ideas da man dos medios de comunicación, que na sociedade actual temos que entendelos dunha maneira crítica.

Vivimos nunha sociedade en que o coñecemento está mediatizado polos medios de comunicación. Cada vez hai unha dependencia máis acentuada dos medios tradicionais e dos novos medios para chegar a ter unha percepción do mundo. Este escenario mundial que define o comezo dun novo século, no que hai unha sobreabundancia de mensaxes, esixe coñece-los mecanismos de produción da información e entende-las claves do funcionamento dos medios para poder interpreta-la realidade. De aí que haxa que facer da aula un lugar onde sexa posible o estudio dos medios de comunicación como elementos innovadores do ensino. E non só dos medios, senón dos medios e a interculturalidade, esa nova/vella realidade.

No momento actual xa existen recursos para que os medios de comunicación estean nas aulas e para que avancemos con formulacións de comunicación intercultural. Cántase con mestres e profesionais da información con entusiasmo e capacidade para conduci-la innovación da escola, que só busca actualiza-los modos para este novo século. Escola e medios coinciden na necesidade da introducción dos soportes impresos e audiovisuais, ánda que se precisa dar pasos adiante para que os programas de actuación garantan mellores resultados.

O obxectivo de que o alumno sexa capaz de analizar criticamente a información está asumido, cando menos formalmente, nos programas educativos. Ningún pon en dúbida a necesidade de estudiar os medios como tales –como contan un acontecemento, a súa orientación e a comparación entre o tratamento que lle dan a un feito distintos soportes– e de aproveitalos como fonte de recursos –actualización das disciplinas escolares–.

Con todo, ánda hai retos pendentes. Medios de comunicación e escola teñen que colaborar máis estreitamente. Os medios precisan ter más

en conta os intereses dos mozos, as súas inquietudes e as súas demandas, mentres a escola debe abrir máis ventás á realidade de cada día para que aprender sexa pensar por un mesmo o que acontece. Os medios poden desempeñar un papel innovador na escola, un papel a prol da interculturalidade, pero para iso deberán fazer un esforzo para colaborar nese labor de aprendizaxe.

Non se trata de facer grandes cambios, áinda que si segui-la liña deseñada pola Unesco en materia de comunicación xa na década dos setenta. A conferencia internacional da Unesco dixo, naquel momento, que por educación en materia de comunicación cabe entende-lo estudio, o ensino e a aprendizaxe dos medios modernos de comunicación e de expresión, ós que se considera parte integrante dunha esfera de coñecemento específica e autónoma na teoría pedagóxica. Hoxe segue sendo válida esta definición e marca o camiño que deben segui-los medios e a escola.

Certamente, déronse pasos nesta dirección, pero resultaron insuficientes. A existencia no currículo do ensino non universitario de contidos referidos á comunicación e á información mostra a importancia institucional que a Administración educativa lles concede. Pero non é suficiente. Cómpre elaborar propostas rigorosas que permitan a posta en práctica da necesaria integración. Este é o reto para a Administración educativa, docentes e integrantes da Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago.

A rede de redes, Internet, facilita hoxe esta incorporación dos medios á escola e facilita unha boa formación no ámbito da interculturalidade. Só hai, pois, que definir proxectos interculturais que fagan posible superar los malentendidos e crear escenarios en que se eviten esos malentendidos. Só falta, polo tanto, que os medios en rede e os medios a través da rede traballen a prol da interculturalidade e o fagan desde a escola. En definitiva, medios e interculturalidade deben camiñar da man.

BIBLIOGRAFÍA

CASTELLS, M. (2000 [2ª edición]): *La era de la información. Vol. 1. La sociedad red.* Madrid, Alianza Editorial.

CASTELLS, M. (1989): *La ciudad informacional. Tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional.* Madrid, Alianza Editorial.

DÍAZ NOSTY, B. (1998): *Informe anual de la comunicación 1999/2000.* Barcelona, Grupo Zeta.

FERNÁNDEZ COCA, A. (1998): *Producción y diseño gráfico para la World Wide Web.* Barcelona, Paidós.

FERNÁNDEZ HERMANA, L. (1998): *En.red.ando.* Barcelona, Ediciones B.

FRANQUET, R. (1999): *Comunicar en la sociedad de la información.* Bilbao, Revista Zer, nº. 7, decembro.

FUENTES i PUJOL, E. (1997): *La información en Internet.* Barcelona, CIMS.

GINER, J.A.; SUSSMAN, B. (2000): *Innovaciones en periódicos. Informe mundial.* Pamplona, Innovation.

LEDO ANDIÓN, M. (1998): *Televisión e interculturalidade en Bretaña, Galicia e País de Gales.* Santiago de Compostela, Tórculo.

PRADO, E.; FRANQUET, R. (1998): *Convergencia digital en el paraíso tecnológico: claroscuro de una revolución.* Bilbao, Revista Zer, nº. 4, maio.

RAMONET, I. (1998): *Internet, el mundo que llega.* Madrid, Alianza Editorial.

XORNALISMO E CULTURA NA SOCIEDADE DA INFORMACIÓN

José Manuel de Pablos

A razón culmina na liberdade
e a liberdade é a existencia mesma do suxeito
Herbert Marcuse (1979:15)

Falar de xornalismo e cultura na sociedade da información obríganos a reflexionar sobre algunas cuestiós previas referidas ó xornalismo e á cultura, antes de ensaiar tal binomio en calquera marco.

1. Reflexiós sobre o que é cultura

A expresión "cultura" interésanos segundo Jurij M. Lotman e Boris A. Uspenskij¹ como "memoria non hereditaria da colectividade" (1979:67-92), tan semellante á expresión de Alain Touraine (1980), segundo a cal cultura é: "o xeito no que unha colectividade organiza as súas relacións co seu ambiente natural e social"², o que sen dúbida deriva na memoria que destaca Lotman; tamén, como sinala Daniel Bell (1994:47),

A cultura para unha sociedade, un grupo ou unha persoa é un proceso continuo de sustentación dunha identidade mediante a coherencia conseguida por un punto de vista estético consistente, unha concepción moral do eu e un estilo de vida que exhibe esas concepcións nos obxectos que adornan o noso fogar e a nós mesmos, e o gusto que expresa esos puntos de vista. A cultura é, polo tanto, o ámbito da sensibilidade, da emoción e da índole moral, e o da intelixencia, que trata de poñer orde neses sentimientos.

As primeiras tres acepcións vistas de cultura teñen que entenderse agora como un conxunto de coñecementos e costumes dun grupo humano "no que se expresa a vida tradicional dun pobo". Para algúns isto

1. "Sobre el mecanismo semiótico de la cultura", en *Semiótica de la cultura*, de Lurij M. Lotman e a Escola de Tartu, Cátedra, Madrid, 1979. As palabras exactas destes dos autores son "Se definimos cultura como todo o conxunto da información non xenética, como a memoria da humanidade ou de colectivos más restrinxidos nacionais ou sociais" (1979:41) e "Entendémo-la cultura como memoria non hereditaria da colectividade, expresada nun sistema de prohibicións e prescricións" (1979:71).

2. Citado por G. Richeri (1984:33-34), de "Un changement de mode de vie, pour quoi faire?", en *Informatique, télématique et vie quotidienne*, la Documentation Française, París, 1980.

pode implicar unha “falta de cultura”, sobre todo entre quen despreza a idea de cultura como memoria da colectividade e pretende apropiarse da bela palabra, de tan hermoso concepto, como algo sometido a contextos privilexiados da poboación, culturalmente avantaxados porque tiveron acceso a estudos, á formación académica da que non dispuxo a xeneralidade das persoas dunha rexión. Si está claro (Cohen Seat) que “a cultura é o efecto dunha educación e non pode ser homoxénea”³. Falabamos dos apocalípticos, para os que “a cultura é un feito aristocrático derivado do cultivo celoso, asiduo e solitario dunha interioridade refinada, algo que se opón radicalmente á vulgaridade da multitud” (Eco, 1965:28). Para estes, os aristocráticos apocalípticos, “a simple idea dunha cultura compartida por todos, producida de xeito que se poida adaptar a todos e elaborada á medida de todos é un contrasentido monstruoso” (ib.). A isto referiu-se Martínez Albertos (1981:84) cando di “fronte á postura dos apocalípticos, o formidable despregamento intelectual de Marshall McLuhan introduce no ánimo do estudioso destas cuestións a sospeita, cando menos, de que o enfoque aristocratizante contén un partidismo inicial, un prexuízo de escolla difícilmente perdoable”. Por esa razón, os antropólogos latinoamericanos, e supón que os demais igualmente, sempre critican ó europeo que cualifica de “falta de cultura” o que eles entenden que é escaseza de coñecemento ou de formación, que son cuestións dispares e os antropólogos alármanse cando ven tal confusión entre cultura e habilidade ou formación académica.

Daniel Bell, “a cultura converteuse no compoñente máis dinámico da nosa civilización, superando ata o dinamismo da tecnoloxía” (Bell, 1994:45), o cal non deixa de ser un aspecto máis da cultura, a pesar de que o mesmo autor publicou nas mesmas datas “Hoxe, a cultura a penas pode, se é que pode, reflecti-la sociedade na que vive a xente”.

A cultura é algo inmanente ós seres vivos, sexan racionais ou non. Moles (1978:69) estima que “é o conxunto de elementos intelectuais presentes nun ser ou colectividade” e Malinovski (1984:56) relaciona a cultura “coa resposta ás necesidades humanas”⁴. Ese complexo proceso foise incardinando profundamente en calquera pobo, mais non se debe confundir esta idea de cultura co matrimonio “cultura popular”, porque sinto certamente que se a cultura non é popular será calquera outra cousa menos cultura, que ese par de palabras supón unha redundancia, polo tanto a cultura non precisa recibir ningún tipo de apelido. Coido que é para rexeita-la teoría da idea de popular contraposta co culto.

Coa mesma voz cultura –que é un concepto cheo, sen necesidade de aditivos– ocorre o mesmo que con outras belas palabras que sempre signi-

3. Citado por J. L. Martínez Albertos (1981:80).

4. Citado por R. Zallo (1988:23).

fican moi fermosas ideas e que ó seren totais no seu pleno significado non precisan de ningunha maneira ser etiquetadas. Entre estas poucas voces que se alteran radicalmente de sentido cando se lles pon un apelido atopámos termos como liberdade: liberdade condicionada ou liberdade vixiada, e vocábulos como democracia: democracia orgánica ou democracia popular. Nin o primeiro concepto adulterado co cualificativo é liberdade nin o outro é democracia con calquera tipo de rótulo pseudoidentificativo: a esencia de cada pensamento primixenio perderase ó ser esmagado por cualificativos que non precisan nin teñen que levar para ser tales.

Lotman et al. din algo máis: “a cultura é a memoria da colectividade, pero fánselle diferentes lecturas, segundo as épocas”, de acordo co que lle convén a cada poder, sexa político, económico ou social. Engaden Lotman et al.: “a cultura debe verse como un eixe ou programa, é dicir, un sistema de regras establecidas que permita fixar sentido na memoria colectiva e fixa-la información” (ib.). Como marca moi persoal, a cultura ten que se-la máis vizosa heranza de cada persoa cultivada cada hora e cada día, porque a vai axudar no seu desenvolvemento cotiá, en saber aprecia-los seus particulares tesouros íntimos e do seu contorno, natural ou social, como nos dixo Touraine; será a cultura un bo auxilio para ter conciencia dos valores de cada cal, para acceder a novos merecementos, “de aí que todo ser humano aspire a un nivel cada vez maior de conciencia, de coñecemento, de comprensión e organización da realidade, do seu dominio e, en última instancia, de liberdade”, Vicente Romano (1987). Como ven volvémonos encontrar coa gran palabra, o formidable concepto e a idea maior, a de liberdade. A mesma liberdade que Marcuse emprega para cualificala como o fundamento da esencia mesma do ser humano: “A razón culmina na liberdade e a liberdade é a existencia misma do suxeito” (H. Marcuse, 1979:15).

2. A presencia e peso do editor empresario

A partir de aquí, dende conceptos tan prometedores e válidos como os de cultura e liberdade, seguro que dá certo pesar cambiar esta reflexión ó papel do xornalismo, do actual ou do futuro. Non pola súa teoría senón pola práctica que do xornalismo se fai; non polos xornalistas, senón polos editores, convertidos en neoescribas, como aqueles antigos altos funcionarios da comunicación imperial do vello Exipto, que formaban unha camarilla arredor do soberano e obtiñan tan bos dividendos da escasa formación na que tiñan somerxida á meirande parte da poboación.

Para comezar, a marxinación do pobo baseábana no sistema de escritura imperante, só coñecido polos iniciados, os sacerdotes, os xefes militares e os escribas, tres eixes para calquera goberno autoritario, onte, hoxe e

sempre. Esa colleita de ignorancia entre a comunidade, aqueles escribas primeiros sementábanha profusamente cando facían crer ó pobo axeroglífico⁵ que en verdade a escritura era só válida para a comunicación cos deuses. Se quedaba algúna dúbida, apagábana cun argumento tan sutil como o de indicarles ós desgraciados que se fixasen no talo triangular da planta que daba lugar ó soporte para a escritura, o papiro; o seu gromo amosaba a mesma figura triangular que o perfil de tres lados das colosais pirámides, así que se o triángulo era unha icona do divino, a planta de talo triangular e o uso que dela se fixera non estaba a disposición do común.

Esa barbaridade cultural só se pudo crebar cando no mesmo pobo xurdiu unha nova gran revolución da comunicación, a aparición da demótica ou a primeira forma popular ou social da escritura nun soporte físico. Entendemos que a gran primeira revolución foi a comunicación verbal, á que seguiu o inicio do trazo prehistórico, cando o humano, en palabras de Jesús Mosterín (1985:37), descubriu, é de supor que con absoluta sorpresa, como un elemento, mineral ou vexetal, deixaba parte de si ó ser fregado cun elemento mineral máis duro (rocha, parede) e aí empezou a auroral semente da arte primitiva, da comunicación se non escrita si depositada nun soporte. Séculos máis tarde, Gutenberg levou a cabo unha nova revolución comunicativa –tan notable como a invención do alfabeto– e así ata chegar ó século XX cando a informática orixina unha nova revolución e pouco despois a parella Internet-web maniféstanse como indubidable última gran revolución contemporánea das comunicacóns terreais. En tódolos casos (linguaxe, trazo, soporte, primeiros sistemas de escrituras, alfabeto, imprenta xilográfica e tipográfica, informática, telemática e web), sempre se tratou de fitos culturais na transformación do mono que se converteu en homínido a través da longa e sorprendente evolución das especies.

Os actuais editores, a xeito de neoescribas, son unhas figuras que non casan en absoluto cos tempos actuais, cando menos se o miramos dende a lente da teoría da comunicación. Outra cousa será se a observación se fai dende prismas e perfís económicos, financeiros e de poder. Mais se se trata do editor do tempo libre, de segunda dedicación, aquel que obtivo as súas grandes ganancias noutros eidos, sobre todo en esferas especulativas, e para continuar coa súa actividade lucrativa, sen importar metas superiores ás que sempre se lles crera unha función social como a informativa.

Son os editores que antes son mercadores e interpretaron a información como unha mercadoría. En todo caso, é unha historia repetida. Xa nos lembra Lewis Mumford (1998:41) un episodio semellante e faise unha pregunta:

5. Hoxe a esta figura social chamámoslle analfabeto.

¿Foi unha casualidade que os fundadores e patrocinadores da Royal Society –en verdade, algúns dos primeiros experimentadores en ciencias físicas- fosen os mercadores da City?" Continúa: "O rei Carlos II podía rirse sen parar ó oír que aqueles cabaleiros pasaran o tempo pesando o aire; pero os seus instintos estaban xustificados e os seus procedementos eran correctos: o método mesmo pertencia á súa tradición e nisto ían os cartos. O poder que era a ciencia e o poder que eran os cartos, a fin de contas, a mesma clase de poder: o poder de abstracción, de medida, de cuantificación.

A tendencia xa se coñece: "A sociedade da información é ante todo un conxunto de mercados remunerados"⁶. O xornalismo vai entrar no século XXI co mesmo lastre das máquinas nos seus inicios: "O capitalismo utilizou a máquina non para fomenta-lo benestar social, senón para incrementa-lo beneficio particular: os instrumentos mecánicos utilizáronse para a elevación das clases dominantes" (Mumford, ib.: 43). Noutras palabras, "a máis que hexemónica prensa burguesa converteu o xornalismo nun obxecto de consumo, un hábito aséptico e, de ningún xeito, nun medio no que se reflicten os debates e a realidade do país" (Zallo, 1988:125). Se o xornalismo perde o seu norte de servicio social, de socialización da información comunicada, pouco lle quedará de xornalismo e será unha actividade distinta da orixinaria; por esa vía, teremos que, efectivamente, "os públicos convértense en simples mercados dos medios de difusión" (Martínez Albertos, 1972:61).

Se os mercadores da prensa actual –algúns deles meros farrapeiros– seguen acaparando o xornalismo non como fin e sen vocación civilizada pola comunicación social senón como indubidable medio de poder cando se instrumentaliza, como o mesmo poder dos mercadores e industriais que puxeron a máquina nos seus negocios para facérense máis poderosos sen se ocuparen do preciso repartimento das riquezas, mal destino terá a actividade xornalística, unha vez encarrilada pola vía errada. Neste respecto, Cees Hamelink (1981:27) é claro:

A comunicación converteuse nunha pólica proveitosa e vital da produción industrial. O control da información abre importantes perspectivas ó manexo das necesidades do consumidor e á lexitimación dos intereses do negocio.

Outros autores (Lazarsfeld e Merton, 1986:20) van máis lonxe:

Posto que os *mass media* son sustentados por grandes complexos do mundo dos negocios enclavados no actual sistema social e económico, os medios contribúen ó mantemento do sistema.

6. J. H. Lorenzi e E. Le Boucher, 1979:47 [Mémoires volées, 1979, París: Ramsay] citado por R. Zallo, 1998:1.

Son ideas para alimenta-lo pesimismo, porque, ¿coñece algúen a editores con vocación, profesionais do xornalismo antes de ocupa-lo rol do editor? Ou, pola contra, vemos ó empresario que vende prensa como podería producir alpargatas, co valor engadido para as súas arcas que no comercio de alpargatas non absorbe poder dende as instances políticas que llo ceden, rendidas ante a influencia certa que se desprende de quen decide que se publica e que se deixa de publicar.

Só coñezo a un tipo de editor de prensa, a familia dos Cano, de Bogotá (Colombia), onde a figura do neoescriba e mercador aquí debuxada non casan coa característica de editor responsable. Non se acovardaron estes impresores cando lles voaron as rotativas cun coche-bomba e quedaron coa redacción ó aire sen imprenta onde face-lo diario; tampouco fuxiron cando o xornalismo auténtico de investigación que facían naquela empresa informativa denunciou os manexos do empresario, quen de seguro non por casualidade era un dos maiores anunciantes do xornal e deixou de ordenar avisos de pagamento, coa consecuente crise financeira que ocasionou na compañía entón propia, exemplarmente familiar.

Tampouco se asustaron de máis ou non o manifestaron publicamente cando ás portas da oficina de redacción uns sicarios que actuaban por conta allea e por uns poucos céntimos asasinaron ó patriarca da familia de editores e entón director do medio, Guillermo Cano. Por iso, en sinatura xornalística de semellante envergadura ética e moral –máis aló das necesidades do público colombiano, que ó final de tantos espantos foi quen verdadeiramente se arredou e temeu le-lo gran diario–, cando se viron obrigados a vende-la meirande parte das accións houbo quen comentou que se privatizara *El Espectador*⁷, algo teoricamente errado dito dunha empresa privada. O que sucedía era que, aínda que tivera tal titularidade, os Cano sempre actuaran como se efectivamente editasen un diario en verdade público: este foi o fenómeno mediático que só se viu con *El Espectador* dos Cano⁸. É moi difícil que este exemplo volva repetirse na escura historia dos actuais medios mercantilizados, onde a información se trata como unha mercadoría máis que se pon na praza pública.

É indubidable que *El Espectador* non era un medio público, senón de carácter privado, pero si que estaba ó servicio dos seus lectores (había unha cesión de uso), era un auténtico servicio público e o cambio de propiedade veu lamentablemente confirmar unhas pesimistas palabras escritas hai anos por Philip Elliot: “o servicio público xa non resulta económico viable” (1987:106). Esta é unha idea que pesa como unha

7. *El Espectador* é o nome do emblemático diario dos Cano.

8. A tese de doutoramento presentada na Universidade de La Laguna pola doutora Sara Bozzi Anderson, profesora da Universidade de Cartaxena (Colombia), tratou amplamente do martirio e inmolación dos Cano, o primeiro diario privado considerado público.

lousa e supón o reflexo dunha realidade que vemos a cada treito xornalístico. É unha reflexión para madurar e útil para buscar algún tipo de saída, cando menos para facer que os nosos alumnos, os futuros xornalistas, saiban con que se van atopar cando abandonen a universidade. Vanse atopar con algo xa definido por Raúl Trejo (1997:27),

A capacidade de interlocución, os medios adoitan aproveitala para tomar da sociedade os trazos catárticos más simples ou más epidérmicos, para incorporalos ós seus contidos que, como é ben sabido, adoitan buscar más o entretenimento que a reflexión.

Poderíase dicir, con Pessoa no *desasosego*, que este singular editor colombiano non era consciente do que sucedía nos arredores, malia seren tan vistos e corruptos, e que entrou en decadencia despois de sufrir tantos atentados e atropelos. “A decadencia é a perda total da inconsciencia, porque a inconsciencia é o fundamento da vida” (Pessoa, 1997:29). A inconsciencia custoulle a vida a Guillermo Cano, agora convertido nun paradigma indiscutible de editor de prensa inmolada, algo tan pouco corrente, só visto en ocasións en diarios centroamericanos sacrificados durante as recentes dictaduras bendicidas dende Washington⁹. A incerteza vital advírtese nesas palabras do autor portugués, que conclúa de xeito tan gráfico o seu pensamento: “O corazón, se puidera pensar, pararía” (ib.). Sen chegar a tanto pesimismo, a unha reflexión tan apocalíptica e intelixente e reflexiva, o certo é que os medios de comunicación de masas de finais do século XX mostran pegadas abundantes e, en consecuencia, dan motivos e argumentos para pensar nesa decadencia cifrada por Pessoa. Ph. Elliot (ib.:89-90) é claro cando nos refresca a realidade coñecida: “O meu argumento estriba en que o desprazamento do poder dende o estado nación ó sistema económico internacional ilústrano graficamente os actuais¹⁰ desenvolvimentos dos medios de masas, co que se ve implicada neste cambio a fracción intelectual da ‘nova clase’ de Gouldner.”

Xa falaramos liñas máis arriba dos neoesribas que se fixeron cos *media* e iso vén sucedendo dende hai moito tempo. A denuncia de Elliot é de 1982 e trátase dun panorama sombrizo advertido aquí e aló. Umberto Eco (1965:57) dixérao noutras palabras:

Os *mass media*, inmersos nun circuíto comercial, están sometidos á “lei da oferta e da demanda”. Danlle entón ó público unicamente o que deseja ou, aínda peor, seguindo as leis dunha economía fundada no consumo e sostida pola acción persuasiva da publicidade, suxírenlle ó público o que debe desexar.

9. Interesados, consultar *Ilusiones necesarias / Control del Pensamiento en las sociedades democráticas*, de Noam Chomski.

10. Estas palabras tan actuais cor responden a 1982.

Aínda que non o aclara Eco, podemos engadir que é así, os medios están sometidos polos indicados neoescribas, non é unha rendición natural. Algo para o cal os medios como tales teñan aptitude ou vocación espontánea; están subordinados, ou sexa, están manipulados nunha dirección con vistas a unha mellor conta de resultados ó final de cada exercicio. A prensa deixou de ser un instrumento ó servicio da sociedade para ser orientada cara ós intereses do patrón¹¹. Por iso, a ninguén ten que lle estrañar que empece a falar da decadencia da prensa, do seu rexeitamento en tantos ambientes. Ramón Zallo expono con claridade:

Carece de sentido supor que o traballo cede o seu lugar á ciencia e o capital á información, porque nin a ciencia sen aplicación productiva –é dicir, sen traballo pasado ou presente– constitúe un recurso, nin a información deixa de ser unha forma fenoménica do capital.

Tamén é claro o que engade Eco cando despois de deixar ver ese tópico de que os xornais dan o que o público desexa, extremo tan pouco científico como indemostrable, o que realmente sucede é que o que tratan a través da enriquecedora publicidade (para as empresas, non para os lectores) é de guiar ó lector en calidade de consumidor: é o papel dos medios como conductores sociais, un rol moi afastado da xornalística, como ciencia do xornalismo. Despois, moitos medios pasan a realizar un xornalismo populista, que vén sendo unha acción apocalíptica. Raúl Trejo (ib.:28) explicouno, aliñado con ideas de Francisco Tomás y Valiente¹².

Atopámonos (...) fronte a un xornalismo apocalíptico, que difunde as noticias “malas”, en tanto que evita as “boas”. Este xornalismo apocalíptico “transmite gozoso a noticia que vai producir escándalo e alarma, á vez que case agacha a xeradora de satisfacción, a que tranquiliza ó cidadán.

A información xornalística xa non é pública, como sucedeu tralo seu nacemento; deixou de pertencer á sociedade e hoxe vénse como unha mercadoría máis.

Os novos produtores de información son grandes compañías comerciais que teñen como interese primordial mante-la información en secreto co obxecto de protexe-los os seus segredos comerciais. O seu interese secundario está en producir unha mercadoría para vendela no mercado (...). Non se producirá a información de que carece o mercado” (Ph. Elliot, ib.:93).

En ocasións, nalgúns países latinoamericanos, unha das fórmulas

11. Se houbera alguén con dúbidas respecto deste sometemento primario ó patrón que lle cadre de cada vez podería estudia-lo papel desenvolvido polo xornal madrileño *El País* ó longo do que se chamou “a guerra dixital”. Pero se non tiveira tempo para facer esa análise hemerográfica, podería chegar a lectura do libro *Jaque a Polanco / La guerra digital: un enfrentamiento en las trincheras de la política, el dinero y la prensa digital*, de José Antonio Martínez Soler, Editorial Temas de Hoy, Madrid, 1998.

12. Francisco Tomás y Valiente, “El clima”, *EL País*, Madrid, 5 de marzo de 1995.

empregadas é pagar salarios de miseria ó xornalista e consentir que certas administracións ou grupos sociais ou políticos aboén unha cantidade libre ó redactor, non para que este informe do que interese á corporación, senón para a sociedade, pero contrarias ós intereses do patrón que paga ese estipendio de balde ó redactor mal pagado nun ambiente de corrupcetela. Nalgúns países de América Latina, esta figura tan lamentable denominase con ironía “menta”¹³. Tal cousa dábase en España hai algunas décadas, cando os xornalistas sobre-cogedores (palabra composta de sobre e cogedores, con guión), que non sobrecogedores, sobre todo en ambiente tau-rinos. Algúns quedan, ben sinalados e coñecidos, pero cada vez menos. Algunhas compañías eléctricas (escribo desde Canarias) exerceron a menta para ter unha extensión ou embaixador dos seus intereses nalgúns medios. Así, don, día a día.

O perigo serio do matrimonio tan sutil de conveniencia entre medios e mercado é que só vai dispor de presencia mediática o que realmente ten unha e próxima rendibilidade empresarial. Unha das primeiras víctimas desa aceda situación con difícil volta atrás vai ser sen dúvida a cultura. Segundo Wright Mills¹⁴, “os medios de comunicación de masas din tantas cousas e tan esaxeradas, que acaban trivializando as mensaxes e anulándose uns contidos con outros”. Este acedo pensamento, que non é outra cousa que unha apreciación da realidade, foi traballado por varios autores. Así, Furio Colombo (1997:22) dinos:

O narrador máis dramático, máis teatral, máis pintoresco e recalcitrante, aparecerá en cada ocasión como heroe dunha investigación que non realizou, con probas que non buscou e feitos que se limitou a recibir sen aclarar por que lle chegaron (...). Como calquera outra forma de entretemento, o xornalismo convértese nun mundo paralelo ó real e diferente del (...) O problema é especialmente grave: unha perda de credibilidade e autoridade.

O usuario de medios cun mínimo de sensibilidade cultural non poderá senón alarmarse ante o uso inadecuado e con tan baixo nivel cultural que algúns medios fan dos importantes recursos postos ó servicio dos profesionais que elaboran programas de radio e televisión, páxinas de prensa ou revistas. En ocasións, nin se trata de espacios de entretemento, senón de impertinente debilidade mental: a Cadena Ser dedicou boa parte do programa *La ventana*, que se emite na sobremesa, ó longo do martes 29 de febreiro de 2000 a comentar “os graves problemas derivados de beber cervexa con bigote, á gran cantidade de bebida que se desaproveitaba”, para dar paso a oíntes que seguían o xogo e dabán solucións a

13. O verbo mentar significa xusto o contrario, falar, contar, relatar, de aí a ironía do cualificativo aplicado a este tipo de xornalismo.

14. En *La élite del poder*, 1957, México: Fondo de Cultura Económica, citado por Martínez Albertos, 1972:52.

tan terrible problema. É penoso desaproveitar recursos mediáticos que poderían servir para mellores finalidades que non para a comentada, que non entra no terreo do xornalismo nin moito menos no do entretemento. Outras veces (De Pablos, 1998c), a sección diaria de *Cultura* é a mesma que a de *Espectáculos*, ata o punto de que ás veces se poñen as dúas palabras no folio de cabecera, como ocorre no diario madrileño *El País*, e o material informativo que sobre nunha sección ponse na outra¹⁵, a xeito de vasos comunicantes, mellor, páxinas comunicantes, ó parecer sen respecto á coherencia, ou sexa, ós lectores.

Noutros momentos, ó máis ó que se vai chegar nalgúns xornais é a construír un gueto dentro do diario, con presencia semanal, e liberar así ó resto do exemplar da “pesada carga tan pouco rendible” da información cultural. É a teoría dos suplementos semanais do tipo *Babelia*, cunha directa incidencia negativa na calidad do que deberían ser páxinas diarias dedicadas á información cultural. Sucede o mesmo coa información científica, que á fin o ó cabo é outra modalidade de comunicación cultural. En todo caso (De Pablos, 1999a), se hai maior desafecto pola cultura é trala desaparición dos equipos de correctores nos talleres de prensa e a aparición de diarios cheos nos propios textos informativos de errores de toda caste: é o desprezo á más elemental forma de cultura, que é a lingua escrita no diario, a primeira tecnoloxía que ten que dominar todo xornalista.

O mercado orixina, entón, a cultura de masas: a dose de cultura presentada de formas rendibles, para non cansar nin aburrir, con perda de substancia, unha cultura alixeirada, unha cultura leve, unha cultura menor.

Eco (ib.:57) sinala algunas das “acusacións principais” das críticas que se deben ter en conta. A que enumera con g) di:

Mesmo cando difunden productos de cultura superior, difúndenos nivelados e “condensados”, de xeito que non lle provoquen ningún esforzo á persoa que goce con eles. O pensamento é resumido en fórmulas, os productos da arte son antologados e comunicados en pequenas doses.

Na crítica sinalada como h) engade Umberto Eco (ib.):

En todo caso, os productos de cultura superior son propostos nunha situación de total nivelación con outros productos de entretemento. Nun semanario en rotogravado¹⁶, a información sobre un museo de arte equiparárase ó dixomedíxome sobre un matrimonio da estrela cinematográfica.

15. En “Periodismo, carne y cultura” vese como en *El País* usan imaxes de modelos durante pases de moda para erotiza-las páxinas do diario, precisamente as da sección “La Cultura”, onde se insire este tipo de fotografías eróticas con pouco que ver con ideas de cultura e más próxima á información da páxina de murmuracións, “Gente”, onde tamén aparecen fotos deste tipo, a xeito de seccións ou páxinas comunicantes.

16. Eco fala de rotogravado para se referir á calidad de impresión de imaxes neste semanario, como podería terse referido ó sistema de ocogravado ó facer unha referencia a “semanario de papel couché”, sempre no mesmo sentido.

É a mercantilización da nota de prensa: facilitar cuestiós de pouco peso social, que poidan ser asimiladas por un maior número de lectores. Non interesa a calidade senón a cantidade. Corre a crenza (errada) de que o xornal de referencia ten que se-lo que máis venda; en consecuencia, rebaixan os índices de verificación da calidade, se algunha vez houbo tal control. O que critica Eco referido a unha revista non é difícil atopalo calcado en diarios de referencia. O xornalismo pasa por un mal momento. Na edición dominical do diario *El País* (Madrid) do 26 de marzo de 2000 (páxina 10, do suplemento *Domingo*) reproducíase un exemplo do sinalado por Umberto Eco: xunto á cativa entrevista cun empresario que creou un premio científico de 15 millóns de pesetas “o segundo en dotación económica de España”, aparece o recadro maior da sección “Gente” (ou páxina amarela de *El País*) e a primeira nota leva este singularísimo título: “Clinton tiene mejor esperma que Schröeder”¹⁷. A nota amarela, que asina Karmetxu Marín, di de entrada que esta afirmación baséaa “segundo un estudio de investigadores californianos” (sic) e engade “que forzando un pouco as cousas, podería¹⁸ dicirse que...”. E narra que o que en realidade se trata é dun estudio comparativo entre estadounidense e aleman, que a autora aproveita para personalizar nos dous presidentes e, de paso, amosar algo da súa “cultura mediática”. “Os californianos non levaron ó laboratorio ningún líquido seminal de Bill Clinton¹⁹, cando menos que se saiba (malia que, como é coñecido²⁰, leo en *El País*, o presidente non foi mesquiño cos seus fluídos)...”. A páxina amarela dese domingo ilústrase cunha fotografía dun mozo sen pernas nin brazos que vai nun carriño. Dise con moita sorna (a mensaxe desta plana) nunha páxina que non é de cultura que o rapaz eivado fisicamente é o autor do libro *Nadie es perfecto* e que se graduou na Universidade de Tokio, para agachar un pouco a ironía da foto, que ademais vai sen titular e da que non se di nada máis no corpo do texto.

Temos que aceptar que episodios como o programa de radio dedicado

17. Sobre a titulación desviada da verdade, do que se di no corpo do texto, digo no meu *Amarillo en prensa* (p. 37): “Sobre todo nos titulares, en ocasións cáese no pecado xornalístico de decir algo que non casa á perfección co corpo da noticia”; “A realidade única no capítulo da titulación é que esta debe responder sempre ó que o lector vai atopar liñas abaixo”; “non pode ser boa a sensación que se xera no lector que atopa unha mensaxe no titular e outra diferente, ánda que teña algún parecido, no corpo do texto”.

18. Ib. (p. 123) o epígrafe “El periodismo no se escribe en condicional”.

19. En liña co uso das negras en prensa amarela, os nomes dos personaxes destas notas aparecen neste tipo: é un texto dirixido a un público masa, non afín á lectura, e nos textos de dixomedixomes póñense en negra os nomes dos personaxes, para facilita-la entrada do público dunha páxina destinada á cultura de masas, ó xornal como elemento de entretemento, non como ferramenta cultural lectora.

20. Falar en prensa española da vida íntima dos estadistas foráneos só se pode considerar como unha mostra de cinismo. O cinismo de non facer algo semellante cos estadistas españoles, dalgúns dos cales se coñece tanto nos ruxerruxes que corren nos “fiadeiros” xornalísticos, pero nada do cal se recolle en prensa por un falso sentido do pudor, que non se ten co “outro”. O cinismo cando quen publica algún destes escándalos nun medio estranxeiro e en tal caso a prensa nacional (nunca mellor dito este adxetivo) lánzase á degolación do medio que ousou viola-lo pacto de silencio existente en España. O cinismo de non sabe-lo qué é a liberdade de información, o cinismo de confundila con liberdade de submisión alegremente asumida.

ás dificultades para beber cervexa con bigote non ten relación ningunha co xornalismo nin coa cultura e que se trataría dun abuso de poder exercido sobre un medio de comunicación que en tal momento non foi social. Esta sería unha de tantas ocasións nas que hai motivos de máis para botarles na cara a algúns medios a perda dunha nova posibilidade de facer producións se non máis serias si menos triviais e menos enmarcadas no populismo. O problema da cultura ou dos aspectos culturais da información é a súa dependencia de tantos factores que non a liberan de ser cando menos autónoma en certa medida.

A cultura non ten unha existencia autónoma, senón que é parte do conxunto das condicións do funcionamento e desenvolvemento dunha sociedade e dos seus individuos e asemade constitúe unha variable activa, actuando sobre a realidade inmediata. (Zallo, ib.:23).

Gutenberg, mesmo sen prevelo, facilitou que a sociedade avanzara culturalmente nunhas proporcións que non se deran ata daquela e como seguramente non volveu suceder ata a vulgarización da informática e a entrada masiva do público no uso diario dos beneficios da tecnoloxía web. Coa súa idea renovadora do tipo móvil e do uso repetido, Gutenberg sacou a edición do gueto das abadías e conventos e o libro de entón de pazos e castelos; facilitou a aparición da opinión pública –ata o século XV, inexistente– e sentou as bases do futuro xornalismo como actividade ó servicio da sociedade, pero no século XX todas esas teorías empezan a ser abandonadas.

A imprenta foi o medio que fixou o concepto de esfera pública, ó proporcionalo terreo para o debate político (...) a función política eclipsouse coa transformación das noticias en mercadorías. (Ph. Elliot, ib.:96).

Como os medios non poden darrle as costas ás cuestións políticas, o que veñen facendo recentemente é transforma-las súas páxinas en area, nun *High Park Corner* mediático, onde a maior parte do contido da información política, calquera que sexa o ámbito desta, é un cruzamento de acusacións que rebaixa o contido e lima a imaxe do exercicio político, cando non palabras baleiras de promesas, de actuacións que se prometen pero despois non hai un seguimento para controlar aquel compromiso que se acolleu ás veces non de balde nas planas do diario.

Este formato de actividade xornalística está artificialmente alixeirado, adoizado, porque o fin último dos medios –reflexiónese con ese dúo de palabras, fin e medios– xa cambiou radicalmente dende que se alterou a orientación da forma de entende-la materia prima virtual coa que se vai

prepara-lo xornal de cada mañá, convertida en insumo de interese empresarial e non en información de relevancia social.

Ph. Elliot (ib.:92) fai fincapé en semellante situación, a partir de Nora e Minc (1978):

A consecuencia de depender do mercado consiste en poñer límites moi reais ós que a xente pode chegar a alcanzar. *O mercado non proporciona participación senón consumo*²¹. Dito noutros termos, hai un escamoteo nos argumentos de Daniel Bell²² e aqueles que se prometen tal explosión de información e comunicación que creará unha sociedade baseada na información²³ cunha forma de cultura más racional que a actual. O escamoteo estriba no suposto de que as novas tecnoloxías incrementarán e abrirán novas posibilidades de comunicación bidireccional.

Chegamos nese punto á actual trivialización de tanta prensa importante, onde a páxina xeralmente denominada “Gente” é un típico exemplo do que Eco en 1965 só podía aplicar a semanarios ilustrados e hoxe se atopa en diarios de referencia, como *El País* ou *ABC*²⁴: unhas páxinas diárias de dixomedíxomes, como unha imperiosa necesidade dos directores, das empresas editoriais, de darrle ó público unha nota informativa moi lixeira e de baixa calidade informativa. Ás veces, din que se trata de humaniza-la información, de facela más humana, de proximala máis ó lector. Elliot (ib.:96), unha vez máis, dinos algo sobre o particular:

Este aspecto de interese humano das noticias forma parte da base dunha forma populista de cultura, a que esaxera os trazos comúns da xente e esvaece as divisiones estruturais de interese. Esaxéranse os trazos comúns que xiran arredor do consumo e a busca do pracer.

O xornal, entón, pasa a ser un medio pracenteiro, diferente do medio informativo, enmarcado nunha forma de cultura menos deseñable, a populista, que trata de gaba-los sentidos da persoa que se achegue a el, xa convertido en cliente máis ca en lector de diario; a voz lector sempre é a palabra que orienta cara á liberdade de quen le, a quen se lle aplica, fronte ó arraigamento subliminar de quen se transfire a clientela, a persoa fidelizada co seu medio diario de pracer, tantas veces cunha cota de erotización nas súas páxinas, como se aprecia por exemplo no tratamento tan xeral da imaxe da muller fotografada²⁵, en ocasións na propia sec-

21. A cursiva é nosa.

22. Hai máis de 20 anos que Daniel Bell xa falara do concepto “sociedade da información”. Así o vemos no título do seu texto “The Social Framework of the Information Society”, en Forrester T. (ed.), 1980: *The Microelectronics Revolution*, Oxford: Blackwell. Masuda refirese esta idea no seu libro de 1984.

23. A cursiva é nosa.

24. No meu *Amarilloen prensa* (Colección Canarias Universidad, Ediciones Idea, 1997, Santa Cruz de Tenerife) analizo varias destas páxinas con grandes manchas de amarelo en prensa española de referencia.

25. Interesados, ve-lo meu *Fotoperiodismo actual*. 1994, La Laguna: Ediciones Xerach.

ción de cultura, mesmo nalgún diario de referencia²⁶. En definitiva, a prensa faise máis trivial²⁷, menos responsable.

A a-cultura populista non ten que se-la que hoxe nos convoca nestas xornadas. Só nos ten que atraer como obxecto de estudio, igual que ó médico lle interesa a enfermidade só para diagnosticá-lo mal e intentala súa erradicación. Coa cultura acontece exactamente o mesmo que xa antes dixemos para voces como liberdade e democracia: cando se etiqueta, mal asunto, empeza a súa perda de identidade, de substancia intrínseca, o seu corpus esborrállase. Importarán-la cultura sen máis, ou sexa, universal, ampla, aberta, común, nidia, transparente e non segmentada e etiquetada e moito menos se pasou por calquera tipo de filtro comercial e económico. Esta última sempre será unha modalidade de cultura represiva. Cando esta non-cultura accede ós medios de comunicación social e estes perden os cualificativos que lles son inherentes obsérvanse algunas modalidades de amarelo en prensa e na vida social e política (o que é peor), que Elliot (ib.:100) enumera en tres epígrafes:

- 1) A esaxeración do crime, a delincuencia e a violencia, como por exemplo, a repetición de que vivimos nunha época moi violenta.
- 2) O proceso de converte-la disidencia política, industrial e social nunha forma de actividade criminal e identificar esa acción coa violencia.
- 3) O rexurdimento desa vella forma de manexo ideolóxico, a guerra fría, ou a súa variante máis recente, a guerra contra o terrorismo, de maneira que a disidencia identifícase cunha ameaza estranxeira á nación, ó mundo occidental e á nosa forma de vida²⁸.

Sobre todo o primeiro dos puntos da cultura represiva contémplase no xornalismo finisecular do noso contorno con moita frecuencia. Coñeo o caso dun director que a pouco de chegar á dirección dun medio eliminou a páxina de sucesos, pero axiña foi chamado á orde polo editor correspondente, porque aquela "era unha das páxinas más importantes do xornal". Érao e éo polas notas vermellas -como as denominan na América de fala cervantina-, onde se adoita dicir que se se colga un exemplar pola punta dos dedos chorrea sangue. É certo que o tipo de xornalismo que cultiva ata a saciedade a nota vermella -sobre todos nalgúns

26. É o caso das informacions de desfiles de modelos con traxes translúcidos, que adoitan aparecer como información cultural na sección correspondente e que, para máis, non son outra cousa que unha forma de condimenta-las páxinas do diario con estampa de semiespidos de modelos novas e fermosas /(De Pablos, 1998c) [ver nota anterior sobre o mesmo tema].

27. Ó respecto, Raúl Trejo (ib.:268) estima: "a prensa tendeu a ser cada vez máis trivial, en parte porque así compite de maneira máis directa coa televisión, pero tamén, posiblemente, porque os lectores -formados en e ante os medios electrónicos- chegan a pedir menos texto e máis ilustración e condensación".

28. O autor non desenvolve a súa idea de terrorismo, se se trata realmente de grupos armados que actúan á marxe da xustiza natural e de meros disidentes presentados como terroristas, áinda que parece tratarse desta segunda figura, malia que non estea matizada nin explicada.

países americanos- propicia a crenza de que o lector atópase verdadeiramente no medio dunha cultura da violencia, nun país terriblemente inseguro e non sei ata que punto esa sensación afectará á vida cotiá, á propia semente da tranquilidade e á orixinación de máis violencia; descoñeo se se trata dunha espiral sementada dende as condicións sociais e regada dende os medios²⁹.

O segundo punto anotado por Elliot viuse nas décadas anteriores con motivo dos diversos conflictos armados acontecidos en Centroamérica. O asasinato de 100 relixiosos católicos en América Latina³⁰, varios deles españois e estadounidenses, foi obviado praticamente por diarios da caste de *The New York Times*, que lle dedicou moi pouco espacio, facendo realidade a teoría das vítimas dignas e vítimas indignadas acuñada por Noam Chomski e Edward Herman (1990:81-153)³¹. Esta é unha forma mediática de actuar típica de países con gobernos déspotas e prensa que deixou de ser libre, ou sexa, medios para poñerse ó servicio do mando da praza. Como asegura Elliot (ib.:100): "Este último proceso [refírese ós tres puntos que estamos vendo] é un recordatorio oportuno de que estes desenvolvimentos culturais [o que el chama "cultura represiva"] son en boa medida internacionais. Na meirande parte do mundo, a represión foi máis aló da cultura". Noam Chomski e Edward Herman estudaron esta forma de maltrato mediático.

No mesmo xornal das 100 mortes de relixiosos católicos en América Latina, sobre todo os crimes en Salvador, xurdía outro episodio semellante na Polonia entón comunista, o asasinato do sacerdote católico Jerzy Popieluszko a mans da policía polaca. Chomski e Herman (ib.:85) demostraron como o espacio dedicado ó asasinato do cura católico polaco asasinado polos comunistas (unha "víctima digna") foi moito máis importante cá extensión dedicada a varias monxiñas católicas estadounidenses, un arcebispo e outros sacerdotes (100 "víctimas indignas") asasinadas polos militares, policías ou paramilitares "dos nosos estados clientes en América Latina" (ib.:81). Trátase dun estudio que serviu para

29. Esta é a sensación, de inseguridade, que se desprende durante a visita curta a algúns países hispanoamericanos onde a prensa abusa da chamada "nota vermelha". O feito de descoñecer onde suceden os feitos produce unha maior sensación de inseguridade. Esta síndrome sucedeume cando estiven dúas semanas en Salvador en febreiro de 2000. Ó regresar a España, unha das primeiras noticias que liñ en prensa foi a dun soldado profesional que ó tratar de violar a unha moza sacáralle os dous ollos. Áinda que parecía unha nota e un feito típico dun país inseguro, aquilo sucedera no primeiro mundo e case no século XXI.

30. Estes datos fan referencia a 1º.) 72 víctimas relixiosas que houbo en diversos países de América Latina entre 1964 e 1978; 2º.) 23 relixiosos asasinados en Guatemala entre 1989 e 1985; 3º.) o arcebispo de Salvador, Óscar Arnulfo Romero, asasinado o 18 de marzo de 1980 e 4º.) 4 relixiosas norteamericanas violadas e asasinadas en Salvador o 2 de decembro de 1980, 100 persoas en total.

31. A maneira de cubri-la información do asasinato de catro xesuitas e dous dos seus empregados no campus de UCA, Universidade Centroamericana de Salvador, foi estudiado pola profesora Laura Susana Turcios, da Escola de Xornalismo da Universidade de Salvador, UES, na súa memoria de mestría, que organiza en Salvador a ONG *Associació Catalana de Professionals per la Cooperació*, administrada pola Universidade Pompeu Fabra de Barcelona e coordinada pola Dra. Montserrat Quesada.

poñer colorado de vergonza durante tantos anos a grandes medios como *The New York Times*³². Nas súas conclusóns, os dous autores sinalan (ib.:84): "O mérito da vítima Popieluszko pode taxarse entre 137 e 179 veces máis que o dunha vítima dos estados clientes dos Estados Unidos; ou invertendo os termos, un sacerdote asasinado en América Latina ten cen veces menos mérito que un sacerdote asasinado en Polonia"³³.

Respecto do terceiro punto da trilogía de Elliot, ninguén mellor que o pintor e escultor Agustín Ibarrola (Ariz, Guipúscoa, 1930) para demostrar como se personaliza nel o uso destes episodios³⁴. Militante do Partido Comunista de Euskadi, estivo no cárcere de 1962 a 1975 e volveu en 1978. Agora, en tempos de democracia, ocorréllele intervir en pro da paz e sofre as consecuencias e a persecución.

Di nas súas declaracóns: "A dereita do franquismo tratábame como o a un "rojo" separatista, como a un home insurreccional que atentaba contra a seguridade do estado, tratábanme como se fose un terrorista. ¡E agora a dereita nacionalista vasca preséntame como un home do PP!".

Noutro momento engade: "... estamos baixo a ofensiva de todo campo de acción do nacionalismo vasco, que nos persegue co obxecto de desacreditarnos, para facernos ninguén, para da-la sensación de que non pertencemos á comunidade vasca", ou ben: "a min marcáronme o casarío, pero primeiro houbo políticos nacionalistas que, de palabra e co dedo, sinaláronme non só a min, senón á xente do Foro de Ermua ou de plataformas cidadás non partidistas. Estivéronnos sinalando co dedo ante os que despois poden executar calquera barbaridade".

Son palabras que manifestan con toda rotundidade a esencia da denunciada cultura da represión.

Sen chegar a tal grao de cinismo mediático como o dos medios de EE.UU. denunciados por Chomski e Herman ou da persecución cultural como a sufrida por Ibarrola, os episodios recentes de malas prácticas profesionais vense por tódalas partes, uns máis graves ca outros. Cees H. Hamelink (1991) reflexiona sobre o tempo que haberá de pasar para que a prensa occidental lave a cara polo papel desenvolvido ó longo da guerra entre aliados de Estados Unidos e Iraq; outro tanto fixo un grupo de

32. Os outros medios estudiados foron *Newsweek*, *CBS News* e *Time*.

33. O diario *The New York Times* dedicou no espazo estudiado 78 notas sobre o asasinato en Polonia; 8 ás 72 víctimas en América Latina; 7 ós 23 relixiosos asasinados en Guatemala, 16 ó asasinato do arcebispo Óscar Arnulfo Romero e 26 ás monxiñas norteamericanas, ou sexa, ás 100 víctimas en países clientes 57 notas, fronte a 78 ó asasinato no país inimigo. O estudio referido á portada do diario é igualmente revelador: 10 notas sobre Polonia e 8 ós outros 100 asasinatos, delas só 4 ó asasinato do arcebispo: unhas mortes valen máis ca outras para *The New York Times*, o diario que hai xa tempo "descubriu a curación do cancro" ... [ver Gemma Revuelta, 1998: *The New York Times cura o cancro*, revista *Quark* 12, xullo-setembro, Barcelona, pp. 48-57].

34. "Se tivese medo estaría morto como creador / Entrevista a Agustín Ibarrola, artista vasco", *El País Domingo*, 21 de febreiro de 2000, pp. 10 e 11.

estudiosos arxentinos³⁵ respecto do rol de medios occidentais, a CNN, sobre todo, e os ataques da OTAN contra Kosova e como nunca aparecían nesa canle estadounidense de televisión satelital os "erros" das sofisticadas forzas do Pentágono. Toda a imaxe presentada era da xente que sufría os abusos de Belgrado, pero nada dos mortos ou do sangue vertido polas bombas aliadas³⁶. Ese traballo preséntanos extremos dignos de reflexión:

Así, dende as imaxes atopadas o 28 de marzo por unha cámara de vídeo doméstica, e que daban conta dunha masacre cometida polos soldados serbios, a construción televisiva das canles norteamericanas consolidaron a súa posición firme e predicable: as únicas víctimas desta guerra que desfilaron polas pantallas foron os milleiros de albano-kosovares e tres soldados norteamericanos secuestrados polos soldados serbios. Polo demais, as innumerables víctimas dos bombardeos da OTAN manifestáronse só numericamente, nunca unha imaxe. Sen ir más lonxe, e fuxindo do debate crítico que adoita instalarse arredor destes conflictos e a intervención televisiva, sorprende a denuncia do mesmo conductor de CNN en español e correspondente en Kosova, Jorge Gestoso, ó manifestar que "o xornalismo internacional está amosando só unha cara da moeda", a do sufrimento dos albano-kosovares ante as atrocidades dos serbios, e esta decisión das empresas xornalísticas están determinadas polos intereses de Estados Unidos no conflicto.

Moi sintomático ou a repetición da mesma denuncia de Hamelink respecto dos mesmos guerreiros en distinto escenario (adaptación do dito popular "os mesmos cans con distintos colares"). Nas súas consideracóns finais, os investigadores arxentinos chegan ó miolo do problema:

Recoñécese a presencia notable dunha lei sobre a que velan os medios de comunicación: a manipulación. Este é un dos obxectivos principais das partes en conflito. Estes ataques non achegaron ningunha innovación importante respecto do modelo implementado nas Malvinas en 1982.

Eles aluden ó conflicto das Malvinas, pero vemos que sucedeu outro tanto no Golfo e poderíamos abondar sobre o mesmo na invasión das tropas de mariños estadounidenses á pequena illa caribeña de Granada, convertida da noite para a mañá nun perigo potencial para o grande imperio do norte.

35. Titulado "Información televisiva en Argentina sobre el conflicto bélico en Yugoslavia", está asinado polos profesores V. Giacci, N. Varela, G. Rodríguez, M. Martinic, D. González e A. Alfonso, da Universidade Nacional de La Plata (Arxentina). Pódese consultar en *Latina de Comunicación Social* número 28, do mes de abril de 2000, no seguinte enderezo electrónico: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sap/123laplata.html>

36. TVE foi unha excepción e deu imaxes dos danos nas dúas partes.

3. Reflexión sobre as relacións entre prensa e cultura

Co que vimos ata o de agora, podemos acceder a algunhas conclusións provisionais. Por exemplo, a cultura é un concepto moi amplio e común a distintas situacións, malia existir unha pretensión aristocratizante e excluínte, segundo a cal a cultura sería o que verdadeiramente non é. Isto vale para a cultura xenérica e para a cultura do día a día.

Outra noción clara é aquela que nos indica que cultura clásica e cultura popular non son conceptos diferentes senón modalidades diferenciadas dunha cultura común, da cultura a secas. Pola contra, a chamada cultura de masas pode ser interpretada como o producto da industrialización da cultura, sen respecto dos fundamentos e soamente coa mira posta no balance que o negocio lle teña que dar. Por iso, pode darse o caso de tratarse dunha actividade con deméritos propios de quen a acomete, dita esta palabra na acepción menos nobre.

Neste ámbito, moitos medios, sobre todo os impresos, sufrieron unha especie de rapto por novos empresarios alleos ó ambiente mediático (persoas ou corporacións). Son intrusos no sentido máis plano desta voz, de aí a sensible baixada na calidade das mensaxes que atopamos en tantos medios que sofren claramente a situación apuntada. Ese estado de cousas orixina que os medios se manifesten como ferramentas pasivas dun xeito un tanto novo de manipulación, se acaso esta figura pode presentar novedades, de tan antiga como é.

A postura aceptable dos medios, en particular do xornal, ten que dar apoio ós creadores culturais, a facilitar ou ser ponte entre a cultura e os seus lectores. Tamén, tratar de impedi-la chegada de trazos menos plausibles doutras culturas colonizadoras innecesarias³⁷. Isto implicaría dispor de bons redactores culturais e de espacio suficiente na información diaria para dar cabida á información cultural do día. O que pola contra adoita verse é que as páxinas habituais de cultura son poucas –cando as hai– e nelas entran notas case de compromiso, por dispo-lo xornal e por motivos case de imaxe dun suplemento semanal, onde acoller noticias, críticas, entrevistas e reportaxes, unha vez á semana e ata sete días máis tarde, unha vez cuberto o expediente do xornal.

Hai que ter en conta que como empresa privada que é, o diario ten que ser rendible, e, en consecuencia, tratará sempre de publicar aquilo que orixine maior venda de exemplares. Se a cultura vendese máis, se a súa presencia nas páxinas do rotativo apoiaise a venda ó número dunha cabe-

³⁷. Cada ano, a prensa de distribución nacional en Costa Rica fai campaña en contra da celebración do Halloween estadounidense, que entra subrepticiamente polas escolas, e faino baseándose en que se trata dunha incorporación, en forma de colonización cultural, algo estranxo á cultura costarriqueña. É un bo exemplo de postura cultural dos medios, algo que non se aprecia en España, onde esta data se empeza a celebrar en colexiós e salas de festa.

ceira, é indiscutible que ese xornal daría máis información cultural da que dá, que moitas veces –como dixemos– semella que se insire de compromiso. A responsabilidade, polo tanto, de non atopar unha maior cobertura na prensa non é da prensa nin dos empresarios dos medios. Tampouco dos xornalistas; non se lles pode achacar que non saibam como facelo. Por moi ben que se fixese, a súa produción non ía alcanza-lo eco en vendas que ten a información deportiva ou de sucesos. ¿Cal é o problema daquela? A cuestión estriba nun substrato educativo que non é nin moi meno desexable. Nos antigos países do leste europeo, onde algunas manifestacións culturais sempre tiveron grande apoio e resposta social, a cultura musical por exemplo desenvólvese a niveis moi altos, de xeito que a música clásica ou o ballet deixaron de ser algo destinado á xente moi refinada para ser algo popular. Falamos, entón, dunha falta na educación do público dos nosos contornos.

En Tenerife hai unha magnífica orquestra sinfónica, pero ós seus concertos semanais acode moi pouca xente: non se trata dun espectáculo ou sesión popular; pola contra, a mesma orquestra ofrece un concerto ó aire libre o día de Nadal nas instalacións portuarias, de portas abertas. Malia que vaia algo de frío, o público acode en masa. Transformouse o mesmo concerto da mesma orquestra nun espectáculo de masas, nunha sesión festiva para unha cultura de masas, como se lonxe de tratarse dunha audición que se ofrece en España fose un recital nun país europeo avanzado culturalmente ou unha das repúblicas do antigo leste continental. ¿Que diferencia hai entre unha e outra convocatoria? As funcións semanais a penas se publicitan, mentres que o chamamento de nadal anúnciase nos medios como un grande espectáculo, que se televisa en directo, o mesmo que os concertos populares de cantantes lixeiros na praza pública e a ceo aberto, con entrada gratuita. Ou sexa, no segundo caso empezouse a conseguir un interese polo público masivo cara a unha actividade cultural de categoría sacada do seu teatro de marfil e achegouse ó interese do gran público. Os políticos saben ben e aproveitan a cita para apoiaren os seus intereses; aparecen como patrocinadores da gran xornada musical e a televisión sácaos sentados na primeira fila de cadeiras, non nas gradas. O atractivo económico que está por debaixo e crea a cultura de masas pode cambiar cara a un interese político, de imaxe persoal de certos xerarcas institucionais, gobernantes en centros de poder e administrativos onde existen cartos públicos que poden gastar de xeito populista en actividades socioculturais dirixidas a unha multitud coñecida de antemán, con alto potencial de rendibilidade nunhas eleccións.

O aparecer un maior interese no concerto de nadal, os xornais falan del con maior intensidade antes da súa celebración e o mesmo fan despois, sempre nunhas proporcións que non se ven coas citas de cada semana. O

comeza a tomar forma no crepúsculo do século XX" (Manuel Castells, 1997:I, 249). Cando falamos deste tipo de nova sociedade temos que lembrar que nos atopamos fronte a un concepto que xa ten máis de 20 anos de exposición ó público: en 1980, Yoneji Masuda falaba da aparición de tal sociedade nova en Xapón⁴¹ e outro tanto facía Daniel Bell; parece que segundo nos achegamos ó novo milenio alvíscase con maior claridade algunhas das pautas do que poderá chegar a ser esa nova sociedade tan só nos inicios.

Como primeira medida, hai que subliñar que para ser tal e aceptable ten que respectar algúns dos avances sociais xa obtidos, en primeiro lugar, os efectos da sociedade do benestar: se a sociedade da información non casa coa sociedade do benestar, maldito sexa o engano ó que nos tería levado. Información e benestar teñen que ser un matrimonio case perfecto.

Se a sociedade da información vai se-lo que se vaticina, benvida sexa. Daniel Bell, un dos seus primeiros cantores, lembra⁴²:

Se a sociedade industrial é unha sociedade de produción de bens, a sociedade postindustrial será unha sociedade de produción de información e, ademais, o coñecemento e a información estanse a converter nos recursos estratéxicos e nos axentes de transformación da nova sociedade.

Tamén Richeri nos (1984:18) falou hai xa tempo do que pensaba outro estudioso, Parker, quen estimaba a panacea do acceso universal ás novas tecnoloxías, algo que aínda non sucedeu, malia o incremento exponencial do número de usuarios da gran rede planetaria:

Parker subliña o feito de que o abaratamento dos custos técnicos e recepción da información farán economicamente posible o acceso de todos ós recursos de información da sociedade, e a información será a nova forma de poder. Nesta liña, o problema xa non é o de quen posúe e xestiona os medios de información, senón o de cómo os medios, aínda desposuídos por quen sexa, sexan alcanzables a tódolos membros da sociedade⁴³.

Trátase dunha apreciación optimista de máis, temerariamente entusiasta. O abaratamento dos recursos empezou a ser realidade en varios aspectos, como acontece coa informática de uso doméstico e a telefonía sen fíos. Outra cuestión é o uso banal que moita xente lle dea a estos recursos case socializados, no sentido da súa posesión, non do consumo

41. En 1980 publicou *The Information Society as Post-Industrial Society*, obra publicada catro anos máis tarde en español por Fundesco.

42. Citado por Giuseppe Richeri (1984:19).

43. Despacho da Axencia Efe distribuído o 29 de febreiro de 2000 e aparecido ó día seguinte na prensa (por exemplo, na páxina 43 de *La Opinión de Tenerife*, 1 de marzo de 2000).

que deles se faga da información, que está controlada por empresas que obteñen ganancias inmensas. Telefónica, por exemplo, aínda sen perder tódolos privilexios de monopolio que posuía en España ó longo de tantos anos, no exercicio 1999 gañou máis de 300.000 millóns de pesetas, cifra inimaxinable que non alcanzo sequera a cuantificar.

A sociedade da información ten xa abundantes estudiosos, que adoitan ser coincidentes nas súas apreciacións. Así, Masuda (1984:23) díos que se trata da "realización dunha sociedade que achegue un estado xeral de floreacemento da creatividade intelectual humana, en lugar do opulento consumo material", para engadir: "a sociedade da información pode cualificarse como unha sociedade con alta creatividade intelectual, na que a xente poida deseñar intencións futuras sobre un lenzo invisible e perseguir e consegui-la súa auto-realización". Na mesma época, A. Mattelart e Stourdze (1984:56) cualifican a sociedade da información: "Unha sociedade na que a información se instala como novo recurso de base, nova materia prima, nova forma de enerxía".

Esa situación mostra picos dentro da sociedade da información como é o feito, por exemplo, de que case a metade da poboación de Canarias posúe un teléfono móvil e que en só un ano se duplicara o número de clientes⁴⁴; outra cousa é que se empregue esa telefonía para chamadas sen interese, sen utilidade pertinente cunha sociedade da información ou dando paso a aspectos parciais dunha sociedade trivial da información.

En conclusión, podería estimarse que as difíciles relacions entre o xornalismo e a cultura, cultura-producción e cultura-sensación, non teñen por que verse afectadas para peor por un cambio de tipo de sociedade per se; outra cuestión é como a nova sociedade da información, polo seu alto compoñente de novas tecnoloxías, poida alterar positivamente a cultura e, ó se-lo xornalismo parte da cultura-sensación, influír neste.

A última gran revolución comunicativa de finais do século XX segue aínda aberta. A informática estendida planetariamente, e tres das súas tecnoloxías desprendidas, a autoedición, a rede interconectada aberta, libre e gratuíta e a tecnoloxía web regalada á humanidade polo seu creador, Tim Berners Lee, coa boa aplicación de recursos como o hipertexto, as hiperligazóns e os marcadores, con certeza vai afectalle positivamente -xa o fai- tanto á produción cultural -o xornalismo impreso por exemplo- coma á cultura que modela a forma de vida dos pobos. Disto non temos que da-los parabéns, malia o uso anódino que se faga de tantos recursos dispoñibles como nunca. Neste novo tipo de sociedade vai haber un serio cambio social. Esta nova situación:

44. "Preto da metade dos canarios eran usuarios de telefonía móvil en 1999. En un só ano o número de clientes duplicouse no Arquipélago", *La Opinión de Tenerife*, 18 de febreiro de 2000, p. 30.

Cambia de forma fundamental o carácter da comunicación. E este determina decisivamente a cultura, porque, como escribiu Postman⁴⁵, "non vemos [...] a realidade [...] como é, senón como son as nosas linguaxes. E as nosas linguaxes son os nosos medios de comunicación. Os nosos medios de comunicación son as nosas metáforas. As nosas metáforas crean o contido da nosa cultura". Posto que a comunicación mediatiza e difunde a cultura, as mesmas culturas, isto é, os nosos sistemas de crenzas e códigos producidos a través da historia, son profundamente transformados, e serano co tempo, polo novo sistema tecnolóxico" (M. Castells, 1997: I, 360).

Esa metamorfose hai xa anos que comenzou e todos nós fomos protagonistas dalgunha faceta do cambio. Un exemplo claro atopámolo na nosa forma de escritura, que alteramos, modificamos, dende unha máquina mecánica, a unha eléctrica e agora mediante un procesador de textos con pantalla visualizadora. Outra cuestión moi clara é que o cambio non ten volta atrás. Ningún de nós podería nin querería, quizabes nin lembraría, escribir de novo nunha máquina eléctrica xa non digo mecánica. A cultura textual cambiou sen posibilidade de retorno e temos que agardar que esos cambios que se van presentando sexan para mellor e non para empeora-la situación persoal de cada cal, a cultura que nos baña a todos. Aparece unha nova cultura e unha nova era, a sociedade da información (Castells, ib.:II, 374):

Unha nova sociedade xorde sempre e cando poida observarse unha transformación estructural nas relacións de producción, nas relacións de poder e nas relacións de experiencia. Estas transformacións comportan unha modificación igualmente substancial das formas sociais do espacio e do tempo, e a aparición dunha nova cultura.

Efectivamente xa se contempla unha liberalización do espacio físico para a comunicación na aínda nova tecnoloxía web, algo difícil, imposible de materializar no impreso analóxico gutenbergiano. Estamos fronte a unha nova era (Ib., I, 514). "Dende unha perspectiva histórica más ampla, a sociedade rede representa un cambio cualitativo na experiencia humana", e dito isto Castells lista os tres modelos de relación que se foron alterando: un primeiro, no cal a natureza dominaba sobre o ser humano, un segundo, enmarcado nunha cultura que dominou a natureza, para entrar na nova era advertida, na cal "a cultura fai referencia directa á cultura, unha vez dominada a natureza, ata o punto de que esta revive ("preserva") de modo artificial como unha forma cultural (...), reconstruír a natureza como unha forma cultural ideal".

⁴⁵. Postman, Neil, 1985: *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of business*, Nova York: Penguin Books [edición en castelán: *Divertirse hasta morir*. Barcelona: Tempestad, 1991].

É certo que algunas cuestións que se aprecian indican o contrario, pero tamén é verdade que é maior o cambio positivo. Ou sexa, hai argumentos para ser apocalíptico e máis para ser más optimistas, voz que prefiro á de integrado. Coido que Umberto Eco tería que ter presentado unha categoría mixta, de apocalípticos e optimistas parciais, na que se poderían incluir moitos que lonxe de estar integrados asustámonos con algunas facetas derivadas do novo complexo tecnolóxico que anuncia o novo sentido da vida auroral na sociedade da información, sen dúbida nunha dirección cara á melloría.

Esa clasificación mixta á que fago alusión pode moi ben fundirse na denominación dos "perplexos informados", concepto co que Castells (Ib.: 392) pecha a súa trilogía.

Quero rematar este relatorio deixando no ambiente a idea optimista de que o porvir só pode ser mellor. Malia vivirmos nunha sociedade global pero inxusta, con fames provocadas dende o privilexiado primeiro mundo que esgota o resto do planeta, nun tempo de novas estratexias económicas, que van dende a globalización financeira a novas ferramentas do tipo Organización Mundial do Mercado, pero tamén cunha sociedade civil nalgúns lugares cada vez más mobilizada contra tanto asoballemento, é certo igualmente que semella afastada a guerra fría maior. Vivimos nun momento onde case esquecemo-la posibilidade dun novo holocausto atómico, pero non da traxedia nin do negocio diario das pateras, un tempo no cal as novas tecnoloxías da información parece que poden facer posible ese novo mañá mellor se se manexan ben. Nesa esperanza quedamos ás portas, áinda á entrada, da nova era ou sociedade da informática, mellor que da información a secas.

ROMANO, VICENTE (1987): [na presentación de] *Los intelectuales en la sociedad de la información*, VV. AA., Barcelona, Anthropos, Editorial del Hombre.

SCHUMACHER, ERNEST FRIEDICH (1976): *Lo pequeño es hermoso*. Madrid, H. Blume Ediciones.

TREJO, RAÚL (1997): *Volver a los medios / De la ética a la crítica*. México D.F., Ediciones Cal y Arena.

ZALLO, RAMÓN (1988): *Economía de la comunicación y cultura*. Madrid, Akal / Comunicación.

CULTURA E COMUNICACIÓN: PERSPECTIVA EUROPEA

Antonio Sánchez-Bravo

1. Propósito

“Non hai que desposuí-la existencia do seu carácter múltiple. Que só sexa verdade unha interpretación do mundo na que vós esteadeis no scerto, na que se poidan facer investigacións científicas (¿queredes dicir, no fondo, mecánicas?) e continuar traballando segundo os vosos métodos; unha interpretación que se admita, que se conte, que se pese, que se mire, que se toque, e nada máis, esta é unha impertinencia e unha inxenuidade, admitindo que non sexa demencia ou idiotez..., podería ser unha das interpretacións de sentido más pobres.

Despois de Aristóteles, ningúen avanzou tanto na interpretación do mundo -diagnóstico-pronóstico, proximidade-distancia- como Nietzsche. Verdadeiro precursor da modernidade-posmodernidade (termo este último, alomenos impreciso e vulgar), define nesta frase da súa ciencia hermenéutica, “vontade de vivir-vontade de poder”, as carencias da sociedade actual cando a definimos como sociedade da información. Unha sociedade cuantitativa, homoxénea, dominadora do de sempre: da economía mundial. Ó promove-lo gusto polo orixinal, polo diferente, por unha arqueoloxía creativa, mostra o camiño de toda teoloxía proxectiva-innovadora. Abonda con dicir, resumindo este arranque, que os factores cualitativos do desenvolvemento provocarán no tránsito, xa pedido, da sociedade da información á sociedade do coñecemento e, sobre todo, á sociedade da aprendizaxe. As nosas raíces europeas: humanismo-renacemento permiten e animan esta interpretación, más aló das revolucións iluminadas que desembocan no berro de “LIBERDADE PARA A CULTURA”. Dende esta perspectiva hermenéutica diríamos, más ben, para comezar: “CULTURA PARA A LIBERDADE”.

É claro e evidente que se Europa chega, algúñ díá, a construír dende os seus alicerces orixinais, non será só sobre unha base puramente cuantitativa, exclusivamente económica e tecnolóxica ou técnica. Preguntámonos entón, con Alain Touraine se realmente existe unha cultura europea. Pregunta cativa, porque imos describi-la Europa da diversidade cultural e a Europa do espacio común informativo que é o plurallismo. Amsterdam 97 non resolveu o futuro da Unión Europea porque non promoveu o cambio de estructuras burocráticas e con isto a reforma institucional, especialmente do Parlamento Europeo. E porque non deter-

minou claramente os criterios de ingreso de novos países na Unión. Pero deu un paso interesante, alomenos, na definición do espacio común europeo da información e da comunicación, na procura da sociedade do coñecemento e da aprendizaxe: saber e saber facer -comunitarizou unha norma elemental: o pluralismo informativo a partir da diversidade cultural-. Novo artigo 128.4 e protocolo adicional. Comunitarizar: facer común un espacio ata o de agora nacional, supera-la dirección de Tomás de Aquino, o seu inventor, a interpretación (perversa en moitos casos ou na meirande parte deles funesta) do principio básico da subsidiariedade. A cultura europea é diversa e a súa transmisión-información é plural. Unha das conclusíons da Carta para a Reforma do Sistema Educativo (UNESCO) propón: comprender, interpretar, preservar, reforzar, fomentar e difundir las culturas nacionais e rexionais, internacionais e históricas, nun contexto de pluralismo cultural para contribuír á consolidación da integración rexional, o entendemento internacional, o diálogo intercultural, a mobiliadade internacional e a construcción dunha cultura da paz.

A Europa Clásica inventou a democracia como participación cidadá nunha tarefa política común. Política con maiúsculas, concibindo a cultura como transmisión: os atenienses ían ó teatro para oíren un bo discurso -metafórico e plural-. E Europa redescubriu no Renacemento un tipo de cooperación cidadá máis aló da dialéctica amo-servo, que culmina no señor das tecnoloxías acuñadas por piratas de todo tipo e condición. O home como centro devolve á técnica o seu valor de mediación e de instrumento. Nunha perspectiva pragmática, recupérase neste texto de memoria, a obra orixinal e non de todo -nin ben- interpretada de Frei Bartolomé de las Casas, simbolizada quizabes na experiencia inédita das reduccións do Paraguai. Se a Europa dos mercadores ten que dar paso á Europa dos cidadáns, debemos recupera-la nosa memoria histórica, o percorrido teórico-aplicado, que minimicei e simbolicei en aspectos da obra de Aristóteles, Nietzsche e Frei Bartolomé de las Casas.

A Unión Europea precisa hoxe referentes exteriores para remata-lo seu propio camiño, cheo de dúbidas e avances-retrocesos, nunha dialéctica que se iniciou, alá polos anos 50, con paso firme e conviccións aseguradas: supera-las guerras mediante a reconciliación e a posta en común das técnicas e das enerxías que propiciaban os conflictos: naquel momento do carbón, do aceiro e do átomo. Esa comunitarización supranacional mostrou a eficacia dun proxecto democrático e plural nacido a partir do ideal humanista académico de atreverse a pensar.

O equilibrio mundial ten que basearse na credibilidade ideolóxica e no comportamento ético. Os modelo clásicos europeos -a súa identidade deben contribuír a mante-lo equilibrio internacional, dende perspectivas cualitativas (diversidade cultural, pluralismo informativo) e non puramente monetaristas. A Europa Unida non pode ser la Europa dos mercadores, hoxe a Europa dos info-ricos: manipulación, concentración, globalización. Europa non pode asociarse á idea global, mecánica e insolidaria, fronte ó desenvolvemento do individuo, da súa liberdade e da súa capacidade diferenciadora. O seu proxecto democrático consiste en manter un proxecto plural e transparente, solidario, ético e solidamente construído, na súa forma e no seu contido. Nada mellor que rematar esta idea cun referente externo a esta acción europea: Latinoamérica.

2. Oferta europea: identidade e pluralismo cultural

Apuntouse a existencia doutros modelos de sociedade, a sociedade da información por exemplo da todopoderosa internet, a sociedade lanzada polos norteamericanos e en concreto polo candidato demócrata á presidencia dos EEUU, senador Gore. Son válidos para unha cultura concreta e unha tradición histórica ainda pouco contrastada. Tamén serían válidos, en parte, para os proxectos e outras culturas. Algúns países latinoamericanos xa elixiron outros camiños, individualmente, e outros, colectivamente, están considerando as vantaxes do modelo europeo. Por exemplo, algúns dos países de Mercosur, onde -fronte ós pesimistas e detractores- empézase a notar que o modelo europeo pode funcionar, *mutatis mutandis*, no complexo Mercosur e quizabes, noutrous países d'a zona. A moeda única, a enerxía en común, é o camiño irrenunciable en teoría política que leva á identidade propia e o pluralismo cultural e informativo, transformado este último en transparencia comunicativa. Porque todo medio de información debe acabar sendo un instrumento de comunicación (de ida e volta). A identidade leva ó respecto da diversidade.

Vexamos, logo, a oferta dialéctica europea, dende a esencia das súas raigames clásicas. A crise da Unión Soviética e a de Iugoslavia puxeron de manifesto os dous meirandes obstáculos á integración europea que nace dende a aspiración supranacional. O vello dilema comunismo-capitalismo subliñou o dilema nacionalismo-supranacionalismo que está no fondo de tódolos proxectos da Unión Europea. Por iso, Europa insiste, dunha e mil maneiras, en superar esta difícil aporia. Europa propón permanentemente atopar formas de convivencia entre os proxectos individual e universal. A necesidade de identidade personal e o reclamo permanente da memoria colectiva e histórica seguen reclamando a idea dunha comunidade supranacional flexible. A guerra, a violencia, a xenofobia, o imperio da identidade nacional baseada na força ou na manipulación tecnolóxica e mediática, non poden desterra-la tolerancia, a democracia, a liberdade, o pluralismo, a diversidade cultural e a solidariedade. Ideas mal chamadas modernas e, en calquera caso, con amplio creto na actualidade, están meta-

forizando ou mitoloxizando a relación que sempre quixerón que existise entre espiritualidade e identidade. Na fase más decisiva desta identificación guerreira e expansiva, Hegel deulle a papá estado toda competencia por enriba do ben e do mal. E posteriormente, tódalas revolucións europeas: secular-burguesas ou liberais-tecnolóxicas encheron de contido romántico, racial, étnico e relixioso tódolos intentos de nacionalismo excluínte. Europa sempre estivo atada nestes procesos de guerra permanente. A Unión Europea, que nace cos tratados da CECAe do EURATOM dos pobos europeos é unha resposta, dende os presupostos clásicos da democracia, dende o pluralismo e dende a tolerancia, a esa aporía constante: *o nacemento dunha entidade superior supranacional flexible*.

Europa, con altibaixos, avances reais e retrocesos ás veces dialécticos, iniciou co Tratado de Roma e os seus pasos integradores posteriores (Maastricht, Amsterdam) a cultura democrática moderna: diversidade cultural, pluralismo informativo e transparencia institucional ou comunicativa. As institucións europeas, malia que apuntan insuficiencias subsanables, vense reducidas, por imperativo das súas diversas constitucións, tratados e normativas comunitarias, a un pequeno núcleo reducido e flexible. O que lles permite maior autoridade e dereitos ás institucións locais e rexionais e, ó tempo, maior autodeterminación pluralista ós cidadáns europeos, encadrados en comunidades diversas: relixiosas, étnicas, ideolóxicas... sempre compatibles coa Constitución Común. É o grande invento do principio europeo de subsidiariedade que tantos conflictos está evitando e continuará evitando no sucesivo. É evidente que se trata, polo tanto, dun modelo distinto do seguido por América do Norte. Polo que a cooperación dialéctica entre a Unión Europea e Latinoamérica debe entroncarse, tamén, en principios culturais transmisibles. A orixinalidade deste modelo dialéctico e cultural-comunicativo, perfectamente asumible polos países latinoamericanos e non só o modelo económico -eficazmente probado xa no Mercosur, cando menos- consiste en recoñece-lo valor supremo do individuo europeo -apoiado polo Parlamento Europeo- que confía na súa constitución europea (tratados, leis, normas e proxectos), non soamente como constitución e poder unificador, senón como potencia descentralizadora e flexible que permita a identidade nacional e o proxecto supranacional da Unión.

Latinoamérica xa mostrou con claridade o seu interese por este proxecto. As voces que piden a reducción dos poderes de papá estado fronte da imposibilidade de que siga exercendo de benefactor e protector total (globalización, entre outros do poder de informar e de ser informado) multiplicáronse e, como exemplo institucional, xa apuntámo-lo Mercosur. Tamén existen outros factores que están favorecendo, en América Latina, o gusto polo método e o proceso da Unión Europea:

- A pluriculturalidade e os seus novos factores culturais para o desenvolvemento cualitativo, incorporada a nova metodoloxía educomunicativa.
- Fortalecemento da xestión local nos novos marcos legais, a partir de modelos indicativos, elaborados no contexto dos Consellos Intergobernamentais da UNESCO, como por exemplo as novas leis de participación na elección e xestión de autoridades locais.
- Xestión participativa para o desenvolvemento empresarial. Unha metodoloxía de participación que promove a xestión participativa e ten por obxecto o desenvolvemento empresarial das organizacións de pequenos produtores rurais e/ou urbanos e a melloría da calidade de vida das súas familias... onde os cidadáns buscan intereses colectivos para desempeñaren o seu papel social e cultural específico, con responsabilidade na decisión participada.
- Graficamente e, mesmo dramaticamente, expresaba este desexo o profesor de diversidade latinoamericana, Jesús Martín Barbero, no seu texto de "Conversas sobre a Comunicación": "nestes momentos xa non podemos deixar de recoñecer que estamos inseridos no mercado mundial. O xeito en como fomos incluídos-excluídos na nosa peculiaridade, é a maneira na cal historicamente se prodúciron as nosas políticas e as nosas institucións. Non podemos xa refuxiarnos nun lugar que non fose tocado ou penetrado. Aínda que nos pese e nos dea caraxe, estamos neste espacio mundial (e deste xeito) e iso conforma xa parte do noso ser e do noso facer. O problema xa non é dicir se nos integramos ou non, senón cómo facemos para integrárnos dun xeito que non nos destrúa, pero que si nos transforme.

Este interese latinoamericano foille repetidamente formulado ás autoridades comunitarias da Unión Europea. Esta preferencia operativa e proxeactiva dos factores cualitativos do método europeo de xestión institucional e modelo flexible de supranacionalidade-identidade cultural plural, plasmouse de xeito global, ademais de parcial, en América Latina.

Os Cumios Iberoamericanos, cunha sede permanente que vén de abrirse en Madrid para dar eficacia e continuidade ás propostas e proxectos elaborados nas súas reunións, repetiron de maneira unánime e decidida os camiños elixidos polos 21 países membros da nomeada organización, o foro maior e con máis futuro de Latinoamérica. Os ditos camiños asumen en parte a metodoloxía e, sobre todo, os obxectivos democráticos deseñados na Unión Europea. Dous exemplos poden resumir este proxecto común que foi madurando ó longo de catro anos: os

Cumios Iberoamericanos de San Carlos de Bariloche, Arxentina, e da Habana, Cuba. De 1995 a 1999.

En Bariloche, o V Cumio Iberoamericano propón aberta e decididamente a educación como motor do desenvolvemento. Nestes momentos, outubro de 1995, os representantes máximos dos 21 países membros do Cumio Iberoamericano son conscientes de que os seus pobos enfróntanse a varios desafíos, que van caracteriza-lo século XXI:

- Promoción e consolidación dun desenvolvemento económico e social sostido e sostible.
- Afondamento e ampliación dos procesos de integración no marco do rexionalismo aberto.
- Inserción nun mundo en fonda transformación, principalmente por mor da revolución científica, tecnolóxica e productiva.

Iniciada a sospeita do benestar da sociedade tecnolóxica e globalizada da información preténdese afondar nunha metodoloxía conxunta de corrección do sistema cara a unha sociedade do coñecemento, onde o saber e o saber facer van marca-las diferencias no desenvolvemento dos individuos e dos pobos. Neste contexto, os 21 estados membros atopan na educación o medio e instrumento principal para afrontaren con éxito os retos anunciados. O acceso plural e libre ós valores, saberes e competencias que ofrece o sistema educativo, representa o elemento imprescindible que garante a continuidade e permanencia das institucións democráticas, a participación política, económica, social e cultural, en particular para os grupos más desposuídos. Convencidos de que investir en bens educativos é investir en desenvolvemento sostible e sostido, os participantes do V Cumio Iberoamericano de Arxentina manteñen, como reto fundamental da Organización, a necesidade de alcanzar niveis de excelencia nunha acción educativa *integral, adaptada a un medio tecnolóxico dinámico*. Por iso conciben a educación como unha responsabilidade do conxunto da sociedade, na que participen o sistema educativo institucional e o conxunto de actores económicos e sociais, os medios de comunicación e a armazón productiva da sociedade civil. Para isto, a comunidade iberoamericana dispón dunha base de comunicación, específica e notable, froito da existencia de linguas comúns e proximidades culturais e educativas, labradas ó longo de moitos séculos de historia compartida. Neste contexto e por esa facilidade de comunicación, é notoria a actualidade da proposta dun espacio común da información-comunicativa elaborada a partir dos textos do Tratado de Amsterdam, que se examinarán máis adiante, como base dunha cooperación dialéctica e proxeactiva entre a Unión Europea e Latinoamericana.

Na Habana, o IX Cumio Iberoamericano culmina un deseño para o desenvolvemento, respondendo ós retos da globalización, especialmente

económica, polo que o título desa cita de Cuba resumiuse así “Iberoamérica e a situación financeira internacional nunha economía globalizada”. Os 21 estados membros alertan dos perigos da globalización para o desenvolvemento da cultura latinoamericana, aínda que contribuirá a difundi-la diversidade cultural en diferentes nacións. Coincidén en que os esforzos por incrementa-los niveis de benestar dos pobos latinoamericanos, no contexto da globalización, veranse incrementados na medida na que os países iberoamericanos logren captar e desenvolver adecuadamente os progresos tecnolóxicos e poidan facilita-la capacitación de recursos humanos, para a que “a cumbre considera de especial relevo a colaboración e cooperación entre os nosos países e os organismos internacionais”. Para iso, os países iberoamericanos contan cun patrimonio histórico e unha identidade cultural común. Por iso, na Habana, en novembro de 1999, reafírmase o papel central dos Estados na adopción de políticas activas co obxectivo de fomenta-lo desenvolvemento humano e a equidade, preserva-la identidade e a cultura dos seus pobos; dar prioridade ás políticas de educación, saúde pública e conservación do medio natural e elimina-la desigualdade e a exclusión social alí onde estas se presenten. Para, finalmente, destaca-la importancia das institucións e organizacións rexionais e subrexionais, mediante un funcionamento democrático, plural e transparente, para afronta-los riscos de meirandes desequilibrios (froito da globalización) na economía mundial e contribuír á súa estabilidada.

3. Pluralismo e transparencia informativa: espacio común da cooperación dialéctica entre a Unión Europea e Latinoamérica.

O Tratado de Amsterdam, que alentou definitivamente a Unión Económica Europea, coa moeda única e que resultou insuficiente para a ampliación e a reforma institucional, tamén avanzou na construción dun espacio común da información e da comunicación en Europa. Para culmina-los logros da Unión Europea, moeda única, unión política, política exterior e seguridade común; para cubrir e compoñe-los buracos en reforma institucional e ampliación, toda Unión precisa dunhas políticas de información e comunicación propias, que propicien unha opinión pública favorable. O conseguido e o pendente nunha organización supranacional flexible non pode chegar a ser operativa se non se potencian equilibradamente sectores da vida social e cultural mediante políticas informativas e comunicativas comúns. Líderes europeos de tódolos tempos formularon, de moitas maneiras, este punto de partida para manteren informados ós cidadáns para que participen no proxecto común e como base de encontro entre políticas nacionais e comunitarias, en institucións e proxectos supranacionais. As decisións e recomendacións que van cons-

truindo a unidade e a integración de Europa non terán valor, nin consistencia, nin continuidade se os cidadáns non comprenden e asumen e desenvolven os obxectivos da nomeada unión, da dita integración e das reformas necesarias de xeito constante.

Esa comprensión e tolerancia conséguese, entre outras cousas, por medio dunha clara, eficaz, plural, persuasiva e veraz información comunitaria. É a base da construcción europea concibida como unha empresa de comunicación, é dicir, de transmisión que se acada con esa transparencia informativa, concibida así como un sistema de opinións e decisiones que fundamenta a cidadanía europea.

A información, segundo o espírito e a letra do Tratado de Amsterdam, precísase como un espacio europeo plural, transparente e veraz. A información pode ser considerada como producto, como recurso ou como proceso. Como producto é hoxe en día o primeiro no consumo mundial. Aceptado como principio claro, a Unión Europea atende ós seus cidadáns baixo esta regra. O Preámbulo do Tratado da Comunidade Europea (TCE) determinaba xa, entre outras cousas, atender á "mellora constante das condicións de vida e emprego dos pobos. E o artigo 2 mantén como obxectivo prioritario "promover unha elevación acelerada do nivel de vida dos Estados membros" e, por suposto, dos cidadáns, corazón e alma dos Estados. Xa o Cumio de xefes de estado e de goberno do ano 1972, que tivo lugar en París, expresaba nun comunicado final que "a expansión económica non é un fin en si mesmo e debe traducirse nunha mellora da calidade de vida. Como recurso é tamén hoxe o recurso máis rendible para o desenvolvemento dos pobos. No informe "Europa e a sociedade global da información" propónense reflexións básicas neste sentido. As aplicacións prioritarias que se desprenden da consideración de que a información sexa recurso de integración e desenvolvemento xustifican que a UE traballe en campos específicos, como: teletraballo, educación a distancia, redes universitarias, servicios telemáticos para pequenas e medianas empresas, redes de asistencia sanitaria, centros de documentación, autoestradas da información, bases e bancos e datos, programas informativos como Media, Sócrates, I+D, etc., rede transeuropea de administracións públicas, políticas de comunicación (Informe Pex, Parlamento Europeo), descentralización informativa contra a concentración de medios, Te-levisión sen Fronteiras, etc.

Ante todo, a información ten que ser veraz. É dicir, non pode ser engañosa. Para o cal é necesario que a referencia informativa sexa a verdade e non a obxectividade. Ó ataca-la publicidade engañosa, o novo texto constitucional europeo está a marcar esa liña veraz que ten que amosar todos os documentos e programas da UE. Xunto con esta proxección, márcase tamén a idea de que todos os textos da Unión deben tentar responder

dende agora á regra da claridade. Veracidade e transparencia. Esta nova característica do espacio europeo da información e da comunicación nace da aceptación en Amsterdam de que os cidadáns europeos poidan acceder libremente a todos os textos xerados pola Unión Europea. A información ten que ser veraz e transparente, e ademais plural, para asignarlle o auténtico significado ó espacio europeo da comunicación, que é o resultado da información como proceso entre dous suxeitos: emisor e receptor, entre as institucións europeas e os cidadáns europeos. Un proceso de ida e volta.

O pluralismo no espacio europeo da información nace como un recurso dialéctico ante o desenvolvemento crecente dos grupos de poder, que se configuran como espacios de concentración de medios comunicativos. Pero o pluralismo tamén supón a diferencia e a multiplicidade de fontes e de opcións persoais para os propios cidadáns da Unión Europea, nas súas crenzas e nos seus principios aplicados como comportamentos, dentro dos principios constitutivos da supranacionalidade flexible mínima esixible. O Libro Verde sobre concentración e pluralismo, así como a Normativa sobre a Televisión sen Fronteiras, son as primeiras pistas. Pero as novas bases legais, nesta parte de pluralismo, proporcionanllas os artigos 8 e 128 do tratado da CE que proclama explicitamente, no seu novo punto 4, a diversidade da cultura europea. E o protocolo n.º 9 do Tratado de Ámsterdam proclama o pluralismo como estructuras básicas das políticas de información e comunicación. Transparencia, veracidade e pluralismo representan un modelo para fomentar e desenvolver unha cooperación dialéctica, obxecto do noso traballo, entre a Unión Europea e Latinoamérica. Neste sentido, non podemos deixar de subliña-la liña marcada por Ámsterdam para promover este espacio europeo, que provoca unha dinámica, cada día más intensa, a favor das propostas de creación de emprego no sector da información e da comunicación. Hai que referirse, nestes momentos, ós novos artigos F e F1, cos que o Tratado de Ámsterdam reforza o dereito á información e á comunicación, na vía da Declaración n.º 17 da Acta Final de Maastricht sobre a liberdade de prensa e expresión nouros medios. Pero tamén aparecen pegadas xenerosas nos novos textos sobre o emprego, ó máximo nivel, no contexto dunha política económica e social progresiva, sostible e equilibrada. O Consello da UE determina que a Comisión desenvolverá análises e iniciativas en materia de competitividade, en particular no sector da información e da comunicación, promovendo propostas concretas de creación de emprego nese sector, para o cal sería preciso, segundo unha interpretación personal do autor deste traballo, establecer cales son as profesións da información e da comunicación, debate, foro, ou congreso que se apunta como necesario dentro da unión e das súas institucións, a máximo nivel. En calquera caso, convén consulta-la Comunicación da Comisión do 23 de xullo de

1997 sobre dimensión social e mercado de traballo na sociedade da información, e eu diría na sociedade da comunicación e do coñecemento.

Aclarados, en canto á súa interpretación máis dinámica e proxectiva, os presupostos dialécticos para unha seria e profunda cooperación entre a Unión Europea e Latinoamérica, acordamos que habería que traballar en programas educomunicativos para o desenvolvemento, convencidos de que investir en educación é un gasto rendible que reverte no desenvolvemento social e político. A diversidade informativo-comunicativa está baseada na diversidade cultural dos pobos das dúas beiras. E esta diversidade cualitativa é o mellor xeito de establece-los límites da globalización cuantitativa e totalizadora. A información e a cultura teñen que promove-la igualdade de acceso a ámbalas dúas para superármolo-las desigualdades más radicais, sociais e políticas. Neste terreo, existe un vínculo intrínseco entre ciencia, tecnoloxía e sociedade. O saber facer cultural e informativo-comunicativo (saber transmiti-los coñecementos e a cultura) ten que prepara-los cidadáns para desempeñaren un papel concreto nunhas sociedades concretas e actuais, é dicir, estes novos coñecementos e tecnoloxías educomunicativas teñen que ter como obxectivo prioritario preparar profesionais para o desenvolvemento e a paz. Estes programas educomunicativos deben comprometer a tódolos actores sociais.

4. Perspectivas na cooperación EU-América Latina

Malia que ainda teñamos que cualificar, globalmente, de cuantitativa e comercial -numérica- a cooperación, investimento, axuda, intercambios da Unión Europea con Latinamérica, a tendencia que vai marcando Europa é decididamente selectiva, valorativa e más cualitativa de cada vez. Esta tendencia, en calquera caso, vén marcada polas reiteradas peticóns dos países americanos en desenvolvemento, especialmente, nesta liña de mellora-la calidade de vida, estructuras, programas e proxectos.

A axuda financeira e técnica da Unión Europea, programada para este ano 2000 e os seguintes, ten o seu fundamento xurídico no artigo 308 do Tratado CE para os acordos de cooperación, superando claramente os artigos 37 (pesca) e 133 e 300 (relacións comerciais). As políticas actuais comunitarias de cooperación van encamiñadas, de xeito primordial, a melloras las condicións de vida, especialmente nas zonas rurais. Os instrumentos ou medidas aplicadas para conseguir estes obxectivos das políticas de cooperación comunitarias son, entre outros, o financiamento de proxectos e programas de acción; fomento da cooperación económica; defensa dos dereitos humanos; apoio ós procesos de democratización e descentralización, especialmente rexionais; fomento de administracións eficaces, xustas e plurais; protección do medio natural; liberalización do comercio; pro-

gramas e proxectos para o desenvolvemento educomunicativo orientados, de xeito singular, a unha integración rexional e subrexional entre países en desenvolvemento; fomento de pequenas empresas e animación de tódalas sociedades cara a un diálogo intercultural, sendo o desenvolvemento das telecomunicacións e os investimentos en novas tecnoloxías un dos alicerces deste obxectivo. O Banco Europeo de Investimentos canaliza moitos destes fondos de cooperación.

En resumo, serían catro os obxectivos que poderán marcarse para os países da Unión Europea, na súa política de cooperación dialéctica e progresiva con América Latina para o inicio deste século XXI:

- Reafirmar e desenvolve-los vínculos políticos.
- Reforza-las relacións económicas e comerciais.
- Favorece-la integración rural con programas educomunicativos para o desenvolvemento.
- Favorece-la evolución democrática, o progreso económico-social e a identidade e pluralismo cultural-comunicativo.

Aínda que, como dicimos nun principio, a cooperación dialéctica entre a Unión Europea e Latinoamérica non alcanzou o nivel ou punto adecuado, pódese dicir que América Latina ten como principal provedor de axuda pública para o desenvolvemento a UE. E para potenciar esta afirmación semella oportuna a referencia a varios programas da Unión Europea. O primeiro de todos eles é ALFA, para a cooperación universitaria, que nos parece un dos proxectos máis axeitados e proxectivos para América Latina, en concreto, o mesmo que para os demais países. Estas redes de coñecemento están marcando un cambio cualitativo no proxecto de cooperación internacional. Estamos pasando, ós poucos, pero sen detérmonos, da sociedade global tecnolóxica da información, á sociedade de plural e humana da comunicación e do coñecemento. Neste punto permítome suxerir unha idea: o mesmo que en varios países americanos existen universidades de Nacións Unidas, a meirande parte delas coa denominación "Universidade para a Paz", poderíamo-los europeos establecer centros de ensino superior nesa rexión americana, marcando os mesmos obxectivos para esas institucións do saber e do saber facer que ten programados e por programar a Unión Europea. Convén citar outros dous programas eficaces para alcanza-los obxectivos marcados na UE para a cooperación con Latinoamérica: AL-INVEST, para a cooperación entre empresas e ALURE, para a cooperación en materia de enerxía.

Quédanos, con este diagnóstico, agarda-los pasos dun novo pronóstico. Nesta liña final habería que resumir significativamente os propósitos da Unión Europea e para isto eliximos dous exemplos proxectivos que

van acapara-los esforzos de todo tipo de tódalas institucións europeas e, esperemos, dos cidadáns da Unión, cando menos: As negociacións comerciais iniciadas na ronda Seattle e a Reforma dos Tratados da UE.

Os 135 países que participaron na tormentosa e ruidosa reunión de Seattle non chegaron a un acordo inicial, nin sequera a un punto de partida común que lles permitise certas garantías na continuación das negociacións de Xenebra, nese pacto mundial para o comercio globalizado, cunha andaina que comezou hai xa tempo na chamada Ronda de Uruguai. E non se chegou a acordo ningún, entre outras cousas, pola postura firme dos países da UE para que calquera acordo mundial sobre o comercio respectara a diversidade cultural,arma dialéctica poderosa para corrixi-los aspectos e finalidades más rudos das formulacións para a globalización. Respectar, así mesmo, o medio, manter unha agricultura de calidade, con preservación do espacio rural con calidade ambiental -pero non só falando de agricultura en Xenebra, senón tamén de dereitos laborais, traballo para todos e, especialmente para os mozos, incluído o sector da información e da comunicación, tamén de investimentos directos para respecta-los equilibrios, tamén do respecto e dereitos dos consumidores, etc.-.

Finalmente convén estar pendentes da reforma dos Tratados da Unión, que se inicia coa convocatoria dunha nova CIG (conferencia inter-governamental) cuns obxectivos prioritarios que parecen se-la ampliación da Unión a 25 ou 30 estados, o que supón unha reforma institucional en profundidade da UE e, en menor ton, pero non menos importante, a reducción de tódolos Tratados a un só, claro e comprensible para tódolos cidadáns implicados no seu cumprimento, ata o de agora ámbolos dous incipientes -comprensión e execución-.

O importante xa deste novo procedemento é o novo papel reservado ó Parlamento Europeo, foro de tódolos cidadáns da Unión e non só das institucións e líderes comunitarios. Na sesión plenaria de novembro de 1999, os eurodiputados estimaron que o Parlamento Europeo, xunto coa Comisión e co Consello, debería participar plenamente en tódalas fases e a tódolos niveis, na Conferencia Intergovernamental, por medio de dous representantes elixidos polo propio parlamento Europeo. Mais alá do dato, este feito fornecería a lexitimidade democrática, servindo mellor os intereses dos cidadáns da Unión e faría máis sólido o procedemento de toma de decisións comunitario, repartimento de competencias, contribuíndo, finalmente, a unha mellor e máis sólida definición das políticas comunitarias. Este proceso debería rematar na elaboración dunha Carta dos Dereitos Fundamentais, onde, ademais do recoñecemento do dereito da información, debería recoñecerse o dereito á comunicación, o que suporía devolverlle o dereito de iniciativa no proceso de construcción europea ós seus lexítimos posuídores: os cidadáns europeos.

GRANDES GRUPOS DE COMUNICACIÓN E DIVERSIDADE CULTURAL

Ramón Reig

1. Introducción. Algo sobre o contexto: mundialización/globalización

O tratamento do tema do enunciado exixe en primeiro lugar trazar unhas breves consideracións sobre o proceso globalizador ou de mundialización, concepto, este último, preferido por Mattelart (1998) xa que defende que mundialización é palabra latina mentres que globalización é un "anglosaxonismo" (comiñas nosas). Este proceso non é máis ca un estadio natural de evolución na especie humana como consecuencia dos avances tecnolóxicos. Un proceso que engade complexidade á historia da humanidade pero que, por si mesmo, non é positivo nin negativo: a súa cualificación outórgaselle ó propio ser humano en función de cómo administre o acontecemento. Nese sentido, como di Manuel Castells (1999), e dado o panorama de desigualdades que se observa áinda, "non hai que cambia-la tecnoloxía, hai que cambia-la sociedade".

A globalización informativa é un aspecto esencial da globalización económica, que pode estudiarse de forma autónoma sen esquecer nunca o contexto no que está mergullada. De feito, moitas noticias que publican os xornais sobre este tema da globalización informativa aparecen nos diarios económicos ou nas páxinas de economía dos de información xeral.

Dentro do contexto de globalización económica, como indica Manuel Delgado Cabeza (1998:18-19): "os grandes grupos multimedia -os novos amos do mundo- entraron nunha dinámica de alianzas, fusións, absorcións e concentracións, tratando de tomar posicións no dominio dunha "infraestructura da información global". Na súa estratexia tratan de dominar toda a cadea do proceso ata chegaren á difusión e relación cos usuarios da comunicación, agora mercadoría xerada a grande escala por medios cada vez máis condicionados na calidade dos seus produtos e na súa independencia, como consecuencia da súa imbricación en grandes redes empresariais e da súa suxección ás leis do mercado".

Para o citado Armand Mattelart (1998:82-83), "a globalización consiste, en primeiro lugar, nun modelo de xestión da empresa que, como resposta á crecente complexidade do contorno competitivo, leva a cabo a creación e fomento de competencias a escala mundial, co fin de maximizar-los seus beneficios e consolida-las súas cotas de mercado (...). Unha empresa global é unha estructura orgánica na que cada parte debe servir á totalidade".

Durk Jager (1999), presidente de Procter& Gamble, a multinacional con sede central en EEUU, que fabrica dende medicinas sen receita ata produtos de limpeza e de hixiene persoal, avala as palabras de Mattelart cando manifesta: "nós queremos ser, e en certa medida xa somos, unha empresa global, que pensa de xeito global, con estratexias globais e unha man de obra global que traballa en diferentes lugares".

Agora ben, este tema da empresa global e da globalización mereceu unhas duras palabras do ex-director xeral da UNESCO, Federico Mayor Zaragoza (1999), feitas públicas pouco despois da súa polémica substitución polo nipón Koichiro Matsuo: "Provócame unha vergoña terrible -dixo Mayor Zaragoza- ver toda esa dilapidación e arrogancia, mentres os nosos irmáns viven en tal grao de miseria e algo áinda peor, o sentimento de seren enganados. Fixémoslles promesas. Levamos anos dicíndolles: "hai que privatizar, agarden a que pase o ciclo do desemprego, verán como se amaña". Pero o que sempre se arranxa é só o peto dos máis ricos. Hai anos que llo veño dicindo ó FMI e ó Banco Mundial. Rematen con este axuste estructural que está a empobrecer á maioría do mundo. Hai un enorme fraude cando se fala de globalización. O único que se globaliza é a pobreza".

Castells coida que, como Internet, a globalización invádeo todo (estase referindo directamente ó mundo desenvolvido e indirectamente ó resto). A incidencia dessa globalización no mundo mediático leva consigo, segundo Castells, que "no mundo actual, os cidadáns forman a súa opinión política a través dos medios de comunicación, sobre todo da televisión, nun 90 por cento".

O máis preocupante da globalización, segundo se tira das ideas de Castells, é que o significado dos partidos políticos como axentes vertebradores da sociedade desaparece (en realidade, dende o noso punto de vista, o fenómeno era constatable antes de que se falase tanto de globalización), xa que se converteron en aparatos que funcionan "cara a dentro, non cara a fóra. A relación entre partidos e sociedade pasa, entón, polos medios de comunicación", di Castells, quen engade unha afirmación que está ou debería estar no centro do debate sobre globalización: "Nese momento, non é fundamental quen goberna. É un factor máis, pero as bases da vida, o traballo, a educación, a comunicación e a cultura pasan por mecanismos moito máis altos, sobre os que a política pode actuar pero onde non é o definitivo".

Nunha liña similar, Ignacio Ramonet (1999) declarou: "os mercados financeiros son o primeiro poder, e o segundo non é o político senón os medios de comunicación". Agora ben, cremos que hai que completar estas palabras: os mercados financeiros encerran de xeito directo ou indirecto a actividade dos grupos de comunicación ós que pertencen os

medios de comunicación más influíntes, logo, dentro do primeiro poder, está a comunicación e os seus productos: os medios polos que emanam as mensaxes.

Isto último foi recollido pola propia profesión xornalística. O secretario xeral da Federación Internacional de Xornalistas (FIP), Aidan White (1999), elaborou un informe no que indica: "A economía global, incluíndo o sector dos medios, está fóra da órbita do control democrático e sectorial (...). Os medios están cada vez máis suxeitos ós imperativos da explotación comercial, por riba do pluralismo e o xornalismo de calidade (...). En todo o mundo, a televisión estase a converter na principal influencia cultural da sociedade".

Detrás de todo este debate atópase unha preocupación pola salvaguarda e perfeccionamento do sistema democrático. Gaurtz Jáuregui (2000:12 e ss.) relaciona a globalización coa democracia e cuestiona a tese de Fukuyama sobre a fin da historia. A este respecto, escribiu:

A fin da historia no sentido formulado por Fukuyama, implicaría, en definitiva, a fin da propia democracia, xa que esta ten como obxectivo intrínseco modelar e configurar de xeito continuo tanto os fins como os medios da realidade histórica. Non existe democracia sen democratización, é dicir, sen unha renovación constante das formas de participación e sen unha reformulación permanente do papel dos Gobernos en relación co benestar dos seres humanos.

O desaxuste, cando non a contradicción pura e simple, entre a democracia e o modelo democrático liberal resultan particularmente dramáticos na era presente da globalización.

(...)

A estratexia establecida pola pola maior parte dos Estados democráticos actuais provocou un paradoxo extraordinario na vida política internacional. A fin de salvagarda-la súa independencia, estes estados foron capaces de dotarse dos medios -armas nucleares, etcétera- necesarios para perpetrar, se for preciso, a máis antidemocrática das accións que un puidera endexamais imaxinar; a destrucción da propia humanidade. Chegamos así a unha situación esquizofrénica que permite considerar como perfectamente normal e lóxica a compatibilización, sen solución de continuidade, entre unha actuación esquisitamente democrática de fronteiras cara a dentro dun comportamento despiadado, despótico e autoritario no exterior. Por outra parte, nos actuais sistemas democráticos prodúcese un brutal contraste entre o plano da lexitimidade e o da efectividade. Resulta certamente difícil falar dun sistema democrático alí onde unha grande empresa multinacional é capaz de desafiar ó goberno democraticamente elixido ou alí onde unha gran potencia pode permitirse o luxo de substraerse ás deliberacións das Nacións Unidas ou a unha decisión do Tribunal de Xustiza da Haia.

Achámmonos, en consecuencia, moi lonxe desa presunta fin da historia. (...) A teoría democrática foi capaz de examinar e debater en profundidade os desafíos existentes dentro das fronteiras nacionais pero nunca se cuestionou en serio

os problemas da aplicación da democracia no eido internacional. Atopámonos ante un mundo totalmente inexplorado do que quizais podemos obter só unha conclusión lamentablemente certa, a saber, que se trata dun mundo profundamente antidemocrático. Por iso, máis que á fin da historia, ó que estamos asistindo, en realidade, é a un momento clave de renovación.

Un dos efectos más negativos dos que se ten acusado á globalización é a perda de poder dos estados que xurdiron na Idade Moderna e Contemporánea, a favor de empresas transnacionais, como se acaba de comprobar. Nembargantes, David Held (2000:5) non é da mesma opinión:

(...) aínda que a globalización estea alterando a relación entre os Estados e os mercados, isto non se produce claramente a expensas do Estado. Foron os Estados e as autoridades públicas os que iniciaron moitos destes cambios fundamentais; por exemplo, o desrregulamento do capital nos anos oitenta e comezos dos noventa (...). O poder do Estado (dende a capacidade para elevar impostos e rendas ata a posibilidade de empregar unha forza militar concentrada contra un inimigo) segue a ser, alomenos na maior parte do mundo que comprende a Organización para a Cooperación e o Desenvolvemento Económico (OCDE), tan poderoso coma os seus predecesores, se non máis. Por outra parte, tamén aumentaron as presións sobre o Estado. Nestas circunstancias, ten máis sentido falar da transformación do poder do Estado no contexto da globalización, en lugar de cualifica-lo acontecido de simple decadencia.

2. Panorámica dos grandes grupos mundiais da comunicación

Se tivesemos que responder de maneira concisa á pregunta de quien domina na actualidade (primavera do ano 2000) a comunicación no mundo responderíamos que cinco grupos:

- Time-Warner-TBS-AOL-EMI
- Viacom-CBS
- Bertelsmann
- ABC-Disney
- News Corporation

Estes grupos están amplamente diversificados, é dicir, van alén do sector comunicacional, pero son os que anegan de mensaxes o planeta, os que constrúen ou tratan de construír realidades, os que inflúen nas culturas. Aínda así, a resposta sería simple. A complexidade do tema é tal que o espacio de que dispomos aquí impídenos deternos todo o que deberíamos. Porque, soamente con que o lector observe o primeiro dos grupos, darase de conta de que os guións que unen os distintos nomes ou siglas representan alianzas que se foron dando no tempo (dende 1989

ata o ano 2000), alianzas que permiten producir dende unha revista ata unha televisión dixital ou un producto multimedia, pasando por periódicos, radio, cine, música, televisóns nas súas distintas etapas tecnolóxicas ou axencias de información audiovisuais (como a CNN que é parte de TBS e exerce como axencia ademais de como TV de carácter informativo).

Herman e McChesney (1999:88-89) ofrécenos este panorama mediático ó trataren sobre os anos noventa:

Os anos noventa viron unha onda sen precedentes de fusións e adquisicións entre os xigantes dos medios globais. O que está xurdindo é un mercado estratificado. Seis compañías que xa responden a esa descripción son News Corporation, Time Warner, Disney, Bertelsmann, Viacom e TCI, todas elas grandes productoras de entretemento e software mediático con redes globais de distribución. Malia que as compañías situadas no primeiro grupo son moi grandes –con vendas anuais entre os 10 e os 25 billóns de dólares anuais–, están un ou douxos chanzos por debaixo das grandes corporacións globais, malia que todas elas están entre as 500 máis grandes en vendas anuais. Outras catro que rondan este primeiro grupo inclúen PolyGram (propiedade de Philips), NBC (propiedade de General Electric), Universal (propiedade de Seagram) e Sony. Todas elas son conglomerados con intereses non mediáticos, e tres delas (Sony, Ge e Philips) son enormes complexos electrónicos que como pouco dobran as vendas anuais de calquera compañía do terceiro grupo. Ningunha delas está tan completamente integrada coma as seis primeiras, pero teñen recursos para facelo se o desexan.

Hai outro grupo de aproximadamente tres ducias de compañías medianas bastante grandes –con vendas anuais de aproximadamente 2 a 10 billóns de dólares– que abastecen mercados rexionais dentro do sistema global. A maioría delas están situadas entre as 1.000 primeiras compañías do mundo en termos do valor de mercado e teñen tendencia a establecer acordos entre si ou con un ou varios xigantes do primeiro grupo; ningunha delas tenta funcionar soa. Tal e como afirmou o director da compañía máis grande de Noruega, “queremos situarnos de tal maneira que si Kirch ou Murdoch desexan vender en Escandinavia, veñan vernos a nós en primeiro lugar”. E, finalmente, hai milleiros de compañías nacionais e locais relativamente pequenas que prestan servicios ás demás ou ocupan pequenos espacios, e a súa prosperidade depende en parte do que escollan as grandes.

Estes datos ofrécenos un exemplo claro da mundialización informativa, unha mundialización que é ben visible a través da industria dos chamados “productos culturais”, ou sexa, as mensaxes sobre todo audiovisuais que inflúen no noso universo de valores. Neste sentido, Herman e McChesney indican: “En 1995 Estados Unidos gozaba dun superávit comercial con Europa con respecto a productos dos medios de 6,3 billóns de dólares, máis de tres veces o de 1998”.

Non embargante, os mesmos autores recollen que as grandes corporacións amosan especial atención polo local: "as compañías punteiras nos medios globais están a producir en linguas que non son o inglés" (Herman e McChesney, 1999:71-72); incorpora á súa programación máis música local e News Corporation (Murdoch) debeu adaptar os contidos de Star TV, unha cadea que emite no extremo de Asia, ás especificidades culturais da zona.

Ademais, afirman que "o dominio de Estados Unidos non debe ser esaxerado" xa que "os conglomerados mediáticos non estadounidenses, incluído Sony, de Xapón; Seagram, de Canadá; Philips, de Holanda e News Corporation, de Australia, están contidos no elenco das trinta compañías más grandes con maior investimento en Estados Unidos". A isto hai que engadir que, nos anos noventa, aínda que os productos estadounidenses foron espertando un grande atractivo, o público europeo optou en numerosas ocasións, fundamentalmente a finais da década, por producións locais no campo audiovisual (televisión sobre todo). O anterior introdúcenos no punto seguinte: as dúas tendencias -simplificando o tema- que se dan na actualidade na sociedade rede ou mediática.

3. A dobre tendencia da comunicación: global-local

A pesar do anterior, é dicir, do fenómeno globalizador, concretado no campo da comunicación en grandes grupos e conglomerados, que para Mattelart e Ramonet ten uns claros impulsores que marcan a pauta -Estados Unidos e o mundo anglosaxón en xeral- existe unha dobre tendencia na comunicación actual que é ben visible: a tendencia global e a local. Mattelart (1998:83) recolle como os teóricos nipóns da xestión e dirección de empresa (*management*) expresan a interacción entre o global e o local co concepto ou neoloxismo *glocalize*, que une ámbolos dous sectores.

Na mesma liña, o sociólogo alemán Ulrich Beck (1998:79), constata como xa Jürgen Habermas nos falou hai anos da dificultade que existe para o público de ter unha visión global do que acontece, ó tempo que trata sobre o termo *glocalización*, acuñado por Roland Robertson, quen indica que o local debe entenderse coma un aspecto do global e que a globalización tamén significa achegamento e mutuo encontro das culturas locais, que deben quedar incluídas no novo marco no que o mundo se está a configurar.

A cultura global contén matices que lle dan certo aspecto local. Esa cultura global implica unificación de modos de vida, símbolos culturais e modos de conducta transnacionais. Beck recolleu as palabras dun alto cargo de Eurodisney: "Os trazos distintivos de Disney teñen unha validez universal. Co-mo trate vostede de convencer a un neno italiano de

que Topolino -como chaman en Italia a Mickey Mouse- é americano, vaise ver condenado ó fracaso".

Beck tamén nos fai chega-las palabras dun locutor da CNN en relación coa globalización da cultura: "Estase levando a cabo unha revolución cultural e social como consecuencia da globalización económica. Un empregado de América vese afectado por esta exactamente igual que o home da rúa de Moscú ou o executivo de Tokio. Isto significa que o que nós facemos en e para América ten validez en tódalas partes do mundo. As nosas noticias son noticias globais".

Poida que situacións como a que se acaba de reflectir levasen a León Olivé (1999:102) a cuestionarse o que segue:

Pero como segue sendo un feito que hoxe en día moita xente forma a súa identidade por referencia a culturas no sentido antropolóxico máis estrito a disputa de fondo consistiría en definir se é deseable que todo o mundo, independentemente da súa cultura de orixe, coincida sobre o ideal de individuos cosmopolitas, é dicir, que a identidade dos novos individuos se conforme en relación con esa cultura global e non con respecto a algunha das diversas culturas que agora existen. Deste xeito, insistir en que a cultura global é a única cunha referencia que paga a pena para que os individuos fagan as súas eleccións de vida, e a única que ofrece os estándares lexítimos para xulgar cal é a vida boa, significaría unha descualificación inxustificada do resto das culturas do mundo e equivalería a unha actitude imperialista que trata de impor unha visión do mundo particular por riba de calquera outra.

Sexa como for, o certo é que tanto o global como o local nucléanse arredor dun novo ecosistema cultural que xira arredor do audiovisual e, sobre todo, da televisión. Sobre este tema do novo ecosistema cultural, Román Gubern (2000:30) indica:

A irrupción da televisión comportou tamén unha drástica reestructuración do ecosistema cultural contemporáneo. A televisión non substituí ós outros medios (como o cine sonoro substituí ó mudo), pero a súa importante absorción do tempo de ocio dos ciudadáns afecta decisivamente ó consumo das restantes industrias culturais. Nun país no que a metade dos españois que sabe ler non le libros (enquisa "Los españoles y los libros" para a Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros, 1998), a televisión roubou certamente tempo á lectura en moitos casos, pero tamén lle absorbeu publicidade á prensa escrita e, sobre todo, espectadores de teatro e de cine. Pero esta reordenación do ecosistema cultural, co declive de asistencia a espectáculos públicos, tivo que pórse en perspectiva en relación coa diversificación xeral dos usos do tempo de ocio nos últimos trinta anos, coas discotecas convertidas en epicentro da cultura adolescente e xuvenil, coa xeneralización do week-end motorizado nas clases medias, coa futbolmanía, etc. A televisión, de feito, non é a única responsable da decadencia da asistencia a espectáculos públicos, pero desempeñou un papel protagonista neste fenómeno.

4. Exemplos do reflexo da cultura local na comunicación

En primeiro lugar hai que deixar claro que contemplamos a definición de cultura dende o punto de vista antropolóxico. A partir desta base, recollemos, coma Antonio Escohotado (1999:273), a idea de Geertz (1973:89): cultura é unha pauta transmisible de significados ou, para ser más explícitos, un "sistema de conceptos expresado en formas simbólicas, por medio do que os humanos comunican, perpetúan e desenvolven coñecementos e actitudes ante a vida". Se a expresión seres humanos "se reduce" ó Ser Humano, estamos entrando no concepto de dignidade de Kant. Así, a cultura significaría o desenvolvemento da dignidade dos seres humanos en sociedade: o ser humano como valor por si mesmo e, con el, a sociedade que constrúe e que o abeira.

Estes conceptos son aplicables a calquera cultura porque neles está encerrada precisamente a diversidade: o coñecemento conduce á liberdade, á diversidade, á pluralidade ou, alomenos, á dúbida, que é o principio da liberdade e que pode dar paso a novas certezas, pola súa vez postas en dúbida por coñecementos posteriores. Xunto a toda esta dinámica, digamos racional, existen outros factores afectivos que completan os universos simbólicos culturais.

O problema preséntase cando unha cultura derivada do desenvolvemento rápido e mercantil dos medios de producción, que esixe a exportación do modelo que xorde de tal desenvolvemento, vaise impor sobre universos mentais e perspectivas sincrónicas milenarias ou centenarias. Entón, prodúcese ese fenómeno que se denominou "pensamento único", unha penetración nas culturas diversas e locais.

As culturas locais e a identidade cultural vén se-la mesma cousa e poden colisionar con todos ou varios aspectos desa cultura "imperialista". Non sabemos aínda con certeza se a globalización acabará coas identidades locais aínda que hai sólidos síntomas de que pode acontecer. O certo é que a comunicación tomou unha liña na que presta especial atención ó local, desexa estar máis preto do público porque o público, ou os públicos, así o desexan e necesitan, como veremos despois.

Exemplos concretos desta tendencia témolos dende hai anos e seguimos tendo. Imos reflectir algúns no momento en que redactamos estas liñas (marzo de 2000).

As emisoras locais de televisión aumentaron notablemente dende que se iniciara esta estructura informativa en España a partir de vídeos comunitarios alá polos inicios dos anos oitenta. Na actualidade o censo que elabora a Asociación para a Investigación dos Medios de Comunicación (AIMC) recolle unhas 800 emisoras en toda España das que aproximada-

mente 230 están en Andalucía, a primeira Comunidade Autónoma en número deste tipo de medios de comunicación, seguida por Cataluña cunhas 120, a pesar de que foi en Cataluña onde empezou a conformarse non só a TV local senón o asociacionismo arredor destas empresas. Concretando máis, Sevilla, con 47 emisoras, é a terceira provincia de España, despois de Barcelona e Alacante con 63 e 68 respectivamente.

A prensa de balde nunha cidade como Sevilla experimentou nos últimos dous anos un cambio cualitativo e cuantitativo. Estase dando unha concentración empresarial incipiente e a calidade informativa destes xornais aumentou, de tal maneira que poden lerse reportaxes, elaboradas por xornalistas novos con temáticas que coinciden coas das reportaxes editadas nos xornais de pago. E, xa que logo, pagar non significa necesariamente atopar máis calidade nos textos xornalísticos. O aumento da prensa de balde significa un maior achegamento ó ciudadán, un reflexo máis intenso do seu medio cultural máis inmediato.

Os grandes grupos de comunicación españoles hai tempo que se decartaron da importancia do local. Algunxs, como o Grupo Correo, tivéreron sempre claro. Outros resistíronse máis, como o Grupo PRISA, que deu unha significativa viraxe neste terreo. Como se sabe, entre o 19 e o 20 de outubro de 1999, PRISA converteuse no maior accionista do Grupo Andaluz de Comunicación ou, o que resulta o mesmo, de *El Correo de Andalucía*, Jaén, *La Voz de Almería*, *Odiel Información* e dunha parte importante da propiedade do diario *Córdoba*, propiedade que compartía, en principio, con CajaSur e o Grupo Zeta, nunha curiosa coincidencia accionarial -nós denominámolo accionariado estructura de poder- que veremos como remata (se as nosas informacóns son sólidas, Prisa vendeu ou está a punto de vender as súas accións a Zeta). PRISA creou recentemente unha división para xestionar xornais locais propios e emprender actividades convxuntas con outros de diversas comunidades autónomas. O feito, como dicimos, supón unha viraxe de 180 graos respecto á liña que mantiña este grupo hai dez anos.

No mundo da radio, PRISA ten en conta a importancia do local. Cando se fusionaron *Radio Minuto* e *Cadena 80*, ámbalas dúas de PRISA, contra a metade dos anos noventa para crear *M-80*, en Sevilla quedou un dial libre que pasou a chamarse *Radio Sevilla 2* ou *Radio Sevilla FM*, que ten a misión, en teoría, aínda que ó noso entender non a faga na medida en que desexariamos, de centrarse máis no local.

Pola súa parte, a pequena *Cadena Radio Voz*, creada polo diario *La Voz de Galicia*, propietario ademais de *Diario 16*, cando en 1999 foi adquirida por Telefónica, xunto a *Onda Cero*, as emisoras de Luis del Olmo e un 35 por cento da tamén pequena cadea *Radio España*, esa *Radio Voz* adquirida

por Telefónica, como se dixo, experimentou algunas esgazaduras "independistas". Por exemplo, Radio Voz Sevilla non se subiu ó carro de Telefónica e arriscou forte: pretende transmitir 24 horas desde Sevilla e para Sevilla, coidando especialmente das señas de identidade sevillanas sen esquece-los fins comerciais de toda empresa. Outra cuestión é se ámbalas dúas facetas, cultura e negocio, son compatibles, como se afirma excesivamente.

Porque xa en Sevilla tivemos unha experiencia que pretendeu desenvolver unha radio cultural de calidade e non foi posible: referímonos ó caso de Radio América, propiedade do comunicador Jesús Quintero. Emitía vintecatro horas unha programación non intensa pero de boa factura, sen lograr que a súa conta de resultados fose o suficientemente positiva como para facela sobrevivir.

Naquela Radio América estaba o hoxe coñecido novelista Juan Bonilla como xefe de informativos, así como José Antonio Garmendia, salientable colaborador de Carlos Herrera en "Las Mañanas" de Radio Nacional de España. Quen subscribe tivo tamén a satisfacción de traballar uns meses alí.

Non embargante, entre as ideas pouco proclives a conectar co mercado de Jesús Quintero e a liña "politicamente incorrecta" dos informativos -opuxéronse con rotundidade a segui-lo "discurso oficial" no caso da Guerra do Golfo, en 1991, tal e como tivemos ocasión de demostrar (Reig, 1992)- a emisora, de calidade pero minoritaria, non puido consolidarse. Precisamente no seu dial, que aínda pertence a Quintero, emite hoxe Radio Voz, primeiro como un elo da Cadena Radio Voz e agora como independente, cuns fins moito más comerciais.

Tamén no eido da radio local en Sevilla, observamos un feito significativo: dúas emisoras eminentemente locais, Antena Médica e Onda San Pablo Radio, logo de meses de emitir de calquera xeito, comenzaron a estructura-la súa programación arredor de temas non só sevillanos senón de índole xeral (música dedicada, programas de novedades discográficas e bibliográficas, programas de sexoloxía, etc.). Dende os horarios das misas e os rituais cofrades ata tertulias de temas sevillanos e andaluces pasando evidentemente polos informativos e os deportes, en espacios acaparados sobre todo polos equipos de fútbol, Betis e Sevilla, todo iso dáse cita na radio local.

Ata aquí algúns exemplos do auxe do local. Agora ben, no terreo da prensa, por exemplo, ¿contradise isto coa afirmación de Merrill (1992) cando di que nos inicios do século XXI é difícil que algún xornal sobreviva fóra dun gran grupo de comunicación? Dende o punto de vista empresarial si, dende o punto de vista das identidades locais non debería contradicirse. É evidente que, por exemplo en Andalucía, non existe ningún xornal

influínte que non estea relacionado cun grupo de comunicación relevante. Acabamos de expor o caso de PRISAE o Grupo Andaluz de Comunicación que presentan un acordo que non fai máis ca darrle a razón a Merrill.

Pero non ten por qué ser incompatible a concentración co respecto ó local e á identidade local. Sinxelamente porque entón o mercado non tería en conta as tendencias de gran parte do público. Non habería negocio. O anterior non quere dicir que subsistan a un tempo medios de comunicación locais. Pero terán que facelo con custos mínimos que repercutirán na calidade do producto: a curto e medio prazo poden ser rendibles, como é o caso de Canal 47 TV en Sevilla, unha das primeiras emisoras locais de televisión de España en audiencia (unhas 200.000 persoas/día) pero corrémolo risco de que, conforme avance a preparación cultural do público, este tipo de estratexias deixe de ser rendible e se deba acudir ás chamadas sinerxías empresariais.

5. ¿Por que a tendencia do receptor cara ó local?

Falamos do público e maila súa atracción polo local, é máis, dixemos que o público precisa a comunicación local, os medios de comunicación locais. O feito non é novo, ó contrario, pero estase dando con especial intensidade nos nosos días. ¿Por que? Cremos que por dous motivos: porque o público descubriu que tamén el pode ser realmente protagonista e porque aquí desempeña un papel especial o que a psicoloxía chamou principio de incerteza.

En primeiro lugar, en efecto, o público, os públicos, gracias á proliferación do local, poden saír en televisión con abraiante facilidade; a xente da rúa é protagonista con enorme asiduidade e ten doado acceso a ese protagonismo. Xa non só se poden ter desexos de ser coma este ou aquel famoso, é que un pode sentirse case como eles gracias sobre todo á televisión. Os públicos saben que moitas das súas actividades están sendo seguidas por unha cámara de televisión, de xeito que se as grandes cadeas nacionais lle amosan a todo o mundo os siareiros do Real Madrid dentro da fonte da Cibeles celebrando que o seu equipo logrou un importante trofeo, en Vilanova de Abaixo no van ser menos e se o equipo da vila logra un relevante triunfo, a xente báñase na fonte da praza, consciente de que alí hai unha cámara da televisión local.

Todos queremos ser importantes nesta sociedade onde non se perdoa perder ou crerse perdedor, nunha sociedade onde, como adoita dicirse, ningúén quere ser indio nin soldado, todos ou case todos desexamos ser xefes de algo (un asunto comprobable nas tarxetas de visita). Pois ben, a comunicación local dáno-la oportunidade de soñar, de expresar certas

inquietudes e ademais con asiduidade. Así matamos doux paxaros dun tiro: demostramos algunha habilidade ou queixámonos de algo e, de paso, alimentámolo noso anceio de notoriedade, o noso soño de se-lo que non cremos que somos, aparecendo na televisión e non só local porque ben sabemos que nas grandes cadeas de televisión os programas populares son cada vez máis frecuentes.

A segunda razón pola que existe esa atracción polo local dixemos que era o principio psicolóxico de incerteza, algo que está moi relacionado coa identidade cultural. A incerteza humana é esencialmente inseguridade e incluso temor e fobia. Miquel Rodrigo Alsina (1999:45) recolle unha idea de Ang: "Unha pantasma percorre o mundo da postmodernidade: a incerteza".

Segundo o psicólogo Pastor Ramos (en Reig, 1995:225), por regra xeral, tódolos seres humanos, para reduci-los seus estados vivenciais de incerteza, tenden a comunicarse. Polo tanto, a comunicación interpersonal é un resultado do estado intelectual-emotivo da incerteza humana. Tamén a incerteza, non obstante, produce outros comportamentos extremos que levan a unha reacción pendular. O devandito Manuel Castells (1998:49) escribiu en referencia ó "fundamentalismo cristián" como "trazo perenne" dos Estados Unidos: "A construción da identidade fundamentalista cristián parece ser un intento de reafirma-lo control sobre a vida e sobre o país, en resposta directa ós procesos incontrolables da globalización que cada vez se senten máis na economía e nos medios de comunicación". Esta idea é, ó noso xuízo, aplicable a calquera outro colectivo ou civilización afectada por unha "ameaza" inminente, chámese globalización ou non.

Como mellor se combate a incerteza é coa comunicación máis inmediata: co inter persoal e con aqueles elementos que achegan ós seres humanos ó seu medio cultural inmediato. Este é un dos papeis fundamentais que interpreta a comunicación local (e outros vectores como o que Berger e Luckmann (1997) chaman "institucións intermedias", como asociacións de diversa índole, de carácter solidario e heterodoxo). Nestes días a incerteza, o temor dos individuos a todo e a nada, accentuouse a causa da velocidade coa que avanza a historia, unha velocidade de que nos obriga a ter moi en conta a "perspectiva multicultural" que nos rodea, tal e como defende Rodrigo Alsina (1999:53-54).

Nos anos cincuenta tiñamos eses "cacharros" inmensos que representaban a primeira xeración de ordenadores. No limiar do ano 2000 e xa a finais dos noventa entramos na sexta xeración e agora o que abunda é o microprocesador. Ademais, ó remata-la Guerra Fría, popularízase unha conexión en rede, á que denominamos Internet, coa que cada vez pode-

remos facer máis cousas xa que forma unha estrutura convuxa co teléfono e o televisor. Como afirma o profesor José Álvarez Marcos (2000), "a tecnoloxía avanza coa forza dun tornado, sen límites de velocidade, e desborda a nosa propia capacidade de nomea-los obxectos". O ordenador xa non se limita a almacenar información senón que pode corrixir e facerlle suxestións ó usuario. Esta característica perfeccionarase ata extremos increíbles co que algunas veces chamamos "chips neuronais". É dicir, o ordenador parécese cada vez máis ó noso cerebro.

Cando escribo este texto, o Word 97 subliñoume en vermello a palabra "neuronais", co que demostra que xa está atrasado. Pero direi como anécdota que tamén subliñou en vermello a palabra Betis, que más que palabra é un concepto filosófico, cando se refire ó equipo de fútbol, coma neste caso. A verdade é que non sei se saben deste extremo os andaluces -por aquilo do río Betis- ou o inefable presidente do Betis, don Manuel Ruiz de Lopera.

É dicir, o ordenador interactúa, os acontecementos ocorren con gran rapidez na micro e na macrohistoria. Un ser humano pode recibir ó día unhas 10.000 mensaxes de diverso tipo e procedencia. Os informativos audiovisuais cétranse no xornalismo de catástrofes para gañaren audiencia con imaxes de impacto e fóra de contexto. E, ademais, estoupa o neoliberalismo que, entre outras cuestións, indícanos: "ninguén está seguro no seu posto de traballo, faga un seguro de xubilación". Engádase que, con frecuencia, algunha multinacional como Gillette, Telefónica ou Michelin, ou entidades bancarias, como os nosos BSCH e BBVA, levan a cabo despedimentos masivos, xubilacións anticipadas que deixan no paro a xente con cincuenta e poucos anos.

Todo o anterior acentúa a incerteza, está no ambiente, e entón a xente parece como se correra a evadirse, a busca-las súas señas culturais identificativas. ¿Quen ofrece isto? A televisión en xeral e os medios locais en particular.

Teñamos en conta que un ser humano séntese máis seguro no lugar onde viva dende hai anos; dentro dese lugar, no seu barrio; dentro do barrio, na súa casa, e, dentro da súa casa, no lugar que elixe. Busca seguridade. Nas súas señas de identidade cultural tamén lle busca seguridade e sentido á súa existencia. O auxe da comunicación local, fronte á globalización, débese en gran parte a este aspecto da conducta humana.

En definitiva, o ser humano, hoxe máis ca nunca, e como indicaban dous filósofos teoricamente opostos como eran Sartre e Heidegger, está lanzado á existencia e, se se quiere, condenado a ser libre. Pero esa existencia e esa liberdade á vez orixina incerteza, medo. Aparecen entón fenómenos como a glocalización da comunicación e incluso fenómenos

extremos coma o auxe de sectas e ideas que chegan a empurrar ó suxeito á autodestrucción psíquica, física ou a ámbalas dúas. Volvemos ó medo á liberdade que, en realidade, non rematou nunca, nesta sociedade global e á vez defensora da súa identidade cultural non sempre por motivos intelectuais senón por causas emotivas sobre todo.

6. Conclusión

Nós somos da opinión seguinte: poida que o local ameazase en relación coa actividade e maila dinámica de mundialización. Pero iso é o de menos. Se tal avance se deu sobre as bases mentais e de valores xurdidas da ideoloxía neoliberal que se tira da actividade económica globalizadora (áinda coñecemos casos concretos pero illados, en zonas de Latinoamérica, por exemplo que tratan de cultiva-la esencialidade dunha cultura concreta). Porque, ás veces, unha produción audiovisual feita fóra dos EE.UU. pero co estilo USA considerase algo "local" e non o é, é simplemente unha manobra de descentralización e de adaptación ás lexislacións máis ou menos protecciónistas que, por certo, tamén no eido audiovisual están a desaparecer. Estimula-lo local non é estimular, por exemplo, unha lingua vernácula. Os continentes da mensaxe poden ser diferentes pero non o significado desa mensaxe. O esencial para nós non é como se presente algo senón que pensamento existe detrás dese algo, que grao de riqueza sincrónica, de base cultural, de capacidade crítica, se pecha dentro da mente de quen proxecta a mensaxe.

Os feitos más influíntes obrígannos a extraer tal conclusión. Antes de constatar algúns deses feitos debemos completa-la nosa conclusión así: a cultura estase a globalizar porque unha estructura de poder neoliberal e neototalitario mundializouse. Para que poidamos te-la esperanza de que esta dinámica cambie hai que situar fronte á ideoloxía neoliberal outra ideoloxía, se isto for posible, e non me refiro a ideoloxías derivadas da socialdemocracia (terceiras vías e obsolescencias polo estilo) senón a un enfoque vital, sólido e á vez heterodoxo, que enlace co racionalismo, a ilustración, o materialismo, o espiritualismo-idealismo e o individualismo.

Mentres tanto, os feitos están aí. Román Gubern (2000:60 e ss.) infórmanos de cómo algúns conglomerados nipóns adquiriron partes da industria audiovisual dos Estados Unidos (Sony mercou en 1989 a productora e distribuidora de *Hollywood Columbia Pictures*; en 1990 Matsushita, dono de Panasonic, entre outras marcas, mercou por 6.600 millóns de dólares o grupo MCA).

Cando se producen estas e outras compras, non é para introduci-la cultura xaponesa nos EE.UU. e no mundo senón para configurar un eixe

de poder audiovisual Los Angeles-Tokio baixo premisas mensaxísticas anglosaxonas. Os nipóns "non trataron de impo-la súa cultura -di Gubern- senón que puxeron os seus potentes recursos financeiros ó servicio da cultura dos vencedores xudeocristiáns da II Guerra Mundial".

A aldea global de McLuhan, esencialmente, é para Gubern unha falacia, unha apreciación que comparto a pesar de que recoñeza a influencia positiva de Internet no Terceiro Mundo. Porque nunha aldea existe comunicación flexible mentres que na aldea tecnolóxica a comunicación é unipolar, dende o Norte cara ó resto.

Posto que, por exemplo, o cine europeo non logrou conectar plenamente coa identidade propia co público e si o fixo o norteamericano, a situación é esta, segundo Gubern (2000: 63-64):

A dependencia audiovisual planetaria do norte ten moitos efectos, dende os económicos (balanza comercial) ata os industriais (infradesenvolvimento do sector mediático propio) e os culturais. Entre estes últimos figura a dependencia dos intereses, gustos e modas da potencia dominante, e non só no eido frívolo dos estilos de vestido ou peiteado. A xente, en efecto, fala, interésase e discute daquilo que ve na televisión, pero non adoita falar moito do que a televisión non di, porque non lle interesa ou non lle convén (...). Os medios dominantes prestan atención a aquilo que, cos seus criterios e intereses nacionais, xulgan relevante e fixan así en boa medida, pola súa proxección planetaria, a axenda *setting* do imaxinario universal, ánda que este temario seleccionado non se axuste ós intereses reais e concretos das circunstancias de cada unha das audiencias.

Gubern non se queda só na interpretación dunha situación dada, senón que baixa ó terreo cotián e salienta algúns casos que apoian o que acaba de afirmar:

Os efectos perversos desta dominación mediática son de amplio espectro. Non hai máis que ir á África subsahariana e ver como nos míseros extrarradios urbanos os habitantes semiespidos seguen as teleseries norteamericanas protagonizadas por petroleiros de Texas ou elegantes modelos de Los Angeles. E, peor áinda, cando reciben a imaxe e interpretación dos seus complexos conflictos internos tribais e poscoloniais (en Somalia, Liberia, Zambia, Ruanda, Eritrea) a través das versións manufacturadas polos camarógrafos e os apresurados xornalistas occidentais que lle fixeron unha visita fugaz. É dicir, o sur contempla e interpreta os seus propios dramas colectivos a través das versións que construíu e difundiu o norte. Así o sur vese a si mesmo cos ollos do norte.

Pola nosa parte, engadiremos outro dato, sobre a base dos traballos de Bernardo Díaz Nosty (1999:100-101). A cadea de televisión autonómica andaluza *Canal Sur*, constituída en 1987 evidentemente para, en teoría, promociona-los sinais culturais de identidade andaluzas, emitiu en 1998

tal cantidade de cinema made in USA que, das quince primeiras películas más vistas nese ano polos andaluces, doce tiñan a devandita nacionalidade (na nacionalidade das tres restantes ata as quince figurán as inicinas s.d., "sen determinar", trátase de coproduccións). Claro que cando imos ve-los gustos cinematográficos dos andaluces nas televisións xeralistas estatais e en aberto, atopámonos con que as vinte películas más vistas son tamén estadounidenses.

Como xa indicamos, existen exemplos de localización informativa derivados de culturas locais, pero o dominante é o anterior. Se cremos ou supoñemos que o dominante é a verdade absoluta ou o que máis se achievega a ela, non temos problema ningún e calquera investigación, reflexión ou análise, están de máis. Non sendo así, xa témo-lo problema sobre a mesa, o problema da historia da humanidade no século XXI.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ MARCOS, José (2000): "Ciberprens@: el medio de los 'diez mil nombres". En Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación. Núms. 3-4, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Universidad de Sevilla, p. 113 e ss.
- BECK, Ulrich (1998): *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*, Ed. Paidós, Barcelona.
- BERGER, P.L. e LUCKMANN, T. (1997): *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*. Ed. Paidós, Barcelona.
- CASTELLS, Manuel (1998): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, vol. 2: *El poder de la identidad*, Alianza Editorial, Madrid.
- CASTELLS, Manuel (1999): "La globalización hace que los Estados no tengan capacidad de ordeno y mando". Entrevista de Ana ROMERO en *El Mundo*, 10-10-1999.
- DELGADO CABEZA, Manuel (1998): *La Globalización, ¿nuevo orden o crisis del viejo? Desde el Sur*, Cuadernos de Economía y Sociedad, Universidades de Sevilla y Málaga.
- DÍAZ NOSTY, Bernardo (1999): *La comunicación en Andalucía 1999. Situación y tendencias*. Eds. Zeta, Barcelona.
- DÍAZ PEREZ, Ignacio (1999): *Televisión Locales: Reconozca usted a su vecino*. Reportaje en *El Mundo Sevilla*, 17-12-1999.
- ESCOHOTADO, Antonio (1999): *Caos y Orden*. Espasa Calpe, Madrid.
- GEERTZ, C. (1973): *The Interpretation of Cultures*. Basic Books, New York.
- HELD, David (2000): "¿Hay que regular la globalización?. La reinvención de la política". En *Claves de la Razón Práctica*, núm. 99, Enero/Febrero 2000.
- HERMAN, Edward S. e McCHESNEY, Robert W. (1999): *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Ed. Cátedra, Madrid.
- JÁUREGUI, Gurutz (2000): "Globalización y democracia", en *Claves de la Razón Práctica*. Núm. 99, Xaneiro/Febreiro 2000.

JAGER, Durk (1999): "La globalización funciona muy bien". Entrevista de Belén CEBRIAN en *Negocios*, 1-8-1999.

MARTÍN, Aurelio (1999): *Las televisiones locales, unos medios que no desaparecen*. En FAPE, Julio/Agosto, p. 14.

MATTELART, Armand (1998): *La mundialización de la comunicación*. Ed. Paidós, Barcelona.

MAYOR ZARAGOZA, Federico (1999): "La calumnia no me ocupa ni me preocupa". Entrevista en *El País*, por Pepa ROMA el 24-10-1999.

MERRILL, LEE, FRIEDLANDER (1992): *Medios de comunicación social. Teoría y práctica en Estados Unidos y en el mundo*. Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid.

OLIVÉ, León (1999): *Multiculturalismo y pluralismo*. Eds. Paidós, Barcelona.

RAMONET, Ignacio (1999): "La humanidad pide un reparto mejor". Entrevista por Pepa ROMA en *El País*, 1-8-1999.

REIG, Ramón (1992): *Sobre la comunicación como dominio*. Ed. Fundamentos, Madrid.

REIG, Ramón (1995): *El control de la comunicación de masas. Bases estructurales y psicosociales*. Ed. Libertarias/Prodhufi, Madrid.

RODRIGO ALSINA, Miquel (1999): *La comunicación intercultural*. Ed. Anthropos, Barcelona.

WHITE, Aidan (1999): *La globalización, los medios y las estrategias solidarias*. Informe presentado ante el Comité Ejecutivo de la FIP, FAPE, xullo/agosto, pp. 3-6.

INICIATIVAS LOCAIS EN INTERNET E DIVERSIDADE CULTURAL

José Ignacio Armentia Vizuete

1. O concepto do local en Internet

O desenvolvemento de Internet fainos reformula-lo concepto do local, tan unido ó soporte papel. Unha publicación en papel nace, case sempre, para un público localizado nun determinado espacio físico, ó que se chega por medio dunha determinada distribución. Con Internet ráchase a barreira do espacio e os productos locais non van dirixidos únicamente ós residentes nun ámbito xeográfico concreto, senón, para tódolos lectores interesados neses contidos, con independencia do lugar no que residen. É dicir, o que en Internet marca o carácter local ou non dunha publicación son exclusivamente os contidos e non o eido de distribución. Na prensa escrita, en cambio, cando falamos dunha publicación local, provincial ou rexional, seguímonos referindo fundamentalmente ó ámbito en que se distribúe a devandita publicación.

Así, por exemplo, consideramos que o *Diario Vasco* é un xornal provincial porque máis do 90% da súa difusión rexístrase no territorio de Guipúscoa. *La Voz de Galicia* ten a consideración de rexional porque se vende en toda a xeografía galega, sendo este o seu ámbito de difusión. Polo contrario, a pesar de que durante moitos anos a prensa de Madrid que chegaba á periferia recollía información local e de axenda de Madrid, non por iso se consideraba que *El País* ou *ABC* fosen diarios rexionais ou provinciais. A súa distribución por todo o territorio do Estado -por riba dos seus contidos- era o que lles daba e lles dá o seu carácter de prensa nacional.

Con Internet desaparece o concepto de distribución, tal e como tradicionalmente se entendía a prensa. Calquera medio presente na rede é, alomenos potencialmente, un producto cun ámbito xeográfico comparable ó dun diario de distribución mundial, ó dunha emisora de radio de onda curta, ó dunha televisión por satélite. Como explica Antonio Pina, "os lectores xa non se consideran pertencentes a un mesmo ámbito xeográfico senón a un mesmo ámbito de interese e o usuario final ten capacidade de controlar que elementos van ser difundidos e cando".

E é que, como sinala Susana Finquelievich, "nun período de rápidos e intensos cambios tecnolóxicos, socioeconómicos, culturais e políticos modifícase a mesma noción de base territorial. No que atinxe á xestión local, por exemplo, as redes electrónicas de municipios exceden absolutamente o ámbito do local para articulárense, compartiren e intercambiar información sobre a xestión municipal, no eido nacional e global".

Iso non obsta para que en Internet xurdan continuamente iniciativas para transmitir contidos vencellados a un determinado espacio xeográfico. Nembargantes, e en contra do que acontece no mundo non virtual, en Internet o salto do local ó global resulta moito máis factible

Entre os exemplos que se citan frecuentemente para ilustra-los casos de iniciativas locais que atoparon en Internet un lugar para o seu desenvolvemento figuran o da primeira librería virtual creada en España, nada en Mérida; o da primeira tenda *online* de material de montaña creada na pequena vila oscense de Ainsa e o da primeira iniciativa de venda de aceite de oliva pola Rede promovida por dous mozos de Xaén.

Mencionamos con anterioridade que no caso das publicacións en papel é o ámbito de distribución o que determina o seu carácter local. No caso dunha publicación de carácter nacional, á marxe do ámbito de distribución; sería a localización física da redacción o que lle daría o seu carácter español, francés, etc. É dicir, sería moi difícil imaxinar un diario nacional español cunha redacción central e talleres instalados, por exemplo, en Londres. En Internet estes conceptos resultan moito más complexos. Así, unha publicación dixital con contidos dedicados á bisbarra do Bierzo pode estar fisicamente hospedada nun servidor de Helsinki, sen que iso supoña ningún tipo de obstáculo para a lectura das distintas páxinas.

A modo de anécdota pódese sinalar que o portal catalán Vilaweb estivo nos seus primeiros tempos hospedados nun servidor de Londres, que o portal eibar.org –ó que longo nos referiremos– está aloxado nun servidor alemán, e que a primeira páxina web dedicada ó Athletic de Bilbao estivo hospedada nun ordenador de Miami.

Todos estes aspectos lévannos a unha redefinición do concepto do local. Mesmo parece que o devandito concepto pode atopar difícil acomo na era da globalidade. A socióloga arxentina Bibiana Apolonia observa que "Internet entrou nunha boa parte dos lares das clases medias introducindo a cibercultura de fin de século, acentuando o arredamento e as condicións en que o tempo e o espacio estaban organizados. A diferencia dunhas décadas atrás nas que as dimensións espaciais da vida social estaban localizadas pola presencia das actividades sociais, a crecente institucionalización e/ou burocratización da vida actual somete ás persoas a un arredamento dos hábitos, que antes eran locais, desenvolvéndose modos de inserción que pertencen ás dimensións globais, como as comunidades virtuais".

A dicotomía "globalidade-local" na era do ciberespacio chamou a atención dun bo número de autores. Así, por exemplo, Giovani Sartori (1998:120) pregúntase sobre a relación entre o global e o local. "¿Cal é, entón, a unión entre mundo e aldea? Creo que a xerarquía das pertenzas, por chamalaalgún modo, é concreta. A tempo perdido, ou para pasa-lo tempo, estamos dispostos a facer nosas causas errantes ou afastadas. Pero

en tanto estas causas distantes nos afectan ó peto e en primeira persoas, entón a defensa do "meu" faise paroxística, a pequena patria prevalece e o localismo non atende a razóns".

Todas estas reflexións lévannos a establecer que o local en Internet viría definido fundamentalmente polos contidos e non pola distribución, a localización ou as audiencias. Incluso podería discutirse se só os contidos poden dotar a unha información dun carácter local. En realidade, estariámonos referindo a áreas de interese restrinxido, ben pola súa propia temática, ben pola súa referencia a unha determinada área xeográfica ou polos códigos culturais (por exemplo, estar expresados nunha lingua minoritaria).

Miguel Banet, nun interesante estudio sobre a evolución do concepto de espacio dende a Grecia clásica ás realidades virtuais, expón unha reflexión sobre os espallismos causados pola desaparición das divisións espaciais clásicas. "Nas sociedades de clase, a división espacial constitúe un elemento significativo na diferenciación destas. Podemos dicir que as clases tienden a estar concentradas rexionalmente, a división entre os barrios das ciudades son un exemplo, tamén o son as divisións centro/periferia e norte/sur. A constitución social do espacio vai alén das sociedades de clase. Case todos os colectivos teñen un local de operación, espacialmente diferenciado do doutros. O espacio social entón é un espacio cualificado, cunha constitución topolóxica que se basea na lóxica da exclusión. Tentar botarlle unha ollada ós espacios virtuais asentada en conceptos que o fan aparecer como un espacio homoxéneo, sen diferencias de clases, razas ou sexos constitúe unha construción política e semioticamente perversa do mesmo estilo que a construcción positivista do espacio xa que agocha a súa condición constructiva, naturalizándose a partir de discursos con pretensión de verdade e que enmascaran una Vontade de Poder".

Xosé López (1998), pola súa parte, entende que o global e o local non teñen por que ser excluíntes: "Nesta era do global e do local, que algúns autores denominan do glocal -global e local á vez-, os medios de comunicación viven un proceso de constante cambio (...). A coexistencia do aparentemente contradictorio parece posible. É necesario deseñar estratexias de comunicación local para mante-la identidade na era global. (...) A dialéctica global-local entrou nunha nova fase. As transformacións tecnolóxicas provocaron importantes cambios nos espacios de comunicación. Hoxe no hipersector poucas cousas son iguais ca onte. De aí a necesidade de analizar con rigor aquilo que cambia, aquilo que está creando un renovado escenario para a fase actual da comunicación global e local. Necesitamos vellas e novas ferramentas de análise para tratar de comprender las consecuencias das constantes mutacións que se producen. Pero, sobre todo, necesitamos buscar fórmulas que permitan os escenarios locais ter presencia nesa constelación global".

En consonancia cunha redefinición do ámbito local, nos últimos anos surdiron en España, como veremos a continuación, numerosas iniciativas en Internet para expandir informacions locais ou comarcals.

2. Iniciativas locais en Internet

Un repaso polos diferentes buscadores serve para tirarmos unha idea do número de publicacions de carácter local existentes na Rede. De entre os consultados, o buscador que ofrece unha información máis exhaustiva sobre medios de comunicación en España é *Telépolis*. Na súa sección "Prensa diaria/España/Comarcal/ Local" ofrécenos 28 ligazóns.

A esta cifra habería que suma-los 41 diarios que aparecen na sección de "Rexional". Nesa última lista aparecen publicacions xa desaparecidas en papel, pero que seguen existindo no ciberespacio, como é o caso do clausurado *Egin*. Este feito levaríanos á reflexión de que non só o espacio, senón tamén o tempo son diferentes en Internet.

Se repasámo-las ligazóns agrupadas baixo a sección de "Prensa diaria/Comarcal-local", atopamos cabeceiras tan suxestivas como *El Zaguán*, información política do día e toda a información xeral de Córdoba; *Nueva Alcarria digital*; *Es diari*, diario dixital da *Actualidad de Menorca*; *Periódico Adarve*, periódico local Adarve de Priego de Córdoba ou *Getafe digital*; o *Alcoy Ciudad*, por citar só algúns exemplos. Algunhas destas publicacions nin sequera dispoñen de dominio propio e utilizan o do servidor no que están hospedadas estas páxinas.

A pesar de se-la lista máis exhaustiva, o conxunto de ligazóns ofrecidas por *Telépolis* non recolle a totalidade das publicacions de carácter local existentes en España que se autodenominan "diarias"; aínda que serve para facerse unha idea do tipo de publicacions existentes na Rede. Teoricamente, tan sinxelo pode resultar para un lector de Bilbao consultar *La Comarca de Puertollano*-periódico independiente de *Puertollano y su comarca*, como entrar no web de *El País* ou *Marca*. En principio calquera usuario pode crear unha publicación dixital de carácter diario. Abonda con que cada día ofrece algúna información nova para que poida conseguir-la dita cualificación. Mesmo resulta francamente asequible dispor dun dominio propio. Rexistrar, por exemplo *omeudiario.com* pode ter un custo aproximado de 34 ou 35 dólares ó ano, é dicir, unhas 6.000 pesetas. As diferencias, no referente a infraestructuras, das necesidades para pór en marcha unha publicación diaria en papel na Rede son inmensas. No primeiro caso o investimento necesario é millonario. No segundo, a infraestructura mínima non chegaría ó medio millón de pesetas.

Segundo con *Telépolis*, resulta interesante deternos na sección de "Revistas/Locais e Comarcais", na que aparecen 40 publicacions. Delas, 18 publicanse en castelán, 17 en catalán, 3 en galego, 1 en éuscaro e 1 en

asturiano. Tampouco neste caso xorden, nin de lonxe, tódalas revistas dixitais de carácter local ou comarcal existentes no Estado, como pode comprobarse acudindo ós buscadores especializados nas distintas autonomías. Así, por pór un exemplo, o buscador *Kaixo.com* recolle 40 revistas dixitais de carácter local unicamente para o eido vasco, mentres que *Galiciacity.com* ofrece 47 publicacions destas características para o contorno galego. Pola súa parte, *Cercat.com* presenta 67 revistas dixitais de carácter local publicadas en catalán.

A facilidade existente en Internet para transmitir coñecementos e informacions provoca que o número de iniciativas de publicacions dixitais sexa, en ocasións, independente do potencial número de lectores; algo impensable no formato papel. Incluso existen publicacions que o que fan é recollerlo que outras publicacions en papel publican -nas súas edicións dixitais- sobre unha determinada localidade ou comarca. Os custos resultan mínimos e calquera pequena asociación -ou incluso individuos illados- cun presuposto ínfimo pode pór en marcha a súa pequena revista dixital.

Nas próximas liñas ímonos referir a tres experiencias xurdidas en Euskadi, a nivel local, que transcenderon a través de Internet o devandito ámbito. Trátase da revista de cibercultura *Bitniks*, o portal *eibar.org*, e do web de praias *alaplaya.com*.

3. Análise de tres iniciativas locais xurdidas en Euskadi

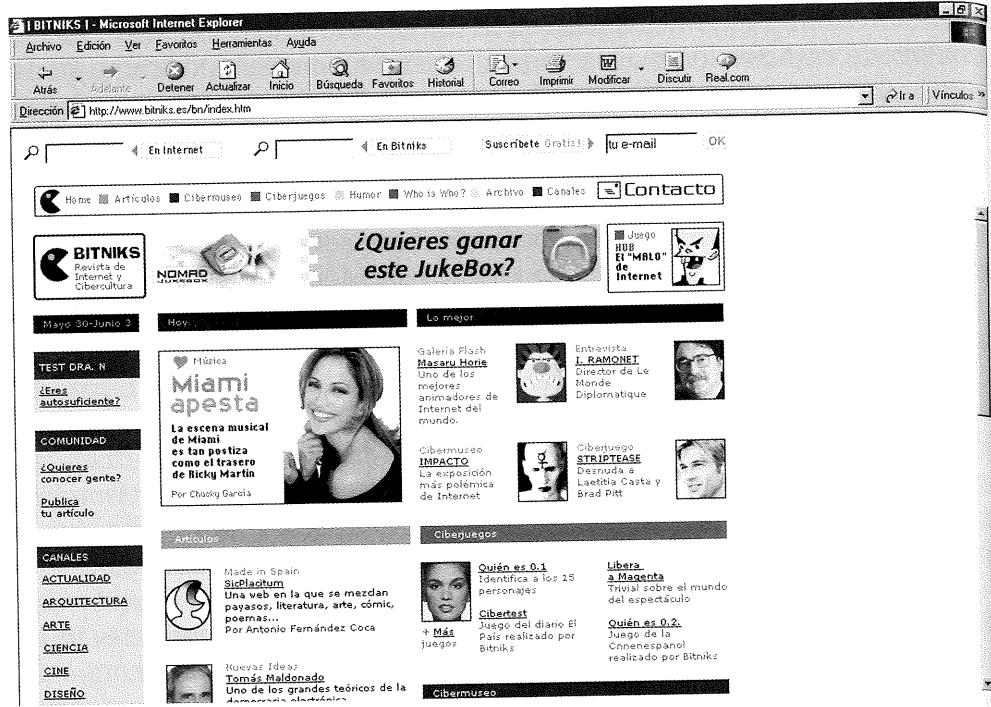
3.1. Bitniks: Do local ó global

A revista *Bitniks* <www.bitniks.es> naceu en xuño de 1996 en Bilbao como unha publicación de eido fundamentalmente local e contidos relacionados coas novas tecnoloxías da información e co que, xa daquela, se empezaba a denominar "cibercultura". Tratábase dunha iniciativa fundamentalmente familiar. O seu *alma-mater* era -e segue sendo- Alex Lamikiz. A súa idea inicial era publicar unha revista mensual sobre a temática citada.

Bitniks publicou en papel 10 números e permaneceu nos quioscos durante aproximadamente un ano. En xuño de 1997 a revista aparece en Internet e en setembro dese ano abandona definitivamente o soporte papel.

Bitniks defínese como diario de cibercultura. O termo diario é debido a que cada día insiren un tema novo na súa páxina web. Desta forma, o lector pode entrar diariamente en *Bitniks* sabendo que sempre vai topar unha reportaxe, entrevista, etc., novas.

Bitniks conta cunha lista de distribución a través do correo electrónico, á que é posible subscribirse desde a web. Tódolos xoves a revista envíalle ós seus subscriptores unha recensión dos contidos da semana. En febreiro de 2000 *Bitniks* rexistrou unha audiencia de 177.000 páxinas/mes.



Páxina inicial de bitniks.es

Isto equivalería a unhas 20.000 visitas ó mes (número superior ó de diarios como *Información* e achegado ó de *Las Provincias*). Segundo o responsable da publicación, Alex Lamikiz, nos últimos meses de 1999 e primeiros de 2000, a revista incrementou a súa audiencia a un ritmo de 25.000 visitas/mes. O 45% destas visitas proceden de fóra de España. É dicir, que o que naceu como un proxecto de ámbito local, converteuse nun proxecto de ámbito internacional. Para o control das audiencias, *Bitniks* recorre á axencia de Publicidade especializada en Internet *I-Net World*.

Cada lector detense en *Bitniks* unha media de 13 minutos e 48 segundos, cando a media en Internet para este tipo de publicacións é de 5 minutos e de 7 minutos para os diarios. Quizais por este feito, a revista comeza a ser atractiva para os anunciantes. O que en formato papel non chegou a ser rendible, converteuse nunha empresa que factura por publicidade un millón de pesetas ó mes; o que lles permite obter beneficios. O custo do banner publicitario é de 5 pesetas por impresión e a maior parte dos anunciantes son empresas vencelladas ó sector das novas tecnoloxías que queren promove-los os seus webs.

O director da revista, Alex Lamikiz, segue a considerar que esta presenta unha estrutura empresarial de tipo familiar. A pesar diso, a publicación conta con 4 traballadores fixos e 15 colaboradores.

Os contidos da revista agrúpanse en 4 grandes bloques. Por un lado, están as entrevistas (2 ou 3) que se sitúan no centro da páxina inicial..., en

segundo lugar, están as reportaxes e informacions en profundidade sobre cuestiós relacionadas coa cibercultura e Internet (edición dixital, novos medios, tecnoloxía, etc.). En terceiro lugar, atópanse as críticas e recensions (musicais, cine, libros, deseño, arte). Por último, habería que se refir ós xogos, test e humor. Cómpre salientar que os xogos ocupan un lugar preponderante na páxina principal da revista.

Bitniks emprega para o seu deseño o programa Page Mill, malia que adoita retoca-los códigos HTML. A revista hospédase no servidor da empresa vasca Sarenet, que está no Parque Tecnolóxico de Zamudio (Biscaya).

Nestes momentos, a publicación áchase mergullada nun proceso de redeseño, co fin de ir incorporando paulatinamente un buscador mellor, unha base de datos, un cibermuseo con 100 galerías online, diferentes canles temáticas de debate, etc.

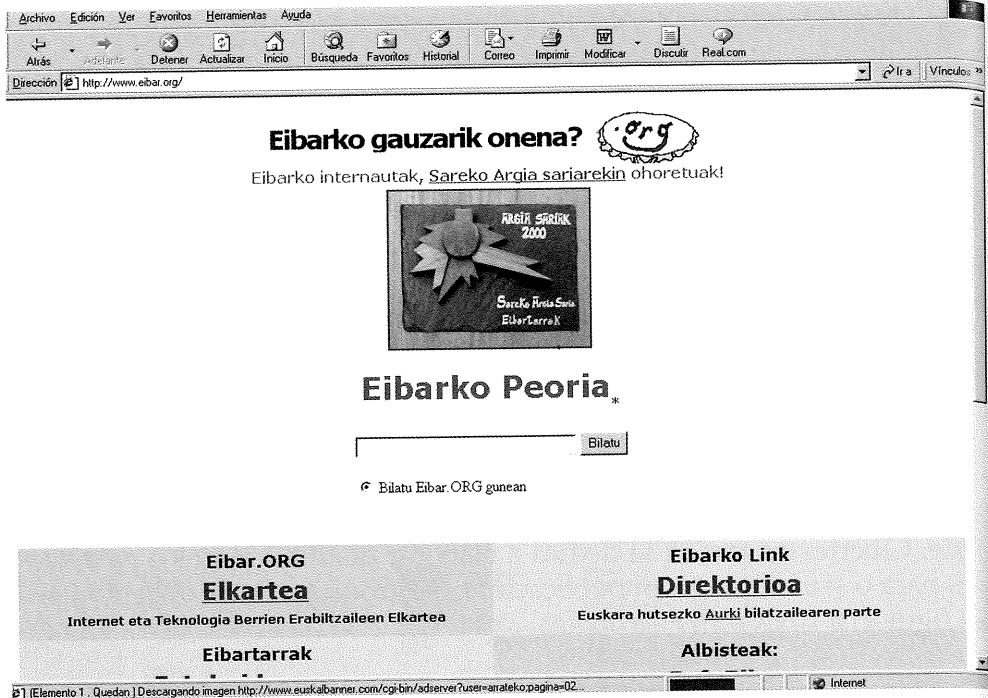
A mesma editora de *Bitniks*, Cibertextos, editou durante 14 meses (xuño 1998-agosto de 1999) a revista dixital *Informática Vasca*. Na actualidade, Cibertextos tamén se dedica a elaborar distintos xogos e pasatempos para o seu emprego en publicacións electrónicas. Entre os seus clientes figurán a *CNN* e *El País dixital*.

3.2. eibar.org: un portal afeccionado, referente do ciberespacio vasco

Na XI edición dos premios Argia á información en éuscaro, celebrada o pasado xaneiro, o portal eibar.org recibiu o premio á mellor iniciativa en Internet do ano 1999. Xunto a eibar.org resultaron premiados no resto das seccións a emisora de radio *Bilbo hiria Irratia*, a revista *Aizu*, a empresa de telefonía *Euskatel*, o actor José Ramón Soroiz e, na sección de novas publicacións, os xornais *Gara* e *Zabalik*. Dáse a circunstancia de que a diferenza do resto dos premiados, eibar.org non é unha empresa do eido da comunicación, senón o proxecto desinteresado dun grupo de internautas eibarreses, que conseguiron pór en marcha o primeiro buscador de recursos en éuscaro: *Aurki*.

eibarg.org ten o seu antecedente en eibar.list, unha lista de distribución dirixida ós eibarreses do ciberespacio posta en marcha por Luis Fernández, daquela xornalista de *Euskaldun Egunkaria*, e responsable da sección dominical que o devandito medio dedicaba a Internet. A lista naceu o 18 de abril de 1998, data na que Fernández a deu de alta no servidor de *egroups.com*, un sitio web que permite a creación de listas de correo de balde. Á lista, que dende o principio funcionou exclusivamente en éuscaro, fóreronse sumando distintos cibernautas, algúns de lugares tan afastados de Eibar como Estados Unidos, México ou Australia, ata pasar do cento de subscritores. A lista recibiu o nome de *eibarlist*.

En outubro de 1999, unha trintena de membros desta lista, mercan o dominio *eibar.org* e crean a asociación que leva o devandito nome. A aso-



ciación defíñese como Asociación de Usuarios de Internet e as Novas Tecnoloxías. Como obxectivos da nova asociación figuran, entre outros, os seguintes:

- Darlle pulo á utilización en Eibar de Internet e as novas tecnoloxías.
- Difundir a través de Internet e dos novos soportes tecnolóxicos a imaxe de Eibar e información relativa á devandita localidade.
- Reforza-los lazos cos cibernautas euscaldúns para potenciar un eido en Internet para o éuscaro.
- Potenciar que a Sociedade da Información sexa unha sociedade dos cidadáns.

O seguinte paso de eibar.org foi a creación do portal do mesmo nome. Para iso contaban únicamente co orzamento procedente das cotas dos socios (1000 pesetas/ano). O portal hospedouse no servidor da empresa alemana Luacd, por razóns de rapidez e economía.

O portal conta con seis seccións fundamentais e na súa realización empregáronse fundamentalmente os programas Claris Home Page e Microsoft Front Page. Nunha delas explícase qué é a asociación eibar.org e a forma de subscribirse. Entre as vantaxes desta subscrición figura o dispor dunha conta de correo co dominio @eibar.org. En segundo lugar, existe unha ligazón co foro eibar.list e a posibilidade de acceder ás mensaxes atrasadas. Nunha terceira sección inclúense distintos materiais

para a difusión da cultura de Eibar. Entre estes materiais figuran diversos libros sobre o éuscaro de Eibar, a historia da cidade, biografías de eibarreses ilustres, información sobre as asociacións deportivas da localidade, a novela en éuscaro *Peru Abarka*, diversos acordos municipais, etc.

A cuarta das seccións é un directorio de ligazóns relacionadas con Eibar, estrukturados tematicamente coma os portais: Internet, Deportes, Cultura, Economía, Comunicación, Historia, etc. Ademais, o devandito directorio conta co buscador Aurki, que permite a busca tanto de recursos en éuscaro coma noutras linguas.

Aurki, tal e como se explica no quinto dos bloques do portal vén a ser la rama euscaldún do proxecto *Dmoz* ou ODP (Open Directory Project). Aurki defíñese como un buscador e directorio de recursos en éuscaro. *Dmoz* é o nome dun proxecto de buscador aberto, patrocinado por Netscape. Calquera usuario pode converterse en editor do buscador e ir introducindo os campos e seccións que crea oportuno. O nome de *Dmoz* procede da mascota de Netscape, a popular Mozzie ou Mozilla. O que eibar.org levou a cabo, gracias ó traballo desinteresado dunha serie de editores –existen 14 “supereditores” para a actualización das distintas categorías– é aproveita-la potencialidade do buscador *Dmoz*. Para crear un buscador específico para obter recursos dos buscadores comerciais, as distintas páxinas foron agrupándose por temas e materias. Esta agrupación realizouse diferenciando dous criterios.

Por un lado existe unha páxina con ligazóns euscaldunas relacionados con Eibar e ordenadas por materias. Por outro lado, existe unha segunda opción, na que se inclúen todo tipo de páxinas en éuscaro, con independencia do seu ámbito xeográfico. Calquera internauta pode engadir novos enderezos a calquera das páxinas, dentro da sección que crea máis conveniente. Deste xeito, Aurkadi vai enriquecendo paulatinamente os seus recursos.

eibar.org recibiu en febreiro de 2000 unhas 3000 visitas. Dado que se trata dun proxecto non comercial, non se inclúen banners publicitarios. Só se inclúen banners para promocionar outras páxinas en éuscaro. A principios do ano 2000, eibar.org chegou a un acordo co Concello de Eibar para o manteemento destas páxinas. Mediante este convenio, o Concello eibarrés asume o custo do manteemento destes materiais nun servidor comercial.

3.3. alaplaya.com; un portal de praías

alaplaya.com naceu no verán de 1999 como un portal de Internet onde amantes do surf e turistas en xeral podían atopar información sobre a costa guipuscoana. En marzo de 2000 este sitio web xa recibira 17.000 visitas. O promotor deste atípico portal foi Pablo Azkue, un mozo deseñador gráfico zarauztarra, creador da empresa de deseño e publicidade PDG.



O portal de praias alaplaya.com

Este web, que se pode consultar en éuscaro ou en castelán, recolle información das praias de 8 municipios con praia guipuscoanos (Mutriku, Deba, Zumaia, Getaria, Zarautz, Orio, Donostia e Hondarribia). Ademais, ofrécese fotografías do estado das distintas praias. Aidea dos promotores do web é que estas fotografías se vaian actualizando ó longo do día. De momento, a partir de abril e a modo de experiencia piloto, PDG instalou nun edificio do paseo marítimo unha cámara, que traballa cada día de 7 da mañá a 10 da noite, para ofrecerlle ó usuario de Internet os distintos momentos climatolóxicos que se viven nas augas de Zarautz. Hora a hora, ofrécese unha estampa de praia renovada, para que o usuario poida coñecer en cada momento o estado do mar e a climatoloxía nesta localidade costeira para poder decidir se desprazarse a ela nou non. Así mesmo, e de momento tamén no caso de Zarautz, ofrécese unha guía local con diversas informacions sobre aloxamentos, hostalería, ocio, etc.

alaplaya.com ofrece ademais a previsión meteorolóxica da semana (a través dunha ligazón con yahoo.es) e unha completísima información dedicada ó surf (Zarautz é unha das praias surfeiras por excelencia da costa vasca). O web conta tamén cun mapa en castelán, éuscaro, catalán, inglés e francés sobre a situación das praias guipuscoanas e o xeito de acceder a elas.

Nunha entrevista publicada polo xornal Gara (ver exemplar do 11 de

abril de 2000, páx. 9), os promotores de alaplaya.com amosaban a súa intención de que chegase a converterse no mellor portal de turismo de Guipúscoa. Este sitio web aspira a ser unha referencia obrigada para quen estea buscando en Internet información sobre praias, aloxamentos, hostalería, actividades turísticas ou noticias dos municipios costeiros guipuscoanos.

alaplaya.com inclúe diversos banners publicitarios, e ademais serve como excelente escaparate para a empresa PDG, que, entre outros servicios, ofrece o deseño de páxinas web.

4. Conclusións

O fenómeno da globalización, manifesto no eido de Internet, non consigue impedir que a rede continúe sendo un viveiro de iniciativas de marcado ámbito local. O devandito ámbito non vén xa definido en función dunha distribución xeográfica ou dunha concentración das audiencias, senón que está fundamentalmente vinculado ós contidos.

Nembargante, as propias características de Internet favorecen que determinadas iniciativas locais superen o devandito eido local, conseguindo un eco moi superior ó que se podía pensar no momento en que foron postas en marcha. Iso é posible gracias a que Internet é un espacio sen barreiras xeográficas e no que o interese por un determinado contido pode provocar a visita de calquera lector, con independencia do espacio físico no que este se atope.

Por outra parte, Internet abaratou enormemente os custos para a posta en marcha de calquera proxecto local. De feito, o único gasto importante é o relativo ós recursos humanos, xa que o resto (ordenador, busca dun servidor que hospede a(s) páxina(s), posible adquisición dun dominio .com, etc.) resultan moi asequibles.

Todo iso provoca que, a pesar das distintas teorizacions verbo da globalidade e da progresiva eliminación dos localismos, o ámbito local, ou mellor dito, os contidos de ámbito local, gocen de boa saúde na rede, moi superior á obtida nos medios tradicionais: prensa, radio e televisión.

Atopariámonos, polo tanto, cun desenvolvemento en paralelo dentro de Internet. Xunto ós grandes portais e o desembarco dos grandes medios tradicionais, van aparecendo un gran número de iniciativas de carácter local, cun desenvolvemento que sería impensable de non contar cun soporte como Internet.

Por último, cabería salientar como unha característica común da maior parte destas iniciativas a xuventude dos seus promotores, que habitualmente non chegan ós 40 anos. Trátase, polo xeral, de persoas atraídas polas novas tecnoloxías, que souberon ver rapidamente as enormes posibilidades que ofrece Internet para o lanzamento de novas iniciativas.

BIBLIOGRAFÍA

- APOLOMIA, Bibiana: "El cambio, la globalización y la Internet". En *en.red.antes*. (28-09-99) www.enredando.com.
- Castells, Manuel: (1998) *La era de la Información*. Volumen 2: *El poder de la identidad*. Ariel.
- BANET, Miguel: "Consideraciones sobre los espacios virtuales". En www.anice.net.ar/infoysoc/catedra/Material/banet.html.
- FINQUELIEVICH, Susana: "De los hippies al e-commerce". En *en.red.antes* número 64, www.enredando.com.
- LÓPEZ, Xosé: "La información de proximidad en la sociedad global". En *Latina* número 13. www.lazarillo.com/latina/a1999c/140xose.htm.
- PINA MARÍNEZ, Antonio: "Sociedad y medios de comunicación". En *en.red.antes* número 66 www.enredando.com.
- SARTORI, Giovani (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus; Madrid.

REDES E SISTEMAS DE INFORMACIÓN (OU O SOÑO DE PROMETEO SEN CADEAS)

Jorge A. González

Primeiro de nada quero agradecer con moito gusto esta invitación. Non coñecía esta parte de España e agora que a coñeo, paréceme entrañable por moitas razóns. Teño algúns contactos de lonxe coa poesía galega, con algunhas películas e outras marabillas que puiden ver desta zona e teño tamén unha memoria conversada da diáspora e do éxodo que tivo que haber polas condicións particulares desta fermosa zona do mundo.

O que agora vou dicir alédame por unha parte e preocúpame por outra. É algo que vai en sintonía coas dúas presentacións anteriores. Do que vou falar é de que non se pode separa-lo xeito de organizármonos para xerar coñecemento do coñecemento mesmo. Sosteño que non se pode dicir: "¡eu só descubrín a fisión nuclear, é dicir, o xeito de creba-los átomos para liberar unha enorme cantidade de enerxía, pero eu non botei a bomba atómica! Non sei quen a botou. E non fixen máis ca este descubrimento".

Dende a perspectiva que lles propoño resulta que se non podemos controla-los usos sociais do coñecemento que xeramos, entón tampouco podemos controla-lo coñecemento. Farei tamén unha referencia ós estudiantes que están nas nosas universidades e que algunha vez foron como nos cantaba o músico arxentino León Gieco: "parecíamos... esperanzas caminantes"...

Pero ¿que ocorre na universidade cando despois de catro anos de "estudios" miras ós ollos desas outrora "esperanzas camiñantes" ou compara-las fotos da época do seu ingreso coas da súa marcha? É impresionante constata-la deterioración xeneralizada que houbo aí e que non é só polo paso dos anos, ¿onde quedou o lume? ¿onde quedou a vida? ¿u-las ideas? ¿Quen sabe onde? Parece que asistimos a un proceso de desenerxetización, de depresión e desactivación dos lugares nos que se metaboliza profesionalmente a vida e os seus avatares mediante a reflexión e a acción reflexiva.

Sosteño que se non cambiamos dende dentro nas universidades onde xeramos (onde deberíamos e poderíamos xerar) coñecemento, amplas rexións do país, vastas zonas do mundo quedarán e seguirán quedando ¿para sempre? excluídas do benestar, dos medios para ter unha vida digna e con calidade expansiva como estiveron "na noite dos tempos".

Esta é, sen dúbida, a parte preocupante.

Pero tamén coido que non todo está perdido e que se poden facer áinda moitas cousas: podemos medrar en calidade de coñecementos e sobre todo podémonos vertebrar moito mellor se somos quen de tocar e redeseña-lo xeito de organizármonos para construírmolo coñecemento.

Hai unha constante que me parece importante na historia da Humanidade: mentres menor conectividade -é dicir, menos vínculos- e canto menor consistencia -é dicir, menos coincidencias e pobre elaboración sobre o para qué están vinculados- teñen os elementos dun sistema, máis facilmente xeran (*jpiden!*) a intervención dun poder superior que os in-forme dende fóra.

Falo dun tipo de relación inversamente proporcional entre conectividade e consistencia dunha banda e autodeterminación e autonomía da outra.

Hai tamén unha constante social que convertemos nun verdadeiro mito que ten efectos inmobilizantes, porque as definicións que nos facemos da nosa realidade, por máis que sexan inventadas ou infundadas, míticas xa que logo, son absolutamente reais nas súas consecuencias. E é que o mito de pensar que a "estructura" ou o "sistema" abáfanos simple e fatalmente, domínanos sen posibilidade de saída. Sen embargo, a mellor das análises sociais amósanos que homes e mulleres somos destros na xeración e produción desas estructuras que nos cambian a ollada, que transforman os nosos estudiantes de "esperanzas camiñantes" en refugaillos e desacougos arrastrantes. Parece ser que as universidades volvérone, dende hai moi tempo, espacios non para simplemente aprender, senón espacios para aprender a distinguir quen manda. Pero os estudiantes, eles e elas, non son parv@s e vólvense verdadeiros expert@s en facer traballos para quen corresponda: "a este mestre gústalle moito a historia, hai que poñerlle moito de historia e dámosselle polo seu pao", ou ben "esta mestra é moi falangueira, poñémoslle entón algúns contíños e compracémola".

Pero eu pregúntome ¿e cando veñen as súas ideas? Ós poucos constatamos que non hai moi sitio nin incubadoras para as súas ideas nin na sociedade nin nas universidades. En moitos casos, as universidades retardan esta enerxía. @s moz@s chegan (*jcando chegan!*) con moitas experiencias e ideas para elaborar e documentar, para avaliar e para abandonar, pero as universidades, no canto de potenciárlle-las habilidades para sistematizar e xerar coñecementos necesarios, as destrezas para se comunicar efectivamente entre moi diferentes eles/as e outros/as, fréanos ó premia-la compracencia ou foméntanlle descaradamente un tipo de prostitución intelectual que empurra a que se vendan ó mellor ofertante (*jhai que adaptarse ó "mercado"!*) e a que fagan traballos "para quen corresponda". É entón cando se realiza esa aprendizaxe social de saber

verse como os que mandan ou saber distinguir quen son os que mandan. Sen dúbida, esta é tamén unha habilidade que se incorpora, pero teño moitas dúbidas de que ela colabore a mellora-lo estado de cousas deste mundo mundial. Pero dende logo que tampouco aprenden a mandar obedecendo (como nos mostra o movemento zapatista) porque para obedecer hai que aprender a escutar.

E para facer posible que "veñan as súas ideas", requírese intervir na forma dun xeito de organización que -sen vela- condénanos a repeti-lo destino antes evocado e agudizado nas zonas periféricas do sistema-mundo.

Pero o mundo cambia e cambiou; e todo parece indicar que seguirá cambiando pola acción dos homes e mulleres concretos. ¿Pero cara a onde? ¿Quen dirixe a frecha do cambio? ¿Cales son os custos de cambiar dun estado de cousas a outro? ¿Quen paga os custos?

1. Da famosa Era da Información: ou cando o futuro (hai tempo que) xa nos alcanzou.

En pleno século vinteún, ó longo e ancho do mundo-mundial, nas súas múltiples e intrincadas rexións e plurais veciñanzas constatamos unha serie de cambios e mutacións que lle están transformando, de maneira desigual e desincronizada, a vida toda ó planeta e ós seus habitantes.

Nesta chamada "sociedade da información", a diferencia doutras formas anteriores de organiza-la vida no mundo, a xeración de coñecemento e información é absolutamente vital para o seu desenvolvemento e supervivencia. As tecnoloxías dixitais e a comunicación mediada por ordenadores tivo, certamente, un papel protagonista neste novo mundo que se convulsiona e desenvolve nunha especie de revolución dixital que nos pon fronte a retos moi complexos, como o fixera na historia a revolución industrial.

E como o desenvolvemento se parece moito a un vector, é dicir, a unha之力 con dirección, dende a forma en que se xera ata o camiño que navega teñen as súas propias consecuencias.

2. Prescindible ou non prescindible, *is that the real question?*

Pódese constatar facilmente unha aguda separación inducida pola dirección dese vector entre dúas grandes categorías de individuos. Os individuos auto-programables, que son indispensables para esta nova maneira de organización do sistema mundial porque son flexibles e creativos, e os individuos programables que operan como terminais inertes ou parvos (como se lles chama na linguaaxe informática) que operan como

"partes" ou "compoñentes" substituíbles, ríxidas, que poden ser prescindibles (¡mesmo etnicamente!) para a produción e, por suposto, para o consumo dos bens, para a xeración e interpretación de versións do mundo.

A clave para discernir entre ser prescindible ou ser imprescindible é xusto a súa capacidade para xerar coñecemento e para procesar información de maneira intelixente, é dicir, flexible, recursiva, aberta. Son estes axentes os que xeran os saberes necesarios para deseñar e programa-los saberes, as memorias, os mundos posibles e os presentes daqueloutros. E así. Se botamos unha ollada á estructura da distribución mundial dos imprescindibles, veremos que se concentran nalgúns economías e zonas do planeta que forman un núcleo central que decide, programa e se beneficia en termos materiais, económicos, políticos e simbólicos do multi-cacarexado proceso de globalización.

Doutra banda, vinculados estructural e historicamente (e igualmente globalizados pero do lado "errado") atopamos diversas versións e niveis do que podemos chamar sen magoa *perrolandia*, vastas zonas onde vaga, habita, se reproduce e morre o *perral*¹. Estas zonas periféricas tamén están "globalizadas" e é aí onde o que se globalizou é o mesmo tipo de excluídos, de pobres e condicións que os acompañan. A ese "outro" lado, na famosa globalización "tociouelle" que o globalizase a miseria: un constata o mesmo tipo de miserables e pobres comerciando o mesmo tipo de bagatelas "globais" nos currunchos e nas rúas, as favelas, as vilas miseria, cartolandias e -global ó fin e ó cabo- nalgúns das mesmísimas entrañas das economías centrais. Pero non hai poder que se exerza sen resistencias múltiples. Iso foi o que ocorreu o día 1 de xaneiro de 1994 en México cando entra en vigor o Tratado de Libre Comercio de América do Norte (TLCAN) e dende a selva Lacandona (zona que en moitos sentidos se "conxelou" nas condicións do século XVI) xorde un movemento dende o mundo indíxena (por definición histórica compoñente centenario e folclórico do *perral*) que di: ¡Abonda!¹ Somos mexicanos, somos indios e queremos seguir sendo indios e mexicanos, pero con dignidade. E non nos imos deixar desaparecer. "Nunca máis un México e un Mundo sen nós".

É dicir, o día que comeza legalmente un proceso de reorganización mundial para dar un salto cara ó novo milenio, uns extraños seres atrasados a ollos vistos do vector do desenvolvemento néganse a seren prescindibles, a deixaren -coma sempre- de ser "considerados" no progreso a custa de que renuncien a ser o que foron e son.

Prodúcese un verdadeiro impacto, unha sacudida realmente importante. Pero este non foi un berro illado e inaudible: de súpeto o *perral* apáñase e prepárase para utiliza-los medios más modernos e as tecnoloxías

*. *Perral*: conxunto indiscriminado de cans de palleiro, sen dono, sen rostro, sen nome, prescindibles.

1. <http://www.ezln.org>.

máis avanzadas ó seu servizo, para dici-la súa palabra e convocar a outros para recuperar a dignidade. Sen a estratexia de procesamento e de manexo de información e a profusa construción distribuída de coñecementos sobre eles mesmos e sobre o seu vínculo co mundo-mundial, estes rebeldes remisos a "seren globalizados" serían esmagados sen máis esforzo. Está claro que para eles –"os programables"– e por suposto para os seus errados e sorprendidos "programadores", globalizarse significaba sinxelamente desaparecer. Outras maneiras "globalizadas" de resistencia tómolas cos movementos organizados dos sen terra, *homeless*, *squatters*, *okupas* e globalofóbicos varios.

É quizais pouca xente sabe que unha das rexións más estudiadas de México é precisamente o estado de Chiapas, que polos seus recursos naturais inmensos, pola súa variedade de composición étnica, serviu como "laboratorio" de prácticas de numerosas teses de doutoramento e investigacións das que –en Chiapas e en México– ningún (ou pouquísimos) sabe nada. O coñecemento desa rexión e dos seus pobos cos seus costumes vive nalgúnha universidade do primeiro mundo. Coma moitas outras rexións da *perrolandia* global, esta zona sempre foi estudiada desde fóra. Sociedades informadas, coñecidas, narradas, ditas, contadas sempre desde fóra. Sempre (desde "a noite dos tempos") nos dixerón como somos, como non somos e que debemos ser. Pero ¿por que poden facer iso? ¿a que responde isto? Coido que responde a unha distribución desigual da intelixencia.

3. Distribución sociohistórica ou "don natural": ¿cal é a intelixencia?

A intelixencia non ten nada que ver cunha medida ou cun "don" individual. Por suposto que non hai intelixencia distribuída sen individuos, pero a nosa intelixencia (a nosa capacidade para resolver con eficacia diversos problemas) non está localizada "na cabeza" de cada cal, senón que sempre está distribuída nos obxectos que manipulamos, nas relacións que mantemos e nas interaccións lingüísticas que xeramos. Obxectos, relacións e interaccións dependen pola súa vez de tres tipos de forzas que veñen do contorno cultural, da situación local e da condición persoal dos individuos. A distribución social (a escala mundial) da intelixencia e da traxectoria dese procedemento deixa zonas baleiras e baleiradas de coñecemento que teñen unha "vocación" case natural para seren ditas, comunidades que son ditas, narradas, contadas, vividas e explicadas desde fóra.

E non falo só de pobos nin de nacións "contadas". Tamén podemos falar dun xénero "contado" desde fóra: as mulleres na historia foron contadas, narradas, vividas desde fóra. Sen dúbida, habitamos un mundo definido

e organizado -sen sabelo ou sen cuestionalo- de maneira masculina no que a diferencia de xénero significa inmediatamente desigualdade.

Todo aquilo que nos une e que nos identifica, o que nos arreda e nos destaca opera como unha zona de ocupación que se recompuxo ó longo da historia. Ó longo de toda a vida enfrentámonos constantemente con territorios simbolicamente ocupados nos que os graos de autodeterminación adoitan ser verdadeiramente escasos, permanentemente reprimidos ou completamente inexistentes na escena pública.

¿Que xera isto? Exclusíons a toda escala: *poverty gap*, *digital divide*, fenda informacional, fenda tecnolóxica que dentro das coordenadas normais da súa definición, son, como a impagable débeda "externa" das economías da periferia do sistema-mundo, sinxelamente "eternas".

4. Prometeo dixital: información, investigación, comunicación

Hai unha relación que tamén quero expoñer entre tres tipos de actividade de cultivo, desenvolvemento e distribución de habilidades e de destrezas, esas si verdadeiramente imprescindibles para operar nesta "nova" sociedade. Refírome á relación entre cultura da información, cultura de investigación e cultura da comunicación e á súa relación coas universidades en particular e coa vida social en xeral.

Despois de moitos anos de traballo académico en zonas de perrolandía (principalmente en México e en América Latina) pódese chegar a unha dolorosa conclusión: se desapareceran das nosas universidades as súas áreas de investigación (cando as teñen) ou mesmo se desaparecesen ou "axustasen" (para usa-lo eufemismo tecnócrata de moda) as nosas universidades sinxelamente non pasaría nada.

Sen dúbida algúns perderían o seu traballo, a súa cátedra, o seu cubículo e terían que saír busca-la vida a outra parte para "reconvertérense" productivamente en comerciantes, en subempregados ou quén sabe qué, pero todo indica que simplemente, no fondo, non pasaría nada. E ¿por que non pasaría nada? Porque temos unha relación de comunicación sumamente feble e pouco clara coa sociedade: as empresas, as organizacións sociais, os partidos políticos, os gobernos, as comunidades non teñen nin idea de para que serve o que facemos. O verdadeiramente patético é que moitas veces tampouco nós (os universitarios, os investigadores) sabemos para que e para quen facemos o que facemos, ademais de gañar puntiños nunha carreira case-comercial sen fin ou para manterse nun traballo gris ata que o retiro e a pensión nos colla.

Non ter cultura da información, implica desde logo que non sabemos -como sociedade- valora-la información. Pero tampouco sabemos producila, xerala, manexala, aproveitala, cultivala, en fin. Desde logo que

non falo da información xornalística cotiá, que podrece ó día seguinte da súa novidade. Eses "saberes" dependen en grande medida do lugar que temos e que tivemos na sociedade. E por efecto estamos mellor ou peor situados fronte a unha distribución desigual das habilidades e das destrezas precisas para xerar, dispor e interpretar información para coñecérmonos e para coñecermos. Temos, ademais da incapacidade para comunicármonos coa sociedade e entre nós mesmos, unha fonda carencia de cultura da información e de cultura da investigación.

Se cruzamos este "trazo" cun valor estratégico que en tódalas dimensións desta chamada tamén sociedade do coñecemento, ten un manexo destro da información e da xeración permanente do saber, o cadro está deliñado. Enfrontámonos cunha verdadeira desvantaxe histórica, estructural ou cognitiva, efecto dunha organización mundial vertical que cristaliza e eterniza pola súa vez unha dobre desigualdade. A do acceso ós soportes materiais para xerar coñecementos, por un lado, e, polo outro, a do acceso ás disposicións cognitivas para construílos, asimilalos e aproveitalos.

Nas nosas sociedades periféricas, as redes e formas de organización para xerar coñecementos adoitan ser moi verticais, conservadoras e autoritarias. E esta é a maneira "normal" para xerar eses coñecementos. E non falo aquí da sociedade en xeral, senón das universidades e dos centros de investigación destes países e nacións, que, agás excepcións, adoitan operar de maneiras variadamente verticais, autoritarias, descendentes, reproductoras.

E isto reforza a tendencia de que cantas menos ideas novas haxa, pois mellor. Poden pasar anos de vida institucional sen que aumenten efectivamente as nosas habilidades para comunicarnos entre os propios membros das institucións académicas e por suposto, pasaron séculos sen mellora-la súa comunicación coa sociedade "extramuros" universitarios.

Tamén a nivel do sistema mundial temos algunas universidades e centros (*think tanks*) que xeran o coñecemento mundial "necessario" e outra moitas que só repiten e como moito "aplican", e moitísimas outras nas que só "ensinamos" o que alguén di que lle dixerón que dixo o que o dixo.

E nos centros neurais da nosa sociedade, están os produtores que teñen acceso ós soportes materiais (bibliotecas, laboratorios, tecnoloxías) e posúen as disposicións e os esquemas cognitivos para produciren permanentemente coñecementos novos. E por efecto da organización das relacións sociais convértense e asúmense coma unha especie de senado da intelixencia mundial, da que nos chega e nos descende a información sobre o mundo, sobre a nosa condición nel e as interpretacións que a acompañan.

Non debe verse nisto unha actitude pechada de rexitamento chauvinista á ciencia feita noutros lados e por outros que non somos nós. Máis

ben quero describirllles e mostrarllles unha condición da que afirmo que podemos saír ou axudar a cambiar só se intervimos no desenvolvemento das tres culturas antes mencionadas. Acontece no nivel das rexións e das etnias; acontece en fin, dentro do nivel de xénero.

O dilema preséntase así: ¿formamos repetidores ou xeradores? ¿terminais "parvos" -prescindibles, con pouca ou nula autodeterminación- ou ben nodos intelixentes, auto determinantes e polo mesmo imprescindibles? Pero, ¿podemos escoller? E ¿quen, na sociedade actual, pode xerar e gañar habilidades e destrezas para xerar coñecementos enraizados na vida práctica para facela simplemente máis práctica, a non ser máis viva? ¿será o tendeiro ou o taxista que están choiando todo o día por aí? Dificilmente. Entón, ¿quen? ¿o ferrocarrileiro? ¿a ama de casa, a maruja? ¿o señor que está na esquina? ¿o perral espontaneamente, así, simplemente porque si? Dubídoo porque non teñen nin o tempo social nin as destrezas nin o tratamento nin os medios para o desenvolvemento.

Como unha característica biolóxica da especie humana todos xeramos permanentemente coñecementos, por suposto que si, pero a división social do traballo no curso do tempo creou especialistas na xeración de coñecementos e a "novidade" é que nós somos -supostamente- esos especialistas ou deberíamos en todo caso poder selo. Pero ¿onde están os libros, as bibliotecas, os sistemas de información empírica, os especialistas? ¿Onde están os soportes materiais para facelo?

En México, por exemplo, hoxe en día temos moitas universidades: pequeniñas, grandonas, privadas e públicas, críticas e conservadoras, tecnolóxicas e humanistas. Eu traballei nelas durante bastante tempo e son orixinario de Cidade de México, que é o embigo de todo o país: nela estase a concentrar case todo aquilo que fai posible o coñecemento. Pero atópeme nun país no que hai centos de universidades, centos e ducias de profesores novos ou maiores e de estudiantes, verdadeiramente brillantes, pero ó mesmo tempo condenados ó dominio do gris e á precariedade intelectual. Pola súa mera localización social, sempre estarán do lado dos repetidores "do que din que din que dixo quen o dixo". Nese esquema, sempre ten que chegar a xente ó "centro" (local, rexional, nacional ou mundial) para dicir: "mírense como (dicimos que) son".

O problema parécmeme bastante grave, porque non nos auto-percibimos como xeradores potenciais e reais de información e de coñecemento. E por efecto desa non percepción, desenvolvemos unha moi baixa auto-estima intelectual. En efecto, investiga-lo que investigamos e como o investigamos (¡cando case de milagre investigamos!) ¡non serve de nada!. E escoito a xente común e corrente dicir: "¡Ah, es investigador! Home, como se viaxa ¿verdade? ¡que interesante!". E esa percepción desvalorizada na práctica, pero valorada simbolicamente é en gran parte -sospe-

to- responsabilidade da propia comunidade de investigadores, das propias institucións que a sociedade especializa nese traballo.

Pero este prexuízo social opera do mesmo xeito nas propias universidades, nos propios consellos de cultura das cidades, nos gobernos e en toda a sociedade: "¡Ah, investigación! Si. Pero ti es de sociais e de humanidades, ¿non? Ben, ¡toma! Aquí está a túa infraestructura e como ti só escribes *rollos*, débeche abondar cun lapis e cun papel. ¿Queres un ordenador?, ¿para que? E despois, a verdade é que me entristece constatar para que queren o condenado ordenador. Moitos dos colegas piden e esixen un ordenador, porque se volveu case un estigma non ter un moi potente e moi moderno... Pero ese ordenador utilízase na maioría dos casos para escribir cartas, textíños e como moito, de cando en vez, para mandar correos electrónicos. E tantos megabytes de memoria impresionante e velocidade en xigahertzs ¿para escribir *rolloños*? Non temos unha estimación nin sequera aproximada do nivel de sub-utilización das sofisticadas máquinas para procesar información coas que podemos xerar (¡porque para iso están deseñadas e equipadas!) configuracións de información ás que nunca teríamos acceso traballando á man no tempo dunha vida. Contradicción: témo-las máquinas, pero non sabemos como sacar-lles o máximo de "rendibilidade" para os nosos propios fins.

Esta relación entre universidade e sociedade está tradicional e desgraciadamente chea de desprezo do perral por parte da universidade.

E algunas outras veces chea de romanticismo e populismo barato: "o perral ten a razón, porque é o perral". E nos dous casos operan con grande ineficacia, ignorancia profunda pero acoirazada de "fama" (só fama) e as más das veces cheas dun tipo de soberbia e impotencia ó mesmo tempo. Si. Moitas contradiccións que tecen unha relación que me parece esquizofrénica coa sociedade.

"Se os fan desaparecer que os fagan desaparecer". "Págannles cos impostos de todos e se desaparecen cala-lo conto. Que os metan a traballar noutra cousa". Cotiá e dolorosamente constatamos que cando hai que recortar orzamentos, ¿en que se recortan? Doado: en investigación, e especialmente nas parentes pobres da investigación que son as humanidades e as ciencias sociais. Queixámonos, berramos, pero, ¿que máis sabemos facer á parte de tirar *rollos ex-post-facto*, "a touro pasado"? , ¿qué máis , á parte de tirar bos e regulares *rollos*? ¿Cómo estamos preparando a nosa xente para ser *rolleros*? ¿que sabemos facer? Ler e fotocopiar. Agora xa nin sequera libros lemos (porque non os hai ou porque non temos hábito de ler ou por ámbalas dúas cousas).

Cultura de fotocopias, meta-meta-fotocopias: fotocopia da fotocopia da fotocopia. E ¿que sabemos facer? Facemos un uso cínico, pero non un uso clínico do que podemos aprender na universidade e ó saímos non

sabemos facer moitas cousas que deberíamos saber facer. Pero si sabemos facer algo, aprendemos perfectamente a distinguir quen manda. Por suposto estou facendo referencia a un libro de metodoloxía de Lewis Carroll, que se chama *Alicia a través do espello*, onde nos mostra un diálogo entre Humpty Dumpty, un ovo humanizado e Alicia. Pero nese diálogo, cada vez que interactúa con Alicia, este ovo falante cambia segundo o seu capricho as palabras e o seu significado. Alicia, que é moi práctica, dille: "non te entendo, home, non te entendo". E Humpty Dumpty desde a súa posición na cima dun muro contéstalle con soberbia: "Non fai falla que me entendas, trátase de que entendas quen manda" ("Who's the master").

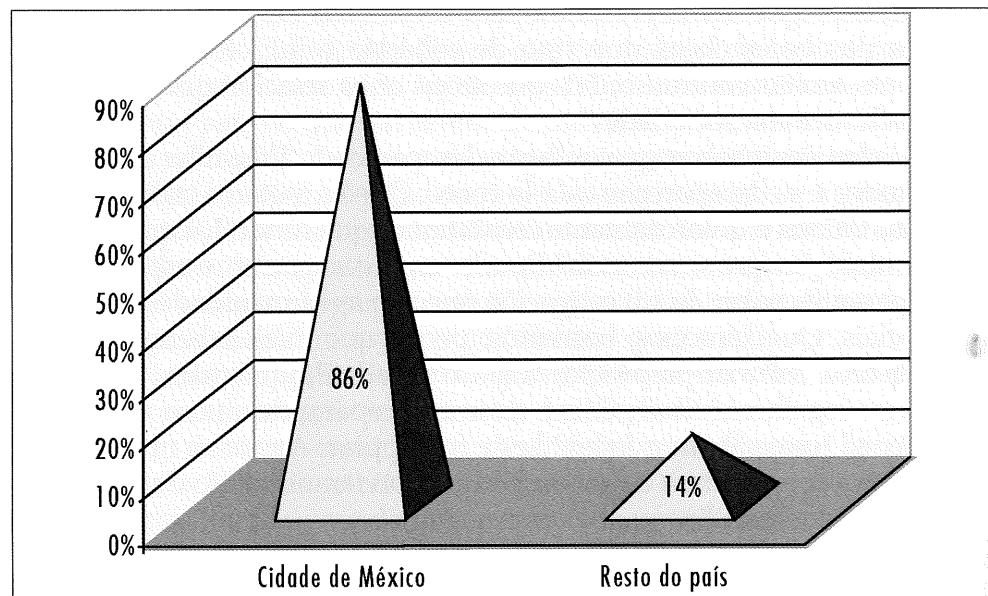
Desgraciadamente, moita da información que facemos nas universidades para "xerar" coñecemento é moi parecida a esta escena: aprender como pasa-la materia, aprender a darlle gusto a quen lle corresponda exercer poder sobre nós e facer como que facémo-lo que debemos facer.

Vexamos uns datos de como está distribuído en México o coñecemento.

Cadro 1

Investigadores ("productores")	Total	%	% Poboación Nacional
Tódalas áreas científicas	5.879	100	0,006%
Ciencias sociais e humanidades	1.545	26	0,001%

Fonte: CONACYT, 1995.



Gráfica 1: Concentración de investigadores en México

Isto que ven vostedes aquí é a concentración de investigadores recoñecidos oficialmente en 1995 no país. Somos cen millóns de habitantes xa, e só o 14% traballa fóra da cidade de México, o 86% está no "centro".

Os investigadores recoñecidos en México para ese ano apenas chegan ó 0,006% da poboación nacional e para a sección de Ciencias Sociais e Humanidades isto redúcese á quinta parte. Arelación é de pouco máis ou menos seis mil "profesionais da flexibilidade" para cen millóns de habitantes. Nos últimos anos o número tendeu a aumentar, pero moi lonxe de algo significativo.

Aquí hai máis datos: os mexicanos que non lemos nada, non podemos mercar libros, as edicións son por tanto moi pequenas, teñen circulación restrinxida, existen escasas revistas científicas na área, temos unha cultura académica que xa lles contaba como é. E, por suposto, non temos unha masa crítica de lectores, un mínimo activo de persoas que está lendo.

Unha última e patética cifra ensínanos como estamos en canto á formación de doutores, é dicir, especialistas en investigación científica: catro mil cincocentos no ano 95. ¡Catro mil cincocentos estudiantes de doutoramento para cen millóns de habitantes! ¡Bonita relación!

Simultaneamente por datos oficiais sabemos que menos do 3% da poboación de México chega ás universidades. Dese 3% a metade marcha e deses decimados que ingresan moito menos da metade fan unha tese de investigación, unha tese que xere algúns coñecementos dalgúnha relevancia. Porque, claro, moitos profesores sosteñen que os estudiantes non están ainda o suficientemente maduros como para produciren coñecemento para axudar a entender e transformar mellor o mundo e por iso más ben dedícanse a facer –como dicía unha vez Jhon Lennon "making all his nowhere plans for nobody"–, están facendo tódalas súas teses e disertacións para ningúén, para gardalas para a fin dos tempos ou sinxelamente para obter un papel co título.

¿Que temos entón? Unha inmensa centralización que enmarca e mobilitiza un fluxo: ja xente que pode desprázase cara a onde ve o poder, non vai a perrolandia! A xente vai onde está o carto. ¡Que difícil é crear unha facultade ou un centro de investigacións, facela onde antes non había nada.

5. Creatividade non vemos, corazóns non sabemos

Por moitos motivos temos unha grande pobreza heurística. A creatividade tanto en arte como en ciencia depende cognitivamente de dúas cuestións. Da amplitude ou estreiteza dun espacio conceptual, dun espacio da linguaxe, sen a axuda do cal sinxelamente non vemos o que non podemos nomear. Pero tamén a capacidade creativa depende pola súa vez da extensión e da riqueza da árbore de exploración ou busca. E ás

vezes esa árbore de exploración parécese máis ben a un pobre pao de vasoira. Facerse vello non é ter moitos anos senón comenzar a perder posibilidades de explorar. Unha das cousas más duras para mim é cando vexo mociñas e mociños que son uns verdadeiros anciáns mentais, porque "xa saben" de que vai todo. As universidades, habitualmente, favorecen e permiten a pouca exploración e a pobreza estereotipada dunha linguaxe críptica. O resultado é, en consecuencia, o desenvolvemento dunha grande pobreza política para actuar de maneira práctica e documentada, para percibir e decidi-los cambios en función de información precisa para face-las cousas co que sabemos. E nun ciclo vicioso, esta pobreza política lévanos de retorno a unha gran carencia de cultura de información e cultura de investigación.

¿A que me refiro con cultura de investigación?

Hai un dito que é moi reaccionario -todo para os nenos- e que di así: "dádelle a un neno (quizais debería cambiarse "neno" por "necio" ou por "necia") un martelo e todo lle parecerá digno dunha martelada".

Falo de que case sempre se coñece só unha maneira de inquiri-la realidade e tapámola posibilidade de aprender diferentes xeitos de facer investigación no mundo. Non toda a realidade é cuantificable ou non se deixa contar de calquera maneira. E do mesmo xeito, non toda a realidade é "entrevistable", a pesar de que alguén saiba moi ben entrevistar ou facer observación etnográfica.

Entón, ¿que queremos facer? Xa dixen que isto é só un panorama. Pero máis ben, ¿que é o que non queremos facer? Non queremos seguir fomentando a verticalidade e o autoritarismo no cal os nosos mozos estudantes se forman. ¿Como se pode abordar esta cuestión de crear unha actitude reflexiva que se liga coas ferramentas que temos á man para obxectiva-lo mundo social? ¡Ah, que bonito se di! Pero sen cultura de investigación non podemos emprega-las nosas ferramentas para obxectiva-lo mundo social sobre nós mesmos, para coñece-lo noso xeito de coñecer, sobre o noso propio oficio para así examina-la maneira na que estamos a xerar coñecemento.

O que queremos facer é axudar a formar comunidades emergentes de investigación. ¿E iso para que? Para formar redes. Para formar redes de comunidades emergentes que teñan estreitos vínculos, estreito contacto, relacións de colaboración, relacións de apoio, e por suposto que teñan os seus nodos, os seus individuos, as súas unidades, en estimulación constante. Estou falando de que hai que toca-la forma na cal nos organizamos para xerarmos coñecemento porque pode ser moi democrático e moi dialéctico e moi todo o que queiran, pero cando non somos capaces de obxectivar esa maneira de organizármosen para coñecer, que se pareza a unha especie de estructura de cigurat, onde hai un grande iniciado, mem-

bro dunha especie de sanedrín da intelixencia, tres ou catro apóstolos e cen escravos que son os que levantan os datos.

"Eu non mancho as mans con datos, eu veño interpretar" -coma se fose un cantante-. "Veño interpreta-la información".

E a información é privada, a información é restrinxida, a información serve para que eu me doutore e que más..., e ¿a nosa sociedade? ¿que pasa con ela? Porque ademais falamos moi distinto á maneira en que se entende a xente común. E cando non nos entendan dicimos: "Se non me entenden, é que son parvos". Pero a vida segue e a vida continúa e a xente segue falando e seguirá.

6. A experiencia do proxecto FOCYP e o tecido de redes horizontais²

¿Que queremos facer? Colaborar na formación de investigadores, de más persoas que se interesan desde calquera disciplina ou traballo por desenvolver coñecementos sobre o seu propio contorno simbólico local. Pero ó mesmo tempo ligados con procedementos globais de distribución de intelixencia. Queremos facer redes de xeración de información descriptiva, explorativa, actualizada, histórica e de sentido público. E ¿iso que quere decir e para que queremos iso?

Pois é sinxelo, para aumenta-la masa crítica de xeradores de información cultural substantiva. Aumentar significativamente o número e a dispersión espacial de persoas e de grupos suficientemente preparados (é dicir, coas habilidades e as destrezas básicas adquiridas) e suficientemente motivados para responsabilizárense -nunha estrutura de rede- desta tarefa que dalgún xeito foi expropriada ou nunca se asumiou de todo nas sociedades dominadas nas escalas mundial, nacional e local. Queremos aumenta-lo coñecemento fundado sobre a cultura en México, pero "México" son en realidade moitos "Méxicos". A coñecida "Revolución mexicana" é en verdade a integración complexa de moitas "revolucionarías" locais. Hai moitas cousas que pasaron, que se taparon e que non están aínda moi claras; sobre todo séguese xerando coñecemento de maneira embiguista, centralizada e heterodeterminada.

7. Dúas historias detrás das cifras

Para conseguir iso é preciso entender (aínda que iso encántalles ós políticos) que o máis inadecuado para poder describir unha práctica cultural é a porcentaxe a secas. "O 60% dos mexicanos non le libros". De

2. FOCYP fai referencia ó proxecto de investigación que figura en González, Jorge: "La voluntad de tejer", *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. 3, nº. 5, Universidad de Colima, 1997 e ó programa informático cos resultados de cartografías culturais que proxectei durante a conferencia.

acordo, pero e ¿iso que? "O 80% vai ó cine" e ¿que máis? É inadecuado non porque estea mal de orixe producir e usa-las porcentaxes e as enquisas, senón porque toda a práctica cultural ten unha dobre historicidade que a explica e que a determina: unha historicidade fundamental que está centrada na traxectoria dos soportes materiais que garanten que esa determinada práctica ou esos discursos ou esas actitudes poidan xerarse. Non é posible que haxa católicos sen templos, sen curas, sen seminarios, sen alguén que imparta e sancione os sacramentos. Non é posible que haxa lectores sen escritores, sen libros, sen bibliotecas e sen casas editoriais.

E esta historia material non se deixa apreixar coas cifras puntuais. Hai que reconstruíla por medio de sistemas de información e contala, recreala, darlle visibilidade científica. Por outra parte temos outra historia que tampouco aparece nas estatísticas comúns e é a historia das disposicións incorporadas, a historia da distribución, desenvolvemento e apropiación dos esquemas simbólicos mínimos para percibir, valorar e escoller determinada práctica cultural e non outra.

Para ser lector e para ser católico ou para ser educando, se non tes esos esquemas, que están desigualmente desenvoltos, distribuídos e apropiados, pois sinxelamente non percibes ese producto ou práctica cultural. Non es parte do seu público.

Se alguén me mostrase a Catedral de Santiago, pero eu non tivese nin idea dela nin tampouco trouxese unha guía ou algo que me axudase a comprender mellor o que me mostran, é moi probable que despois de pasar polo Pórtico de Gloria na Catedral de Santiago de Compostela poidan ser dúas as miñas actitudes: unha a de bota-la lingua ó clareo "¡oh, a magnificencia!". Entón merco unha postal e dígolle "miren eu estiven en Santiago". Non entendín nada nin sei nada, só que é moi grandona e moi bonita, porque non teño as disposicións axeitadas para "degustala" e incorporala á miña experiencia vital.

Se alguén me levase e me proporcionarse más elementos que o meu pobre ou rico sentido común, podería entender e asimila-lo que vexo e sinto un pouco más densamente e menos *mensamente*. Cando falo de "densidade" refírome a unha visión que me permite identificar unha pluralidade de relacións. Sen ela, desenvolvo sen más a *mensidade*³ fronte á inmensidáde. Entón, para mim, unha práctica cultural pode ser más entendida de maneira más proveitosa como o entrecruzamento de dúas historias, de dúas traxectorias que nela converxen: a traxectoria dos equipamentos ou soportes materiais da cultura e a traxectoria das disposicións cognitivas que se desenvolveron e distribuíron de maneira desigual entre as persoas, os espacios e os tempos sociais.

3. Un *menso* é aquel que, cando lle chisan o ollo, non distingue se é un tic, se lle están facendo as beiras ou se é un aruxo. Alguén que ten pouca capacidade para discernir e, polo tanto, nivela a súa propia visión e experiencia das cousas.

Unha é a historia das institucións, axentes e prácticas especializadas na producción, preservación e difusión profesional de representacións do mundo.

Outra é a historia de como nos fomos facendo paulatinamente público das institucións culturais; porque os públicos non nacen, constrúense, vanse facendo no curso do tempo.

8. Unha mirada estrábica por triplicado

"Esquizofrenia" dixen eu hai un momento, para falar da incapacidade de facérmonos preguntas desde a nosa propia especificidade como sociedades e culturas ó investigarmos. Por exemplo, cando no 1985 iniciamos en México o proxecto da relación entre telenovelas e sociedade, os "culebróns" como lle chaman en España, levabamos varias décadas de fabricación e de vermos telenovelas, pero en tódalas universidades mexicanas non había nin un só estudio máis ou menos digno sobre iso. Só se limitaban a dicir -sen fundamento sólido ningún- que eran "unha merda", telelixo, ¡que asco!, pero ninguén sabía aproximadamente cantas persoas a vían e moito menos que facían con elas na súa vida cotiá. De feito as empresas de televisión e as de publicidade sabían más dese fenómeno cultural que as institucións que se supón que están especializadas en volver entendible o mundo: ¡as propias universidades! Unha triple mirada á vez sociocéntrica (só vale o que a miña clase social decide que vale) "iso é de pobres"; etnocéntrica (só vale o que dicta a cultura europea e occidental) "iso é de mal gusto"; e á fin unha mirada androcéntrica ou falocéntrica (só o que se define masculinamente é bo) "porque iso é de muleres". E sen embargo, a pesar da triple cegueira "académica", cada vez había máis público de telenovelas e quince mil persoas só na cidade de México traballaban neses momentos na producción de telenovelas, ¿que sabíamos disto? En realidade, nada, pero co triple prexuízo xa o sabíamos todo: "Televisa, a ITT, a Xerox, o imperialismo cultural son os malos". ¿As telenovelas? Pura alienación. ¿A xente que as ve? Alienada. Listo, xa está, ¿que máis queremos "saber" se xa o sabíamos desde antes de investigar? E ¿para que lle preguntamos á xente, se nós decidimos como é a xente ou ignorámola completamente? ¿Cantas historias do cine hai en México? Varias nas que témo-la historia das películas mexicanas e algunas historias dalgúns directores e actores mexicanos. Pero ¿cantas historias dos públicos? ¿Como medrou a asistencia e se desenvolveu o gusto polo cine en diferentes espacios e tempos? ¿Como se "volveron público" de cine os seus avós aquí en Galicia?

Non se sabe e difícilmente se vai saber sen contar con sistemas de información e sistemas de investigación. Porque ese público invisible é a

xente sen historia, é o perral "que ladre, logo. Nós só facemos historia de bronce, a historia das estatuas magníficas e memorables". Soa horrible, pero é aínda más horrible.

E ó respecto da invisibilidade científica doutras categorías, cóntolles que houbo un erro involuntario de traducción do meu relatorio no resumo publicado do programa e onde di "materias", debe dicir "matrias". Unha cousa é a patria e outra é a matria, a que está pegadiña a ti, a túa matria, a túa identidade territorial básica.

¿E quen estudia as *matrias*? En México tivo que se-lo hoxe historiador don Luis González quen dentro do Colexio de México -unha das importantes institucións fundadas polo exilio español no meu país-, formado nunha tradición de historiografía positivista (o que conta é o documento), decídese a "historia-la" súa vila natal. ¿Como que a súa vila?, ¿que hai importante na súa vila? ¡Ademais faino usando información de parentes seus! ¡Contaminou a verdade! ¡Contaminou a obxectividade! ¡Herexía pura! que a este investigador lle custou varios anos conseguir que no medio científico fose aceptada outra forma de facer historia fixada en dimensións locais e con isto abriu un furado na historiografía mexicana para empezar a traballar historias rexionais, historia das moitas matrias, non historia única *Patria*, senón historias matrias, as do chan querido. Porque esa xente que non aparece na Historia, nin sequera de pano de fondo, adoita se-la que produce desde abaixo, na sombra, neste país, esos países e esas nacións. E o problema é que desa parte da vida e da historia das nosas propias vilas sabemos moi pouco ou case nada. Non ten visibilidade científica.

E creo que ós universitarios correspónelles asumir -polo menos ó comezo- esta responsabilidade de aprender a saber para gañaren graos de autodeterminación para face-lo mundo máis ancho, un mundo no que poidan caber moitos outros mundos.

¿Por que queremos facer redes? Porque queremos aumenta-la masa crítica de xeradores de información, porque queremos dignifica-lo oficio de investigar, porque queremos que os estudiantes e os profesores conectemos e sexamos capaces de pór ó noso servizio, ó da nosa intelixencia e ó noso espírito as tecnoloxías dixitais e de información (e non ó revés como adoita suceder). Queremos tamén que aprendamos a xerar autoestima intelectual, porque entón a tese, os traballíños e as reflexións poderán ser cada vez mellores. ¿Que pode suceder? Que poderíamos xerar estudios comparativos que antes sinxelamente non se podían facer entre Guadalaxara e León e México e Colima e Tijuana. Antes non se podía porque non tiñamos sistemas de información básica dos procesos culturais. Non digo que se poida facer todo agora, pero estamos empezando, en moitas partes, polo menos, a darnos de conta de que non nos damos de conta.

9. Cara a unha cultura de comunicación

En resumo, este relatorio pretendeu sinala-la prioridade estratégica de desenvolver sistemas de información cultural propios, fundados en e para a construción de coñecementos orientados de maneira distinta a como os vivimos vastas zonas do mundo. Dixen que é posible intervir para reorientalas a partir dos intereses e das perspectivas daquelas zonas do mundo nas que non se considerou preciso facelo. E no caso de que así fose, tampouco se cultivou unha actitude permanente de busca documentada de novas soluciones e de respuestas para elaborar, metabolizar e intervir sobre as experiencias da vida e do mundo desde perspectivas más próximas ás nosas características de diferencia que aprendemos a vivir non como diferencias, senón como desigualdades. Desigual é a distribución e o acceso ós soportes materiais da cultura. Desigual é o desenvolvemento e a apropiación das disposicións cognitivas para "degustar" e para asimila-la cultura. Dixen que a desigualdade camiña da man dunha forma vertical e autoritaria de organizármonos para coñecer, que non vemos porque vemos con ela e ela mesma non nos deixa darnos de conta de que ¡non nos demos de conta!

En especial, nas universidades non se desenvolven de maneira suficientemente estendida as habilidades nin as destrezas para aprender a operar con e a deseñar sistemas de información. Quizais se pense erroneamente que iso lle corresponde só ós informáticos. ¡Vaia confusión!

Por outra parte, por primeira vez na historia, o acceso ás máquinas de información é cada vez máis amplio e difundido, pero tampouco desenvolvemos suficientemente unha cultura de investigación que nos axude a nutrir permanentemente as ferramentas dos sistemas de información, que nos axude a identificar problemas prácticos da vida e do mundo social e sexamos capaces de convertelos en problemas de investigación. As novas ferramentas heurísticas son poucas, pobres e cegas a outras posibilidades. As dúas primeiras carencias colócanos e perpetúannos nunha situación dependente e periférica, pouco flexible e por iso mesmo prescindible dentro da nova forma social da era da información. Pero estas culturas de información e de investigación poderían ser desenvolvidas só coa condición de que arrisquémo-lo desenvolvemento doutras nosas más importantes carencias. Tampouco temos unha cultura de comunicación. E iso é posiblemente máis grave. Aprendemos (a forza de acata-la razón do máis forte) a da-la volta só para arriba ou para abajo, e non sabemos da-la volta para os lados. Practicamente en ningunha das más de cen carreiras de moda que xiran ó redor da comunicación en México se ensina e cultiva unha cultura de aprender a comunicarse para aprender a medrar cos outros, non sobre os outros. Unha cultura que sempre busca ser horizontal, dialóxica e participativa.

Esa cultura de comunicación brilla pola súa ausencia e con esa ausencia condenámonos a manter un lugar subalterno que nos foi asignado na historia e que se nos traduce de súpito nunha autoestima intelectual moi baixa e sempre dependente, sempre decadente.

¿Pero de onde máis se vai desenvolver? Se non se desenvolve a partir das universidades nunha comunicación permanente coa sociedade, difícilmente se poderá conseguir. E así, a estratexia para perpetua-la dominación semella moi clara e moi nítida: desactiva-las universidades e os centros de investigación e con isto reducirse áinda máis os graos de auto-determinación que como sociedade e culturas nos urxe gañar e adquirir.

Con isto impídense o desenvolvemento dunha verdadeira masa crítica de xeradores de información e de investigación que sexa capaz de desenvolver, apropiarse e distribuí-las necesidades e as capacidades de tódolos "diferentes" de maneira horizontal. Non se trata de arrasa-las diferencias, senón, pola contra, trátase de cambia-la organización que "nos utiliza" para deseñar outra que poidamos usar e sometela para suscitar-las diferencias, para contemplármolas con detalle e para producirmos plataformas dialóxicas que constrúan espacios máis amplos, elaboracións aseade más cheas de detalle e de perspectiva.

Considero que é importante modificar e intervir na maneira na que nos organizamos para xerar coñecemento e que efectivamente esa forma non se pode separar do coñecemento mesmo. O que queremos facer é redeseñar de maneira horizontal e participativa a forma na que xogamos ó xogo de coñecer.

E como ben dicía J. P. Carse: hai dous tipos de xogos. Os xogos finitos, nos que se trata sempre de gañar, como o fútbol, onde ó rematar alguén gaña e alguén perde. Pero tamén hai xogos infinitos nos que o obxectivo do xogo non é gañar, senón xera-las condicións para que todos poidamos seguir xogando.

A palabra está nas universidades e nas súas comunidades académicas en diálogo creativo. O reto está exposto e os medios tecnolóxicos están por vez primeira na historia ó alcance para que ó organizármonos e desenvolvermos estas tres culturas de información, de investigación e de comunicación, poidamos de maneira realista someter toda a técnica que decidamos ó espírito que tecemos e podemos seguir tecendo.

OS INVESTIGADORES UNIVERSITARIOS DIANTE DA DIVERSIDADE CULTURAL

Francisco Fernández Rei
Instituto da Lingua Galega / Universidade de Santiago

Antes de nada quero agradecerles ós organizadores destas Xornadas, e particularmente ó profesor Xosé López, o convite que me fixeron. Nada teño que ver cos medios de comunicación nin co ensino e a investigación nunha Facultade de Ciencias da Información. Son un filólogo, que desde hai máis de vinte anos leva unha especie de dobre vida académica na Universidade de Santiago de Compostela: polas tardes, e ás veces de mañá, investigo sobre o galego no ILG (Instituto da Lingua Galega) e polas mañás son profesor da Facultade de Filoloxía.

Durante vinte anos expliquei Filoloxía e Lingüística Románica, e ultimamente ensino Sociolingüística Románica, con especial atención á situación social e cultural das linguas e variedades minorizadas. Céntrome en situacions das que non se fala nos medios de comunicación de Galicia nin do resto do Estado español, como o plurilingüismo do Friuli, encrucillada do mundo románico, xermánico e eslavo, onde a lingua maioritaria é a friulana usada por Pasolini en poesía e en teatro; ou o plurilingüismo de Sardeña, onde un millón de persoas falan variedades sardas pero con escasa autoestima da súa fala e onde existen minorías que falan corso, catalán, ligur e mesmo friulano e véneto, aínda que oficialmente a lingua de todos é o italiano. Analizo tamén as diversas situacions do catalán en España: a de Cataluña é coñecida porque se fala dela constantemente nos medios, cando non é pola inmersión lingüística é pola nova lei do catalán ou nas últimas semanas polo caso da Universitat Rovira i Virgili de Tarragona e os exames en catalán na selectividade, pero ben pouco se trata a situación do catalán en Valencia, nas Baleares ou en Aragón.

E tamén analizo a situación de minorías como a romanche suíza, uns 50.000 falantes que nestes momentos teñen algúns dereitos dos que carecen os varios millóns de catalán e de galeofalantes, como é o derecho a teren un pasaporte ou unha carta de identidade en romanche ou a veren no papel moeda a súa lingua a carón das outras linguas da Confederación Helvética.

Na miña intervención nesta mesa redonda vou referirme a estes dous aspectos, ó da investigación que sobre o galego se fai no Instituto da Lingua Galega e á atención ás linguas minorizadas románicas por parte

dalgúns membros do ILG e dalgúns profesores da área de Filoloxía Románica do Departamento de Filoloxía Galega da Universidade de Santiago. Para min estas dúas facetas, a de investigador galeguista e a de docente e investigador romanista, están totalmente interrelacionadas, pois na miña docencia -que sempre fixen en galego como persoal contribución á dignificación do uso da lingua propia de Galicia- calquera aspecto de calquera lingua románica sempre procurei (e procuro) explicalo desde Galicia, confrontándoo na medida do posible co que ocorreu (ou ocorre) na lingua galega, sexa o proceso de construción da lingua literaria romanesa aparellado ó proceso de construción da nación romanesa, sexa a análise da eterna *questione* da procura da lingua culta italiana (desde Dante no séc. XIV a Manzoni no séc. XIX) ou a análise lingüística da complexa tipoloxía de perfectos irregulares do italiano.

E paso a falar en primeiro lugar do ILG e do que se fixo e se fai tanto pola promoción como pola codificación e a investigación da lingua galega¹.

1. O ILG e a promoción e investigación do galego

O actual ILG é un instituto universitario propio da Universidade de Santiago de Compostela, que ten entre os seus obxectivos principais o desenvolvemento da investigación científica e técnica no campo da lingüística galega, tanto sincrónica como diacrónica, labor que vén desenvolvendo ininterrompidamente desde a aprobación do seu proxecto de creación o 26 de xullo de 1971 ó abeiro da Lei de Educación daquela vixente, que prevía o estudio das denominadas "lenguas vernáculas", e dos Estatutos Provisionais da USC, que permitían a creación de institutos de investigación supradepartamentais.

En 1971 pensábase nunha grande institución que desde a Universidade aglutinase as entidades dedicadas ó estudio ou á promoción da lingua galega. A este proxecto contribuíron, xunto coa propia Universidade compostelá, o Instituto Padre Sarmiento, a Real Academia Galega, a Fundación Barrié de la Maza Conde de Fenosa, a Fundación Penzol e o Centro de Estudios Fingoi, institucións que estiveron representadas no Patronato do ILG, presidido polo rector da USC.

Ademais do Patronato, os estatutos da creación do ILG fixaban a existencia dun Consello de Dirección, integrado por catedráticos de disciplinas filolóxicas da antiga Facultade de Filosofía e Letras (o catedrático de Filoloxía Románica, o de Lingüística e Literatura Galega e o de Gramática Histórica), o daquela único profesor de Filoloxía Galaico-Portuguesa, un

1. No relativo ó ILG sigo un traballo que sobre esta institución redactei para un tomo monográfico sobre a lingua galega que vai publicarse como anexo da *Gran Enciclopedia Gallega*.

representante dos investigadores cando os houbese, doux catedráticos ou investigadores de materias lingüísticas afíns, nomeados polo rector por proposta do Patronato, e o secretario do Instituto.

Actualmente o ILG réxese por un Consello de Goberno que preside o rector da USC e que integran senllos representantes da Consellería de Educación da Xunta de Galicia, da Real Academia Galega, do Consello da Cultura Galega e da Fundación Pedro Barrié de la Maza, Conde de Fenosa, así coma o decano da Facultade de Filoloxía da USC, o director do Departamento de Filoloxía Galega da USC e o director e o secretario do ILG.

Tódolos membros doutores do persoal científico do ILG integran o actual Consello Científico, presidido por un director. Desde a súa creación en 1971 ata novembro de 1990 para a dirección foi nomeado Constantino García, quen nada máis ocupa-la cátedra de Filoloxía Románica da USC en 1966 comezou a dedicar xente e recursos para traballar no ámbito da materia de lingüística galega, daquela praticamente descoñecida para os romanistas. Desde finais de 1990 á actualidade (abril do 2000) o director do ILG é Antón Santamarina.

1.1. Promoción do galego

En 1975 o ILG, en colaboración co Instituto de Ciencias da Educación da USC, empezou a formación do profesorado de lingua galega de EXB, labor que continuou nos comezos dos anos 80 a través da Subdirección Xeral do Ensino da Lingua Galega da Xunta de Galicia preautonómica. Antón Santamarina Fernández, daquela secretario do ILG, no breve período en que actuou como primeiro responsable dessa Subdirección, introduciu a lingua e a literatura galega no ensino non universitario e puxo as bases para a habilitación de mestre e de profesor de galego e a estrutura dos cursos de reciclaxe para mestres e profesores.

Ramón Lorenzo foi responsable das primeiras programacións de lingua galega no bacharelato e en COU. E membros do ILG foron os diferentes coordinadores do Seminario de Lingua Galega de COU para todo o distrito universitario galego, así coma os que impartiron a docencia teórica e práctica nos Cursos de Verán de Lingua e Cultura Galega para Estranxeiros dirixidos por Manuel González González desde o ano 1988.

Membros do ILG foron os asesores lingüísticos das revistas *Vagalume. Publicación infantil e xuvenil* (1975-78) e *Teima. Revista galega de información xeral* (1976-77), as primeiras publicacións periódicas non clandestinas escritas enteramente en galego en Galicia despois de 1936. Por outra parte, o ILG participou na traducción do actual *Misal Romano* (1987); e deste Instituto ou dos seus cursos de formación saíu a maior parte dos pri-

meiros asesores lingüísticos de diferentes organismos da administración: Radio e Televisión Galega, Universidade de Santiago de Compostela, Parlamento de Galicia, Xunta de Galicia e Audiencias.

Ademais no seo do ILG elaboráronse vocabularios xurídicos e administrativos, así como cadernos de formularios (*Formularios de documentación municipal*, I e II 1986, III 1988; *Formularios da administración educativa de Galicia*, 1988).

1.2. Codificación do galego

A preocupación do ILG pola depuración e pola unificación do galego escrito, observable desde a publicación de manuais para ensino do galego para adultos *Galego 1* (1971), *Galego 2* (1972) e *Galego 3* (1974), levouno a coordinar uns seminarios, desde decembro de 1976 a xuño de 1977, nos que participaron investigadores do propio ILG, algúns académicos da RAG e escritores e lingüistas con diferentes sensibilidades sobre a norma do galego. Os resultados deses seminarios foron as *Bases prá unificación das normas lingüísticas do idioma galego* (1977), texto que constituíu un paso importante no proceso de estandardización do galego moderno.

Estas *Bases* foron o punto de partida sobre o que traballaron os membros do ILG e da RAG que redactaron as *Normas ortográficas e morfolóxicas do idioma galego* de 1982 (de 1996 a 15^a ed.), que foron oficializadas en novembro de 1982 (Decreto 1731/82 da Xunta de Galicia). E membros do ILG, a título particular, participaron no equipo de galegos e asturianos que redactaron as *Normas ortográficas e morfolóxicas del galego de Asturias* (1990), que editou a MDGA (Mesa prá Defensa del Galego de Asturias e da Cultura da Comarca).

De 1989 é a publicación (en edición non venal) do *Vocabulario Ortográfico da Lingua Galega* (versión provisional), coñecido como VOLG, e que no seu día foi coeditado coa RAG. Son unhas 50.000 entradas coas que se pretende fixa-las formas consideradas correctas no galego moderno, polo que vén a ser un complemento das *Normas ortográficas e morfolóxicas* de 1982. No relativo á selección de entradas ese *Vocabulario* foi seguido pola práctica totalidade dos autores de diccionarios e de vocabularios especializados editados nos anos 90. E foi así mesmo a base para *Corrixe. Corrector ortográfico da lingua galega* (1997), editado pola Dirección Xeral de Política Lingüística da Xunta de Galicia, e para a nova versión que se fixo dese corrector, *Galgo* (1999).

1.3. Investigación do galego

As principais liñas de actuación I+D que se desenvolven no ILG son a recolleita e a plasmación cartográfica do galego oral, así como a edición

de etnotextos e a creación dun Arquivo do Galego Oral; a creación dun Tesouro Lexicográfico do galego; a elaboración dun diccionario xeral do galego; a elaboración informatizada de correctores da lingua galega; o estudio da onomástica antiga e moderna; a codificación gramatical e léxica do galego moderno; a elaboración de material didáctico para o ensino da lingua galega; a análise acústica do galego; e edición de textos medievais, a descripción do galego antigo e a das outras fases do idioma.

O ILG non conta con persoal investigador de seu. Practicamente todos doutores do Consello Científico son profesores do actual Departamento de Filoloxía Galega da USC, ben da área de Filoloxía Románica, ben da área de Filoloxías Galega e Portuguesa. O ILG organízase en seccións, que paso a enumerar xunto cos principais proxectos en curso:

A) Sección de Lexicografía

Nesta sección Antón Santamarina dirixe desde comezos dos 90 o proxecto *Base de Datos Lexicográfica*, un enorme ficheiro electrónico que a finais de 1999 contiña uns dez millóns de rexistros, correspondentes a unhas 1.000 obras concordadas e lematizadas. Trátase de textos literarios, ensaísticos e científicos en lingua galega desde os séculos escuros á actualidade, así como escolmas de textos orais, moitos deles inéditos, que constitúen un grandioso corpus co que poder redacta-lo necesario e urgente gran diccionario do galego moderno, e a partir do cal poder tamén redactar diccionarios de uso e de sinónimos, entre outros futuros diccionarios.

Editouse no 2000 un *Diccionario de diccionarios*, texto en versión electrónica no que figuran todos os diccionarios da lingua galega do séc. XIX e os redactados ata mediados do presente século, entre eles o enciclopédico de D. Eladio Rodríguez. O responsable deste *Diccionario* é o propio Santamarina.

Desde comezos dos anos 80 o ILG colabora coa Real Academia Galega en traballos de estandardización e moi particularmente co Seminario de Lexicografía da RAG en diversos proxectos de codificación léxica do galego moderno. Así mesmo colaborou coa Dirección Xeral de Política Lingüística na elaboración de diversos vocabularios temáticos e actualmente faino na preparación de correctores informatizados para a lingua galega como os citados *Corrixe* (1997) e *Galgo* (1999). E nos 90 empezou a colaborar coa Consellería de Xustiza e Interior en aspectos de terminología xurídica e de traducción de textos xurídicos.

B) Sección de Onomástica

Ana Isabel Boullón Agrelo é a principal responsable do *Proxecto para a elaboración dun diccionario de apelidos galegos*, para o que se parte dun corpus dunhas 20.000 entradas seleccionadas pola orde de frecuencia no

elenco onomástico. Cada entrada vai contar, polo menos, con información etimolóxica e histórica (indicando a datación máis antiga a partir das coleccións documentais medievais) e con información dialectolóxica (con atención ás posibles variantes) e xeográfica.

O ILG colabora coa Consellería da Presidencia e particularmente coa súa Comisión de Toponimia, que ten a súa sede no ILG e da que Santamarina é secretario, coa finalidade de fixa-la forma galega oficial de tódalas entidades de poboación galegas. Este ambicioso proxecto está a punto de finalizar, pois xa se publicaron os dictames dos concellos das provincias meridionais (*Nomenclátor de Galicia. Ourense, 1996; Nomenclátor de Galicia. Pontevedra 1998*) e están praticamente ultimados os dictames relativos ós concellos das provincias de Lugo e da Coruña.

C) Sección de Dialectoloxía e Xeografía Lingüística

O proxecto máis importante desta sección é a redacción do *Atlas Lingüístico Galego* (ALGa), para o que se fixeron os inquéritos no período 1974-77. Constantino García e Antón Santamarina son os directores do proxecto, mentres que Rosario Álvarez Blanco, Francisco Fernández Rei e Manuel González González foron os investigadores que recolleron todo o material na rede de 167 puntos do dominio lingüístico galego enquisado, incluída a franxa exterior (A Terra Navia-Eo, O Bierzo occidental e As Portelas), á vez que se encargan da coordinación dos diferentes volumes. Na elaboración do ALGa participaron e participan moitas outras persoas, que a través deste proxecto cartográfico se forman e toman contacto coa investigación dialectolóxica e coa xeografía lingüística.

En 1990 publicouse o vol. I (*Morfoloxía verbal*, 2 tomos), coordinado por Fernández Rei; en 1995 publicouse o vol. II (*Morfoloxía non verbal*), coordinado por Rosario Álvarez; e en 1999 apareceu o vol. III (*Fonética*), coordinado por M. González González. Prevese a edición de nove tomos léxicos, o primeiro deles editarase a finais do 2001.

O equipo do ALGa está proxectando a elaboración dun *Diccionario Electrónico do Atlas Lingüístico Galego* para que o diccionario e o atlas se integren nun CD-ROM, de xeito que a aplicación que utilice os datos poida pasar dunha palabra do diccionario á descripción das variacións morfolóxicas, léxicas e fonéticas representadas graficamente nun mapa. Ademais, estas variacións ilustraranse co son de mostras de fala coas características máis representativas de cada bloque de variacións lingüísticas.

O ILG participa no *Atlas Linguarum Europae* (ALE) (vol. I, fasc. 1º 1983), proxecto dirixido por Mario Alinei no que se cartografan tódalas linguas europeas existentes entre Fisterra e os Urais, que conta cos auspicios da UNESCO. E tamén participa no *Atlas Linguistique Roman* (AliR) (vol. I, 1996), dirixido por Gaston Tuailhon e Michel Contini da Universidade de

Grenoble, sede deste proxecto panrománico financiado pola Comisión das Comunidades Europeas, polo Ministerio de Ensino Superior e da Investigación francés e polo CNRS. O principal responsable do ILG na confección do AliR é Manuel González. Ademais, os investigadores do ALGa recollerón o material de campo relativo ós puntos de Galicia e das comarcas estremeiras de lingua galega que van aparecer no *Atlas Lingüístico de España y Portugal* (ALEP), dirixido por Manuel Alvar, e están a colaborar en proxectos cartográficos co equipo do Centro de Lingüística da Universidade de Lisboa que prepara a edición do *Atlas Lingüístico de Portugal*.

D) Arquivo do Galego Oral

Desde a súa fundación en 1971 o ILG tivo entre as súas principais liñas de investigación a recolleita sistemática do galego oral, ben para redactar monografías gramaticais e léxicas, ben para cartografiar ese material para estudos posteriores, como no caso do ALGa. Asemade, de xeito praticamente ininterrompido desde o ano 1974 á actualidade, diversos investigadores do ILG realizaron *in situ* gravacións de etnotextos en todo o dominio lingüístico do galego, á vez que dirixiron traballos académicos moi diversos nos que o material fundamental para analizar era unha mostra do galego oral con un ou con varios informantes. Estas gravacións, xunto con outras en depósito de xente allea ó ILG, conforman o *Arquivo do Galego Oral*, que desde hai uns anos está a ser organizado por F. Fernández Rei, coa colaboración de Carme Hermida.

Este Arquivo contén actualmente unhas 2.000 horas de gravacións, con voces duns 6.500 informantes da maior parte dos 315 concellos da Galicia administrativa e de parte dos 38 concellos de lingua e cultura galega da franxa exterior (A Terra Navia-Eo, O Bierzo occidental e As Portelas). Un subarquivo de etnotextos dos anos 90 constituíse, fundamentalmente, a partir de dous proxectos dos que Fernández Rei era o principal responsable *Recollida e transcripción de etnotextos para a creación do ADLG (Arquivo Dialectal da Lingua Galega)* e *Actualización do Arquivo do Galego Oral*. Este subarquivo en xaneiro de 1999 contiña as voces de máis de 4.000 informantes de diversas xeracións, nunhas 1.200 horas gravadas, correspondentes a 1.312 parroquias de 271 concellos do dominio lingüístico galego. Entre os puntos enquisados hai parroquias cunha única mostra oral e dun único informante, pero tamén as hai con varias mostras xeracionais.

A única publicación que ata o momento se fixo con etnotextos do Arquivo do Galego Oral foi o audio-libro *A nosa fala. Bloques e áreas lingüísticas do galego* (1996), edición preparada por F. Fernández Rei e Carme Hermida, en colaboración con bolseiros do Arquivo Sonoro de Galicia do

Consello da Cultura Galega. Trátase de textos de diferentes xeracións co fin de que se poida apreciar mellor a variación da lingua, e tamén coa finalidade de presentar unha panorámica de como falamos e de como estamos no mundo nós, os galegos.

E) Sección de Fonética e Fonoloxía

Nesta sección Manuel González e Xosé Luís Regueira dirixen o proxecto *Fonética galega*, con diversos subproxectos cos que se pretende realizar unha descripción da fonética acústica e articulatoria da lingua galega moderna, así como a entoación e a prosodia. E asemade tamén se investiga sobre a variación e a estandardización e sobre a didáctica da fonética galega.

Actualmente estase traballando no establecemento dun estándar oral, o relativo á correcta pronuncia dos sons illados, labor ó que corresponde *Os sons da lingua* (libro e CD, 1998), coordinado por Regueira.

F) Sección de Gramática

Rosario Álvarez Blanco dirixe o proxecto *Gramática xeral descriptiva da lingua galega*, que ten como obxectivo final unha moi ambiciosa descripción que atenda a tódalas partes da gramática moderna (fonética e fonoloxía, morfoloxía nominal e verbal, sintaxe da frase e da oración e semántica léxica), que teña en consideración as variantes dialectais, sociais e estilísticas da lingua, e tamén dirixe o proxecto dunha *Gramática da lingua galega* (Álvarez Blanco 1996), unha obra de referencia que informe do comportamento grammatical do galego de xeito conciso.

Xavier Varela Barreiro é o investigador principal do proxecto *Gramática histórica da lingua galega*, que ten como principais obxectivos a próxima publicación dun manual de gramática histórica do galego, a dixitalización de tódolos textos medievais editados ata o momento, a confección dunha base sintáctica para o estudio da historia da lingua, o contraste sistemático dos textos medievais galegos e portugueses, a elaboración dos glosarios parciais e global do galego medieval e a elaboración dun estudio da variación dialectal na fase medieval.

G) Sección de Lingüística Aplicada

Un equipo dirixido por Henrique Monteagudo redactou e publicou en 1993 o *Nivel soleira (versión provisional)* relativo á lingua galega, correspondente á familia das descripcións *Threshold Level* de linguas europeas, proxecto do Consello de Europa iniciado en 1971. Este *Nivel soleira* inclúe unha relación pormenorizada das funcións e das nocións requeridas para unha comunicación simple pero efectiva e os recursos lingüísticos necesarios para levalas a cabo.

H) Sección de Historia da Lingua

Nesta sección Ramón Mariño Paz dirixiu no período 1992-96 o proxecto *Historia do galego escrito*, do que derivaron, entre outras publicacións, estudos sobre a lingua escrita do Padre Sarmiento da autoría de Rosario Álvarez, Ernesto González Seoane, Ramón Mariño e Xosé Xove publicadas nas *Actas do Congreso Internacional do tricentenario de Fr. Martín Sarmiento (1695-1995)*, así coma o completo artigo de Benigno Fernández Salgado e Henrique Monteagudo "Do galego literario ó galego común. O proceso de estandardización na época contemporánea" (1995). E parte do material do devandito proxecto empregouno R. Mariño na redacción do amplo manual *Historia da lingua galega* (1998).

No relativo á historia social, a título individual e non como resultado de proxectos, hai importantes contribucións sobre diferentes aspectos da historia social da lingua galega, entre os que poden salientarse traballos de H. Monteagudo como o artigo "Aspectos sociolingüísticos do uso do galego, castelán e latín na Idade Media en Galicia" (1985) ou a recente *Historia social da lingua galega* (1999). E así mesmo a monografía de Carme Hermida *Os precursores da normalización. Defensa e reivindicación da lingua galega no Rexurdimento (1840-1891)*, relativa á análise da conciencia lingüística no séc. XIX, publicada en 1992 (un volume de teoría e outro cunha escolma dos textos estudiados).

I) Edición de Textos

Ramón Lorenzo dirixiu nos últimos anos o equipo do ILG que transcribiu uns 1.800 documentos do mosteiro de Montederramo, correspondentes ós séculos XII-XVI. Nestes momentos está disposto para a súa edición o volume coa introducción, lectura e estudio deses documentos, e mesmo informatizado o material para un posible glosario. Ademais está preparando a edición de documentos do mosteiro de Oia, así como documentos de Noia e de Muros.

Fernando R. Tato Plaza editou en 1999 o *Libro de notas de Álvaro Pérez, notario da Terra de Rianxo e Postmarcos (1457)*, que contén o texto manuscrito e mailo glosario de voces contidas na obra, excelente contribución para un futuro *Diccionario Histórico da Lingua Galega*.

L) Bibliografía de Lingüística Galega

Un equipo coordinado por Xosé Luís Regueira comezou en 1989 o levantamento de materiais bibliográficos para elaborar unha relación de obras, de estudios e de artigos sobre o galego. Os primeiros froitos desta investigación apareceron na revista *Cadernos de Lingua* (1990-92). O mesmo equipo redactou a *Guía Bibliográfica de Lingüística Galega* (1996),

unha selección de 2.386 fichas bibliográficas, desde Sarmiento ó remate de 1995. A guía estructúrase en dez seccións temáticas de desigual extensión. No comezo dos epígrafes e subepígrafes de cada sección os autores da Guía fan unha segunda escolma ó comentaren o valor que teñen os traballo considerados máis representativos (valor historiográfico, vixencia actual pola súa metodoloxía, indicación de se a obra é de tipo xeral ou máis ben complementaria, etc.). E mesmo hai unha terceira selección das fichas cando se indica se tal ou cal obra é a mellor ou a más completa dun campo analizado. Deste xeito cúmprese o dobre obxectivo selectivo e orientador da Guía de 1996.

M) Diccionario Literario Galego

É un proxecto coordinado por Dolores Vilavedra coa finalidade de redactar un compendio crítico e informativo da produción literaria galega e dos seus autores e asemade facer unha análise dos diferentes elementos que configuran o fenómeno literario desde a literatura galega. A Editorial Galaxia de Vigo foi a promotora e auspiciadora da elaboración deste *Diccionario Literario*.

Prevese a edición de catro volumes. Publicouse o vol. I Autores (1995), dedicado ós produtores de obra literaria galega, e o vol. II *Publicacións periódicas* (1997), onde se fai unha análise das principais publicacións que serviron de soporte á literatura galega. O volume III (previsto para o 2000) será un compendio e comentario das principais obras literarias, tanto da fase medieval como da moderna e contemporánea, mentres que o vol. IV se centrará nos termos literarios, estudiados desde a perspectiva da literatura galega.

N) Sección de Sociolingüística

A Sociolingüística é unha liña intermitente no ILG desde os anos 80. De mediados desta década é o informe *Aspectos sociolingüísticos do bilin-güismo en Galicia segundo os alumnos da 2ª etapa de EXB* (1986), elaborado por un equipo coordinado por Henrique Monteagudo. E a mediados dos 90 Modesto A. Rodríguez Neira dirixiu no seo do ILG un proxecto sobre a situación do galego na universidade compostelá, que deu como resultado o informe *O idioma na Universidade de Santiago de Compostela (Resultados dun inquérito realizado no curso 1995-1996)*, editado en 1998.

Son moitos os artigos sobre diversos aspectos da situación social do galego publicados nos anos 90 por membros do ILG, entre os que salientan "Galician and Castilian in contact: historical, social and linguistic aspects" de H. Monteagudo e A. Santamarina, no vol. 5 de *Trends in Romance linguistics and philology. Bilingualism and linguistic conflict in Romance* (1993), e "Sociolingüística" do galego, de Manuel González no

vol. VI, 2 do *Lexikon der Romanistischen Linguistik* (1994). A situación do galego nos medios de comunicación foi analizada por Carme Hermida en diversos artigos.

A problemática da estandardización e da elaboración do galego moderno son liñas nas que teñen traballado Santamarina, Fernández Rei e Monteagudo Romero, como se pode apreciar, por exemplo, no volume de artigos de Monteagudo *Estudios de sociolingüística galega. Sobre a norma do galego culto* (1995) ou o meu traballo "A elaboración do galego moderno. Contribución da traducción galega de *I promessi sposi* de Manzoni a este proceso" (1998). Santamarina tense ocupado, ademais, da estandardización do galego de Asturias, León e Zamora e da planificación desas falas.

O labor de investigación realizado no seo do ILG nos anos 70 e 80 sobre a descoñecida lingua galega e a difusión dese labor, ben a través de congresos de romanística, ben a través da revista *Verba* e dos seus anexos, que neses anos era dirixida por Constantino García e tiña a Antón Santamarina como secretario, fixo que os editores do *Lexikon der Romanistischen Linguistik* (LRL), unha completísima e actualizada encyclopedie da romanística que comezou a editarse en 1988, encargasen a membros do ILG a práctica totalidade das entradas relativas á lingua galega, que se publicaron no vol. VI, 2 *Galegisch, Portugiesisch / Gallego, Portugués* (1994). Agás a entrada sobre onomástica, publicada en alemán e da autoría dun romanista alemán, as entradas sobre o galego do LRL están todas en lingua galega, o que a converte na única lingua minorizada usada nesa encyclopedie, obra de referencia na romanística actual.

2. Estudio de linguas románicas minorizadas

Antón Santamarina e eu mesmo diriximos un proxecto relativo ó estudio da situación das linguas e variedades minorizadas da Romania, con atención á súa vitalidade etnolingüística e ó diferente grao de elaboración desas linguas, así como ós efectos da situación de plurilingüismo. A este proxecto, no que colaboran doutores da área de Filoloxía Románica non pertencentes ó ILG, corresponde a recente publicación *Estudios de sociolinguística románica. Linguas e variedades minorizadas* (1999), unha obra feita desde Galicia e en lingua galega (soamente o traballo sobre o mirandés está en portugués), onde falan especialistas en diversas linguas e variedades minorizadas, unhas cuns miles de falantes (aranés, mirandés, aragonés), outras que superan os cen mil falantes (corso, asturiano) e unhas terceiras con más do millón de falantes (sardo ou catalán). Inclúese ademais un amplo traballo sobre o romanés, lingua estatal con vinte e tantos millóns de falantes en Romania e con más de tres millóns en Moldavia, pero praticamente descoñecida a súa situación.

A maioría dos textos houbo que traducilos do orixinal inglés, francés, italiano, español... e os exemplos de cada lingua minorizada analizada están traducidos todos ó galego. Boa parte destes textos proceden de cursos, xornadas e seminarios organizados nos anos 90 por profesores da área de Filoloxía Románica da USC.

Xa estamos programando un novo volume no que se analicen outras situacions de contacto lingüístico non contempladas no primeiro e no que se actualicen algunhas das xa presentadas, co obxecto de continuar dando a coñecer desde Galicia situacions sociolingüísticas que sirvan de interese para a análise da nosa propia realidade. Con este volume -e cos que se editen no futuro- queremos contribuír á plena normalización do uso do galego como lingua científica e asemade contribuírmos a espertar dalgún xeito o interese e o estudio por esoutras situacions, nalgúns casos tan próximas física ou tipoloxicamente, pero tan afastadas polo xeral descoñecemento da súa existencia.

Nos últimos anos existe un grande interese -ou simple curiosidade- pola situación das diversas situacions de minorización, mesmo en zonas onde non hai situación de conflicto lingüístico. Estou pensando nos diversos ciclos de conferencias que sobre as linguas de España organiza a Fundación El Monte de Sevilla, ou os que recentemente se organizaron en cidades castelás como Cuenca ou Ávila. No verán de 1999 a UNED tivo un curso de verán en Ávila sobre a pluralidade lingüística de España con moitos alumnos das zonas de España onde non se fala galego, catalán ou éuscaro.

Hoxe na Universidade de Santiago contamos con profesores nativos de catalán e de romanés, e espero que algún día na USC teñamos profesores nativos doutras linguas minorizadas, como a friulana, a sarda, etc., para mellor contribuír ó coñecemento e a investigación da diversidade cultural europea.

E tamén espero que algún día en calquera universidade española poida haber ensino de lingua e de literatura galega, vasca e catalana, e mesmo da asturiana e da aragonesa. Hai agora dez anos, en marzo de 1990 os directores dos departamentos de filoloxía galega, vasca e catalana das universidades españolas dirixímonos a Javier Solana, daquela ministro de Educación y Ciencia, para que o Ministerio dotase prazas desas materias nas universidades que o solicitasesen, para así poder proporcionarles ós estudiantes españois a posibilidade de estudiaren calquera das linguas de España. No noso escrito partiamos de que no seu artigo 3.3 a Constitución española afirma que "A riqueza das distintas modalidades lingüísticas de España é un patrimonio cultural que será obxecto de especial respecto e protección", e que establece a necesidade de adopción de medidas positivas encamiñadas a garanti-la conservación

deste patrimonio cultural. Considerabamos que unha das medidas más eficaces para levar iso a cabo consistía en garantir que as áreas de coñecemento correspondentes puidesen desenvolver un grao de actividade docente e investigadora en tó dolos centros de ensino superior, e non só nas comunidades autónomas onde se imparte galego, catalán e vasco, senón que tamén era necesario fomenta-lo estudio das linguas de España en universidades que non están dentro do seu dominio lingüístico.

Antes de achegarlle o escrito a Javier Solana levouse ó II Congreso Internacional de la Lengua Española que se celebrou en Sevilla a comezos de marzo. Alí os hispanistas aprobaron un documento no que se salientaba a importancia dos idiomas galego, vasco e catalán, pero rexeitáron totalmente a dotación de prazas para ensinar estas linguas, excusándose en razóns de diversa índole (administrativas, de competencias, de oportunidade...), tal como informaba *El País*². A petición de apoio para a proposta do ensino de galego, vasco e catalán nas universidades españolas quedaba rebaixada ó anecdótico, ante a forza do sector encabezado polo daquela presidente da Real Academia Española, tal como salientaba *A Nosa Terra* (nº. 424, marzo 1990).

A pesar do non apoio dos hispanistas, os directores dos departamentos de filoloxía galega, vasca e catalana enviámoslle a proposta ó Ministro, á vez que lle solicitamos unha entrevista. Non houbo resposta de ningún tipo nin para a entrevista nin sobre o escrito. O mellor habería que facer de novo unha proposta semellante, pois se cadra o PP é hoxe máis sensible do que o foi o PSOE: o presidente do goberno, polo visto, fala catalán na intimidade e hai uns días o goberno do PP defendía nun organismo da ONU a política lingüística da Generalitat de Cataluña.

Remato xa esta miña intervención cunhas palabras que tomo e adapto dun meu amigo sardo, Diegu Corraine, director e dinamizador da editorial Papiros, que desde os anos oitenta publica moi diverso material só en lingua sarda: *nestes momentos en que todo o mundo defende a biodiversidade como aposta para a supervivencia do planeta, queremos apostar desde este Finisterrae románico atlántico pola etnodiversidade como garantía da supervivencia da humanidade e do equilibrio das culturas.*

2. Neste xornal madrileño pode verse información abonda sobre o debate desa proposta no congreso de hispanistas. A información a toda plana dos días 8 e 9 de marzo de 1990 relativo a ese congreso centrouse exclusivamente no debate da proposta: "Filólogos reunidos en Sevilla piden que se enseñe catalán, gallego y vasco en todas las universidades" (título do 8.3.90, p. 34) e "El congreso de Sevilla rechaza la donación de plazas para enseñar catalán, vascuence y gallego" (9.3.90, p. 35).

A DIVERSIDADE CULTURAL NA SOCIEDADE DIXITAL: RESPOSTAS INSTITUCIONAIS E RETOS PARA A FORMACIÓN

José Vicente Castaño

1. Introducción

Conservar e defende-la diversidade cultural, nunha sociedade na que as novas tecnoloxías da información e da comunicación avanzan con moita rapidez, está a resultar un gran reto para as institucións de tódolos ámbitos. Semella difícil e contradictorio saber compaxinar dúas forzas aparentemente opostas: unha delas *centrífuga*, que nos afasta do noso “centro” natural, e outra *centrípeta*, que tenta achegarnos cada vez máis a esa orixe. Algunhas institucións supranacionais, como a Unión Europea e a UNESCO, trataron –en diferentes tempos, xeitos e calado– a resolución deste paradoxo. Segundo as súas directrices, o sistema educativo, e más en concreto a educación superior, desempeña un papel esencial que se debe traducir en que, canto antes, asuma o liderado social no desenvolvemento da diversidade cultural, utilizando para isto –con conciencia de uso, e só como potente ferramenta– os recursos tecnolóxico-comunicacionais que a im-plantación xeneralizada do dixital implica.¹

2. Un contexto contradictorio

2.1. Diversidade cultural e sociedade dixital

A sociedade dixital caracterízase, fundamentalmente, pola xeneralización a escala mundial de tecnoloxías onde os sistemas analóxicos clásicos se transformaron en binarios. Esta dixitalización acompaña irreversiblemente dun aumento das capacidades de transmisión e almacenaxe de datos, e da difusión global de redes telemáticas, o que permitiu que a información, de toda caste, circule a escala planetaria.

Esta sociedade da información non só transcende deste xeito as fronteiras nacionais, senón que case universaliza algúns valores, modelos e pautas de comportamento. Este é o movemento que denominamos “centrífugo”.

Por outra banda, e case de xeito simultáneo, esténdese a percepción da necesidade de valorar na súa xusta medida, rescatar, potenciar e difundi-las peculiaridades culturais propias de cada pobo, rexión e nación. Alingua vernácula, as tradicións primitivas, as festas autóctonas da gastronomía propia, o patrimonio arquitectónico e monumental... teñen cada vez máis consideración entre os naturais e as institucións

máis próximas. Se lle engadimos a isto un exemplo máis –entre os moitos que se podían tirar– como a proliferación tamén cada vez maior de medios de comunicación locais e rexionais –“micro-medios”– que precisan encher de contidos diversos as súas páxinas e programacións, podemos concluir que existe unha “rexionalización” progresiva da sociedade: un movemento “centrípeto” que concentra e asimila os coñecementos propios e super-circunscritos.

2.2. Unha sucesión de paradoxos: a diversidade dixital

Ámbalas dúas forzas están acrecentando ós poucos a súa posición. As contradiccionés –aparentes ou reais– da dualidade globalización-rexionalización emerxen cada día manifestando xa non só o enfrentamento entre a inmaterialidade (do bit) e a materialidade (do átomo), senón outra serie de sen sentidos que poñen en perigo a diversidade cultural dos pobos e das rexións.

A creación dunha “cultura dixital” uniforme e global (caracterizada por unha linguaxe propia, unhas normas e protocolos concretos, unha economía exclusiva, uns problemas comúns...), a utilización dominante dunha lingua, a desaparición absoluta da dimensión espacial (eliminación das fronteiras nacionais, aparición do turismo cibernetico, expansión da tele-educación e tele-traballo...), o illamento individual... dificultan a protección das culturas nacionais, poñen en dúbida a pluralidade das identidades, o coñecemento real do patrimonio, o respecto ás minorías e, en definitiva, a auténtica democratización das sociedades.

Nin diversidade cultural nin sociedade dixital. Nun mundo polarizado, no que os que teñen fan de máis e os que non teñen tamén, nós aproximámmonos, se non chegamos xa, a unha “diversidade cultural”, onde está a resultar más cómodo, sinxelo e común, aprecia-la pluralidade das culturas e dos pobos nas pantallas electrónicas conectadas a redes telemáticas.

3. A réplica institucional

Fronte a este panorama xurdiu, como non podía ser menos, unha resposta institucional. Resposta que, segundo o noso criterio, é inspirada exclusivamente polo temor. Temor ó desconocido pero máis temor á dominación –unha nova colonización, á fin e ó cabo– dos países más desenvolvidos sobre os menos. Dos chamados info-ricos (situados no centro e cos coñecementos e o poder para facilita-la información) sobre os info-pobres (situados na periferia e relegados a seren meros consumidores), duns valores consolidados sobre outros incipientes. É dicir, de Europa sobre Estados Unidos e Xapón, ou dos países do Caribe sobre os do poderoso G7.

3.1 UNESCO: bases fundamentais para a convivencia

Unha das institucións que antes perfilou como necesario e prioritario o desenvolvemento da diversidade dos pobos e nacións é, debido á súa particular e plural composición, a UNESCO. Dende hai décadas tivo como unha das súas máximas o recoñecemento da importancia capital da cultura como instrumento de coñecemento e entendemento mutuo de tódolos pobos do mundo; algo que incluso se traduciu, máis recentemente, nun compromiso solemne. Na “Declaración sobre as Responsabilidades das Xeracións Actuais coas Xeracións Futuras” (12/Nov./1997) destácase de xeito esencial a necesidade de que as xeracións presentes preserven a diversidade cultural:

As xeracións actuais deberán velar por preserva-la diversidade cultural da humanidade respectando debidamente os dereitos humanos e liberdades fundamentais. As xeracións actuais teñen a responsabilidade de identificar, proteger e conserva-lo patrimonio cultural material e inmaterial e de transmitir ese patrimonio común ás xeracións futuras. (Artigo 7).

Coa chegada da sociedade dixital, a UNESCO constatou mellor que ningún a importancia do dominio da tecnoloxía da información, a súa relación co desenvolvemento económico, social e cultural e a acentuación das diferencias existentes entre os países importadores e exportadores desta tecnoloxía. Deste xeito emprende unha dobre tarefa: dunha banda tenta buscar métodos de equilibrar e contrarrestar esta oposición de forzas; e por outra decídese –aínda que máis ben de xeito serodio xa que as primeiras iniciativas datan de mediados dos noventa– a empregar tamén estas tecnoloxías como instrumento para a difusión de ideas, coñecementos, proxectos impulsados neste senso.

No eido educativo un dos alicerces básicos desta institución foi e segue a ser obxectivo prioritario neste sentido. Na *Declaración Mundial sobre a Educación Superior no Século XXI* (9/Out./1998) non só se sinala que a educación debe:

Contribuír a comprender, interpretar, preservar, reforzar, fomentar e difundir las culturas nacionais e rexionais, internacionais e históricas, nun contexto de pluralismo e diversidade. (Artigo 1d).

Ademais, subliña (artigo 12) o potencial, os desafíos e a importancia da utilización das novas tecnoloxías, como instrumento útil para a imprescindible renovación dos métodos pedagóxicos, para facilita-lo acceso ó saber, corrixindo as graves desigualdades sociais existentes entre os países, adaptando as novas tecnoloxías ás necesidades locais

e rexionais, e promovendo o acceso equitativo a este tipo de infraestructuras.

A pesar da súa fama de utópica, a UNESCO ten en marcha varios proxectos e programas que dedican gran parte do seu orzamento a actividades relacionadas coa diversidade cultural, enmarcadas de xeito expreso na sociedade dixital. A Olimpíada Cultural 2000-2004 -que coa escusa dos Xogos Olímpicos de Atenas organizará un conxunto de actividades e manifestacións culturais de alcance global- ou o Foro Universal das Culturas de Barcelona 2004 -que constituirá unha iniciativa única de encontro, reforzo e mutuo coñecemento da diversidade cultural mundial- son só algúns dos exemplos más visibles entre máis de trinta programas contemplados nos orzamentos para o período 2000-2001.

Entre os máis recentes pódese destacar a chamada "iniciativa B@bel", que promove o emprego do plurilingüismo e o acceso universal ó cibespacio. Este proxecto, no que as universidades teñen unha importancia vital, pretende un triple obxectivo: promover unha ampla dispoñibilidade do patrimonio cultural e científico humano nas redes telemáticas introducindo o maior volume posible de información, facilita-lo uso evitando formas de segregación lingüística no acceso á información e contribuír á preservación dos idiomas minoritarios, impedindo a hexemonía dos maioritarios.

3.2 Unión Europea: os programas Cultura 2000 eEurope

A multiculturalidade dos pobos europeos é unha das máximas que aparecen constantemente en toda actividade política e social da Unión Europea. A convivencia de once idiomas oficiais -mais decenas de linguas vernáculas tamén oficiais en cada un dos países que integran a UE- non é máis ca unha pequena mostra da diversidade cultural dunha institución que, teoricamente, semella consciente da importancia da coexistencia dunha pluralidade de identidades culturais herdadas do pasado.

A xeneralización do uso das tecnoloxías da información non se viu como un risco importante que ameazara a diversidade e multiculturalidade de Europa, senón coma un poderoso factor económico. A pesar de ir en contra das iniciativas norteamericanas -o concepto de sociedade da información concrétao en Europa por primeira vez Jacques Delors no 1994-, estase a construír un modelo moi característico de xestión que, sen embargo, está baseado no intercambio e na cooperación.

A Unión Europea, moi recentemente, adoptou dous programas que recollen este xeito de pensar e tradúcenlo nunha serie de pautas e iniciativas que queren ser fundamentais para lograr estructurar un sistema que compatibilice coherentemente sociedade dixital e diversidade cultural.

Dunha banda, e dende a política de información e de comunicación, acábase de lanzar (marzo 2000) o programa "eEurope", que xorde para acelera-la transformación de Europa na sociedade da información. A iniciativa pretende poñer ó alcance de tódolos europeos as vantaxes da sociedade dixital, dando pulo, en paralelo, á produción europea de contidos, baseados no seu patrimonio cultural e diversidade lingüística.

Este proxecto pon especial atención en dez áreas prioritarias que van dende a sanidade ós transportes. A educación e a xuventude teñen reservados os papeis más importantes: os estados membros da Unión comprometéronse a conectar as redes telemáticas a tódalas escolas antes do 2002 e os mozos europeos, antes do 2003, deben abandonar as aulas cunha educación dixital básica. Di un dos compromisos do Informe *Unha sociedad da información para todos*:

Tódolos estudiantes europeos deben ser quen de acceder a través da rede a clases multimedia interactivas dende un campus europeo virtual composto de, cando menos, unha universidade ou universidade aberta ou a distancia ou centro de formación en cada Estado membro.

Outro programa europeo, "Cultura 2000", establece un marco de cooperación en materia cultural que teña en conta e reforce as necesidades e peculiaridades propias do ámbito cultural de cada país.

A cultura é á vez factor económico, factor de integración social e de cidadanía, e por esta razón ten unha función importante que asumir perante os novos desafíos ós que se enfrenta a comunidade, como a globalización, a sociedade da información, a cohesión social e a creación do emprego. (Decisión 508/2000 do PE e a Comisión).

O programa -cun orzamento de 167 millóns de euros, e que durará ata o ano 2004- concíbese como un instrumento de financiamento e programación dunha serie de actividades que promovan a cooperación cultural e que ten por obxectivos a promoción do diálogo e do coñecemento mutuo da cultura e da historia dos pobos europeos, a promoción da creación e difusión transnacional da cultura e da posta en relevo da diversidade cultural. Para concretar todo isto, contémplanse accións concretas como a creación de redes telemáticas de intercambio, a creación de produtos multimedia, o fomento da difusión mediática de acontecementos culturais en directo e a creación de novos medios de comunicación, utilizando as novas tecnoloxías.

O programa establece a cooperación necesaria con organizacións internacionais -como a UNESCO- e con institucións universitarias, para desenvolver a relación entre tres sectores converxentes con intereses comúns neste ámbito: cultura, educación e xuventude.

4. Un reto para o sistema educativo: dez propostas de acción

Se é certo que se producen esas dúas forzas –centrífuga, centrípeta– que opoñen desenvolvemento e comprensión da diversidade cultural co avance meteórico das tecnoloxías da información e se, como vemos, institucións como a UE ou a UNESCO reclaman a participación activa dos sistemas educativos, estamos fronte a un gran reto para todos e cada un dos estamentos da comunidade universitaria.

Vista a nosa particular perspectiva, consideramos que se algúén debe aceptar este desafío de equilibra-las tensións producidas e de impulsar iniciativas que unan coherentemente a aprendizaxe e o uso intelixente –como instrumento, non como fin– das novas tecnoloxías da información co rescate e a protección da diversidade cultural é a Universidade. Como di Nettleford, o papel das universidades

... debería consistir en coordina-las políticas culturais nun mundo no que a diversidade cultural converteuse nun factor social clave e deberían ser quen de elaborar estratexias de cooperación que teñan en conta o ensino superior e garantan a preservación do patrimonio e dos valores culturais. Así mesmo, deben ser quen de amplia-lo contexto no que se imparte o ensino sen centrarse necesariamente na técnica.

Para acadar este obxectivo, en función do observado, ocórrensenos dez propostas de acción que poderían se-lo esbozo duns principios básicos no deseño dunha posible estratexia que se debería seguir:

1. A Universidade –e quizabes dun xeito moi especial a pública– debe asumi-lo rol de liderado no desenvolvemento da diversidade cultural, favorecendo o intercambio e a participación, por medio da promoción de actividades e iniciativas que impliquen a toda a comunidade.
2. Os centros educativos deben deseña-las súas propias políticas no eido da educación intercultural, en función do seu propio contorno e circunstancias, reclamando os medios e infraestructuras necesarios.
3. As institucións universitarias deben establecer un mecanismo que articule a diversidade cultural dende dentro da propia institución, garantindo a ausencia de exclusións, especialmente na promoción do uso das linguas autóctonas e na pluralidade relixiosa.
4. O sistema educativo debe capacitar ós alumnos mediante a creación de materias lectivas específicas, non só na aprendizaxe das novas tecnoloxías da información e da comunicación, senón na comprensión da diversidade cultural.

5. O profesorado –todo, sen exclusións de ningún tipo– debe aumentalas súas destrezas no ámbito das novas tecnoloxías da información e comunicación, para evita-lo desfasamento e a creación, nun sector esencial, de analfabetos funcionais.

6. A educación superior debe ser un exemplo social en materia de aproveitamento das vantaxes o do potencial da sociedade dixital, velando sobre todo pola calidade nos contidos das súas series e soportes.
7. As universidades deben adapta-las novas tecnoloxías ás necesidades locais e rexionais, sen deixar de promove-la dimensión internacional, que favorece o intercambio cultural.
8. A investigación universitaria debe dedicar parte do seu tempo e recursos ó fomento da retroalimentación nestes dous ámbitos prioritarios –a diversidade e a sociedade dixital– para optimizar progresivamente as estratexias seguidas e evolucionar no ensino conforme á sociedade.
9. Débense aproveitar –para o cal primeiro haberá que coñecelos– os recursos económicos e programáticos ofrecidos por outras institucións nestas materias– e, reciprocamente, impulsar iniciativas para que estas as acollan e desenvolvan.
10. A Universidade debe alentar en toda a súa comunidade á creación dunha conciencia crítica e dun espírito constructivo e tolerante, que denuncie o mal uso ou o abuso das tecnoloxías a das súas disfuncións sociais, e que edifice unha sociedade de respecto e comprensión na cooperación e a diversidade.

En resumo, o sistema educativo –e de xeito máis obrigado as universidades– teñen que asumi-lo protagonismo social no desenvolvemento da diversidade cultural, favorecendo o intercambio e a participación, dinamizando os procesos integradores e, sobre todo, aproveitando ó máximo, coa adopción dunha política coherente, as novas tecnoloxías da información e da comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: *Una sociedad de la información para todos.* Comunicación sobre una iniciativa de la Comisión para el Consejo Europeo. Lisboa. DOC/00/8 de 23 marzo de 2000.

COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS: *Principios y directrices de la política comunitaria en el sector audiovisual en la era digital.* COM(1999) 657 (14 diciembre).

LIIKANEN, ERKKI: *Ten-Telecom and the eEurope Initiative.* Bruxelas, 20 marzo 2000, (Speech/00/95).

NETTLEFORD, REX: *Movilizar el poder de la Cultura.* UNESCO, ED-98/CONF. 202/7.11, París, agosto de 1998.

UNESCO: *Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción.* ED-98/CONF. 202/3. París, 9 de outubro de 1998.

UNESCO: *Declaración sobre las Responsabilidades de las Generaciones Actuales para con las Generaciones Futuras.* 29^a Conferencia General, París, 12 de novembro de 1997.

UNESCO: *Informe Mundial sobre la Comunicación y la Información 1999-2000.* Unesco, París, 2000.

UNESCO: *World Communication Report.* UNESCO Publishing, París, 1997.

UNESCO: *International UNESCO Symposium on Copyright and Communication in the Information Society.* Unesco, París, 1997.

UNIÓN EUROPEA: Decisión N°. 508/2000 del Parlamento Europeo y del Consejo (Establecimiento del Programa *Cultura 2000*). DOCE, 10 de marzo de 2000.



6

Á parte das fondas modificacións do sistema económico mundial e a evolución de novos discursos ideolóxicos e sociais, aparecen as autoestradas da información. Son moitos os nomes



DIVERSIDADE CULTURAL E COMUNICACIÓN NA SOCIEDADE DA INFORMACIÓN

dados á sociedade xerada por este proceso: sociedade postindustrial, posmoderna ou, sobre todo, era da información. As distintas identidades culturais enfróntanse a retos derivados da creación de novas redes e medios. En definitiva está en xogo a súa inclusión nos novos marcos do poder fronte

ó proceso de globalización. Nos relatorios e mesas redondas destas xornadas trátanse polo miúdo a posición e estratexias das diferentes culturas perante os novos mecanismos comunicativos. Representantes da Comisión Española da UNESCO, investigadores de universidades estatais como os profesores Jorge González, Antonio Sánchez-Bravo, Víctor Fernández Freixanes, Ramón Reig, Ignacio Armentia ou Francisco Campos, e traballadores dos medios de comunicación analizan o papel dos medios públicos, a investigación académica fronte á diversidade, a iniciativa local en Internet e a posición de grandes grupos de comunicación fronte á interculturalidade.

ISBN 84-95415-36-4

9 788495 415363