LINGUAS MENORES E MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tapio Varis

Tampereen Yliopisto

Hai quince anos, en 1995, fun convidado a falar aquí, en Santiago de Compostela, no congreso internacional Comunicación na Periferia Atlántica, grazas a Margarita Ledo Andión, catedrática de Comunicación Audiovisual e Publicidade da USC. Ese foi o comezo dun fondo e inspirador diálogo, referido ao eido da comunicación e da cultura, entre dúas periferias lingüísticas e xeográficas da nova Europa: unha do sur e outra do norte, cada unha cunha lingua pouco coñecida nos centros de dominio do continente (*Comunicación na periferia atlántica*, 1996).

As nacións do suroeste europeo pasaran a ser membros da Unión Europea e, no norte, Finlandia e Suecia uníanse a Dinamarca como participantes no mesmo proceso de integración. Os medios seguían con suma atención estes acontecementos. Había que recoñecer novos idiomas na cultura política europea, nun continente que se estaba a converter nunha democracia de 500 millóns de eurocidadáns que contaba con 27 culturas e linguas. Para este fin era preciso adoptar medidas destinadas a garantir un tratamento autenticamente europeo da comunicación e os medios de comunicación, no cal se fixese un gran fincapé na diversidade cultural e nas realidades históricas dos diversos países de Europa. Malia non existiren medios de comunicación paneuropeos, co propósito de familiarizar a sociedade cos medios de Europa pretendeuse acadar o obxectivo de crear unha conciencia paneuropea do papel que desempeñan todos eles, tanto electrónicos como impresos, no proceso de construción dunha Europa virtual.

Daquela eu estaba a concluír o meu traballo na Taideteollinen korkeakoulu (Escola Universitaria de Arte e Deseño) de Helsinki e falei do meu libríño sobre *The media of the knowledge age*. Como indicativo desa nosa dedicación ao traballo, a obra publicouse despois en galego co título *Os medios na era do coñecemento* (Varis 1995, 1997).

As tres tendencias que subliñei foron as seguintes:

1. a forza cobrada por un paradigma artístico no panorama dunha sociedade da información dominada pola tecnoloxía e o materialismo;

2. a forza cobrada pola sociedade da información e a súa expansión en forma de rede mundial que transforma os conceptos tradicionais de traballo, aprendizaxe e empresa, ao tempo que as economías nacionais devenen en economías en rede en contextos rexionais e globais; e

3. a integración dos medios de comunicación tradicionais como consecuencia do rápido desenvolvemento das tecnoloxías da información e a comunicación que tiveron o seu inicio coa difusión do computador, na década de 1970, e se proseguiron coas aplicacións telemáticas da década de 1990. Emerxían así novas formas de expresión, como as realidades virtuais, o ciberespazo e a telepresenza.

A miña opinión era que estas tendencias ían mudar de xeito fundamental todas as esferas da vida, malia que a investigación que se facía daquela se limitaba ás dimensións da enxeñaría e da tecnoloxía. Para min, no entanto, a mudanza sería moito máis fonda e implicaría todo un paradigma de pensamento e, mesmo, valores espirituais.

Por mor da influencia que exercen a escala mundial as novas tecnoloxías da información e da comunicación, así como os medios de comunicación de recente aparición, volvéuselle prestar atención á lingua empregada nas comunicacións globais. Así, por exemplo, no Cumio Mundial sobre a Sociedade da Información, realizado en Tunes en 2005, no panel da UNESCO tivo lugar un debate sobre cal sería a lingua do futuro ao cabo de 200 anos. Expresouse con rotundidade a opinión de que se trataría do inglés, mais logo das reaccións do panel modificouse tal opinión e pasouse a dicir que sería «unha mestura de inglés e chinés mandarín». De feito, é abraiante con que rapidez e precisión traducen entre caracteres chineses e o inglés os programas de tradución dos motores de busca. Obviamente, cando milleiros de millóns de persoas falan chinés e milleiros de millóns falan inglés, estas dúas linguas tamén contan con usuarios nos motores de busca e, en consecuencia, a súa progresión nos medios de comunicación é máis rápida que no caso doutros idiomas.

Porén, coa introdución dos medios de comunicación sociais —*wiki*, Facebook, Twitter, etc.—, compróbase que as linguas menores se tornaron esenciais e socialmente relevantes.

Xa antes da chegada dos novos medios se sabía que Europa adoptara unha perspectiva pola que se destacaban determinadas cuestións que resultan de espe-

cial interese para os países ou os pobos pequenos e periféricos: o plurilingüismo e a diversidade cultural. Nalgúns períodos históricos, en Europa existiron diversos idiomas que se consideraron linguas francas nuns territorios dados; mais nunca, en ningún período histórico, existiu un que abranguese todo o territorio e que fose falado pola totalidade ou a maioría das poboacións. Ademais das linguas actuais, en Europa empregáronse moitas outras que agora están extintas e que, xunto coas linguas europeas ameazadas, aparecen listadas na Wikipedia. En xeral, sempre se corre o risco de que un único idioma se torne hexemónico en detrimento do plurilingüismo, e que unha única cultura faga o propio en detrimento da pluralidade.

Ao investigar coa UNESCO o fluxo internacional de programas de televisión nas décadas de 1970 e 1980, pregunteime polos logros que poderían acadar estas empresas. O certo é que nalgúns ámbitos da comunicación electrónica, como as retransmisións televisivas, un gran número de países europeos pequenos son multiculturais e plurilingües, e están abertos a outras linguas en maior medida ca os países principais e dominantes que non están afeitos á subtitulación ou á presenza de linguas diversas nos medios de comunicación. A pesar diso, en todo o mundo a televisión parecía favorecer as linguas dominantes, aínda que lembro casos de apertura como o das televisións en irlandés gaélico e en éuscaro nas décadas de 1970 e 1980.

Proveño do eido da investigación en comunicación, mais o meu traballo coas escolas universitarias de Arte de Helsinki e Laponia, no mesmo norte de Finlandia, ampliou considerablemente os meus coñecementos sobre estes temas. É característico dos seres humanos o aspiraren a expresar e preservar algo que cren valioso. A pesar da globalización, a cultura existe tanto nun momento dado como nun lugar concreto, e as persoas sempre van á procura dunha identidade que defina os seres humanos con relación a outros humanos e que lles confira significado aos seus signos e ás súas mensaxes.

Igual que os individuos humanos, as culturas teñen unha duración. O rápido crecemento da poboación, os movementos de persoas e a urbanización deixan desarraigadas e ahistóricas a moitas persoas, que non atopan o seu sitio en ningures.

Cando se trata de culturas pasadas, cobramos conciencia só daquelas que deixaron algún sinal. Así, os debuxos prehistóricos da cova de Lascaux, no sur de Francia,

teñen aproximadamente 15 000 anos; as máis antigas ilustracións feitas en pedra polos pobos ugrofineses atópanse nas costas orientais do Mar Branco e o lago Onega, na Carelia rusa, e, segundo o profesor e artista estoniano Kaljo Pollu, foron creadas hai mesmo catro ou cinco mil anos (Pollu 1994: 39).

O investigador acha trazos comúns nos debuxos feitos na rocha: neles observamos como os seus creadores se esforzaron por gravar historias nas composicións trazadas nas pedras, coas súas múltiples figuras. A idea básica era a de plasmar unha cosmogonía, coa creación do mundo e a existencia; o artista contemporáneo desconcértase coas mesmas cousas, e agora conta coa axuda dunha enorme galaxia de info-telecomunicacións que non coñece límites nin orde. Só fican o caos e un gran misterio.

Lennart Meri, o finado presidente de Estonia, explicou unha vez que, na época en que o mundo estaba dividido, os estonianos tiveran tempo para Siberia, para os campos de concentración e tamén para a natureza pura. Co obxecto de comprenderen a súa cultura, os estonianos retornaran ás súas orixes e atoparan pescadores e cazadores que vivían de xeito tradicional, materialmente pobres mais espiritualmente ricos. Había moito que aprender deles (Meri 1994: 14).

A comunicación e os medios están moi achegados á arte, o que contribúe a facilitar a comunicación das minorías. Un gran número de investigadores concordan en que, no canto de preguntarnos «que é a arte?», temos que nos preguntar «que cousas se fixeron mediante esa actividade que tradicionalmente se denomina arte?». Alan Gowans apunta que a arte sempre desempeñou funcións tales como representar imaxes, ilustracións, persuasións ou conviccións, e embelecer (Berger 1989: 4). Entre os pobos indíxenas, a comunicación e a arte adoitan estar moi próximas; a primeira é necesaria para reforzar a identidade propia, e a segunda achégalle algúns elementos a esta.

Segundo a teoría aristotélica da poesía e as belas artes, a primeira razón que lexitima a existencia da arte é o feito de que crea pracer e gozo nos seres humanos. A arte percíbese polos sentidos e as novas tecnoloxías expandiron de xeito fundamental o mundo sensorial dos humanos. Grazas aos medios-sentidos, agora as persoas poden cruzar as fronteiras do tempo e do espazo, mais aínda así teñen que poder sentir que o seu sitio está nalgures, tanto no tempo como no espazo.

O mundo tórnase cada vez máis intercultural. A humanidade está integrándose e fragmentándose ao mesmo tempo. As tecnoloxías mundiais da informa-

ción e da comunicación crearon uns medios globais, mais a conciencia colectiva e a identidade cultural das persoas seguen patróns diferentes: refórzanse as identidades locais e étnicas.

Os occidentais identifícanse co seu pobo e o seu Estado nacional, mais o proceso de globalización debilitou a este. As novas tecnoloxías favorecen o neotribalismo, novas sociedades civís coas que as persoas poidan identificarse.

No fondo da mente humana existe unha memoria colectiva de algo común e pasado que lle outorga significado á vida. As correntes de pensamento dominantes tamén poden conducir á amnesia colectiva, mais mesmo entón fala o silencio. A identidade cultural existe no tempo: por veces esváese nun segundo plano, outras tórnase predominante. A memoria colectiva contén tanto elementos de beleza como de bondade e de destrución.

A identidade non existe con independencia do lugar; así, os europeos tentan definir e promover de novo unha «europeidade» ou «euroconciencia», e no seo de Europa grupos e culturas cada vez máis reducidos están a se descubrir a eles mesmos. Agora, no século XXI, a identidade europea suscita moito menos entusiasmo; de feito, existe unha tendencia cara ao nacionalismo reaccionario —mesmo á xenofobia— e ao medo ao multiculturalismo.

Na antiga Grecia, Homero e o seu irmán diferían en se podía permitirse ou non que se conservase a poesía por escrito. Naquel tempo a poesía oral resultaba tan natural como o é hoxe a alfabetización; agora estamos a pasar da comunicación electrónica á fotónica, a almacenaxe de experiencias e aprehensións en tempo real e en moitos lugares á vez.

O problema de Homero e o seu irmán está a xurdir de novo no ámbito multimedia, na almacenaxe e no uso de imaxes, sons e outros produtos da mente creativa. Podemos expresarnos na nosa lingua materna no mundo dos novos medios de comunicación? Poden os seres humanos cruzar as fronteiras culturais?

O obxectivo está en crear un mundo pacífico e interdependente que constitúa un bo lugar onde vivir. Como expresou Elise Boulding, ningunha sociedade é capaz de impor unha orde universal que resulte aceptable para todas as demais sociedades; e, así, a creación dunha identidade para a nosa especie que abranxa a diversidade cultural representa un gran reto que afrontar (Boulding 1988).

Na cultura telemática moderna reunímonos mediante a telepresenza, no ciberespazo, e podemos experimentar gozos simultáneos. As telecomunicacións

conéctannos e, como moito, poden axudarnos a comprender as nosas diferenzas, mais non a superalas. Na diversidade das culturas áchanse algunhas das respostas ao misterio da vida, e a cultura dominante pode non lles prestar atención a outras capas culturais que son igualmente reais.

O debate sobre os novos medios dixitais e a internet resultou ser unha importante fonte e unha nova dimensión no panorama dos medios de comunicación públicos. En Europa, as tradicións comunicativas son moi diferentes entre distintas partes do continente por mor das tamén diferentes tradicións xornalísticas —autoritarias ou liberais, experiencia da censura, etc.—; mais a xente nova parece seguir o modelo estadounidense: a televisión úsase menos cá internet e, entre as recentes formas de comunicación, prodúcese a explosión das mensaxes de texto. Os novos están a crear outra forma de cultura de participación na que os medios de comunicación social desempeñan a función de organizar e socializar as persoas.

As primeiras tecnoloxías da comunicación baseábanse na retórica e outras técnicas relacionadas. Para os antigos gregos, tecnoloxía (*techne*) significaba a asignación de máis traballo e capacidades, que lles correspondían aos escravos, mentres que os homes libres se concentraban nas ideas espirituais. Os romanos, que pola contra eran máis pragmáticos, combinaban a tecnoloxía coa estética e a harmonía. As habilidades retóricas subsistiron na Igrexa católica, e podemos afirmar así que o Imperio romano e a cultura latina que veu a seguir son verdadeiramente unha cultura da comunicación.

Existen varias tendencias paralelas que poden caracterizar o panorama dos medios de comunicación e as comunicacións públicas en Europa; unha delas constitúena os esforzos, cada vez maiores, por tentar definir o que de verdade significa a «europeidade», xunto coa busca de identidades culturais e étnicas nun mundo de medios de comunicación globais.

Agora, no século XXI, adoptáronse medidas especiais para desenvolver o patrimonio audiovisual europeo. Por exemplo, na «Abordaxe europea da alfabetización no eido dos medios de comunicación do ambiente dixital» [COM (2007) 833 final] obsérvase que as tecnoloxías dixitais reducen as barreiras de entrada á creación e á distribución de obras audiovisuais, e contribúen a establecer un mercado audiovisual carente de fronteiras. Neste contexto, a alfabetización no eido dos medios de comunicación comporta o seguinte:

- crear, sobre todo entre o público da mocidade europea, unha maior conciencia e mellores coñecementos referentes ao noso patrimonio cinematográfico, e facer que aumente o interese por estes filmes e polas películas europeas recentes; e

- fomentar a adquisición de producións en medios audiovisuais e competencias creativas.

Unha realidade fundamental no mundo dos medios radica en que non existen nin medios nin un público de escala paneuropea. Xa en 1993 Giuseppe Richeri apuntaba o seguinte:

- non hai un mercado paneuropeo;
- os medios de comunicación europeos enfróntanse a moitas barreiras (e moitos van en declive);
- os mercados dos medios guíanse por fronteiras lingüísticas;
- non existe aínda un marcador comercial para toda Europa.

Richeri tamén apreciou que, aínda que alén das fronteiras nacionais se poden recibir algúns medios, como a televisión por satélite e por cable, o público prefere ver reflectidos nos medios unha proximidade lingüístico-cultural, o seu propio estilo de vida e os seus hábitos. Existe tamén unha tendencia ao «mínimo esforzo», que determina o xeito en que as persoas elixen o seu modo de entretemento. É máis: daquela os recursos dedicados aos medios paneuropeos seguían a ser escasos en comparación cos dos medios nacionais, e os idiomas que predominaban eran o alemán, o francés e o italiano.

Na década de 1990, o espazo audiovisual europeo e as tendencias da televisión rexional foron obxecto de estudos pormenorizados realizados por investigadores cataláns e vascos (De Moragas Spà e Garitaonandia 1995); o mesmo ocorreu coa función que cumpren as retransmisións públicas europeas, analizadas por investigadores alemáns e outros (Kopper 1997).

Segundo De Moragas Spà e Garitaonandia, as rexións de Europa non son o resultado dunhas meras divisións xeográficas ou administrativas, senón, en moitos casos, a consecuencia de longos procesos históricos ou o legado da estrutura feudal, da romanización ou mesmo de épocas anteriores, que crearon unha fonda e ampla diversidade cultural e lingüística no continente.

Na actualidade, os Estados están a perder influencia por mor da privatización, da transferencia de poderes aos niveis europeos supranacionais e da des-

centralización, cun traspaso gradual de competencias en materia de comunicación ás esferas rexionais, autonómicas e locais. A idea é a necesidade de establecer un mercado cultural común que sexa capaz de garantir tanto a supervivencia da identidade cultural europea como a súa competitividade industrial.

Porén, como indican De Moragas Spà e Garitaonandia, este debate sobre o espazo «común» europeo abriu unha nova fronte que lles fai perder competencias aos Estados membros no eido da comunicación: a rexionalización. Estrañamente, á pregunta de «que é o europeo» respóndese «a diversidade» e, xunto coa creación dun espazo audiovisual común, trazáronse todos os múltiples panoramas audiovisuais que conforman o conxunto: o da cidade, o da rexión, o estatal e o europeo. As políticas audiovisuais europeas non estarán completas mentres non abran todas e cada unha destas catro esferas.

A programación televisiva rexional ofrece cobertura exclusiva dos seguintes aspectos:

a) presentación da realidade local como unha realidade diferente da nacional e da transnacional;

b) presentación e interpretación das novas e da actualidade do ámbito político e cultural e da economía nacional e internacional, seleccionadas e comentadas en función do carácter e os intereses particulares da rexión;

c) presentación destacada e preeminente das relacións da rexión con outras rexións do mesmo Estado e con outras nacións, así como dos proxectos derivados desas relacións (De Moragas Spà e Garitaonandia 1995).

Na época da miña primeira visita a Galicia, eu estivera traballando nuns estudos da FUNDESCO sobre a prensa europea. Unha análise dos medios de comunicación impresos e a Unión Europea amosou que nos medios europeos se observaban actitudes predominantemente nacionalistas e mesmo ocasionais toques de xenofobia (FUNDESCO 1995, 1996).

O estudo definía Europa como unha fenda baleira que se abría entre o local e o global. A súa imaxe vén dada polas estatísticas e a información económica, mais non por aspectos humanos ou sociais. Como non existen valores comúns nin substancia ideolóxica, prodúcese unha tendencia compensatoria a buscar refuxio na introspección nacionalista, que por veces se manifesta simplemente en forma de perspectiva nacional que inclúe uns intereses locais ben definidos, mais que conviven cunha noción moderna da globalización. Un ano despois, o

mesmo proxecto de investigación apreciou que se apela á condición dos medios como servizo público ou a un sentido de responsabilidade social, mais estes valores, configurados pola ideoloxía, vanse esvaecendo nun período que está dominado por intereses mercantís.

O estudo realizado en 1996 sobre *The European Union in the Media* ('A Unión Europea nos medios de comunicación') destacou que a ausencia dun medio que contase cun público e un alcance paneuropeos dificulta aínda máis a creación dunha realidade común. A barreira idiomática resulta ser máis persistente que os controis aduaneiros e, o que é máis, cando o discurso dos medios é favorable a unha amálgama supranacional, o marco de referencia non se atopa nas diversas seccións con que está construída a realidade europea, senón na imaxe de globalidade, cunha escala temporal e un conxunto de dimensións que exceden claramente as fronteiras da Comunidade Europea. A ideoloxía global é o que se acha detrás das estratexias encamiñadas a configurar un mercado planetario e o que, polo tanto, funciona nunha onda que é ancha mais está estandarizada.

Os investigadores conclúen que, como símbolo e imaxe, a Europa de hoxe non pode ser máis que a Europa dos medios, ligada á información, o debate social e o consenso. A idea de Europa precisa estratexias indutivas que vaian para alén dos intereses e os valores prioritarios dos medios locais e nacionais, cuxos territorios xeográficos e culturais están aínda excesivamente contaminados con elementos fronteirizos. Os políticos e os altos funcionarios de Bruxelas adoitan declarar que os fracasos do proxecto Europa se derivan dun problema comunicativo.

Quixera retomar as afirmacións que fixen ao principio verbo das periferias de Europa, e contarlles unha historia con final feliz que trata dunha lingua minoritaria e os medios de comunicación. A historia reflicte a miña experiencia laboral en Laponia, cando cheguei a coñecer o pobo indíxena sami a primeiros da década de 1990. Existen entre 80 000 e 135 000 individuos sami que viven principalmente no norte de Noruega, en Finlandia, Suecia e Rusia. Un pobo considérase indíxena cando os seus devanceiros xa habitaban a rexión na época da súa conquista ou a súa colonización, ou antes de se estableceren as fronteiras estatais actuais; e un pobo así conta con institucións diferenciadas —por exemplo, culturais ou sociais— cuxas orixes se remontan a momentos históricos anteriores (Varis 1999).

Os sami inclúense entre os pobos máis setentrionais do mundo; de feito, teñen as súas raíces na poboación fenoescandinava setentrional máis antiga coñecida, que data da época prehistórica. Ao longo dos séculos, os sami fóronse asentando nas zonas do norte de Noruega, Suecia, Finlandia e Rusia. A palabra «Sami», ou «Samilandia», resulta problemática; non só é un termo polémico en sentido político, pois nin sequera se refire a unha área que se poida definir xeograficamente. En diversos períodos, Sami foi coñecida como Finnmerkr, Finnmark, Laponia, Lappia e talvez mesmo Finlandia (Heatta 1993: 7). Na actualidade, en todas estas áreas os sami constitúen reducidas minorías incluídas entre as demais poboacións.

Os asentamentos sami fóronse repregando sen pausa cada vez máis ao norte de Finlandia e Carelia, e máis cara ao suroeste de Escandinavia. Samuli Aikio, Ulla Aikio-Puoskari e Johannes Helander apuntan que a lingua sami —da familia ugrofinesa— e a súa tradición cultural propia reforzan a continuidade da cultura sami e estreitan os contactos entre os seus individuos, mesmo en canto cidadáns de países diferentes. A lingua sami máis importante hoxe en día é o sami setentrional, tamén chamado sami montañés, que é o idioma vernáculo de entre o 70 e o 80% das poboacións falantes de sami; moitos individuos son hoxe bilingües (Aikio *et al.* 1998: 8).

Por razóns xeográficas, a radio é o medio de comunicación máis importante para a comunidade sami. O primeiro programa emitido na súa lingua foi un servizo eclesástico de Nadal que se retransmitiu desde a igrexa de Polmak (Noruega) en 1936. Neste país comezouse a retransmitir en sami con regularidade a finais de 1946.

En Finlandia, os programas en sami empezaron como resultado de accións emprendidas por individuos activos e dos seus contactos persoais. Ademais de se converter nunha emisora autónoma, á Sami Radio tamén se lle concedeu unha rede de retransmisión de seu, construída pola compañía finesa de radio e televisión YLE, que comprende doce transmisores que están dispoñibles as 24 horas do día para Sami Radio.

Os avances tecnolóxicos experimentados pola radio dixital abriron novas posibilidades; así, unha das seis redes nacionais de radio dixital estableceuse en sami, polo que puido ser recibida por todo o país. En 1991 reformouse substancialmente a programación nesta lingua.

A Sami Radio finesa ten unha ampla audiencia en Noruega e en Suecia. A este respecto, realizouse unha enquisa entre oíntes deses países, que concluíu que na Laponia finesa habitualmente se escoita a radio moi a miúdo (Ruohomaa 1992); entre a poboación sami de 15 anos de idade ou máis, a Sami Radio ten aproximadamente un 58% de oíntes, o cal se traduce nunhas 3500 persoas ao día. Arredor do 43% da audiencia reside en Finlandia e un 57% en Suecia e Noruega.

En conclusión, á hora de escoitar a radio, a poboación sami responde a patróns moi similares aos da poboación finesa en xeral. Un número relativamente elevado de persoas seguen as retransmisións con regularidade, acotío e en diferentes emisoras. A música e as novas son os tipos de programas máis populares (Ruohomaa 1992: 9-10).

Os xornais en realidade non existen; hai un periódico que se imprime en Karasjok (Noruega) os venres, unha vez por semana, mais só sae en Inari os martes. Ademais, a lectura e a escrita en sami son fenómenos bastante recentes. Por todo isto, a radio é básica e esencial; as tradicións orais, en xeral, están moi avanzadas.

En 1994 este autor, xunto con Eino Punkki, da Facultade de Estudos dos Medios de Comunicación de Tornio (Finlandia), debateu con Henry Keskitalo, reitor da Sami Allaskuvla (Escola Universitaria Sami), Magne Ove Varsi, director de proxectos, e Vuokko Hirvonen, profesora da mesma universidade, sobre problemas de formación en xornalismo e ensino referente aos medios de comunicación en sami. A Escola Universitaria Sami fundouse en 1989 en Kautokeino (Noruega) co obxectivo de lle fornecer á sociedade sami de ensino superior na súa lingua, de acordo coas necesidades do pobo. A Escola está financiada polo Estado noruegués, mais os estudantes proveñen tamén de Finlandia e Suecia.

Os estudos de Xornalismo comezaron en 1991 en forma de proxecto de tres anos cuxo obxectivo é que os alumnos dominen este eido tanto no referente á lingua sami como a outros idiomas. Logo do primeiro ano de estudos na Sami Allaskuvla, os alumnos poden proseguir a súa educación en Noruega, Suecia ou Finlandia.

É necesario deseñar uns estudos sobre cinematografía e sobre radio e televisión, así como ofrecer un ensino sobre os medios de comunicación; así mesmo, precísase elaborar unha estratexia para garantir que os alumnos sami reciban a

mellor educación posible no eido dos medios de comunicación, o ámbito multimedia e o xornalismo.

Actualmente, na rexión do Ártico existe cooperación en materia educativa na disciplina das comunicacións, os estudos sobre os medios de comunicación e o xornalismo entre as institucións sami e as finesas. Esta rexión constitúe unha entidade en que o factor cultural que une diversos países é a cultura sami; ademais, todos os pobos e as culturas da zona comparten a necesidade de modernizar as comunicacións e as tecnoloxías da información.

Existen varias disciplinas, como o Xornalismo, que se atopan divididas en sectores illados. Por iso é preciso concibir un ensino amplo de miras e baseado na comprensión e o coñecemento de diferentes culturas e sociedades, e na vida cotiá da xente da rexión.

Nunha Europa cambiante, e no transcurso desa nova cooperación que se produce na rexión setentrional, resulta de suma importancia reforzar a identidade cultural. O novo enfoque educativo podería superar as nocións anteriores de dous modos:

1. As fronteiras nacionais quedarían eliminadas mediante a adopción dunha perspectiva multicultural e plurilingüe, na cal se lle prestase especial atención á cultura sami ao se incluír, no tratamento destas cuestións, o modo en que os propios sami as entenden. Precísase adoptar tal perspectiva intercultural para xestionar os problemas de convivencia das culturas nacionais dominantes e a cultura sami.

2. O ensino sería transdisciplinar e multicultural, e abrangería tamén visións da arte.

Unha disxuntiva que se presenta nas políticas referidas aos medios de comunicación en sami é a de se os recursos deberían concentrarse nun único lugar ou ben distribuírse por toda a zona sami. Resulta interesante observar que a cooperación entre organismos de televisión e radio dos países e rexións ugrofineses se leva a cabo con renovadas enerxías desde a apertura da antiga Unión Soviética. O 20 de outubro de 1994 asinou-se en Lohusalu (Estonia) un acordo de cooperación entre entidades televisivas deses países e rexións, malia os sami aínda non estaren incluídos nel porque tal cooperación se refire primeiramente ao eido da televisión, na cal os sami non contan con moita produción. O documento foi asinado por altos representantes de Udmurtia, Mordovia, Yugoria, Komi Gor,

Mari El, a rexión de Tjumen e Estonia, que recoñeceu a responsabilidade de preservar e fomentar a singular cultura do pobo ugrofinés, subliña a importancia de manter un diálogo entre diversas culturas e considera que o desenvolvemento da cultura mundial só pode dar froito se as diferentes culturas nacionais participan no proceso (Varis 1995: 141).

Un dos problemas que presentou a cooperación foi a cuestión lingüística. Para moitos, a única lingua común era o ruso, mais xulgouse que este non resultaba aceptable á hora de procurar unha identidade ugrofinesa nos medios de comunicación; tampouco os húngaros acababan de atopar o seu lugar con tal medida. O inglés parecía ser o máis práctico, pero un gran número de minorías non o falaba en absoluto. Malia todo, os entes televisivos dos países e rexións ugrofineses decidiron establecer unha rede informativa co obxecto de promoveren os contactos mutuos e aumentaren a cooperación, ademais de para intercambiar novas e programas con eficacia. Creouse un festival internacional periódico de cine e programas televisivos, *Finno-Ugria World*, e en Siberia realizouse un segundo festival entre a etnia khanty a finais de xuño de 1995.

É importante advertir que as necesidades formativas varían moito dunha televisión ugrofinesa a outra. En consecuencia, decidiuse alentar de todos os xeitos posibles tanto a formación teórica como a práctica naqueles entes televisivos en que houbera esa posibilidade. Aínda é moi cedo para dicir como se van integrar nestas medidas a radio e a televisión sami e como van evolucionar os medios de comunicación sami da área de Murmansk (Rusia), mais o interese por fomentar a conciencia cultural dos menos privilexiados e dos pobos indíxenas vai en aumento.

Volvendo a Galicia desde as rexións máis setentrionais, con Margarita Ledo Andión presentouseme de novo, no ano 2000, a posibilidade de achegar ideas para un congreso cultural: *Galicia-Finlandia: Modos de Pensar* (2002), organizado polo Consello da Cultura Galega, no cal se conxugou o pensamento cultural e filosófico de dúas rexións europeas moi distantes entre si.

No eido dos medios de comunicación, tiven o pracer de ser convidado a pronunciar, en febreiro de 2008, o relatorio marco do Congreso Internacional Fundacional da AE-IC en Santiago de Compostela, grazas ao cal foi posible retomar as mesmas cuestións que nos preocupaban xa dez anos antes. Así, en xeral enténdese que as competencias máis importantes para o futuro serán as comunicati-

vas. Hoxe en día todo o mundo pode acceder a unha ampla cantidade de datos sen mediador ningún, e precísase a capacidade de pensamento crítico en canto actividade produtiva e positiva; pois, en efecto, os pensadores críticos ven o futuro como algo aberto e maleable, non pechado e fixo, e son conscientes da diversidade de valores, comportamentos, estruturas sociais e formas artísticas que existen no mundo. O pensamento crítico constitúe un proceso, non un resultado, e é emotivo, ademais de racional.

Ao meu entender, enfrontámonos a tres clases de problemas. En primeiro lugar, temos que tratar de ver cal é o proceso de aprendizaxe que supón a alfabetización, e que significa na sociedade da información contar con competencias comunicativas e capacidades referidas ao ámbito dos medios de comunicación. En segundo lugar, temos de analizar o crecente neoanalfabetismo. E, en terceiro lugar, deberíamos debater o tipo de competencias que habería que lles fornecer hoxe en día aos cidadáns, en comparación coas capacidades de lectura e escritura de antes.

Nun mundo intercultural, a comunicación necesariamente serve para mediar entre valores e comportamentos culturais diferentes. As grandes civilizacións e culturas posúen uns patróns de comunicación moi distintos e empregan sentidos distintos de xeito distinto; por este motivo, se pretendemos crear unha sociedade da información verdadeiramente global, hai que lles prestar máis atención á diversidade cultural e á coexistencia de diversas civilizacións e culturas (Varis 2008). Para desenvolvermos o noso propio idioma é preciso repensar todo o sistema educativo, desde o ensino primario ata o superior, e comprendermos os seus vencellos coa multiformación, a multimodalidade e a multimedialidade.

O estudo da complexidade fixo que a ciencia estea máis próxima que nunca á arte. O coñecemento experimentou un ciclo que vai desde a ausencia de especialidade á especialidade, e que agora está a volver á interdisciplinariade e, mesmo, á transdisciplinariade. A arte trata o mundo sensual (os medios en canto extensión dos sentidos) e o concepto global do ser humano. O coñecemento tradicional baséase na disciplinariade, aínda que cada vez máis na interdisciplinariade. No eido profesional, o coñecemento é tamén contextual e precisa crearse de maneira aplicada: aprender facendo. Todo isto reflicte, así mesmo, as realidades locais e rexionais; así, a filosofía occidental caracterízase polo pensamento analítico, científico, obxectivo, racional e crítico, mentres que

os trazos distintivos do enfoque oriental son a síntese, a literatura e a arte, conxugadas cun pensamento subxectivo e emocional. Nin unha nin outro deberían prevalecer, senón manter un estreito diálogo. En certo sentido, moitas das cuestións fundamentais xa foran tratadas na antiga Grecia por Sócrates, Platón e Aristóteles.

A este respecto, a *Poética* de Aristóteles reviste especial importancia á hora de comprendermos o equilibrio que se establece entre os varios sentidos do ser humano e a combinación de son, dramatismo e texto, igual que se dá no mundo multimedia moderno. Por outra banda, a definición aristotélica da retórica como a facultade de descubrir, en calquera caso que se presente, os medios de persuasión con que se conta é unha perspectiva axeitada para analizar a influencia que exercen os medios de comunicación modernos.

Para adquirir coñecementos sobre as novas tecnoloxías e competencias do mundo dixital, débense trazar novos vieiros de aprendizaxe empregando todas as formas desta, sobre todo en ambientes laborais e informais; ao mesmo tempo, debería prestarse especial atención á formación do profesorado en habilidades e competencias relativas ás TIC. O período de transición en que vivimos difire das épocas de cambio dos antigos medios dominantes: así, os medios impresos e electrónicos tradicionais introducíronse ao longo dun período bastante extenso e, cando pasamos a empregar activamente unha nova forma de comunicación, tamén fomos capaces de calcular, grosso modo, o impacto económico e social desa transición, formar os novos profesionais dos medios e achegarlles o apoio preciso ás persoas que conformarían as diversas institucións pertinentes. Agora, en troques, as diferentes formas de comunicación e tecnoloxía intégranse e converxen a tal velocidade que apenas ninguén ten tempo nin capacidade para avaliar todas as consecuencias, as posibilidades reais e os problemas que isto comporta.

Para empregar as TIC e as competencias dixitais na arte, os oficios e outros eidos, cómpre un traballo de equipo no que se apliquen habilidades especiais. Por outra banda, a tendencia cara á dixitalización non significa que haxa que rexeitar todo o que sexa tradicional; os novos inventos comunicativos tamén destruíron aspectos valiosos, e deberíaselle prestar especial atención á diversidade de perspectivas existentes á hora de aplicar as TIC. Neste sentido, adoita adoptarse un enfoque combinado. De suma importancia neste novo contorno de apren-

dizaxe é o feito de que a persoa que aprende se enfronta decontino a conflitos epistemolóxicos cando se presenta un problema que hai que resolver, mais que se atopa fóra do repertorio de competencias de que dispón a persoa nese momento. A maior parte dos problemas que xurdan na sociedade da información serán dese tipo, e a persoa terá de proceder con mesura e cun compromiso activo, o que constituirá a súa resposta ao conflito, axustando e reconstruíndo o seu modo de pensar para se enfrontar ao problema en cuestión.

A dimensión cultural das aplicacións das TIC tamén lle achega a este proceso o plano dos sentimentos e o espírito de intercambio e axuda. A dimensión social require a adopción de medidas inclusivas. Nun mundo intercultural, a comunicación necesariamente serve para mediar entre valores e comportamentos culturais diferentes. As grandes civilizacións e culturas posúen uns patróns de comunicación moi distintos e empregan sentidos distintos de xeito distinto; por este motivo, se pretendemos crear unha sociedade da información verdadeiramente global, hai que lles prestar máis atención á diversidade de culturas e á coexistencia de diversas civilizacións e culturas.

BIBLIOGRAFÍA

- AIKIO, Samuli; Ulla AIKIO-PUOSKARI e Johannes HELANDER (1994): *The Sami culture in Finland*. Helsinki: Painatuskeskus.
- BERGER, Arthur Asa (1989): *Seeing is Believing: An Introduction to Visual Communication*. Mountain View, CA: Mayfield Publishing Company.
- BOULDING, Elise (1988): *Building a Global Civic Culture: Education for an Interdependent World*. New York: Teachers College, Columbia University.
- EUROPEAN UNION (2007): COM (2007) 833.
- FUNDESCO (1995): *The Media and the European Union*. Madrid: FUNDESCO.
- HÆTTA, Odd Mathis (1993): *The Sami: An Indigenous People of the Arctic*. Karasjok: Davvi Girji.
- KOPPER, Gerhard e Lennart MERI (1993): Greetings to the Savitaipale Seminar, 20-22 June 1993.
- LEDO ANDIÓN, Margarita (ed.) (1996): *Comunicación na periferia atlántica*. Santiago de Compostela: Universidade.
- e Tapio VARIS (coords.) (2002): *Galicia-Finlandia: modos de pensar. A cultura, o mundo, a comunicación*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- MORAGAS SPÀ, Miquel de e Carmelo GARITAONANDIA (eds.) (1995): *Decentralization in the Global Era*. London: John Libbey & Co.
- POLLU, Kaljo (1994): «Onko Karjalan kallioppiiroksissa tähtikartta?», en Suomalais-ugrilaisen taiteentutkimuksen seminaari, 20-22/06/1993. Helsinki: Savitaipaleella.
- RICHERI, Giuseppe (1993): *La transición de la televisión*. Barcelona: Bosch.
- RUOHOMAA, Erja (1992): *Sami Radio: Audiences in Finland, Sweden and Norway*. Research report n.º 3/1992. Helsinki: The Finnish Broadcasting Company, Department of Research and Development.
- VARIS, Tapio (1995): *Tiedon Ajan Media* («The Media of the Knowledge Age»). Helsinki: Yliopistopaino.
- (1997): *Os medios na era do coñecemento*. Santiago de Compostela: Edicións Lea.
- (1999): «Sami Radio in Northern Scandinavia», en Michael PROSSER e K. S. SITARAM: *Civic Discourse: Intercultural, International, and Global Media*, vol. 2. Stamford, CT: Ablex, pp. 439-450.
- (2008): «Communications in the information society», en Congreso Internacional Fundacional de la AE-IC: *I+C Investigar la Comunicación. Actas y memoria final*. Santiago de Compostela, Asociación Española de Investigación de la Comunicación.