

A CIBERCULTURA, DO VIRTUAL Á REALIDADE: O CASO DE CULTURAGALEGA.ORG

Cristina Mouriño Cabaleiro
Consello da Cultura Galega

1 INTRODUCCIÓN

O 10 de outubro de 2000 o Consello da Cultura Galega presentaba publicamente culturagalega.org, o seu portal de divulgación cultural. O proxecto fora unha aposta persoal do escritor e daquela presidente da institución Carlos Casares e con el marcáronse varios obxectivos: achegar a cultura á rede, captar un público novo e presentar unha visión da cultura actual sen descoidar o seu pasado histórico. Pero o proxecto levaba implícito un valor máis, que era o de crear un medio de comunicación que contribuíse a normalizar o uso do idioma nos medios. Dado que culturagalega.org era un portal de divulgación cultural galega ao abeiro do Consello da Cultura Galega, non houbo discusión nin na lingua que se ía empregar nin na actitude que había que adoptar ante ela. culturagalega.org é unha ferramenta máis da que dispón o Consello para cumprir unha das misións que ten establecidas por lei: promoción e difusión da lingua e da cultura galegas. Por iso, o portal ten como función implícita a normalización da lingua galega en internet e o apoio á creación dun «espazo galego» na rede.

2 O PRIMEIRO PASO: A DEFINIÇÃO DO CONCEPTO DE CULTURA

No proceso de xestación de culturagalega.org houbo un primeiro punto de partida, que foi o de establecer que significaba «cultura» para un medio especializado como pretendía ser este. Os estudos publicados naquel momento apuntaban ao crecemento da «industria do coñecemento» e ás «factorías de contidos» como principais eixes da economía das sociedades occidentais desenvolvidas, da xeración de traballo e da reprodución e socialización culturais. Así culturagalega.org ten como principio apoiar o desenvolvemento da industria cultural (e os sectores que se están a con-

figurar como industria) como garantía de futuro do noso imaxinario e percepción do mundo: literatura, música, arte, teatro ou o sector audiovisual teñen no portal o seu espazo propio. Este feito evidenciaba tamén un sentido máis amplo que o da concepción tradicional de cultura, relacionada coas artes escénicas, dándolles cabida tamén á ciencia, á tecnoloxía e aos movementos e iniciativas arredor do ambiente como elementos conformadores do noso acervo cultural. Esta idea plasmouse na práctica mediante a creación das seguintes seccións:

- *Arte*: informacións relativas a exposicións, mostras, galerías, museos, proxectos relacionados coas creacións plásticas.

- *Comunicación*: medios de comunicación, revistas, publicacións, publicidade, encontros e xornadas comunicativas, datos relativos ao consumo de medios...

- *Sociedade*: educación universitaria, primaria, secundaria, movementos sociais de base, movementos asociativos...

- *Medioambiente*: novas relacionadas co medio, desde as políticas institucionais ata os movementos de asociacións ecoloxistas.

- *Historia*: patrimonio, documentos e feitos históricos de Galicia.

- *Lingua e literatura*: lingua, literatura, publicacións, estudos, informes e congresos sobre estas dúas cuestións.

- *Música*: proceso da industria discográfica (gravacións, presentacións, distribucións, concertos...), política dos conservatorios e centros musicais...

- *Espectáculos*: artes escénicas como o teatro e a ópera, xunto coas producións audiovisuais (o ciclo de vida das producións: idea, rodaxe, posprodución, edición, presentación, distribución, venta en DVD e as viaxes polos festivais de longametraxes, curtametraxes ou documentais).

- *Alenda*: a información relativa ás comunidades galegas da diáspora.

- *Ciencia e tecnoloxía*: todas as novidades relacionadas coa ciencia e coa tecnoloxía que se producen ao abeiro das institucións públicas e das empresas.

Nese sentido, culturagalega.org pretendía dar entrada a temas e a fontes que habitualmente parecían quedar fóra do ámbito cultural e que, por outra parte, se corresponden coa división orgánica do Consello da Cultura Galega nos arquivos e seccións en que se divide.

3 A ESTRUCTURA HUMANA: PRIMEIRO PASO CARA Á DIXITALIZACIÓN

Desde entón o Consello mantivo e desenvolveu un espazo cultural na rede que estaba xestionado por unha redacción estritamente multimedia estruturada en tres categorías funcionais deseñadas ao mesmo nivel para ser coordinados por un director. A división quedaba establecida nas seguintes categorías:

- un deseñador: encargado da imaxe gráfica e, con posterioridade, encargado do posicionamento da web na rede e da vertebración interna do portal;
- dous produtores: a súa tarefa básica é a de servir de motor de busca cultural, localizar os axentes e os polos informativos que despois han de falar cos redactores;
- dous redactores: encargados da redacción dos contidos textuais que aparecen no portal.

Como a organización de culturagalega.org é de estrutura lineal non piramidal, motivada tamén polo reducida que é a redacción, os procesos de elaboración e produción de contidos así como as tomas de decisións son sempre consensuadas. Produtores e redactores comparten os criterios que a súa praxe diaria lles facilita para dotar o portal de propostas de temas que escapen da axenda mediática habitual para as seccións de cultura¹.

Por outra banda, co paso do tempo e coa consecución e superación das metas fixadas polo equipo que conforma culturagalega.org, a organización foise ampliando. A práctica xornalística diaria, á que os cybermedios non son alleos, determinaba o peso da opinión das firmas dentro dun discurso mediático. Foi así como naceu a figura dos colaboradores. Anxos Sumai, José Manuel Lens,

1. Unha parte do tempo de traballo diario dos redactores consiste no baleirado e no seguimento dos medios de comunicación, diarios e non diarios, impresos e dixitais, que atenden á realidade cultural galega. Este material pasa a formar parte dunha base

Rosa Aneiros ou Xurxo Mariño son un exemplo desta nova categoría que ten unha característica moi doadamente destacable: os colaboradores de culturagalega.org son xente nova, cunha elevada calidade de redacción e que comezan a ter un espazo dentro do tecido cultural galego. Coa entrada de opinión, sempre sobre temas culturais e cada unha no ámbito en que o seu autor é especialista, cubriuse un oco dentro da proposta cultural que ofrece o portal.

4 O CIBERXORNALISTA CULTURAL: FUNCÍONS E DIMENSIÓNS

Coa aparición na rede do *San José Mercury News* os investigadores en comunicación atoparon unha nova dimensión en que foi preciso debuxar unha nova metodoloxía que atendese ás características dos novos produtos, ademais de toda unha nova terminoloxía (ata ser chamados cibermedios, houbo diferentes denominacións, desde medios dixitais, medios electrónicos, xornais multimedia...) e unhas novas disciplinas de estudo que afectan á forma e aos propios contidos.

De entre todas as fronteiras que se abriron nesta nova dimensión, poucas liñas se centraron en analizar as características dos profesionais que se dedicaban á creación dos contidos. Desde a caída dos límites entre os polos da comunicación (emisor e receptor) que ofrecían os novos medios falouse de desaparición do xornalista ou a súa conversión en mero documentalista, encargado da relación entre os contidos e non da súa elaboración. Ao abeiro das novas asociacións de xornalistas fixéronse análises parciais sobre a nova figura que irrompía no panorama mediático, pero só centradas en consideracións laborais e contractuais. O exemplo máis próximo en Galicia foi o do Consello da Cultura Galega, que elaborou, dentro da Sección de Comunicación e dirixida polo profesor Miguel Tüñez, unha enquisa sobre as actitudes laborais e as condicións dos ciberxornalistas. O resultado foi un informe en que

de datos e conforma un *dossier* cultural que dá conta dos temas tratados, os axentes e os enfoques cos que se aborda. Esta radiografía e análise da realidade cultural galega permite aos redactores propor e realizar temas do día que saen (ben a partir do tema, ben do enfoque) da práctica habitual.

se apuntaba que «a definición das funcións do xornalista en internet non poderá empezar a esbozarse con algo de nitidez mentres non se aclare e consolide o panorama mediático na rede, á que se atribúe como unha das vantaxes a posibilidade de universalizar os emisores de información» (Túñez, 2002:14).

Este panorama resultaba pouco alentador para os profesionais da información que decidían seguir os seus camiños polos cibermedios. Os modelos ciberxornalísticos existentes tampouco axudaban demasiado, xa que a maior parte das cibercabeceiras consistían en traslados á rede da versión en papel e, no mellor dos casos, tratábase dunha redacción moi reducida (unha ou dúas persoas) que só se encargaba do traslado de contidos e de redactar a partir de teletipos de axencia. Casos como elpais.es ou culturagalega.org, aínda que en extremos diferenciados, conseguen evidenciar que unha práctica xornalística normalizada dentro dos cibermedios é posible.

O exemplo de elpais.es, como o doutros modelos xornalísticos, conseguiu demostrar que un profesional pode redactar información e facelo coa mesma calidade e coas mesmas garantías aínda que adaptados ás estruturas e formatos que manda o novo soporte. E o caso de culturagalega.org non foi unha excepción. O feito de non contar cunha versión impresa e estar pensada única e exclusivamente para un medio dixital motivou que os seus contidos fosen axeitados para a rede. Pero a función dos xornalistas-redactores tivo un antes e un despois do redeseño do portal.

O 24 de xuño de 2002 culturagalega.org mudaba de cara. Pero era algo máis que un lavado de imaxe, era un redeseño profundo da concepción do portal que afectaba á construción da axenda do medio, ás fontes, aos formatos e ao valor da recuperación da información. O máis innovador foi precisamente aquilo que non se viu, que quedaba oculto tras a simplificación da páxina de entrada do portal. A migración do sistema de traballo, ao pasar dun sitio web estático a un sitio web dinámico, supuxo un cambio que tamén afectou ao traballo dos xornalistas-redactores. O novo sistema, chamado Artesa, implicaba un novo estadio en que se desen-

volveren as seguintes novidades: a aparición de información propia do medio, un novo concepto de busca da información, a redimensión da hemeroteca, a redimensión dos formatos, o valor da recuperación da información e a posta en valor dos soportais (as canles temáticas que trataban polo miúdo cada unha das industrias culturais do país).

5 O SISTEMA DE APROVEITAMENTO DE INFORMACIÓN: AS RUTINAS XORNALÍSTICAS

Unha fonte, como axente que proporciona información, pode ser un individuo, un colectivo ou unha entidade que comunique un contido. Neste sentido non se diferencia nin nas súas formas de atribución nin de referenciación da práctica do xornalismo impreso. Co cambio de sistema culturagalega.org pasa a ser un medio que elabora diariamente información propia. Naceron así os temas do día, isto é, reportaxes profundas nas que culturagalega.org proporciona a posibilidade de afondar na información onde as fontes forman parte do discurso, do mesmo xeito que nos medios impresos tradicionais. Os criterios cos que o equipo de redacción decide os temas do día aséntanse en catro piares:

- A importancia da actualidade (entendida para a dirección do portal como servizo público).
- A incorporación á rede de temáticas ausentes ata o momento, é dicir, crear contidos que non teñen referente en internet.
- A introdución de novas temáticas no imaxinario culto galego.
- A explicación de acontecementos complexos, é dicir, dotar dun contexto e de referentes precisos para coñecer un feito.

Con esta dinámica os redactores comezaron a elaborar un contido propio e diferenciado, de xeito que deron paso a unha axenda temática completamente alternativa á que era habitual nos medios de comunicación ata ese momento.

Creouse un proceso de busca de información no que o que determina o que é noticia ou non é o grao de relevancia que esa información ten para o noso sistema cultural. Os redactores comezaron a exercer de ciberxornalistas, de xeito que aproveitaban o sistema tradicional de acceso á información e redactaban os conti-

dos de acordo coas características do medio en que se publicaban. Desde a dirección de culturagalega.org fomentouse, aínda máis, a especialización, de forma que os redactores non só están especializados en cultura, senón que ademais teñen asignadas áreas de coñecemento específicas. Así o redactor ten un maior coñecemento do tema e, ademais de informar, pode relacionar conceptos e mesmo interpretar a realidade.

6 OS XÉNEROS: DO NOTICIOSO AO INTERPRETATIVO

Pero a outra cara da mesma moeda é que o portal, como medio que tiña entre os seus obxectivos fundacionais contribuir á consolidación dun espazo de comunicación propio, continuou orixinando tráfico a través das ligazóns na edición de novas diarias. Culturagalega.org ten como norma remitir aos medios de comunicación do país a ampliación da información, contribuíndo a reforzar a estrutura dun sistema de medios especificamente galego. Neste sentido cómpre recordar que culturagalega.org naceu nun ano que foi especialmente significativo para as versións dixitais dos medios de comunicación e a súa evolución foi parella á destes medios aos que liga, de forma que valida un sistema de comunicación propio. En xullo de 2000 apareceu un novo sistema de edición do *Faro de Vigo*; *El Progreso Dixital*, *La Región Internacional*, *El Ideal Gallego* e *La Voz de Galicia* abriron ao longo do ano as súas edicións dixitais (aínda que con grandes diferenzas de concepción entre eles). Foi tamén nese ano cando apareceron os primeiros xornais diarios de Galicia que só publicaban en liña, *Xornal.com* e *Egalicia Diario Digital*, no enderezo electrónico celtanet.com. Ademais, ao longo dese ano foi cando *Diario de Pontevedra* e *El Correo Gallego* modificaron os seus sitios web.

Polo demais, no que atinxe aos sistemas de contacto cos axentes da información, os sistemas de acceso á fonte seguen a ser, a pesar de tratarse dun cibermedio, os habituais na tradición xornalística. O contacto telefónico e presencial achega a maior parte da información no caso de fontes buscadas desde a propia redacción. Son poucas, aínda que cada vez máis frecuentes, as ocasións en

que a comunicación se fai vía correo electrónico. Son moi poucas as novas que nos chegan a través dos gabinetes de prensa. Neste sentido cómpre destacar que boa parte dos axentes emisores de información aínda non situaron internet dentro da súa axenda de traballo. De aí que en numerosas ocasións resulte difícil conseguir información institucional ou empresarial que, paradoxalmente, é comunicada por múltiples vías aos medios de comunicación tradicionais. O descoñecemento do sector dos medios en internet por parte dos profesionais da comunicación corporativa e os responsables institucionais e, sobre todo, o feito de que descoñecen que os medios na rede son potentes ferramentas para chegar a audiencias específicas fai que a obtención de información (maioritariamente de axenda) sexa complicada. A maior parte das veces os programas ou trípticos chégannos ben por correo ordinario, ben por fax, de xeito que ou chegan tarde ou son ilexibles.

7 A REPRESENTACIÓN DO USUARIO: A SÚA PRESENZA NA INFORMACIÓN E NA PRODUCCIÓN

O portal naceu co difícil reto de ter un oco no panorama mediático e amosar a cultura galega desde un punto de vista divulgativo e de entretemento. E a implicación do lector/internauta/usuario era clave dentro dos propios obxectivos do portal presu-posta, en parte, polas posibilidades de interacción da rede internet. Por iso, desde o primeiro o día o correo electrónico estivo á disposición para as consultas, suxestións ou comentarios que de xeito intermitente foron chegando á redacción. Se hai algo que a dirección de culturagalega.org deixou ben claro é que nos debiamos aos lectores e que, na medida do posible, eles deberían ter voz e voto no novo portal. É dicir, a máxima era aproveitar e fomentar a interactividade.

Nesta mesma dirección, o equipo que facía posible culturagalega.org foi redefinindo diariamente os seus contidos para poder ofrecer un produto máis elaborado e de calidade. Unha preocupación que tivo os seus resultados logo do redeseño. Foi entón cando, nunha das xuntanzas para analizar e concretar cuestións específicas dos cambios que era preciso facer para ofrecer un novo

modelo, se realizou unha enquisa entre os lectores e sobre a que se deseñaron os novos contidos temáticos no portal.

Cos datos dos usuarios (que en 2002 se contabilizaban con 1000 visitas diarias e 700 subscritores que nos indicaban o percorrido que facían dentro do sitio web), cos resultados dunha enquisa que fixemos entre os nosos subscritores cando o portal cumpriu un ano, ademais dos correos electrónicos, o equipo foi afinando o traballo. De feito, moitos dos temas do día que se elaboran na redacción son suxestións feitas por lectores particulares. Os temas do día publicados sobre a Fundación Reveriano Soutullo, sobre María Casares ou sobre o Outono Fotográfico son só tres exemplos de temas que se realizaron como resposta ás suxestións dos nosos usuarios.

Grazas a estes principios conseguimos que culturagalega.org se desmarcase da configuración de axenda habitual de todos os medios. Empezaron a ter voz temas minoritarios, temas que aínda que a simple vista parecían xurdir de particularidades locais, eran exportables a moitos fenómenos da realidade galega. Ademais, serviunos para dar entrada a un público que comezou a ver que tiña o seu propio espazo, como puidemos ir comprobando polas cifras (hoxe en día culturagalega.org supera os 1300 subscritores, ten máis de 1800 visitas diarias e aumentou o tempo medio de visita do portal).

Pero á marxe da súa presenza na redacción, os usuarios foron adquirindo cada vez máis importancia dentro do sistema organizativo do portal, mesmo en espazos que non teñen moita visibilidade. É o caso dos soportais, as canles temáticas que analizan en profundidade cada unha das industrias culturais: son a literatura (lg3), a música (rcg, soportal que agora entra en fase de redeseño), o audiovisual (AVG) e a banda deseñada (BD). Co novo deseño e coa migración cara a un sitio web dinámico houbo cambios dentro da concepción, elaboración e presentación de cada soportal. Coa nova filosofía o que se pretendía era investir os tempos de produción desviando a responsabilidade cara ao público. Coa implantación do novo sistema, cada usuario, sexa unha persoa física ou xurídica, que forma parte de cada industria cultural ha de

participar de forma activa nos soportais. Por poñer un exemplo, a bandexa de entrada para formar parte do catálogo de AVG ten unha cola de espera de varios meses. Cada vez son máis os usuarios que queren formar parte da listaxe que está subida na rede. E isto é un síntoma inequívoco de que o usuario non só quere formar parte do sistema, senón que tamén participa nel activamente.

Ademais, culturagalega.org ten como norma responder a todos e a cada un dos correos que chegan a través das diferentes contas e formularios. Aos formularios respóndeselles mediante un correo ou unha chamada ao usuario interesado para comunicarlle a súa inclusión no catálogo e a publicación da súa ficha. Aos correos respóndese cunha contestación ao comentario ou suxestión feita. Culturagalega.org aproveita que forma parte dunha institución cultural como o Consello da Cultura Galega, de tal xeito que aquelas cuestións que non pode contestar, pola súa complexidade ou especificidade, reenvíanse ao departamento, sección ou arquivo específico para que sexan resoltas cos diferentes especialistas. Deste xeito establécese un intercambio continuo co internauta e un punto de proximidade entre a comunidade.

8 A CULTURA PRESENTADA COMO ESPECTÁCULO MULTIMEDIA: DOS SOPORTAIS AOS ESPECIAIS

O portal, como medio dependente dunha institución pública, cumpría coa tríade de formar-informar-entreter. Unha tripla funcionalidade que encaixa coas características do soporte multimedia. Libros electrónicos, cortes de audio, galería de imaxes, vídeos, documentos electrónicos e toda unha ampla gama de soportes de diferente tipo que contribúen a enriquecer a información recibida e a que o usuario poida apreciar o contido que se lle quere amosar do xeito máis fiel: na voz dos propios protagonistas, ou a imaxe do que se conta, ou o texto en que se di o que se converte en noticia ou reportaxe.

Uns arquivos que o equipo de culturagalega.org chama «extras» e que contribúen de xeito solapado a educar nos novos formatos que a rede posibilita. E para que non saiba empregar este documentos, existen os tutoriais: manuais que simplifican os pro-

tochos que se deben seguir e que pretenden axudar os usuarios. No mesmo estilo que o resto do portal: sinxelo e ameno.

Nacía así unha forma de entender a industria cultural; comprendela e facela comunicable ao público implicaba a divulgación dos contidos. Nese sentido concibimos a cultura-sistema como espectáculo pero, enténdase correctamente, trátase de atopar un procedemento facilmente dixerible, que viaxe rapidamente pola rede e que poida ser decodificado por todo tipo de públicos. Nese sentido cómpre volver falar dos soportais que ensaian novos formatos, que aproveitan as posibilidades multimedia e permiten un mellor tratamento da realidade.

AVG e Ig3 son os primeiros soportais en sufrir un cambio ao novo formato e serven de exemplo deste tipo de cultura da que falamos. Aínda que cada un mantén as súas particularidades en consonancia coa industria cultural e coas necesidades que cada unha delas comprende, ofrecen a información dun xeito máis visual e organizado. Grazas a unha estrutura relacional ofrecen información en continua actualización sobre un produto cultural. Así, a ficha dunha película achegará información sobre a súa produtora e sobre os artistas que a interpretaron; ou un libro remitirá á base de datos para ofrecer máis información sobre a editorial e sobre o autor. Pero cada unidade informativa (sexa libro, traballo audiovisual ou disco) ten consigo uns «extras», que son os que lle achegan unha dimensión case de espectáculo. Os extras son o que en AVG se chama «zona fan», é dicir, cortes de vídeo, cancións da banda sonora, fotografías da rodaxe ou mesmo *story-boards* ou guións das producións do audiovisual galego. Un material que é posible facer chegar ao público grazas ás novas tecnoloxías e que supón un valor engadido.

No que concirne á sección de información da troncal, da portada que vertebra o interface de culturagalega.org, foise camiñando paseniñamente por este esvaradío terreo dos ciberxéneros. Cando aínda non había teorías sólidas nesta cuestión porque as necesidades diarias van por diante dunha teorización, houbo pequenos ensaios atendendo ás particularidades da rede e do que se pretendía facer. Así se crearon os «especiais», reportaxes con información textual e multimedia arredor dun tema único. Un

especial é entendido como un documento xornalístico que está realizado tendo en conta as necesidades multimedia. Por ese motivo terá unha narración hipertextual que se seguirá, en función dos parámetros de deseño, dunha interface de navegación sinxela e de doada comprensión. Os especiais supoñen un traballo de produción maior que o de calquera dos demais xéneros periodísticos empregados en todo o portal e ademais a combinación da información coas descrições, interpretacións e cos enlaces que permiten externalizar un contido. Os especiais non teñen por que estar ligados estritamente aos feitos de actualidade, é máis, poden servir para destacar no portal feitos de interese informativo. Como principal achega dos especiais están a orixinalidade e a creación propia.

Desde o punto de vista do usuario o formato do «especial» é un concepto que aglutina de xeito interactivo información moito máis complexa a través do emprego de maior cantidade e riqueza de recursos expresivos, sito nun colector máis atractivo visualmente e que está moito máis elaborado. Para o usuario é un paso máis para comprender os motivos últimos da información. Para o nivel técnico supón un factor de integración de tecnoloxías de diferente natureza en prol dunha necesidade comunicativa. Este segundo nivel goza dunha preponderancia e dun valor importante de seu, xa que condiciona a inclusión de elementos diferenciados. A técnica resulta especialmente significativa para o novo medio, que se adapta nela como o xornal impreso ao papel, ou o cine ao celuloide.

E desde o punto de vista dunha cabeceira electrónica, supón un dos piares que, sen ofrecer uns resultados de éxito, destacados e innovadores ofrece un produto de calidade (tanto formal como de contido) que outorga prestixio, ademais de certo valor de imaxe. Con todo, os especiais precisan de abondosos recursos de produción que nunha redacción tan pequena como a de culturagalega.org resultan demasiado custosos. Ademais teñen o problema de que resultan difíciles de integrar dentro da estrutura de contidos sobre a que se constrúe o sitio web.

En contrapartida, os chamados «temas do día» aparecen como formato máis axeitado xa que, xunto co seu carácter textual,

permiten a posibilidade de achegar información complementaria de moi diferente natureza: audio, vídeo ou texto (que pode ser opinión ou información). A gran vantaxe deste formato que agrupa diferentes elementos informativos é que non precisa dunha produción demasiado complicada en canto a deseño e que se integra dentro da organización en base de datos do sistema.

9 A HEMEROTECA: FACENDO MEMORIA CO PAÍS

A memoria do país, sempre ligada ao recordo dos nosos maiores, parecía estar condenada a esvaecerse co paso do tempo. No entanto, ao mesmo tempo que a rede se populariza en Galicia acaba de atopar en internet un aliado inesperado. Coa creación de arquivos, e coa mellora do buscador interno do portal, culturagalega.org conseguiu un sistema de recuperación da información que se converte na memoria viva do país.

O portal ten hoxe en día máis de 4500 arquivos, 113 libros electrónicos, documentos, imaxes, que constitúen un potente banco de datos que serven de reflexo do estado da cultura actual e que en moitas ocasións non tiña precedente na rede.

Entre os retos de futuro cómpre seguir contribuíndo á creación dun espazo comunicativo normalizado en galego; en segundo lugar, ao espallamento e dignificación da cultura galega ao mesmo tempo que servir de plataforma de apoio das chamadas industrias da cultura sen esquecer a perspectiva social, é dicir, a utilidade real e directa que ten para o público. E por último continuar á vangarda dos cambios tecnolóxicos e non só recibilos e asimilalos, senón tamén divulgalos entre o público en xeral. E, finalmente, tamén afondar no concepto de portal como marcador das tendencias actuais da cultura en Galicia. Iso si, sen descoidar a evolución e a importancia xornalística que ten para o contexto mediático en que se inscribe.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APOLONIA, B., «Los lenguajes de Internet», en enredando.com/cas/cgi-bin/enredantes/plantilla.pl?ident=76, novembro 1999.
- DÍAZ NOCI, J. e SALAVERRÍA, R. (coords.), *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Ariel Comunicación. Barcelona, 2003.
- FERNÁNDEZ HERMANA, L. A., «El corresponsal del conocimiento», en enredando.com/cas/cgi-bin/editorial/plantilla.pl?ident=247, novembro de 1996.
- FERNÁNDEZ HERMANA, L. A., «En busca del periodista digital», en enredando.com/cas/cgi-bin/editorial/plantilla.pl?ident=196, outubro 1996.
- LENHART, A. *et al.*, «Content Creation online», en www.pewinternet.org, febreiro 2004.
- LÓPEZ, X. *et al.*, *Sitios: guía web de Galicia*. Lea. Santiago de Compostela, 1998.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (coord.), *A comunicación en Galicia 2002*. Consello da Cultura Galega. Santiago de Compostela, 2002.
- LÓPEZ GARCÍA, X. «A Comunicación en Galicia 2000-2003: Realidades e Soños», en www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/9/art03.htm.
- LOURENZO, B., «O modelo ágora-rede: Unha proposta a debate para a comunicación na Galicia do século XXI». En *Comunicación e novas tecnoloxías*, pp. 144-147.
- SALAVERRÍA, Ramón. «Criterios para la formación de periodistas en la era digital», en <http://www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/investig/crite.htm>.
- TÚNEZ, M. e LÓPEZ GARCÍA, X., *Condicións laborais e actitudes profesionais nos medios de comunicación*. Consello da Cultura Galega. Santiago de Compostela, 2000.