

**CULTURA GALEGA E
TERRITORIOS DIXITAIS:
ENTRE A SOCIEDADE CIVIL
E AS INSTITUCIÓN**

Manuel Gago Mariño

Consello da Cultura Galega

[doi:10.17075/tucmeg.2015.010](https://doi.org/10.17075/tucmeg.2015.010)

1. GALICIA E INTERNET

Segundo os datos do Estudo Xeral de Medios de maio de 2013, Galicia ocupa o último posto das comunidades autónomas do Estado español en penetración de Internet, con só un 52,5% da poboación conectada nese mes. Esta cifra, en termos absolutos, é fondamente preocupante para o futuro, pero en retrospectiva é, ademais, un fondo fracaso de gobernos e sociedade civil na adopción dun conxunto de tecnoloxías que, polas súas características intrínsecas, supón unha profunda transformación dos eixes culturais, sociais e mesmo económicos dunha sociedade. Pode considerarse un fondo fracaso porque unha das teimas dos sucesivos gobernos autonómicos desde os anos noventa do século XX foi a reiterada aposta, cando menos retórica, pola sociedade da información como unha vía de desenvolvemento para unha sociedade como a galega durante o capitalismo postindustrial. Internet, a ruptura das canles tradicionais de distribución comercial e o abaratamento intrínseco dos investimentos para produción derivados da tecnoloxía levaron a pensar que era posible dar un salto desde unha economía como a galega (desvertebrada e cun sector de servizos pouco desenvolvido) ata as apostas tecnolóxicas e predominantes da industria cultural.

Alén de discursos máis ou menos inocentes, hoxe sabemos que a utopía dixital, modernizadora e democratizadora, non é tal. Como agora parece obvio (pero antes non semellaba tal) é imposible reestruturar un sistema produtivo se non existen condicións previas ou simultáneas que impulsen a tecnoloxía en determinada dirección. Do mesmo xeito que non existe unha tecnoloxía neutra, a sociedade tampouco adopta neutralmente unha tecnoloxía, senón que o fai de acordo con necesidades, intereses e un determinado tecido social. Se ben a adopción das tecnoloxías de máis éxitos da rede é un fenómeno global, si podemos afirmar que existen particularidades locais nas magnitudes da explotación de tecnoloxías e usos determinados (presenzas de dispositivos cun sistema operativo fronte a outros, comercio electrónico, hexemonía de Google, uso de Amazon, selección de redes sociais, etc.).

A evidente fractura dixital que divide a sociedade galega, con todo, debe perfilarse máis como paso previo a comprender as súas peculiaridades. Ese

pouco máis do 50% de penetración de Internet non debe contemplarse como unha distribución regular por todo o territorio. Os datos dos que dispomos non son todo o exhaustivos que deberan e, neste sentido, ficamos unicamente na percepción da irregularidade da distribución. Como era de esperar, as provincias da franxa atlántica presentan na *Enquisa de condicións de vida das familias*, uns indicadores que amosan as profundas diverxencias dentro do propio territorio galego. Deste xeito, en 2012 as provincias da Coruña e de Pontevedra tiveron unha penetración do 53,82% e o 52,54% respectivamente, mentres que Lugo e Ourense posuían o 46,72% e o 43,59%. Aínda así, na miña opinión o nivel provincial non se axeita correctamente á distribución do territorio do país; é posible augurar que dentro da distribución provincial as áreas metropolitanas poderían acadar cotas próximas ao 60% de penetración fronte a unha distribución rural máis próxima á media das provincias do interior.

Non coñezo estudos que traten de xeito amplo, nos últimos cinco anos, as causas desta fractura dixital, que é profundamente acusada entre as diferentes partes do territorio. As explicacións poden ser de todo tipo: desde as relacionadas puramente coas infraestruturas (continúa a haber significativas partes do territorio rural sen un acceso a Internet digno do século XXI), ata as puramente culturais, de alfabetización dixital ou electrónica. No entanto, pódense intuír as súas consecuencias prácticas da fractura: unha parte da sociedade galega está usando a rede con destrezas, intensidades e obxectivos máis ou menos equiparables ás prácticas da nosa contorna europea, mentres que outra significativa parte da nosa sociedade non atopa relevante nin interesante o seu uso (ou o equilibrio entre custo e servizo) como para dispoñer de Internet na casa. Un exemplo ilustrativo que demostra a capacidade da sociedade galega para acoller novos formatos narrativos dixitais puidemos estudalo a mediados da pasada década co auxe dos blogs. En efecto, o crecemento dos blogs en Galicia, un fenómeno exponencial entre 2004 e 2006-2007, era simultáneo (cambiando a escala) con respecto á creación de blogs no resto do mundo.

Da outra banda da fractura, é revelador prestar atención ao traballo dos axentes TIC no rural galego, que adoitan empregar accións de recuperación de memoria como vehículo para implicar emocional e instrumentalmente os usuarios no emprego de novas tecnoloxías. Un dos principais motivos esgrimidos en Galicia para non empregar Internet adoita ser o da ausencia de utilidade. Para rebater este argumento destacan iniciativas como o web *Fálame de San Sadurniño* e o seu formato «as fotos faladas», onde as veciñas e veciños aprenden a dixitalizar material gráfico e a gravarse nun ordenador evocando o que se ve nesas fotografías; deste xeito, o web ilustra o fenómeno de dixitalización e implicación de colectivos que comprenden a utilidade das novas tecnoloxías, inicialmente, como un proceso de recuperación de memoria colectiva.

Ao longo destes quince anos de sociedade da información en Galicia puidemos apreciar a conformación dun territorio dixital no que a sociedade galega interactúa, se desenvolve e evoluciona a nivel dixital. Os *territorios dixitais* non poden ser comprendidos en termos de fronteiras físicas ou mesmo lingüísticas, senón como un conxunto de espazos e servizos públicos e privados orientados a unha comunidade concreta de cidadás e cidadáns con intereses comúns.

Neste sentido, a conformación de Galicia como un espazo plenamente dixital, no que o usuario podía acceder á información, debate e interacción só pode ser comprendida a partir do xurdimento do web 2.0 a mediados da década pasada e, xa que logo, como parte inherente dun fenómeno global que aínda non rematou e que, abofé, está evolucionando desde as súas propias premisas. Este *territorio* aínda estaba desvertebrado a finais da década dos anos noventa, no século pasado, cando elaboramos o primeiro catálogo de sitios web de Galicia. En *Sitios. Guía web de Galicia* (López *et al.* 1999), os autores e autoras puidemos apreciar como o acceso á web naquel momento estaba especialmente orientado a empresas e institucións, probablemente pola necesidade que había de especialistas. A presenza do galego na rede era residual (menos dun 10% das páxinas tiñan opción a esta lingua) e os contidos culturais eran case inexistentes. Porén, xa naquel entón apreciábase algunha tendencia global que logo foi habitual na Internet galega: a especial viveza e axilidade de colectivos sociais e políticos que se sentían discriminados polos medios de comunicación convencionais. Deste xeito, partidos con pouca representación política dominaban a presenza na rede, moi por riba da hexemonía que se lle podía supor a partidos con forte representación parlamentaria.

O xurdimento dos blogs a partir de 2004, canda unha maior xeneralización de Internet, facultou a entrada no soporte a unha significativa parte do vivo e dinámico sector cultural galego. Neste sentido, a tecnoloxía si que desempeñou un papel fundamental para comprendermos este fenómeno de efervescencia cultural galega na rede. A primeira definición para o que estaba a acontecer débese ao editor Tim O'Reilly (2005) durante a realización do congreso Web 2.0 Summit, en San Francisco (EUA), onde é quen de conceptualizar e ver en conxunto tendencias tecnolóxicas que está a apreciar desde varios anos antes. O empoderamento tecnolóxico do usuario sen formación técnica é unha das claves dese movemento que pasa por xerar negocio a partir da contribución masiva das e dos usuarios a servizos que melloran canto máis uso teñen e contido hospedan. A xeneralización de ferramentas de *blogging* como Blogspot e Wordpress facilitou a entrada tecnolóxica de moitas persoas. Algunhas delas, posteriormente, foron adquirindo competencias tecnolóxicas que permitiron refinar os produtos e preparar publicacións e servizos máis ambiciosos na rede.

É a partir da xeneralización dos blogs onde debemos situar a gran transformación do territorio dixital da cultura galega conforme a entrada xeneralizada de contidos culturais de todo tipo (etnográficos, históricos, musicais, de debate, literarios, etc.), publicados esencialmente a través de tecnoloxía distribuída e xestionada desde servidores estadounidenses, pero á que con certa rapidez se lle engadiron propostas de ámbito galego (Blogoteca e Blogaliza). Estes servidores tiveron éxito entre os usuarios e usuarias galegofalantes e provocaron unha expansión sen igual na historia recente da cultura galega en termos de contidos e conexións entre creadoras/es e consumidoras/es culturais. Isto resulta facilmente demostrable de termos en conta que, ata ese momento, boa parte do coñecemento da cultura galega estaba dispoñible en tecnoloxías analóxicas de alcance limitado a través de redes humanas máis ou menos amplas. Porén, o compoñente analóxico entraba en contradición cunhas demandas cada vez máis diversas de acceso ao coñecemento, especialmente aquel coñecemento publicado e financiado de xeito público.

Unha valoración deste proceso que ocupou a segunda metade da década pasada é o feito de que Internet acolleu a maior posta a disposición pública da cultura galega da súa historia, pero este fenómeno tivo tamén luces e sombras. Se as luces son as posibilidades que se abriron e a nova relación entre local e galego que se estableceu en moitas e moitos activistas culturais ao longo de todo o país, as sombras radicaron precisamente no efémero do fenómeno e no seu retroceso. A rápida migración de actividade de publicación desde os contidos en aberto dos blogs ata as redes sociais privadas produciuse cunha certa rapidez, reaxustando o panorama e diversificándoo.

As maiores capacidades para a conversa e gratificación simbólica (resposta) por parte das redes sociais moveron moitas iniciativas de difusión cara a espazos como Facebook e, por tanto, eliminaron moito contido antes dispoñible en aberto e para todos os públicos, que agora fica limitado a un segmento social máis ou menos amplo (aquele procedente das relacións sociais de cada quen ou da organización á que se representa). Todo isto redunda nun empobrecemento da rede, así como dos recursos dispoñibles e accesibles por parte dos usuarios e usuarias. Ora ben, non hai dúbida de que este fenómeno incorporou un significativo novo número de persoas á conversa e converteu a rede Facebook no espazo cibernético no que a lingua galega se amosa con máis vitalidade e diversidade de rexistros.

Malia estas circunstancias, a Internet da cultura galega convértese nun espazo de gran dinamismo cultural, caracterizado pola emerxencia continua de proxectos, conforme á propia natureza da rede, algúns son efémeros e outros conseguen resistir e desenvolverse. A cultura galega, acostumada a maximizar canles minoritarias para acadar a maior repercusión posible (dado que que a súa

presenza en medios de comunicación convencionais non é todo o ampla que desexarían os colectivos), está a empregar a rede con eficiencia para superar as tradicionais barreiras das redes persoais.

2. A ACHEGA DO CONSELLO DA CULTURA GALEGA

Neste contexto en que a sociedade civil exerce unha indubidable función motora, as institucións deben reflexionar sobre o seu papel como axentes fundamentais á hora de tratar aspectos importantes da cultura, como son a provisión de contido ou a achega de servizos que as estruturas civís non poden fornecer do mesmo xeito. Na miña opinión, as institucións deben achegar, en primeiro lugar, continuidade aos seus proxectos, na medida en que elas tamén están construídas de acordo con esta continuidade. Fronte á creación enérxica e efémera de proxectos, as institucións deben operar na construción de repositorios fiables de coñecemento que funcionen como axentes estables de apoio, de consulta e de referencia. Iso non entra en contradición co dinamismo e coa innovación na elaboración e adaptación a novas interfaces e tecnoloxías, na capacidade das institucións de exercer como portadoras de novidades tecnolóxicas e culturais que requiren certo investimento económico e humano, pero que poden contribuír a dinamizar os sectores nas que estean involucradas.

En outubro de 2000, o Consello da Cultura Galega (CCG) inauguraba o seu portal de Internet culturagalega.org. Non era a primeira operación en Internet da institución, que dispuña de sitio web corporativo desde 1998. No entanto, era unha operación que se revelou especialmente significativa para a estrutura da institución, na medida en que perdura ata hoxe e foise facendo moito máis complexa. O portal culturagalega.org foi unha iniciativa do entón presidente do CCG, Carlos Casares, quen era consciente da necesidade de crear un espazo de referencia para as novas xeracións nunha rede que, mesmo atopándose aínda nun estado incipiente de crecemento en Galicia, era xa unha realidade innegable en todo o mundo. O portal definiuse como un amplo espazo de representación da cultura galega que prestaba unha singular atención a tres conceptos: información xornalística, servizos e entretemento. Desta volta, a estrutura concibiuse co artellamento dunha pequena redacción que elaboraba —e segue a elaborar— unha proposta informativa diaria, tanto a través de estruturas narrativas xornalísticas máis ou menos convencionais (reportaxes, crónicas, noticias, etc.) como de información de servizos ou determinadas propostas de innovación xornalística. Os servizos estaban substancialmente orientados á realidade da vida cultural (convocatoria de premios e axenda) mais préstanse tamén á actualización diaria. O entretemento construíuse a partir da mostra de

fragmentos ou produtos completos da industria cultural galega en calquera dos seus formatos (texto, audio, vídeo), no que se chaman *soportais*.

Desde 2002, a partir da transformación tecnolóxica do portal e coa reforma do soportal do audiovisual (AVG), o modelo de infoentretenemento de culturagalega.org variou para prestar máis atención á converxencia cun concepto de banco de datos de recursos que se actualizaba e nutría a partir do posicionamento como un medio de comunicación especializado. Deste xeito, os soportais de culturagalega.org comezaron a estruturar a información de acordo con catro eidos: persoas, entidades, produtos e material extra (dossieres promocionais, tráilers...). Este esquema de catro entidades podía aplicarse con facilidade a calquera produto da industria cultural e non tardou en ser replicado nos catro soportais que durante moitos anos coexistiron en culturagalega.org. O esquema permitía unha converxencia interesante cos procesos de produción diaria e convencional, reciclando contido xa realizado en bases e estruturas de datos que cobraban valor co paso do tempo. Máis de 20.000 noticias publicadas entre o 2000 e o 2014, ademais de fichas en crecemento constante de milleiros de empresas, profesionais da cultura e produtos culturais, converte a culturagalega.org na gran base de datos da cultura contemporánea galega.

A clave do novo proceso de culturagalega.org era facer unha énfase na necesidade de construír un discurso de divulgación cultural que acompañase os produtos da alta cultura concibidos e producidos con frecuencia desde as institucións culturais. Deste xeito, contouse con profesionais das Ciencias da Comunicación, que traballaban de xeito interdisciplinar con especialistas en diferentes ámbitos. Nesta filosofía entrou desde o primeiro momento a adopción de fórmulas de cesión de dereitos de propiedade intelectual *Creative Commons* como procedemento de facilitar a distribución do contido e fomentar a súa viralización a través da rede. O Sistema cultural en rede, formado a partir destas experiencias, parte da premisa de que a cidadanía debe ter acceso ao maior número posible de servizos e contidos do CCG con independencia de onde se atope.

Grazas a esta orientación, o CCG foi aplicando o *know how* adquirido a diferentes proxectos, estruturando as súas accións e iniciativas a partir de experiencias previas, ata formar o modelo actual, xerado a partir de culturagalega.org e consellodacultura.org. Mentres culturagalega.gal acolle os contidos culturais alleos ao CCG, e producidos por terceiras partes, o portal consellodacultura.gal exerce como o sitio corporativo que alberga os contidos producidos pola institución. Deste xeito, culturagalega.org chega a un amplo público, heteroxéneo e dun espectro sociolóxico e de intereses máis amplo, mentres que consellodacultura.org presta un especial servizo a persoas interesadas nas temáticas da cultura galega.

A Mediateca do CCG facilita a descarga gratuíta nestes momentos de máis de 500 libros e documentos producidos pola institución e alberga tamén máis de 500 horas de vídeo de conferencias e congresos realizados. A Mediateca, convertida nunha ferramenta fundamental para a distribución de coñecemento por parte do Consello da Cultura Galega, está a complementarse nos últimos anos con repositorios específicos de coñecemento, unha das estratexias en que a institución se vai focalizar máis nos vindeiros anos. Desta maneira, repositorios coma os *Epistolarios* (un innovador xeito de visualización de conversas e correspondencias entre destacados persoeiros da Galicia dos séculos XIX e XX) ou as diferentes propostas de xeolocalización de bens e servizos culturais, coma o *Mapa de Equipamentos Culturais de Galicia*, *Roteiros* e *As Escolas da Emigración*, van converxer na aplicación móbil Leme (para iOS e Android).

Desde a perspectiva do CCG, a rede é clave para o desenvolvemento actual e futuro da cultura e da lingua galegas. A cadea de creación-distribución-consumo está migrando cara a Internet, converténdoa nunha infraestrutura dixital masiva. A esta cadea non pode ser allea tampouco a propia institución e o seu traballo, que nos últimos tempos está evolucionando con rapidez desde o libro impreso cara ás grandes bases de datos de referencia, continuamente actualizadas, explorables e explotables desde diferentes ángulos e puntos de vista. Esta migración non é só física, senón que esencialmente é conceptual. Xa que logo, o gran reto das institucións culturais será, nos vindeiros anos, concibir a rede como un *proceso*, máis que coma un produto rematado.

3. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS [ÚLTIMA CONSULTA: MAIO 2015]

Consello da Cultura Galega (<http://www.consellodacultura.gal/>)

Culturagalega.org (<http://www.culturagalega.org/>)

Enquisa de condicións de vida das familias = Instituto Galego de Estatística.
(http://www.ige.eu/estatico/estat.jsp?ruta=html/gl/ecv/ECV_ResumoResultados_galego.html)

Estudo Xeral de Medios 2013 = Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (http://www.aimc.es/Entrega-de--resultados-EGM-2%C2%AA-ola,_1287.html)

Fálame de San Sadurniño (<http://www.falamedesansadurnino.org/>)

Fálame de San Sadurniño: as fotos faladas (<https://cemit.xunta.es/actividade/6421>)

LÓPEZ, Xosé / Sonia FERNÁNDEZ PARRAT / Manuel GAGO MARIÑO / Berta GARCÍA OROSA / Xosé Antonio NEIRA CRUZ (1999): *Sitios. Guía web de Galicia*, Santiago de Compostela, Edicións Lea.

O'REILLY, Tim (2005): *The Web 2.0 Summit* (<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/-archive/what-is-web-20.html>)