

# A circulación do cine galego en países latinoamericanos como alicerce para o establecemento dunha rede cultural

Xan Gómez Viñas\*

Silvia Roca Baamonde\*

María Salgueiro Santiso\*

## Resumo

A consideración do cinema como práctica cultural, como elemento para a construción social e o diálogo intercultural, é un dos supostos dos que parte o proxecto de investigación “Cine, Diversidade e Redes”, desenvolvido polo Grupo de Estudos Audiovisuais (GI: 1786) da Universidade de Santiago de Compostela, co obxectivo de analizar a circulación e recepción de pezas representativas da cinematografía galega en contornas multiculturais. Esas pezas serven delos na configuración dunha nova rede cultural, en países destino da emigración galega en Latinoamérica: Brasil, Arxentina e Uruguai. A presenza de comunidades de galegos firmemente asentadas neses países do estudo que, ao tempo, manteñen un forte vencello coa terra – sexa a través da reivindicación do seu dereito ao voto ou na loita pola pervivencia do idioma – revélase como elemento fundamental na posibilidade de captación de novos públicos.

De feito, a identificación do idioma como elemento fundamental para a construción e transmisión da identidade, leva aos investigadores a centrar a súa atención na recepción de produtos cinematográficos de comunidades lingüisticamente diferenciadas a partir da comprensión idiomática e o recoñecemento de elementos culturais identitarios presentes na mostra de análise. Preténdese coñecer as preferencias desa audiencia no tocante as opcións idiomáticas dos filmes: versión orixinal, dobraxe ou lendas. Tamén se busca avaliar a transcendencia da utilización de redes dixitais na distribución de produtos, e na produción cinematográfica para comunidades con recursos económicos limitados. Desde o punto de vista tecnolóxico, será especialmente interesante comprobar a existencia de redes entre comunidades e coñecer a posibilidade de implementar a súa comunicación.

Na estela do proxecto, “Lusofonía, Diversidade e Interculturalidade”, o Grupo de Estudos Audiovisuais prosegue co esforzo de salientar o papel da cinematografía en tanto que axente dinamizador no marco Cultura-Mundo.

**Palabras chave:** Cinema galego; Comunidade imaxinada; Redes; Emigración; Linguas minoritarias.

\* Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de Santiago de Compostela. Grupo de investigación de Estudos Audiovisuais (GI-1786), estudiosaudiovisuais.usc@gmail.com.

## Abstract

The consideration of the cinema as cultural practice, as element for the social construction and intercultural dialogue, is one of the assumptions which the research project “Cinema, Diversity and Webs” has as a starting point, developed by the Group of Audiovisual Studies (GI: 1786) of the University of Santiago de Compostela. This project aims at analysing of the flow and reception of representative pieces of the Galician cinematography, as threads in the new cultural web setting, in countries which were destined for the Galician emigration in Latin America: Brazil, Argentina and Uruguay.

The identification of the idiom as fundamental element for the identity construction and transmission, leads the researchers to focus their attention into the reception of cinematographic products of communities featured by linguistic differences from the idiomatic comprehension and the recognition of identity cultural elements found in the analysis sample.

On the trail of the project, “Lusophony, Diversity and Interculturality”, the Group of Audiovisual Studies proceeds with the effort to remark the cinematographic role as boost agent in the framework Culture -World.

**Keywords:** Galician cinema; Imagined community; Nets; Migration, Minority language.

## Introdución

De acordo cos novos escenarios tecnolóxicos de uso e consumo, o proxecto “Cine, Diversidade e Redes” procura detectar aquelas barreiras – lingüísticas, culturais, creativas – que limitan a circulación da cinematografía galega co fin de favorecer a súa difusión e con ela, reforzar ou transformar os valores colectivos que conforman a identidade cultural de Galiza. Neste contexto, o desenvolvemento do cine dixital e das novas tecnoloxías pode contribuír á conformación de redes e fluxos multidireccionais entre estas comunidades fisicamente distantes, así como xerar novas opcións de mercado para o cinema galego.

O Grupo de Estudos Audiovisuais emprende en 2010 esta pesquisa dirixida pola catedrática Margarita Ledo Andión, na que toman parte os investigadores Xosé Soengas, Enrique Castelló, Antía López, Ana Isabel Rodríguez, Marta Pérez, Amanda Paz Alencar, Xan Gómez, Silvia Roca e María Salgueiro, coa colaboración de Francisco Campos.

Financiado polo Ministerio de Ciencia e Innovación, o proxecto conta coa participación de distintas entidades académicas e culturais dos países destino: Pontificia Universidade Católica de Rio Grande do Sul (Brasil), Instituto Universitario Nacional del Arte, Universidad Nacional de Quilmes e Federación de Sociedades

Gallegas de la República Argentina (Arxentina) Universidade de la República del Uruguay e Patronato de la Cultura Gallega de Uruguay (Uruguai).

O Grupo de Estudos Audiovisuais (GI-1786) da Universidade de Santiago de Compostela acumula máis dunha década de experiencia investigadora na análise de espazos xeolingüísticos de comunicación, sendo pioneiro na realización de estudos sobre a produción e circulación de produtos audiovisuais.

## 1. Marco teórico

A existencia dunha importante comunidade emigrada con dereito a voto en países de Latinoamérica – especialmente en Brasil, Arxentina, e Uruguai – leva consigo a existencia dunhas condicións de partida favorables para unha maior circulación de filmes galegos nos países de destino. Estas condicións parecen avogar pola distribución en versión orixinal de produtos audiovisuais detentores de trazos identitarios específicos dunha comunidade xeograficamente dispersa como a galega. Porén, a difusión de obras cinematográficas feitas en Galiza a través dos circuitos convencionais non é significativa na actualidade.

A mundialización da economía, nomeadamente a que afecta ao sector da comunicación e da cultura, implica unha serie de ameazas para aquelas industrias culturais de comunidades lingüísticas afastadas do mercado internacional dominante. Esas comunidades, ben sexa porque carecen de autogoberno, porque dispoñen dunha demografía limitada e/ou dispersa, ou teñen un modelo económico precario, teñen minguada a súa capacidade de comunicación nun escenario no que compiten con industrias plenamente desenvolvidas, que se dirixen tanto a comunidades consolidadas lingüísticamente como ás ameazadas pola globalización.

Esta situación propiciou que a Unión Europea (UE) reorientase a súa política comunitaria da industria audiovisual, na década do 2000<sup>1</sup> e puxese en marcha unha serie de iniciativas que recoñecen a necesidade de actuar a nivel global como modo de resposta a demandas particulares e como única vía para garantir a pervivencia de manifestacións culturais autóctonas, establecendo lazos con outras cinematografías a través dun diálogo cultural enriquecedor e diverso (Montero, Moreno, 2007). Tal como se puxo de manifesto no discurso pronunciado pola Comisaria de Educación e Cultura da UE, Vivianne Reding, no Festival Internacional de Cine de Cannes en 2003: *“O respecto á promoción da diversidade cultural, o respecto e a promoción de cada cultura, non son obxectivos exclusivamente europeos, senón valores comúns ao mundo enteiro. [...] Non existe diversidade cultural sen intercambio. E eses intercambios deben estar mellor equilibrados [...]. En África, en América Latina,*

<sup>1</sup> O eixo central na política audiovisual europea desde os seus comezos, ao redor dos anos oitenta, estaba centrada na idea de preservar e construír un mercado interno autosuficiente para a industria da UE.

*no Mediterráneo, en Asia e tamén na Europa do Leste os filmes son difíciles de financiar e distribuír; mesmo dentro dos mercados nacionais e non digamos a nivel internacional” (Reding, 2003).*

Neste ámbito, o cinema dixital brinda unha excelente oportunidade para un modelo de difusión de filmes impensable hai unhas décadas e permite crear un lugar de encontro para o intercambio de produtos culturais diversos.

De aí que teóricos como o profesor de Comunicación e Industrias Culturais da Erasmus University of Rotterdam, Erik Hitters (2002) avoguen por la adopción dunha perspectiva integradora na que conflúen a converxencia dixital, a identidade cultural e o desenvolvemento territorial na análise das estratexias de circulación de produtos cinematográficos, liña coa que coincide este proxecto.

### **1.1. A complexa relación entre a industria cinematográfica e as nacións**

O punto inicial nesa perspectiva integradora entre converxencia dixital, identidade e ámbito territorial en “Cine, Diversidade e Redes” parte da problemática relación entre cine como industria e nación como o lugar desde o que se produce.

Nación, na literatura científica clásica, é considerada unha “comunidade imaxinada” na que os membros da máis pequena non coñecen á maioría dos seus compatriotas pero na mente de cada un deles represéntase a esa comunidade (Anderson, 1983). Pero, ese concepto de nación dilúese cos actuais fluxos migratorios e os fenómenos asociados á Sociedade da Información provocados pola democratización no acceso a Internet. Isto implica importantes transformacións no ámbito cultural, e por tanto, no cinema tal como indica o profesor da University of Ulster, Paul Willemen (2006): *“tal e como as fronteiras nacionais son ao mesmo tempo un feito e un proceso-a creación do ‘nacional’ emerxe no proceso de referirse ás complexidades, erros e efectividade dunha rede de institucións xeograficamente delimitada que constitúe calquera estado dado -, tales son as fronteiras do cine en si propio como ‘medio’, un feito e un proceso”*. De aí que defina o “cine nacional” como unha industria e un conxunto de estratexias culturais plurais e heteroxéneas. Os tamén profesores Mette Hjort e Duncan Petrie (2007) van un pouco máis aló e defenden a importancia estratéxica da cinematografía e a necesidade de que a produción de pequenas nacións traspase as súas fronteiras para que se faga visible.

A identificación das barreiras existentes na circulación dos produtos cinematográficos revélase fundamental para que esas obras singulares e diferenciadas poidan ser accesibles a través das distintas redes de distribución.

Neste senso, o proxecto que aquí se presenta aborda o fenómeno da creación cinematográfica dunha comunidade ibérica – Galiza – directamente vencellada aos espazos xeolingüísticos hispanolusos de proxección global e á recepción destes produtos por parte de comunidades culturais diferenciadas, identitariamente marcadas

por unha emigración histórica que desde mediados do século XIX até mediados do XX arribou en Arxentina<sup>2</sup>, Uruguai e Brasil entre outros países latinoamericanos.

## 1.2. A “comunidade imaxinada” galega en Latinoamérica

A diáspora galega en América Latina, seguindo o concepto de “comunidade imaxinada”, desenvolveu un sentido de pertenza cultural xeograficamente distante. Alí os Centros Galegos foron as principais figuras xeradoras de capital social. Por anos, houbo unha actividade intensa, baseada na forte fraternidade da cultura galega, pero con moi pouca actividade de negocios ou de proxectos con Galiza. Entendemos que a presenza das comunidades galegas en América, algunhas delas de terceira ou cuarta xeración, é un elemento determinante á hora de amosar a posibilidade de captación de novos públicos para estas producións cinematográficas.

É por iso que a pesquisa pretende avaliar a relación emocional e identitaria sobre o imaxinario colectivo dunhas comunidades lingüística e culturalmente mestizas ante a mostra das producións cinematográficas xeradas nos últimos anos en Galiza. Desta forma, preténdese comprobar os índices de aceptación para a circulación e recepción das creacións galegas nas comunidades plurilingüísticas de Brasil, Arxentina e Uruguai, orixinarias ou confluentes coa emigración.

Ademais, as áreas escollidas están formadas por países-fronteira nos que conviven distintas comunidades lingüísticas, que permiten analizar o desenvolvemento de mercados de países con afinidades culturais.

## 1.3. Penetración das redes sociais na área dos grupos de recepción

Ata este momento abordamos o concepto de Rede desde a idea de comunidade que funciona na distancia por medio de núcleos diferenciados, pero non podemos obviar a outra dimensión desta acepción, a de rede tecnolóxica que favorece a comunicación entre os distintos integrantes da mesma. Ademais, neste proxecto en concreto, preténdese analizar as posibilidades desa rede para servir como ferramenta na distribución dos produtos cinematográficos de comunidades identitarias minoritarias.

As redes sociais víronse potenciadas polo desenvolvemento dos medios de comunicación e en especial de Internet, que facilita as conexións e relacións virtuais entre persoas con intereses comúns. Cabe sinalar que Latinoamérica sitúase con respecto ao uso de Internet nunha posición contraditoria, segundo a axencia comScore<sup>3</sup>. Por un lado presenta en decembro do 2010 un incremento do 15% de usuarios con respecto ao mesmo mes do ano anterior, representando un 9,1% da audiencia global na

<sup>2</sup> O maior grupo de persoas de ascendencia galega reside en Arxentina, con máis de 100.000 galegos, sendo coñecida como a “quinta provincia”.

<sup>3</sup> Datos extraídos do informe *Memoria Digital Latinoamericana* publicado en marzo de 2011.

rede. Pero, ao mesmo tempo, experimenta unha lenta implantación da banda longa na maioría da poboación o que imposibilita o aproveitamento pleno de todo o seu mercado potencial.

É destacable, ademais, a forte penetración das redes sociais nesta área xeográfica, cun 87,7% de usuarios, que supera en case 18 puntos porcentuais os índices mundiais – situados ao redor do 70%. Atendendo a América Latina, estas redes sociais seguen a ocupar o segundo posto en canto aos usos (90%), só por detrás da busca e navegación na Rede (91%). A súa utilización non se limita ao establecemento das relacións sociais, senón que tamén funciona como mecanismo para o intercambio e circulación de produtos culturais e de entretemento, entre os que se inclúe o cinema (ademais da música, vídeos online, produtos multimedia, etc).

En canto á popularidade das novas redes, destaca o auxe de Facebook en todos os países latinoamericanos, coa excepción de Brasil onde segue liderando o ránking Orkut.

Respecto aos países nos que residen os participantes do proxecto “Cine, Diversidade e Redes”, a situación é variable. Brasil ocupa un posto de indubidable liderado en termos absolutos e relativos tanto en porcentaxe de usuarios da Rede como no uso das redes sociais e consumo de produtos online. Arxentina situase no terceiro posto do subcontinente latinoamericano, detrás de México, pero a certa distancia de Brasil, e por último Uruguai atópase no furgón de cola, amosando importantes dificultades para adaptarse ao novo paradigma social e comunicativo.

## 2. Metodoloxía

O proxecto está baseado na análise dos fluxos de produtos cinematográficos do período 2003-2008 e nas súas interaccións lóxico-cognitivas cos universos de recepción. A mostra, de carácter representativo, permite discernir as principais barreiras e motivacións que existen na comprensión e aceptación da produción cinematográfica galega nos obxectivos prospectivos de interese e determinar a influencia de variables formais e lingüísticas na percepción dos mesmos.

A investigación artéllase arredor dun entorno online creado especificamente para o proxecto, e combina dúas clases de universos de recepción: por un lado, membros de comunidades de emigrantes galegas de distintas xeracións, e por outro, grupos de recepción universitarios que non gardan especial contacto coa cultura galega.

### 2.1. Conformación da contorna investigadora

“Cine, diversidade e redes” é unha iniciativa investigadora artellada para ser levada a cabo *online*, a través dunha rede de intercambio específica (intranet) arredor da cal se conforma a comunicación entre os membros do grupo matriz cos universos de recepción participantes, mediada polas ferramentas de análise necesarias

para a extracción de datos e a presentación de resultados. O obxectivo é crear un sistema de intercambio virtual que poña en relación o cinema feito en Galiza co mercado potencial latinoamericano, con especial atención á importante comunidade galega emigrada.

### 2.1.1. Contexto de traballo online

A plataforma – <http://www.cinediversidade.org/> – funciona como punto de confluencia dos principais axentes do proxecto: o grupo de investigación principal (Estudos Audiovisuais), os grupos de recepción (universidades latinoamericanas e centros da emigración galega), os contidos (mostras do cinema galego) e os instrumentos de análise (cuestionarios, foros, chats). O concepto de rede actúa aquí nunha dobre acepción: por unha banda establécese un grupo de análise virtual e pola outra xérase unha liña de intercambio de coñecementos sobre o principal obxecto de estudo. A web de acceso restrinxido deseñada especificamente para o proxecto pola empresa imaxin | software, permite a xestión dos usuarios, a visualización do material audiovisual e a recolla de datos para a posterior análise. Está soportada polo xestor de contidos Orchestra, baseado no framework Symfony, que facilita a súa implementación e aplicación, xestionando de forma solvente as distintas seccións, tanto estáticas como dinámicas.

Na páxina de inicio, o usuario accede a información textual relativa aos obxectivos do proxecto, contidos de interese para a pesquisa (sección “Novas”) e apartados cunha función organizativa e de seguimento do cronograma de traballo previsto para cada grupo (sección “Axenda/Calendario”). O módulo “Foros”, ao que se pode acceder desde calquera menú da páxina, constitúe unha ferramenta especialmente relevante concibida para favorecer a discusión e o intercambio de opinión entre os membros do universo de recepción do proxecto.

### 2.1.2. Instrumentos de análise

#### 2.1.2.1. Cuestionarios

A partir da metodoloxía sinalada constrúese o cuestionario definitivo inserido na ferramenta online *Orchestra*, cuxos resultados fornecen ao grupo unha matriz do material primario sobre o que establecer as interpretacións e conclusións finais da pesquisa.

O cuestionario divídese, nunha primeira discriminación, en dous grandes bloques: un primeiro apartado dedicado á definición do perfil de usuario e un segundo bloque de análise das pezas cinematográficas a cumprimentar polo enquisado ao finalizar o visionado de cada mostra. O cuestionario de *Perfil de usuario* achega, en primeiro lugar, datos demográficos e socioculturais arredor da poboación partici-

pante. Estas primeiras categorías crean a base sobre a que deseñar os pertinentes cruces de variables e permiten definir dinámicas poboacionais nos usuarios da páxina ao podermos clasificalos nos seguintes parámetros: xénero, idade, lugar de procedencia, número de habitantes do hábitat de residencia, nivel de estudos, status socioeconómico e profesión. Tras esta primeira fase puramente estatística o usuario cobre catro apartados que teñen como obxectivo a detección dos valores socioculturais imperantes nos seus respectivos ámbitos persoal e colectivo, con preguntas referidas á identidade individual e grupal, problemas e valores sociais preponderantes, ou factores que inflúen na percepción da felicidade do usuario. A continuación, co fin de detectar o grao de parentesco familiar e cultural do usuario con Galiza, son formuladas diversas cuestións que permitan analizar de xeito diferenciado os resultados daqueles que fan parte da comunidade emigrada ou, cando menos, manteñen relación con ela. Neste senso funcionan preguntas como o número de veces que o usuario visitou Galiza, o grao de parentesco co familiar galego máis próximo ou o contacto previo co idioma galego.

De seguido, o usuario cubrirá o cuestionario de *Hábitos de consumo*, cuxos resultados ofrecen un retrato tipo da poboación receptora en canto consumidora de produtos culturais e cinematográficos. Na primeira pregunta da sección, pídese ao usuario que liste por orde de preferencia diversos medios ou soportes da comunicación e da cultura: radio, cinema, vídeo/DVD, libros, televisión, prensa, internet. A continuación desenvólvense cuestións relativas a cada un dos soportes se ben evitouse unha agrupación temática das preguntas ao partir dun principio de dispersión, un método de contraste que permite comprobar a concordancia das respostas do enquisado e verificar a fiabilidade das mesmas.

No apartado referido ao consumo de produtos cinematográficos as primeiras cuestións céntranse nas afinidades do enquisado, como a relación das últimas catro obras que foran do seu interese, debendo citar o título e o soporte de consumo de cada unha delas (sala de cinema, DVD, descargas, TV, internet). Este apartado permítenos non só coñecer as tendencias xerais da poboación de análise no referido ás preferencias cinematográficas, senón tamén detectar dinámicas de consumo no cinema contemporáneo. A continuación engádese no cuestionario unha variable indispensable para o proxecto, ao formular a mesma cuestión mais referida especificamente ao cinema realizado en Galiza, o que nos permite coñecer o grao de consumo e difusión do cinema galego en Latinoamérica e, especialmente, na comunidade emigrada. Con esta mesma finalidade pídese ao enquisado que cite tres profesionais e outros tantos protagonistas da cultura cinematográfica en xeral e, a continuación, restrinxido a Galiza.

Preguntas similares son formuladas arredor do consumo dos demais soportes convencionais –radio, televisión, lectura– con especial atención ao soporte cibernético dada a natureza e obxectivos da pesquisa. Para determinar o grao de familiaridade coas novas redes de comunicación e intercambio de produtos culturais, pregúntase ao usuario sobre o emprego internet para o visionado ou descarga de contidos audio-



visuais, o uso das redes sociais, ou a consulta de portais, blogs e páxinas webs relativas ao cinema feito en Galiza. Con estas cuestións tentamos detectar a existencia e solidez de redes virtuais que dinamicen o intercambio cultural entre comunidades xeograficamente distantes.

Por último, introducíronse varios apartados destinados a detectar o grao de interese da poboación enquisada cara a produtos doutras culturas e o respecto da versión orixinal en lingua vernácula. Neste senso sondéase o grao de coñecemento doutros idiomas a nivel de fala, lectura e escrita; os soportes e canles de acceso escollidos para acceder a representacións artísticas doutras culturas; ou a escolla da versión orixinal fronte aos tradutores automáticos ao navegar na rede.

Unha vez cumprimentados correctamente os dous primeiros cuestionarios, o usuario accede ao visionado das pezas cinematográficas. Cada un dos oito fragmentos seleccionados desde o grupo de Estudos Audiovisuais ten asociado un cuestionario de análise que se activa automaticamente ao finalizar a peza. Ao comezo deste apartado, o usuario debe indicar cal das versións dispoñibles do fragmento escolleu –versión orixinal, dobrada ou con subtítulos; en galego ou en castelán- dato fundamental para definir unha das hipóteses de partida da investigación: a preferencia da versión orixinal en galego, fronte á dobraxe e ao castelán, da poboación de estudo. A continuación, solicitamos ao usuario que defina en porcentaxe o grao de comprensión da mostra, con especial atención á percepción lingüística. A fiabilidade destas respostas é comprobable ao compararse coa comprensión detectada nas sinopses de cada mostra requirida ao comezo do cuestionario. A seguir, introducimos tres cuestións que ofrecen luz sobre a capacidade da mostra seleccionada para transmitir elementos identitarios da cultura galega. En primeiro lugar, o participante debe citar 4 valores socioculturais presentes no fragmento que considere importantes na configuración dunha determinada cultura; a continuación, pregúntaselle se detectou temáticas propiamente galegas, en caso afirmativo cales; en terceiro lugar buscamos o recoñecemento de elementos representativos da cultura galega; e para finalizar interrogamos ao usuario sobre o papel do idioma no fragmento, como elemento insubstituíble ao ser distintivo dunha comunidade ou, pola contra, como mero vehículo comunicativo e, polo tanto, substituíble por calquera outro idioma.

Na segunda parte do cuestionario de análise abórdanse cuestións máis técnicas que precisan duns coñecementos mínimos de linguaxe cinematográfica. Neste apartado, o enquisado puntúa de 0 a 5 a calidade de distintos elementos presentes na construción dos filmes: guión, produción, dirección e fotografía, dirección de arte, edición e postprodución, son e banda sonora.

### **2.1.2.2. Mostras**

En paralelo ao deseño do cuestionario de referencia realízase a selección da mostra tipolóxica representativa do cinema galego que os participantes dos grupos

de recepción han de visionar. Para adecuar a escolla a os obxectivos de base da investigación fíxanse unha serie de requisitos que guiarán o proceso de elección. Son os seguintes:

*Idioma.* Un dos obxectivos do proxecto é detectar o grao de preferencia dos usuarios pola versión orixinal en galego polo que, obviamente, quedarán excluídas do proceso de selección aquelas obras que non contén con versión neste idioma. Para avaliar a preferencia ou non da versión falada en galego fronte á versión castelá procurárase unha porcentaxe significativa de pezas que contén coas dúas versións, a fin de poder establecer unha comparación significativa.

*Tema.* As pezas deben incluír unha serie de rasgos temáticas que permitan abordar a análise das particularidades que fan do cinema galego unha manifestación cultural específica. Polo tanto valorárase a singularidade das temáticas (reflexo da historia de Galiza, presenza de tradicións identitarias, manifestacións relixiosas, plasmación da organización sociais e os seus conflitos); a presenza iterativa de certos lugares como materialización do territorio; ou a escolla, xunto a produtos industriais, de pezas de cinema independente que utilicen métodos narrativos alternativos e tendan ao emprego de espazos naturais ou urbanos arredados do estudio.

*Cronoloxía.* Para dotar de actualidade ao proxecto buscáronse pezas realizadas con posterioridade ao 1 de xaneiro de 2003, sen que iso anule a posibilidade de incluír obras anteriores que poidamos considerar “clásicos” e sirvan de exemplos de contraste.

*Formato.* Procurouse que na selección final estean presentes os xéneros e formatos máis frecuentes no cinema galego (longametraxes de ficción, documentais, curtametraxes de ficción e animación), nunha proporción representativa, o que devén nunha selección composta por: 4 longametraxes de ficción, 1 longametraxe documental, 1 curta de animación, 1 curta de ficción e 1 curta experimental ou de autor.

*Calidade.* Exclúense aqueles fragmentos que, pese a seren interesantes no referente aos contidos e cumprir co resto de requisitos sinalados anteriormente, son distribuídos en copias de calidade sonora ou visual insuficiente.

*Duración.* Os fragmentos escolmados non poden exceder os 20 minutos.

*Accesibilidade.* Exclúense aqueles filmes que non contén con copias en distribución ou cuxos responsables se manifesten contrarios a cedelos aos intereses da investigación.

### 2.1.3. Creación dos grupos de recepción

Á hora de conformar os grupos de recepción establécense dous criterios de busca. Procúranse, por unha banda, centros universitarios dos tres países seleccionados previamente para o desenvolvemento da investigación por contar cunha importante colonia galega emigrada (Arxentina, Uruguai e Brasil) e, en paralelo, asociacións galegas de emigrantes cunha importante actividade cultural, que fun-

cionen como grupos de contraste. Tras semanas de xestións confórmanse os seguintes grupos de recepción. Por unha banda, catro centros universitarios: Instituto Universitario Nacional da Arte de Buenos Aires (IUNA), Universidade Nacional de Quilmes (UNQ), Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Universidade da República de Uruguai (UDELAR). Como grupos de contraste da emigración galega escóllense á súa vez o Patronato da Cultura Galega de Uruguai e a Federación de Asociacións Galegas da República Arxentina.

Os contactos establécense en outubro de 2010 nunha visita aos centros participantes de dous membros do grupo de Estudos Audiovisuais na que, ademais de avaliar as posibilidades tecnolóxicas de cada institución, son explicadas as rutinas necesarias para o correcto desenvolvemento da pesquisa. A continuación determínanse os coordinadores de cada centro (Nicolás Bermúdez na IUNA, Martín Becerra na UNQ, Juliana Tonin na PUCRS, Emilio Coedo en UDELAR, Alicia Pérez no Patronato e Ruy Farías na Federación). Á hora de conformar o universo de recepción da mostra establécense varias pautas que permitan conformar unha poboación representativa: paridade de xénero, idades variadas, procedencia xeográfica diversa (entorno rural/urbano) e pluralidade formativa no caso dos centros universitarios (alumnos/as de 1º-2º grado e 3º grado-profesores universitarios). Estímase que o número idóneo de participantes por centro será dun mínimo de 10 e un máximo de 20. Tras un período de pre-test da plataforma realizado con notable éxito nos seis centros de recepción, comeza o proceso de análise e recolleita de datos en xaneiro de 2011 finalizando no mes de xullo deste mesmo ano.

## 2.2. Planificación do procedemento investigador

O establecemento dun proxecto de investigación en rede no que se introduce un sistema de intercambio de información anovador de acceso restrinxido obriga á programación dun calendario de tarefas con tempo para a posta en marcha e perfeccionamento da plataforma, para a adecuación de espazos e equipos ás necesidades tecnolóxicas do novo procedemento e para a instrución dos usuarios na utilización do mesmo.

O correcto cumprimento destes pasos avalíase a través da realización dunha proba piloto que simula as condicións do período de análise e que permite perfeccionar o sistema e comprobar o nivel de implicación dos grupos de recepción. Superadas as probas é momento para a aplicación das ferramentas da investigación e a interpretación de resultados.

Ao longo deste proceso, tanto os coordinadores dos grupos de recepción en Brasil, Uruguai e Arxentina, como o equipo de investigadores da USC encargado do seguimento constante da actividade dos parceiros, e que en diante chamaremos *grupo matriz*, han de desenvolver unha serie de tarefas específicas. Da compenetración destes dous actores depende en gran medida o éxito do proxecto. A conti-

nuación descríbense, de maneira detallada, as actividades correspondentes ás fases de preparación e desenvolvemento da investigación projectándose no Apendice 1 o calendario do proceso.

### **2.2.1. Fase preparatoria. Formación de usuarios, acondicionamento técnico e proba piloto**

Logo da composición dos equipos de traballo, os coordinadores parceiros remiten ao grupo matriz información detallada sobre cada grupo de recepción (número de membros, grao de participación, calendario de traballo...), unha descrición do equipamento tecnolóxico co que contan (número de computadores, sistemas operativos e velocidade de conexión), ademais dunha serie de datos básicos sobre os integrantes do equipo (nome, apelidos, país de residencia, correo electrónico...) para que se poida proceder ao seu rexistro como usuarios.

Tomando como base estas informacións, os membros do grupo matriz confeccionan un calendario de tarefas axeitado ás súas necesidades organizativas e trasladan aos responsables do deseño da plataforma online unha descrición das especificidades tecnolóxicas dos centros a fin de que estes poidan adaptala e facela compatible cos equipos dos que dispoñen as entidades parceiras.

Finalizado o proceso de adaptación, compoñen un manual para o uso do sistema coas instrucións que os participantes precisan para facer parte na proba piloto. O propósito da proba é triplo: detectar os problemas de comprensión do cuestionario e a súa adecuación aos obxectivos da investigación, comprobar o funcionamento técnico da web (a integración e operatividade dos cuestionarios, os dispositivos audiovisuais e a base de datos no entorno online) e avaliar o nivel de implicación dos integrantes dos equipos.

Para evitar que as prácticas de análise da preparatoria pervertan os resultados da pesquisa na fase analítica, o grupo matriz compón unha nova selección de oito mostras das mesmas características (duración, formato, temática, etc.) da escolla orixinal.

Seguindo co propósito de avaliar o funcionamento e pertinencia de cada un dos procedementos que se aplicarán na fase analítica, os grupos toman parte no primeiro encontro online pola videoconferencia, o que permite establecer un contacto máis directo entre grupo matriz e parceiros. Esta práctica posibilita asemade valorar a operatividade do uso das videoconferencias e chats para complementar os datos extraídos dos seus cuestionarios.

Á fin da proba piloto, os coordinadores de cada grupo emiten un informe de avaliación da experiencia, (o tempo empregado en cada unha das prácticas de análise, as condicións ideais de traballo, a actitude dos asistentes e as posibles maneiras de incentivar a participación no proxecto) que sirva aos investigadores de Compostela para mellorar a planificación das sesións de traballo.

Á súa vez, o grupo matriz, tomando como base os resultados da proba e os informes emitidos polos coordinadores, encárgase de perfeccionar o cuestionario, de trans-

mitir aos deseñadores da plataforma instrucións para unha maior operatividade da mesma e de confeccionar o calendario definitivo de sesións de traballo (xornadas de análise, videoconferencias e chats) en función das necesidades dos centros e a capacidade de participación dos seus integrantes.

En virtude das súas conclusións establécense as seguintes premisas:

a) Adecuación da contorna online á capacitación técnica das entidades participantes. Os resultados da proba piloto apuntan a que unha das grandes trabas para o correcto devir do procedemento radica na diferenza de velocidades de conexión nos centros. Mentres o centro emisor (USC) dispón de acceso a internet de banda ancha (100 Mbps), o resto dos centros (IUNA, UNQ, PUCRS, UDELAR, Patronato e Federación) contan con fluxos de transmisión moito máis febles (de 1 a 5 Mbps). Esta fenda dixital tradúcese na práctica en atrancos na reprodución das mostras e en dificultades para almacenar as respostas aos cuestionarios dun modo rápido e sen perdas de datos. Para minimizar este problema faise necesario reducir a frecuencia de arquivo automático de datos en rede, evitando así as posibilidades de desconexión, e óptase por contratar un servidor no continente americano que garanta o acceso correcto aos contidos web.

b) Flexibilidade no carácter e a frecuencia das sesións de traballo.

Se ben a planificación orixinal do proxecto contemplaba a realización de sesións programadas nas que todos os compoñentes de cada equipo eran convocados a unha hora nun espazo determinados, a incompatibilidade de horarios dos seus integrantes, a escasa dispoñibilidade de ordenadores nos centros e a súa deficiente capacidade de conexión, avogan pola adopción dun modelo organizativo máis flexible. O resultado é un programa de nove sesións de carácter individual con duración aproximada de 90 minutos que os participantes poden distribuír en función das súas necesidades sempre que manteñan a frecuencia pactada dunha sesión por semana. O calendario complétase con dúas sesións para entrevistas individuais cuxo horario debe ser pactado co grupo matriz e outras dúas de carácter grupal (as videoconferencias) de cuxa organización se encarga o coordinador de cada grupo en comunicación constante cos membros do GEA.

c) Mobilización para a participación: a atención directa.

Este particular sistema organizativo polo que se cede ao usuario a responsabilidade de distribuír as sesións de traballo en función da súa dispoñibilidade horaria esixe atención constante por parte do grupo de Compostela e dos coordinadores dos centros a fin de garantir que tal flexibilidade non reverta no incumprimento de prazos. Xunto ao control rigoroso, é necesario habilitar diferentes vías para o contacto directo entre grupo matriz, coordinadores e usuarios, de maneira que se favoreza o fluxo constante de información sobre o proxecto entre todos os individuos que participan no mesmo. O seguimento constante das indicacións e mensaxes dos usuarios,

a pronta resposta aos mesmos, e a actualización das informacións complementarias á web, resultan requirimento imprescindible para vencer as barreiras de comunicación impostas polo contexto online e conseguir unha relación máis fluída entre os involucrados na pesquisa.

A elaboración dun novo cronograma de traballo a partires destas premisas pon fin á proba piloto e dá paso á etapa analítica.

### **2.2.2. Fase analítica: Aplicación de ferramentas de pesquisa e resultados**

O esquema organizativo da etapa de análise distingue varios tipos de sesións de traballo: xornadas de resposta aos cuestionarios, de tratamento dos vídeos da mostra, encontros grupais online e entrevistas individuais.

Co fin de controlar o acceso á web e facilitar os labores de xestión iniciais, é o grupo matriz en Compostela o que se ocupa de rexistrar como usuarios a aqueles individuos que finalmente integran os grupos de recepción. Unha vez dados de alta no sistema de xestión online, os participantes deben completar os cuestionarios de perfil e hábitos de consumo, como paso obrigado para acceder aos apartados de análise da mostra.

As sesións de análise son oito (unha por mostra e por semana), alternándose con encontros grupais por videoconferencia (dúas ao longo do proceso) e entrevistas individuais (tamén dúas: a primeira unha vez foron analizadas a metade das mostras e a última ao final do período de investigación). O obxectivo destas entrevistas é resolver dúbidas sobre os procedementos e temáticas que os participantes na investigación van atopando no transcurso da mesma, á vez que favorecer o debate sobre as cuestións tratadas nos test e posibilitar unha reflexión máis profunda sobre os filmes da mostra, seguindo coa premisa de reactivar a implicación dos usuarios mediante o contacto directo cos investigadores a cargo do proxecto.

Nesta etapa o grupo matriz emite informes de carácter semanal nos que plasma a evolución da actividade dos grupos (altas e baixas de usuarios, número de mostras analizadas, indicacións xerais sobre o ritmo de traballo e citacións para os encontros online) e que remiten aos coordinadores de cada equipo de maneira que estes poidan ter información actualizada sobre o traballo dos seus integrantes. Ademais, os investigadores a cargo do contacto directo cos grupos ocúpanse da actualización constante dos apartados “Foros”, “Novas” e “Axenda”, a fin de que se manteña o nivel de participación activa dos usuarios.

Os coordinadores, á súa vez, ocúpanse de trasladar ao grupo de Compostela as incidencias acontecidas durante esta fase e as dúbidas que os usuarios formulan sobre o uso da plataforma ou cuestionarios, de maneira que estas poidan ser resoltas coa maior celeridade posible.

O proceso de valoración inicial de resultados xorde en paralelo á análise. Os responsables do grupo matriz controlan semanalmente a corrección coa que a base de datos rexistra as achegas dos usuarios así como que as respostas destes se atopan entre os valores posibles ofrecidos pola enquisa. Este control frecuente das respostas capacítalos para resolver rapidamente os problemas técnicos e teóricos nos que se ven envoltos os participantes, á vez que para detectar aquelas cuestións ou debates que espertan máis interese nos grupos e tratalas máis amplamente nos foros e entrevistas grupais.

A interpretación dos datos, porén, prosegue unha vez finalizada a actividade dos grupos. Os membros do grupo matriz sistematizan e procesan as informacións recollidas nos cuestionarios de perfil e hábitos de consumo e nas análises das mostras, e recollen as súas valoracións en informes detallados que serven de base para as conclusións do proxecto.

## Conclusións

A aplicación de contornas online a proxectos de investigación en Ciencias Sociais esixe da elaboración de calendarios de traballo flexibles e do mantemento dunha comunicación directa e constante entre participantes e coordinadores. No caso concreto dos estudos de recepción o estímulo continuado á participación dos compoñentes da poboación de análise canda o control rigoroso das tarefas programadas son puntos esenciais para garantir o éxito deste tipo de pesquisas de carácter non presencial.

As prácticas desenvolvidas no marco da investigación “Cine, Diversidade e Redes”, recomendan o establecemento de novos fluxos de comunicación que propicien o contacto coa totalidade dos membros da comunidade imaxinada (ou real) da que parten e á que se dirixen, para favorecer a distribución das creacións culturais de industrias minoritarias nun mercado copado polos produtos de industrias cinematográficas fortemente consolidadas e con pretensións unificadoras.

O éxito na conformación de novos fluxos de intercambio cos países da América Latina pasa pola adopción de políticas que poñan fin á fenda dixital, tanto no relativo á alfabetización informática dos usuarios como á capacitación técnica das instalacións e equipos aos que teñen acceso.

Malia que a existencia dunha lingua minoritaria ten sido empregada pola industria como inconvinte para a difusión das obras cinematográficas fóra dos países de creación, esta experiencia científica cuestiona tales argumentos e sitúa a presenza da versión orixinal nos filmes como elemento fundamental no achegamento a comunidades alleas, paso imprescindible para o intercambio cultural.

## Bibliografía

- Anderson, B. (1983) *Imagined communities. Reflections on the origin and spread of nationalism*. Londres: Verso.
- Fosk, A. (2010) *Situación de Internet en Latinoamérica*, ComScore.
- Hitters, E. & Richards, G. (2002) *The Creation and Management of Cultural Clusters*, Creative and Innovation. Rotterdam: Erasmus University of Rotterdam.
- Hjort, M. & Petrie, D. (2007) *The cinema of small nations*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Moreno Domínguez, J. M. & Montero Sánchez, D. (2006) 'La estrategia del caracol. Un breve recorrido por la cooperación audiovisual de la UE con otras regiones' in *Petic: Revista de Economía Política das Tecnologías da Informação e Comunicação*.
- Moreno Domínguez, J. M. & Sierra Caballero, F. (2008) *Comunicación y cultura en Iberoamérica. El reto de las políticas públicas en la sociedad global*. Madrid: Visión Libros.
- Willemsen, P. (2006) *Theorising National Cinema*, Eds. Vitali, Valentina y Willemsen, Paul, British Film Institute.
- Wimmer, R. D.; D., J. R. (1996) *La investigación científica de los medios de comunicación*, Barcelona. Editorial Bosch S.A.

## APÉNDICE 1

### Cronograma do proceso investigador

#### 1.- Fase preparatoria

Duración: 32 semanas.

##### a) Proposta sistemática para a obtención dos datos: 8 semanas.

O punto de partida da fase preparatoria consiste na confección dos cuestionarios que centran a pesquisa e da súa aplicación ao xestor informático capaz de traducilos en datos.

b) Definición de categorías para a selección de filmes e acotación da mostra: 8 semanas.

Paralelamente, o Grupo de Estudos Audiovisuais ocúpase da selección e tratamento dos filmes que conforman a mostra do estudo e da escolla dun segundo conxunto de filmes que sirva de exemplo na proba piloto.

##### c) Composición dos grupos de recepción: 11 semanas.

O grupo matriz traslada aos coordinadores os requirimentos de composición dos equipos segundo os parámetros especificados no deseño da pesquisa. Unha vez completos, os parceiros remiten aos investigadores do grupo matriz a información relativa aos seus integrantes e as necesidades do centro.

##### d) Elaboración e probas da ferramenta de análise online: 13 semanas.

Ao mesmo tempo, o grupo de Santiago confecciona a plataforma de análise online que, unha vez recibidos os datos das posibilidades técnicas de cada grupo, adaptará para garantir a compatibilidade do software utilizado.

##### e) Pre-test. Análises e chats: 1 semana.

O proxecto destina unha semana para que os grupos proben o sistema e se afa-



gan á tecnoloxía empregada para os chats antes do período de análise. Nesta proba, os seus membros toman contacto co cuestionario da investigación, comunican aos seus coordinadores as dúbidas que lles ocasiona e formulan suxestións para melloras na navegabilidade do sistema.

No primeiro chat, a través de videoconferencia, coñecen aos membros do Grupo de Estudos Audiovisuais que se encargan do seguimento de cada caso.

f) Avaliación do pretest e xuntanza intergrupar: 3 semanas.

Os resultados das probas da plataforma, os problemas acontecidos e as suxestións propostas polos integrantes de cada grupo son recollidos polos coordinadores dos centros en informes de avaliación da experiencia. Ao tempo, os membros do Grupo de Estudos Audiovisuais analizan os datos que derivan das análises ao fin de detectar erros de comprensión do cuestionario ou problemas coa base de datos, e confeccionan un informe cos seus achados.

g) Correccións da plataforma e presentación do cuestionario: 6 semanas.

Tras a reunión cos coordinadores dos grupos de recepción, o Grupo de Estudos Audiovisuais perfecciona a ferramenta de análise incorporando as modificacións pactadas na xuntanza intergrupar. Ao mesmo tempo, os responsables dos grupos de recepción informan aos participantes das mudanzas propostas e instrúenos no manexo do Orchestra.

2 – Fase analítica

Duración: 23 semanas.

Ultimados os preparativos para o correcto avance da investigación, ponse en marcha o período de análises ao que seguirá un tempo para a avaliación de resultados e a valoración da experiencia.

O cronograma de actividades programado para esta fase confecciónase en función das necesidades da investigación e tendo en conta as estimacións que o período de proba permitiu realizar sobre a duración do tempo preciso para cada tarefa.

a) Creación de contas de usuario da plataforma online: 1 semana.

Nas tres primeiras semanas do período de análise, rexístranse os integrantes de cada grupo.

b) Cuestionarios de perfil e hábitos de consumo.: 1 semana.

Os usuarios da plataforma resollen as dúas primeiras partes do cuestionario, correspondentes ás informacións de perfil e hábitos de consumo.

c) Análise de mostras.

O calendario de análise das mostras consta de 8 sesións, unha por filme de análise. Con periodicidade semanal, 90 minutos de duración e carácter grupar, cada sesión permite que os usuarios visionen o filme unha ou varias veces, realicen individualmente a análise do mesmo e, rematada esta, manteñan un debate cos compañeiros sobre as cuestións de interese suscitadas polo formulario.

É función dos coordinadores de cada grupo rexistrar os puntos centrais dos temas tratados e trasladarllos ao Grupo de Estudos Audiovisuais en Compostela.

Namentres, os responsables da investigación na USC deben garantir o correcto

funcionamento da plataforma e resolver as dúbidas que lles trasladen os coordinadores dos grupos ao tempo que avalían que os datos son almacenados sen erros na base creada para a pesquisa.

d) Son catro as conversas programadas para este período de análise: dúas de carácter grupal e unha individualizada.

Unha inicial, por videoconferencia, no momento en que os integrantes dos grupos realizan o seu rexistro como usuarios da plataforma de análise online. Esta sesión introdutoria serve para lembrarlles os obxectivos da pesquisa e o protocolo de procedemento, amais de darlles formalmente a benvida ao proxecto.

Dúas sesións intermedias, tamén videoconferencias, permiten resolver as dúbidas que os usuarios poidan albergar á hora de cumprimentar os cuestionarios.

E unha sesión de conversa final, esta de carácter individual, na que os membros do Grupo de Estudos Audiovisuais aclaran con cada un dos integrantes dos grupos aspectos relativos á evolución da súa actividade e dúbidas sobre os datos por eles achegados, ao tempo que procuran completar aquelas cuestións que non puideron ser expresadas nos formularios.

As sesións de conversa, sexan a través de videoconferencias ou por medio de texto escrito, son rexistradas e almacenadas para a súa posterior consulta, sempre e cando o entrevistado exprese o seu consentimento.

e) Avaliación da experiencia e comunicación de resultados: 11 semanas

Nas semanas posteriores ao peche do período de análises, tanto os coordinadores dos grupos como os membros do Grupo de Estudos Audiovisuais responsables do contacto directo cos centros parceiros, elaboran informes de avaliación dos procedementos e resultados. A entrega dos mesmos supón a fin da actividade grupal.